

แผนธุรกิจ แอปพลิเคชัน Oracle On Mobile

ธนพงศ์ จันชื้อ¹
ผศ.ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์²

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

แผนธุรกิจของแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile เป็นแอปพลิเคชันที่รวบรวมนักพยาบาลและศาสตร์ทางการแพทย์หลายๆ แขนงไว้ในที่เดียวโดยให้บริการพยาบาลแบบเห็นหน้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Video Call) เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายต่อผู้ใช้บริการและเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการมนุษย์ในยุคดิจิทัล โดยมีวิสัยทัศน์ขององค์กร คือ เป็นผู้นำในการให้บริการศูนย์รวมนักพยาบาลและศาสตร์ทางการแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และมีพันธกิจ คือ มุ่งพัฒนาและให้บริการการพยาบาลอย่างมีคุณภาพ เพื่อเป็นประโยชน์หรือเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างมีคุณธรรม

กลยุทธ์ของแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile จะมีลักษณะเป็นการให้บริการรวบรวมนักพยาบาลและศาสตร์ทางการแพทย์หลายๆ แขนงไว้ในที่เดียว โดยให้บริการพยาบาลแบบเห็นหน้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Video Call) ในราคาที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยรายได้หลักมาจากส่วนแบ่งค่าบริการร้อยละ 30 ส่วนร้อยละ 70 มอบให้นักพยาบาล โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มคนทำงาน นักเรียน นักศึกษา รวมถึงกลุ่มคนวัยเกษียณ โดยมีอายุตั้งแต่ 15-60 ปีขึ้นไป รายได้ตรงมาจากการเข้าพื้นที่โฆษณาภายในแอปพลิเคชัน ซึ่งแผนธุรกิจที่จัดทำประกอบด้วย แผนการบริหารจัดการองค์กร แผนการตลาด แผนการผลิตและการดำเนินงาน แผนการเงิน แผนประเมินความเสี่ยง แผนฉุกเฉิน และแผนในอนาคต

แผนการจัดการองค์กร เน้นด้านคุณภาพของบุคลากร การบริการ รวมถึงด้านเทคโนโลยี ทำให้บุคลากรและนักพยาบาลรู้สึกเหมือนได้ทำงานร่วมกับคนในครอบครัว โดยจะปลูกฝังจิตสำนึกในการให้บริการอย่างมีคุณภาพและมีคุณธรรม รวมถึงการพัฒนาบุคลากรไปพร้อมๆ กับเทคโนโลยีที่พัฒนาอยู่เสมอ

แผนการตลาด คำนึงถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจเป็นสำคัญ โดยเน้นคุณภาพ ด้านบริการ สะดวก รวดเร็ว และราคาที่ไม่แพง สามารถใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการการพยาบาลรวมถึงไปถึงนักพยาบาลที่ต้องการได้ อีกทั้งนักพยาบาลที่เข้ามา

ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile ต้องเป็นนักพยาบาลที่มีคุณภาพและได้รับการคัดสรรมาอย่างดี มุ่งเน้นโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็น

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

² ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลัก

Facebook , Line และเว็บไซต์ของแอปพลิเคชัน การจัด Event และโปรโมชั่นทุก ๆ เทศกาลสำคัญ รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับนักพยากรณ์และผู้ให้บริการ

แผนการผลิตและการดำเนินงาน จะเน้นประสิทธิภาพทั้งในด้านคุณภาพของนักพยากรณ์และการให้บริการของแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile ให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและไม่มีข้อขัดข้อง สร้างความประทับใจแรกให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยจัดทำรูปแบบของแอปพลิเคชัน ให้ใช้งานได้ง่ายแม้จะเข้ามาใช้งานเป็นครั้งแรก

แผนการเงิน เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรด้านเทคโนโลยีหรือทรัพยากรบุคลากร บริหารจัดการการเงินอย่างคุ้มค่า หลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ทั้งนี้ต้องไม่ให้เกิดความลำบากในการให้บริการจนเกินไป การเติมเงินเข้า Wallet ของลูกค้าต้องเป็นไปอย่างรวดเร็วและถูกต้อง แม่นยำ ข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นต้องน้อยที่สุด

แผนประเมินความเสี่ยง แผนฉุกเฉิน และแผนในอนาคต จัดทำขึ้นเพื่อรองรับหรือป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ และส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ โดยใช้ตาราง Risk Matrix มาประกอบการจัดทำแผนให้ครอบคลุมที่สุด ไม่ว่าจะเป็นด้านกลยุทธ์ ด้านปฏิบัติการ ด้านการเงิน และด้านกฎหมาย ข้อบังคับ รวมถึงแผนการขยายธุรกิจในอนาคตด้วย

2. ความเป็นมาของธุรกิจ

2.1 แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ (หรือประวัติความเป็นมา)

โหราศาสตร์ (Astrology) เป็นศาสตร์หนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการทำนายอนาคต หรือ โชคชะตาของมนุษย์ ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของบ้านเมือง และของโลก โดยอาศัย เวลา และ ตำแหน่งของดวงดาวต่าง ๆ บนท้องฟ้า เป็นสิ่งที่ไม่ได้รับการยอมรับทางวิทยาศาสตร์ มีการบันทึกไว้เป็นสถิติ ศาสตร์แห่งการพยากรณ์ล้วนอยู่รอบตัวเรา ตั้งแต่เกิดมีการใช้ศาสตร์การพยากรณ์ หลักเลขศาสตร์ มาช่วยในการตั้งชื่อ การหาฤกษ์มงคลต่าง ๆ เช่น ฤกษ์บวช ฤกษ์สัก ฤกษ์แต่งงาน ฤกษ์ขึ้นบ้านใหม่ ฤกษ์คลอด หรือแม้แต่ในอดีตพระมหากษัตริย์ให้โหรหลวงหาฤกษ์ออกรบก็มีให้เห็นตามหน้าประวัติศาสตร์ ฯลฯ

ปัจจุบันผู้คนจำนวนมากให้ความสนใจในศาสตร์แห่งการพยากรณ์ จะเห็นได้จากรายการโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือแม้แต่ Application บน Smart Phone ทำให้เห็นว่าศาสตร์แห่งการพยากรณ์เป็นเรื่องใกล้ตัวและอยู่รอบ ๆ ตัวของเรา แอปพลิเคชันของเราสร้างขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของมนุษย์ในยุคดิจิทัล เพื่อให้เข้าถึงศาสตร์แห่งการพยากรณ์ได้ง่ายยิ่งขึ้น ทำให้เล็งเห็นว่า หากทำให้ศาสตร์แห่งการพยากรณ์เข้าถึงผู้คนได้ง่ายขึ้น โดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ตหรือสมาร์ทโฟน เป็นสื่อกลางจึงทำให้เกิด Application ที่ชื่อว่า “Oracle On Mobile” หรือ OOM

2.2 สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจ

ที่ผ่านมาธุรกิจที่เกี่ยวกับศาสตร์แห่งการพยากรณ์หรือการดูดวงนั้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันนักพยากรณ์เริ่มมีช่องทางหลากหลายในการเข้าถึงลูกค้า เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น นักพยากรณ์ที่อยู่กับที่เริ่มมีรายได้ลดลง นักพยากรณ์รุ่นใหม่ วัยรุ่น มีมากขึ้น เทคโนโลยีในปัจจุบันมีผลอย่างมากในการพัฒนาการพยากรณ์ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงเป็นดาบสองคมทำให้เกิดการแข่งขันสูงเช่นเดียวกัน ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจนี้ค่อนข้างสูง

3. สินค้าหรือบริการ

แอปพลิเคชัน Oracle On Mobile เป็นธุรกิจให้บริการศูนย์รวมนักพยากรณ์และศาสตร์แห่งการพยากรณ์หลาย ๆ แขนง ไว้ในที่เดียว เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้ามาใช้บริการสามารถเลือกรับการพยากรณ์ แบบใด กับนักพยากรณ์คนใดก็ได้ โดยมีค่าบริการที่เป็นธรรมและนักพยากรณ์ที่ให้คำทำนายอย่างมีคุณธรรม

3.1 รายละเอียดสินค้าหรือบริการ

“แอปพลิเคชัน Oracle On Mobile” ให้บริการเป็นศูนย์รวมนักพยากรณ์และศาสตร์แห่งการพยากรณ์แขนงต่าง ๆ ไว้ในที่เดียว เป็นตัวกลางที่จะประสานระหว่างนักพยากรณ์และลูกค้าให้มาพบกัน โดยให้บริการพยากรณ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบบเห็นหน้า (Video Call) ด้วยราคาที่คุ้มค่า เพื่อให้ทุกกลุ่มคนสามารถเข้าถึงการบริการที่มีคุณภาพ ภายใต้การดูแลจากทีมงาน นักพยากรณ์คุณภาพ ในส่วนของการบริการ โดยจะให้อิสระผู้มาใช้บริการในการเลือกนักพยากรณ์และศาสตร์แห่งการพยากรณ์ที่สนใจ ทั้งนี้ การให้บริการของแอปพลิเคชันมีหลายระดับตั้งแต่ 1 ดาว ถึง 3 ดาว เรียงตามความมีชื่อเสียงและประสบการณ์ของนักพยากรณ์ ค่าบริการเริ่มต้นเพียง 350 บาท ต่อ 1 คน ต่อ 1 ชั่วโมง ส่วนแบ่งอยู่ที่ 70 : 30 (นักพยากรณ์ 245 บาท แอปพลิเคชัน 105 บาท) ตอบโจทย์มนุษย์ยุคดิจิทัลที่อยากได้รับคำทำนายที่มีคุณภาพและคุณธรรมอย่างแท้จริง

3.2 ทำไมต้องมีสมาคมโหราศาสตร์ต่าง ๆ มาเกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน

ไม่ว่าจะเป็นสมาคมโหราแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์ หรือสมาคมโหราศาสตร์นานาชาติ ล้วนแล้วแต่เป็นสถานที่ที่ให้ความรู้แก่นักพยากรณ์ทั้งสิ้น อีกทั้งเป็นสมาคมที่มีประวัติยาวนานกว่า 50 ปี ทำให้ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile มั่นใจได้ว่า นักพยากรณ์ที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile มีความรู้ด้านโหราศาสตร์ในระดับหนึ่ง รวมถึงผู้ที่จบการศึกษาโหราศาสตร์จากสมาคมจะได้รับประกาศนียบัตร หรือสัมฤทธิ์บัตร เป็นหลักฐานสามารถตรวจสอบได้อีกด้วย

4. วิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

4.1 สภาวะอุตสาหกรรม สภาวะตลาดและแนวโน้ม

4.1.1 ศาสตร์แห่งการพยากรณ์

ศาสตร์แห่งการพยากรณ์หรือการดูดวง เป็นศาสตร์การทำนายดวงชะตาในอนาคต ที่แตกแขนงเป็นศาสตร์ต่าง ๆ อาทิเช่น ไพ่ยิปซี, โหราศาสตร์ไทย, ศาสตร์แห่งดวงดาว, เลข 7 ตัว 9 ฐาน, ฮวงจุ้ย, โหงวเฮ้ง, ลายมือ, ลายเซ็น ฯลฯ ซึ่งก็แล้วแต่ความถนัดหรือความสนใจของผู้ที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ หรือที่เราจะรู้จักกันในนาม “หมอดูหรือนักพยากรณ์”

โดยทั่วไปผู้คนมักจะรู้สึกอายเมื่อต้องเข้าไปใช้บริการการทำนายชะตา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะไม่ต้องการให้ผู้คนที่เดินผ่านไปมา ล่วงรู้ความลับส่วนตัวบางอย่าง ทำให้รู้สึกไม่มีความเป็นส่วนตัว การเห็นหน้านักพยากรณ์เป็นทางหนึ่งที่ทำให้ผู้มาใช้บริการเชื่อมั่น เนื่องจากสามารถรับรู้ถึงบุคลิกหรือภาษา

กายของนักพยากรณ์ได้ ในกรณีที่นักพยากรณ์มีหลักฐานว่าได้รับการรับรองจากสมาคมโทรฯ ก็จะทำให้ นักพยากรณ์น่าเชื่อถือขึ้นไปอีก อาทิเช่น อาจารย์ลักษณะ เลขานิตศ เป็นต้น

แนวโน้มของตลาดการพยากรณ์มีการขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องจะเห็นได้จากสื่อออนไลน์ ต่างๆ นักพยากรณ์ในปัจจุบันมีการพัฒนาหันมาใช้เทคโนโลยีเป็นตัวช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

4.1.2 การใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

“We Are Social ดิจิทัลเอเยนซี และ Hootsuite ผู้ให้บริการระบบจัดการ Social Media และ Marketing Solutions ได้รวบรวมสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก เพื่อฉายภาพการเปลี่ยนแปลงทั้ง ภาคธุรกิจออนไลน์ และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ โดยในปี 2018 ประเทศไทยมีประชากรประมาณ 69.11 ล้านคน มีการใช้งานอินเทอร์เน็ต 57 ล้านคน ใช้บริการโซเชียล มีเดีย 51.00 ล้านคน มีเลขหมาย 93.61 ล้านเลขหมาย และมีจำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟนถึง 46.00 ล้านคน



ภาพที่ 1 การใช้อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนในประเทศไทย พ.ศ. 2561 (2018)

ข้อมูลจาก : <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/thailand-digital-in-2018>

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สํารวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทยปี 2561 พบว่า พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยนานขึ้นเป็น 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ซึ่งเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 41 นาทีต่อวัน เป็นผลมาจากการเปลี่ยนผ่านชีวิตไปสู่ยุคดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น

4.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

1. นักพยากรณ์ที่มีสถานที่ประจำสำหรับการให้บริการ คือ นักพยากรณ์ที่มีสถานที่ประจำในการให้บริการ ส่วนใหญ่จะมีเวลาทำการ มักจะมีรูปแบบการพยากรณ์ที่เป็นรูปแบบประจำที่ถนัด สถานที่ในการให้บริการมักจะเป็นพื้นที่ส่วนตัว บ้าน ที่พัก หรือตามวัด สถานที่ที่เป็นแหล่งรวมเครื่องรางของขลัง เป็นต้น

2. นักพยากรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ คือ นักพยากรณ์ที่ให้บริการผ่านการสื่อสารทางเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่จะมีค่าบริการ

สูงกว่านักพยากรณ์ในกลุ่มที่ 1 เนื่องจากมีความเป็นส่วนตัวมากกว่า มีการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตและสื่อต่าง ๆ มีการรีวิวจากลูกค้า สถานที่ให้บริการไม่จำกัด เนื่องจากใช้การสื่อสารผ่านเทคโนโลยีเป็นหลัก

4.3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มคนวัยทำงาน หรือกลุ่มนักเรียน นักศึกษา รวมถึงกลุ่มคนวัยเกษียณ ที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปีขึ้นไป ที่สนใจศาสตร์แห่งการพยากรณ์โดยรับบริการพยากรณ์แบบเห็นหน้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Video Call) ต้องการความสะดวกสบาย ชอบความเป็นส่วนตัวในการรับบริการการพยากรณ์ ต้องการคำทำนายที่คุ้มค่าและมีคุณภาพ อีกทั้งจะเห็นได้ว่า กลุ่มคนวัยเกษียณมีแนวโน้มการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คมากขึ้น เช่น ส่งไลน์สวัสดีตอนเช้า เป็นต้น

4.4 สภาพการแข่งขัน คู่แข่งขัน และการเปรียบเทียบคู่แข่ง

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันโดยใช้ Five-Force Model

4.4.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Industry rivalry)

ธุรกิจการพยากรณ์มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีเทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น

4.4.2 อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

ผู้ขายวัตถุดิบสำคัญในธุรกิจนี้ คือ นักพยากรณ์ หากไม่มีนักพยากรณ์ จะไม่สามารถดำเนินธุรกิจการพยากรณ์ผ่านแอปพลิเคชันได้ อาจเกิดการต่อรองราคา ส่วนแบ่งของรายได้ในอนาคต

4.4.3 อำนาจการต่อรองของผู้ใช้บริการ (Bargaining Power of Customers)

เนื่องจากศาสตร์แห่งการพยากรณ์มีหลากหลายและมีหลายช่องทางในการเข้าถึงการพยากรณ์ ทำให้ผู้ให้บริการมีความจงรักภักดีในตราสินค้าหรือบริการต่ำ เนื่องจากสามารถเลือกที่จะใช้บริการการพยากรณ์แบบใดกับนักพยากรณ์คนใดก็ได้

4.4.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services)

ธุรกิจการพยากรณ์มีช่องทางในการให้บริการหลากหลายและมีศาสตร์แห่งการพยากรณ์ให้เลือกเป็นจำนวนมาก ซึ่งมาพร้อมกับความหลากหลายทั้งราคาและประเภทของการพยากรณ์ ทำให้ผู้ให้บริการสามารถเลือกที่จะใช้บริการได้

4.4.5 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrance)

สำหรับธุรกิจการพยากรณ์นั้น คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากมีอุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจค่อนข้างต่ำ เป็นผลมาจาก ศาสตร์แห่งการพยากรณ์สามารถเรียนรู้ได้ง่าย และช่องทางในการสื่อสารมีมากขึ้นทำให้เข้าถึงการพยากรณ์ได้ง่ายขึ้น

4.6 วิเคราะห์คู่แข่ง

4.6.1 นักพยากรณ์ที่มีสถานที่ประจำสำหรับการให้บริการ อัตราค่าบริการขึ้นอยู่กับสถานที่ที่นักพยากรณ์ใช้เป็นที่ประจำ อาทิเช่น ทำพระจันทร์ ค่าบริการอยู่ที่ 300 บาท ต่อคน ระยะเวลาในการให้บริการไม่เกิน 1 ชั่วโมง

4.6.2 นักพยากรณ์ที่ให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Facebook, Line) อัตราค่าบริการจะค่อนข้างสูง เนื่องจากลูกค้าจะได้รับความเป็นส่วนตัวที่ค่อนข้างสูง ต้องมีการจอบใจในการใช้บริการ

ส่วนใหญ่จะเป็นนักพยากรณ์ที่มีชื่อเสียง และมีช่องทางในการโฆษณาที่หลากหลาย เช่น นักพยากรณ์บางคนจะมี Channel ของตนเองอยู่ใน Youtube

4.6.3 www.myhora.com เป็นศูนย์รวมศาสตร์แห่งการพยากรณ์หลายๆ แขนง ไว้ในเว็บไซต์เดียวเมื่อลูกค้าต้องการรับคำพยากรณ์ที่เจาะจงหรือลึก ต้องมีการชำระค่าบริการเพิ่ม อีกทั้งมีการให้บริการพยากรณ์ผ่านทางโทรศัพท์ นาทีละ 15 บาท (ขั้นต่ำ 30 นาที)

4.7 รายละเอียดเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

ลักษณะด้านต่าง ๆ	นักพยากรณ์ที่ให้บริการตามสถานที่ต่าง ๆ	นักพยากรณ์ที่ให้บริการผ่านทางโทรศัพท์	นักพยากรณ์ที่ให้บริการผ่านโซเชียลมีเดีย	นักพยากรณ์ที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน OOM
รูปแบบการให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการพยากรณ์หลายศาสตร์ ต่อ 1 นักพยากรณ์ (แล้วแต่บุคคล) - ระยะเวลาในการให้บริการไม่จำกัด 	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการพยากรณ์หลายศาสตร์ ต่อ 1 นักพยากรณ์ (แล้วแต่บุคคล) - อาจมีปัญหาด้านสัญญาณโทรศัพท์, อุปกรณ์โทรศัพท์ - มีการจำกัดระยะเวลาในการให้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการพยากรณ์หลายศาสตร์ ต่อ 1 นักพยากรณ์ (แล้วแต่บุคคล) - อาจมีปัญหาด้านอินเทอร์เน็ต, อุปกรณ์โทรศัพท์ - มีการจำกัดระยะเวลาในการให้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการพยากรณ์หลายศาสตร์ - สามารถเลือกนักพยากรณ์ได้ - อาจมีปัญหาด้านอินเทอร์เน็ต, อุปกรณ์โทรศัพท์ - มีการจำกัดระยะเวลาในการให้บริการ
ช่องทางให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องเดินทางไปสถานที่ที่นักพยากรณ์ให้บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถรับบริการพยากรณ์ที่ใดก็ได้ - ต้องมีการนัดคิวพยากรณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถรับบริการพยากรณ์ที่ใดก็ได้ - ต้องมีการนัดคิวพยากรณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถรับบริการพยากรณ์ที่ใดก็ได้ - ไม่ต้องมีการนัดคิวพยากรณ์ เนื่องจากระบบจะแจ้งว่านักพยากรณ์ที่ผู้ใช้บริการสนใจว่างอยู่ หรือไม่
ความเป็นส่วนตัว	ต่ำ เนื่องจากมีผู้คนเดินผ่านไปมา และผู้มาใช้บริการ	สูง ในกรณีที่ผู้ใช้บริการอยู่ในที่ส่วนตัว	สูง ในกรณีที่ผู้ใช้บริการอยู่ในที่ส่วนตัว	สูง ในกรณีที่ผู้ใช้บริการอยู่ในที่ส่วนตัว
ราคา	ราคาค่อนข้างถูก ไปจนถึงสูงขึ้นอยู่กับสถานที่ที่นักพยากรณ์ให้บริการ	ราคาค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่เป็นนักพยากรณ์ที่ค่อนข้างมีชื่อเสียง	ราคาค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่เป็นนักพยากรณ์ที่ค่อนข้างมีชื่อเสียง	ราคาค่อนข้างถูกและคงที่ (350 บาท) ต่อ คน ต่อ 1 ชั่วโมง
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้าประจำ - ผู้ที่เดินผ่านไปมา และสนใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้าประจำ ที่ค่อนข้างมีฐานะ - ลูกค้าที่สนใจ ที่ค่อนข้างมีฐานะ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้าประจำ ที่ค่อนข้างมีฐานะ - ลูกค้าที่สนใจ ที่ค่อนข้างมีฐานะ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้าประจำ - ลูกค้าที่สนใจ
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> - อินเทอร์เน็ต (โซเชียลมีเดีย) - ปากต่อปาก 	<ul style="list-style-type: none"> - อินเทอร์เน็ต (โซเชียลมีเดีย) - ปากต่อปาก 	<ul style="list-style-type: none"> - อินเทอร์เน็ต (โซเชียลมีเดีย) - ปากต่อปาก - โทรศัพท์, วิทยุ - แผ่นพับ, นิตยสาร - แอปอื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - อินเทอร์เน็ต (โซเชียลมีเดีย) - ปากต่อปาก - โทรศัพท์, วิทยุ - แผ่นพับ, นิตยสาร - แอปอื่นๆ

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบคู่แข่ง

<p style="text-align: center;">ปัจจัยภายใน</p>	<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าบริการโดยเฉลี่ยต่ำกว่าคู่แข่ง 2. ความหลากหลายในการให้บริการ (ลูกค้าสามารถเลือกนักกายภาพบำบัดหรือศัลยกรรมได้ตามความพึงพอใจ) 3. ความน่าเชื่อถือและคุณภาพของนักกายภาพบำบัด 4. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค และช่องทางต่าง ๆ 5. มีโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจลูกค้าทุกเทศกาลสำคัญ 6. เครื่องหมายการค้า (Brand) ใช้สัญลักษณ์ โอม (ॐ) ซึ่งเป็นตัวอักษรศักดิ์สิทธิ์ 7. ใช้เทคโนโลยีทันสมัยในการให้บริการ 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลิกภาพ ประสบการณ์ส่วนตัวของนักกายภาพบำบัด 2. งบประมาณในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ค่อนข้างสูง 3. เนื่องจากธุรกิจเพิ่งเริ่มต้นผู้คนยังไม่รู้จักแอปพลิเคชันมากพอ 4. รายได้มาจากส่วนแบ่งของค่าบริการพยากรณ์หากนักกายภาพบำบัดไม่เข้ามาใช้บริการ แอปพลิเคชันจะได้รับผลกระทบในส่วนนี้ 5. ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาและพัฒนาเทคโนโลยีที่นำมาใช้สูง
<p style="text-align: center;">ปัจจัยภายนอก</p>	<p style="text-align: center;">โอกาส (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ลูกค้าสะดวกสอยในการเลือกใช้บริการ 2. สังคมเปิดรับศาสตร์แห่งการพยากรณ์มากขึ้น 3. ผู้คนใช้อินเทอร์เน็ตและสมาร์ตโฟนมากขึ้น 4. แบ่งเบาภาระความทุกข์ของลูกค้า 5. เทคโนโลยีทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น 	<p style="text-align: center;">กลยุทธ์เชิงรุก (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ลูกค้าได้ทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของนักกายภาพบำบัดที่สามารถเปิดเผยได้ให้มากที่สุด 2. ศึกษาและวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในแต่ละครั้ง 3. มาตราการเพิ่มแรงจูงใจให้นักกายภาพบำบัดเข้ามาให้บริการผ่านแอปพลิเคชันมากขึ้น 4. ศึกษาความต้องการของลูกค้าเพิ่มเติมโดยการทำแบบสอบถามหลังใช้บริการ
<p style="text-align: center;">อุปสรรค (Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่สามารถให้คำตอบได้ทุกคำถาม <p>เนื่องจากจรรยาบรรณของนักกายภาพบำบัด</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. ผู้คนจำนวนไม่น้อยเชื่อว่าศาสตร์การพยากรณ์เป็นเรื่องที่มงาย 	<p style="text-align: center;">กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงจรรยาบรรณของนักกายภาพบำบัดเบื้องต้น 2. ส่งเสริมความรู้ด้านโหราศาสตร์ผ่านช่องทางโซเชียลเน็ตเวิร์คอยู่เสมอ 	<p style="text-align: center;">กลยุทธ์เชิงรับ (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ศึกษาและวิเคราะห์คู่แข่งอยู่เสมอ พร้อมปรับกลยุทธ์ให้ก้าวหน้ากว่าคู่แข่ง 2. อบรมและพัฒนาบุคลิกภาพของนักกายภาพบำบัดและบุคลากรในองค์กร 3. ตรวจสอบ ควบคุม ดูแล คุณภาพในการให้บริการอยู่เสมอ

3. การชี้ช่องทางเทคนิคของเทคโนโลยี	<p>3. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ พร้อมรับทุกปัญหา</p> <p>4. สรรหาและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเพื่อให้บริการลูกค้า</p> <p>5. มีการให้ลูกค้าประเมินคุณภาพการให้บริการหลังใช้บริการเสมอ</p>	4. ปลูกสร้างจิตสำนึกรักองค์กร และให้รู้สึกว่ามีอนได้ทำงานกับครอบครัว
------------------------------------	---	--

ตารางที่ 2 SWOT Analysis และการจัดทำกลยุทธ์

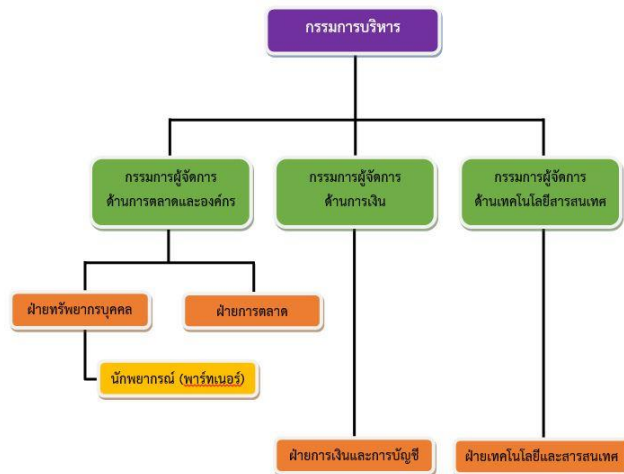
5. แผนการบริหารจัดการองค์กร

5.1 ข้อมูลธุรกิจ ที่ตั้ง

ชื่อกิจการแอปพลิเคชัน “ Oracle On Mobile ” หรือ OOM

ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ ถนนประชาชื่น แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อกรุงเทพมหานคร

ทุนจดทะเบียน 10,000,000 บาท



ภาพที่ 2 โครงสร้างองค์กร

5.2 วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นผู้นำในการให้บริการศูนย์รวมนักพยากรณ์และศาสตร์แห่งการพยากรณ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต”

5.3 พันธกิจ (Mission)

“มุ่งพัฒนาและให้บริการการพยากรณ์อย่างมีคุณภาพ เพื่อเป็นประโยชน์หรือเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างมีคุณธรรม”

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ โดยใช้การจัดการเชิงกลยุทธ์

1. กลยุทธ์ระดับองค์กร

ใช้กลยุทธ์เน้นการเจริญเติบโต (Growth Strategy) ถึงแม้ว่าธุรกิจการพยากรณ์นั้นจะมีอยู่อย่างแพร่หลายและมีการแข่งขันสูง แต่ธุรกิจที่รวบรวมนักพยากรณ์และศาสตร์แห่งการพยากรณ์แขนงต่างๆ ไว้ในที่เดียวนั้นยังมีน้อย โดยแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile ใส่ใจในการให้บริการการพยากรณ์ที่มีคุณภาพและคุณธรรม คุ่มค่ากับค่าบริการที่คนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้

2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

ใช้กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) เนื่องจากค่าบริการของแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile เป็นแบบคงที่และเป็นราคาเฉลี่ยที่ลูกค้าทุกกลุ่มสามารถรับได้ ถูกและคุ้มค่าง่าที่อื่นๆ ทั้งนี้ ยังเปี่ยมไปด้วยคุณภาพและคุณธรรมในการให้บริการ

ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation) เน้นความสะดวกสบายของลูกค้าที่ไม่ต้องเดินทางไปยังสถานที่ประจำของนักพยากรณ์ และทำให้ลูกค้าได้รับความเป็นส่วนตัวมากยิ่งขึ้น

3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่

กลยุทธ์ระดับหน้าที่มีขึ้นเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้ กลยุทธ์ระดับองค์กรและกลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ ประกอบด้วย 4 แผน คือ แผนการบริหารจัดการองค์กร แผนการตลาด แผนการผลิตและการดำเนินงาน และแผนการเงิน

4. กลยุทธ์ระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์

มุ่งเน้นการให้บริการอย่างมีคุณภาพและคุณธรรม จึงมีการจัดอบรม และสร้างแรงผลักดันในการทำงาน โดยมีค่าทำงานล่วงเวลา โบนัส ทำให้พนักงานเห็นว่ามีโอกาสในการก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีสวัสดิการที่เหมาะสมให้กับพนักงานและนักพยากรณ์ การบริหารงานอย่างเป็นธรรมอยู่กันอย่างเป็นครอบครัว

6. แผนการตลาด

6.1 เป้าหมายทางการตลาด

เป้าหมายระยะสั้น (ภายใน 1-3 ปี)

1. ทำให้ธุรกิจแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile เป็นที่รู้จัก จดจำ ร้อยละ 50 ของจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งประเทศ ภายใน 2 ปี
2. รักษาคุณภาพการให้บริการของแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile ที่ให้บริการคำทำนายอย่างมีคุณภาพและคุณธรรม
3. จากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต้องอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 80 ขึ้นไปให้ได้ภายใน 3 ปี

เป้าหมายระยะกลาง (ภายใน 4-6 ปี)

1. เปิดให้บริการลูกค้าชาวต่างชาติให้ได้ภายใน 4 ปี
2. มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ให้ทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป
3. ติด 1 ใน 200 การจัดอันดับแอปพลิเคชันที่มีการดาวน์โหลดมากที่สุด ทั้ง Play Store และ App Store

เป้าหมายระยะยาว (ภายในปีที่ 7 เป็นต้นไป)

1. เป็นผู้นำในการให้บริการศูนย์รวมนักพยากรณ์และศาสตร์แห่งการพยากรณ์แขนงต่างๆ อย่างแท้จริง มีส่วนแบ่งทางการตลาดติดอันดับ 1 ใน 3 ของธุรกิจเดียวกัน
2. ติด 1 ใน 100 การจัดอันดับแอปพลิเคชันที่มีการดาวน์โหลดมากที่สุด ทั้ง Play Store และ App Store
3. ชาวต่างชาติร้อยละ 30 รู้จักแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile

6.2. การกำหนดลูกค้ำเป้าหมาย

โดยวิธีทำแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) จำนวน 502 ชุดแบบสอบถาม สามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

- กลุ่มลูกค้ำส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย
- กลุ่มลูกค้ำส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน และกลุ่มนักเรียน นักศึกษา
- เรื่องที่สนใจดูตรงมากที่สุดคือ ความรัก รองลงมาคือ การงาน การเงิน และการเรียน

ตามลำดับ

- ระยะเวลาในการใช้บริการอยู่ที่ 30 นาที - 1 ชั่วโมง
- ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่อยู่ที่ 200 - 299 บาท
- สิ่งที่ไม่ชอบในการดูตรง คือ ราคาสูงเกินกว่าคุณภาพ และความไม่เป็นส่วนตัว
- ช่องทางในการดูตรง คือ ทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ สถานที่ประจำ
- สิ่งที่ทำให้เชื่อมั่นในตัวนักพยากรณ์ คือ บุคลิกภาพ ประสบการณ์ และใบรับรอง
- หากมีแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile ค่าบริการที่เหมาะสมควรอยู่ที่ 300 - 400 บาท ต่อ 1 ชั่วโมง (ร้อยละ 97.81)

- หากมีแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile จะทำให้สะดวกสบายและได้รับความเป็นส่วนตัวมากขึ้น (ร้อยละ 80.68)

- หากมีแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการอย่างแน่นอน (ร้อยละ 79.88)

6.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ด้านส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

1) ผลิตภัณฑ์ (Product)

แอปพลิเคชัน Oracle On Mobile มุ่งเน้นสร้างมิติใหม่ในการเป็นศูนย์รวมของนักพยากรณ์และศาสตร์แห่งการพยากรณ์แขนงต่างๆ ไว้ในที่เดียว โดยใช้วิธีการพยากรณ์แบบเห็นหน้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Video Call) เพื่อเพิ่มความเป็นส่วนตัวให้แก่ผู้ใช้บริการและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ

2) ราคา (Price)

เพื่อสนับสนุนให้เกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางด้านราคาการตั้งราคาของแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile ต้องต่ำกว่าคู่แข่งทางตรง โดยจะตั้งราคาเริ่มต้นอยู่ที่ 350 บาท ต่อ 1 ชั่วโมง (ส่วนแบ่งให้นักพยากรณ์ 245 บาท , แอปพลิเคชัน 105 บาท)

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สามารถเข้าถึงแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile ได้โดยดาวน์โหลดแอปพลิเคชันไว้บนสมาร์ทโฟน ที่ใด เวลาใด ก็ได้ โดยรูปแบบการทำงานของแอปพลิเคชันจะต้องเข้าใจง่าย มีความรวดเร็ว และต้องมีข้อขัดข้องให้น้อยที่สุด

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

(1) การโฆษณา มีการจัดงาน Grand Opening เปิดตัวแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile โดยเชิญผู้มีชื่อเสียงด้านโหราศาสตร์ เช่น อาจารย์ลักษณะ เลขานิเทศน์, วิว จิตลัมผัส, เจน ญาณทิพย์, ปู โลกเบี้ยว เข้ามาพูดคุยให้ความรู้เกี่ยวกับโหราศาสตร์

มีการโฆษณาแอปพลิเคชันผ่านสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต (โซเชียลเน็ตเวิร์ค) มีการจัดตั้งแฟนเพจ บน Facebook โดยจะมีนักพยากรณ์ผลัดเปลี่ยนมาให้ความรู้และพยากรณ์สด ๆ ผ่าน Facebook Live

(2) จัดให้โปรโมชั่นต่างๆ เทศกาลสำคัญ อาทิเช่น ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ เทศกาลวาเลนไทน์ เทศกาลตรุษจีน เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง เป็นต้น

(3) ส่งเสริมด้านสังคม มีการทำ CSR กับผู้ใช้บริการ มีการส่งการ์ดสวัสดิ์ปีใหม่ ให้กับผู้ใช้บริการ มีการส่งข้อความอวยพรวันเกิดให้ผู้ใช้บริการ

6.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

ตราชื่อ (Brand Name)

“Oracle On Mobile” หรือ OOM อ่านว่า โอม ซึ่งพ้องเสียงกับคำว่า โอม ในภาษาสันสกฤต (ॐ) ซึ่งถือเป็นเสียงศักดิ์สิทธิ์และสัญลักษณ์ทางจิตวิญญาณในศาสนาแบบอินเดีย นอกจากนี้ยังเป็นมนตร์ (mantra) ในศาสนาฮินดู ศาสนาพุทธ อีกด้วย และเพื่อเป็นการส่งต่อสิ่งดีงามและความเป็นมงคลให้แก่ผู้ใช้บริการ สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการว่าจะได้รับคำทำนายที่มีคุณภาพและมีคุณธรรม

ตรา (Logo)



สโลแกน (Slogan)

“ สะดวก รวดเร็ว แม่นยำ มีคุณธรรม ทันสมัย ”

7. แผนการผลิตและการดำเนินงาน

7.1 ขั้นตอนการใช้บริการแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile

ขั้นตอนที่ 1 ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile

ขั้นตอนที่ 2 สมัครสมาชิก กรอกข้อมูลวัน/เดือน/ปี เกิด

ขั้นตอนที่ 3 เติมเงินเข้า Wallet ของแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile โดยทำการยืนยันหลักฐานการโอนเงินผ่านทางแชทของแฟนเพจ หรือ Line : @OracleOnMobile โดยจะใช้เวลาไม่เกิน 15 นาที

ขั้นตอนที่ 4 เมื่อมีเงินใน Wallet แล้ว สามารถเลือกนักรพยากรณ์ที่พร้อมให้บริการ โดยมีแพ็คเกจให้เลือกตั้งแต่ 1 ดาว ถึง 3 ดาว และสามารถตรวจสอบประวัติการพยากรณ์และการรีวิวได้ในขั้นตอนนี้ด้วย

ขั้นตอนที่ 5 เมื่อเลือกบริการพยากรณ์แล้ว เงินใน Wallet จะถูกหักอัตโนมัติ และเริ่มต้นการพยากรณ์โดยจะใช้เวลาในการพยากรณ์ขั้นต่ำตั้งแต่ 30 นาที จนถึง 1 ชั่วโมง

ขั้นตอนที่ 6 เมื่อการพยากรณ์แล้วเสร็จ จะมีข้อความให้ผู้ใช้บริการประเมิน หลังจากนั้นเงินส่วนแบ่งค่าพยากรณ์จะถูกโอนเข้าบัญชีของนักรพยากรณ์อัตโนมัติภายใน 15 นาที หลังการพยากรณ์แล้วเสร็จ

8. แผนการเงิน

8.1 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

จากงบกำไรขาดทุนจะเห็นได้ว่า ในปีที่ 1 ของกิจการรายได้ของแอปพลิเคชันยังไม่มากนักจนทำให้กิจการขาดทุน เนื่องจากใช้งบประมาณค่อนข้างสูงในการโฆษณาแอปพลิเคชันให้เป็นที่รู้จัก รวมถึงจำนวนนักรพยากรณ์ที่ให้บริการในช่วงปีแรกมีเพียง 25 คน แต่ในปีที่ 2 นักรพยากรณ์มีเพิ่มขึ้นเป็น 50 คน ทำให้รายได้ของแอปพลิเคชันเพิ่มสูงขึ้นกว่าร้อยละ 50 และทำให้กิจการมีกำไรอย่างแท้จริงได้ในปีที่ 4 ของกิจการ

ตารางที่ 3 งบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1 (ปี 2562)	ปีที่ 2 (ปี 2563)	ปีที่ 3 (ปี 2564)	ปีที่ 4 (ปี 2565)
รายได้				
รายได้จากการพยากรณ์	3,026,490	4,538,010	4,991,811	5,740,583
รายได้จากการให้เช่าพื้นที่โฆษณา	887,500	1,080,000	1,080,000	1,080,000
รวม รายได้	3,913,990	5,618,010	6,071,811	6,820,583
หัก ต้นทุนสินค้า/บริการ	(1,020,000)	(1,029,600)	(1,048,992)	(1,078,664)
กำไรขั้นต้น	2,893,990	4,588,410	5,022,819	5,741,919
หัก ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(4,287,000)	(3,836,920)	(3,837,158)	(3,898,724)
กำไรจากการดำเนินการ	- 1,393,010	751,490	1,185,661	1,843,195
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	- 1,393,010	751,490	1,185,661	1,843,195
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล*	-	112,724	177,849	276,479
กำไรสุทธิ (หลังหักภาษี)	- 1,393,010	638,766	1,007,812	1,566,716
หัก เงินปันผลจ่าย (ร้อยละ 20)	-	(127,753)	(201,562)	(313,343)
กำไรสะสม	- 1,393,010	511,013	806,249	1,253,373

9. แผนจัดการความเสี่ยง แผนฉุกเฉิน และแผนในอนาคต

ตารางที่ 4 แผนจัดการความเสี่ยง

ลำดับ	ความเสี่ยง	สาเหตุ	โอกาสที่จะเกิด ความเสี่ยง	ผลกระทบจาก ความเสี่ยง	คะแนน	ความเร่งด่วน	แผนการจัดการความเสี่ยง
1	รายได้และจำนวนผู้ใช้บริการ ลดลง	<ul style="list-style-type: none"> - การตลาดของผู้แข่งขันน่าสนใจ - การไม่สามารถรับรู้แบรนด์ - ต้นทุนการบริการสูงขึ้น - คุณภาพของการบริการ 	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>1</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>2</p>	<p>4</p> <p>4</p> <p>6</p> <p>2</p>	<p>ต่ำ</p> <p>ต่ำ</p> <p>ปานกลาง</p> <p>ต่ำมาก</p>	<ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์การตลาดของผู้คู่แข่ง - ส่งเสริมการโฆษณา - ใช้ทรัพยากรที่มีให้คุ้มค่า - เข้มงวดในการคัดเลือกนัก พยาบาล และตรวจสอบคุณภาพ อย่างสม่ำเสมอ
2	ชื่อเสียงของแอฟพลีเคชั่น เสียหาย	<ul style="list-style-type: none"> - การร้องเรียนจากลูกค้า 	3	2	6	ปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> - แก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน พร้อม หาวิธีรับมือในอนาคต
3	นักพยาบาลไม่เพียงพอต่อ ความต้องการของลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> - นักพยาบาลมีจำนวนน้อย - การต่อรองของนักพยาบาล - ผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 	<p>1</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p>3</p> <p>3</p> <p>2</p>	<p>3</p> <p>6</p> <p>4</p>	<p>ต่ำ</p> <p>ปานกลาง</p> <p>ต่ำ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - แผนการเพิ่มนักพยาบาลใน อนาคต - ให้ค่าตอบแทนและมีมาตรการ ดูแลนักพยาบาลอย่างเหมาะสม
4	แอฟพลีเคชั่นไม่สามารถ ให้บริการได้	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบอินเทอร์เน็ตช้า - เซิร์ฟเวอร์ช้า 	<p>3</p> <p>3</p>	<p>5</p> <p>5</p>	<p>15</p> <p>15</p>	<p>สูง</p> <p>สูง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีเซิร์ฟเวอร์มากกว่า 1 แห่ง - แก้ไขข้อขัดข้องให้เร็วที่สุด
5	แอฟพลีเคชั่นไม่สามารถ ให้บริการได้ในต่างประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> - ทักษะภาษาของนักพยาบาล - กฎหมายของต่างประเทศ 	<p>2</p> <p>2</p>	<p>4</p> <p>3</p>	<p>8</p> <p>6</p>	<p>ปานกลาง</p> <p>ปานกลาง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาคุณภาพนักพยาบาล - ศึกษากฎหมายของแต่ละประเทศ

9.1 แผนฉุกเฉิน

9.1.1 รายได้และจำนวนผู้ใช้บริการลดลง

1. ศึกษากลยุทธ์ของคู่แข่งอยู่เสมอและสร้างจุดเด่นให้แบรนด์ เป็นที่จดจำ เน้นการให้บริการ คุณภาพ ความสะดวกสบาย ความทันสมัย ราคาไม่แพง รวมถึงการโฆษณาและการใช้ฟรีเซนเซอร์ที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์

2. มีการตรวจสอบการให้บริการอยู่เสมอ ทำให้ทุกปัญหาการร้องเรียนสามารถหาทางออกและเหตุผลที่ดีให้แก่ผู้ที่ร้องเรียนได้เสมอ

3. นำเทคโนโลยีที่ใหม่และทันสมัยที่สุด มาให้บริการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการให้บริการและเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า

9.1.2 การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้บริการ

เนื่องจากจำนวนนักพยากรณ์ที่ให้บริการมีเพียง 25 คน ในปีแรก โดยในปีที่ 2 ถึงปีที่ 4 มีจำนวนนักพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 50 คน ซึ่งต้องจำกัดจำนวนนักพยากรณ์เพื่อให้การควบคุมคุณภาพการให้บริการเป็นไปได้ง่าย

9.1.3 ปัญหาขัดข้องทางเทคนิคของอุปกรณ์เซิร์ฟเวอร์

การขัดข้องทางเทคนิคอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา จึงมีเซิร์ฟเวอร์ถึง 4 จุดทั่วประเทศ ทำให้เมื่อระบบเซิร์ฟเวอร์ขัดข้องแอปพลิเคชันสามารถดึงข้อมูลจากแหล่งเซิร์ฟเวอร์อื่นได้ ทำให้การให้บริการไม่ติดขัด

9.1.4 การลาออกจากแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile ของนักพยากรณ์

นักพยากรณ์ต้องการส่วนแบ่งรายได้เพิ่มขึ้นและออกจากแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile แต่อย่างไรก็ดี แอปพลิเคชันมีมาตรการจูงใจโดยมีกองทุนช่วยเหลือนักพยากรณ์ที่ประสบภัย ทั้งนี้ต้องผ่านหลักเกณฑ์ในการพิจารณาด้วย

9.2 แผนในอนาคต

9.2.1 การเพิ่มจำนวนนักพยากรณ์ที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้เหมาะสม

9.2.2 การให้บริการแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile ในต่างประเทศ รูปแบบของแอปพลิเคชันอาจมีเปลี่ยนแปลงเนื่องจากต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด และกฎหมายของประเทศนั้น ๆ อย่างไรก็ตามนักพยากรณ์ที่จะให้บริการลูกค้าต่างชาติได้ต้องผ่านการทดสอบทางด้านโหราศาสตร์ จิตวิทยา และด้านภาษา

9.2.3 การให้ความรู้ด้านโหราศาสตร์อย่างต่อเนื่อง แอปพลิเคชัน Oracle On Mobile มุ่งเน้นให้บริการการพยากรณ์ดวงชะตา แต่ไม่ต้องการให้ลูกค้าหรือคนทั่วไปมายุ่งต่อเรื่องดังกล่าวมากเกินไป จึงจัดนักพยากรณ์หรือผู้มีความรู้แขนงต่าง ๆ หมุนเวียนกันเข้ามาให้ความรู้ผ่านแฟนเพจ Facebook Live

9.2.4 เนื่องจากแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile มีสำนักงานใหญ่ จึงมีแนวคิดที่จะให้นักพยากรณ์บริการการพยากรณ์ในสถานที่ดังกล่าวด้วย เพื่อความสะดวกของลูกค้า อีกทั้งแนวความคิดนี้ทำให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน Oracle On Mobile ได้แก่

- ธุรกิจ OOM Café คือ ธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องดื่มและขนมหวานสำหรับผู้ที่มาใช้บริการการพยาบาลที่สำนักงานใหญ่ รวมไปถึงผู้ที่ผ่านไปมาต้องการรับประทาน น้ำชา กาแฟ ขนมหวานที่อร่อยและมีคุณภาพ ทั้งนี้ จะมีการให้คำทำนายและความรู้เกี่ยวกับส่วนผสม เช่น สมุนไพรตัวใด เหมาะกับคนกรุ๊ปเลือดใด หรือราศีใด การมีคำทำนายสั้น ๆ ได้แก้วกาแฟ เป็นต้น

- ธุรกิจ OOM Massage คือ ธุรกิจเกี่ยวกับการนวดกดจุด และสปา โดยใช้หลักโหราศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการนวด เช่น การนวดกดจุดแบบจีน การนวดด้วยสมุนไพร การนวดเท้าที่มีความสัมพันธ์กับอวัยวะส่วนอื่นในร่างกาย เป็นต้น

บรรณานุกรม

ความหมายของโหราศาสตร์.//สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2561,/จาก/ <https://th.wikipedia.org/wiki/โหราศาสตร์>

ความหมายของโหราศาสตร์.//สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2561,/จาก/
<https://sunwasa.wordpress.com/tag/โหราศาสตร์คืออะไร>

ความหมายของโหราศาสตร์.//สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2561,/จาก/
<https://www.gotoknow.org/posts/311254>

การใช้อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนในประเทศไทย ปี 2561.//สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2561,/จาก/
<https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/thailand-digital-in-2018>

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.).//(2561).//

ETDA เปิดพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 61.//สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2561,/จาก/
<https://www.etda.or.th/content/etda-reveals-thailand-internet-user-profile-2018.html>

ความหมายของโอม (ॐ).//สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2561,/จาก/<https://th.wikipedia.org/wiki/โอม>