



มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
Occupational Standard and Professional Qualifications

มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

จัดทำโดย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

1. ชื่อมาตรฐานอาชีพ

มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

2. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐาน

N/A

3. ทะเบียนอ้างอิง (Imprint)

N/A

4. ข้อมูลเบื้องต้น

เมื่อกล่าวถึงทิศทางการพัฒนาของโลกและการพัฒนาประเทศไทย

เพื่อรองรับการพัฒนาอย่างยั่งยืนการจัดการพื้นที่สีเขียวเป็นปัจจัยหลักหนึ่งที่ขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เนื่องจากจะส่งผลดีต่อสภาพแวดล้อม สิ่งแวดล้อม ไร้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดแบบรู้คุณค่า ลดภาวะโลกร้อน ป้องกันการเกิดภาวะเรือนกระจก และเป็นการยกระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิต

ความหมาย คำจำกัดความและการจำแนกประเภทของพื้นที่สีเขียว มีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความต้องการและการกำหนดลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้นๆ พื้นที่สีเขียวอาจหมายถึงพื้นที่ภายนอกที่มีต้นไม้จำนวนมาก (Bonsignore, 2003) และพื้นที่ที่มีสภาพกึ่งธรรมชาติ (Jim and Chen, 2003) หรืออาจเป็นพื้นที่ว่างในเขตเมือง (Beatley, 2000) ทั้งนี้ พื้นที่สีเขียวอาจหมายถึง พื้นที่ที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินตามธรรมชาติ หรือมนุษย์ได้มีการเพาะปลูกพืชในบริเวณอาคารหรือบริเวณพื้นที่ที่วางแผนไว้ (Wu, 1999) การจัดการพื้นที่สีเขียวจึงควรครอบคลุมทั้งในเขตเมืองและชุมชนต่างๆ เขตที่อยู่อาศัย เขตสถานประกอบการ นิคมอุตสาหกรรมหรือเขตเศรษฐกิจ ดังนั้น กิจกรรมการจัดการพื้นที่จึงมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ ความสำเร็จซึ่งเกิดขึ้นในทั้ง 3 ระดับ ได้แก่ ระดับปฏิบัติการ ระดับกลยุทธ์ และระดับนโยบาย จะเกิดจากความร่วมมือจากหลายภาคส่วนเพื่อระดมความรู้ความคิดความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ได้แก่ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้ปฏิบัติงาน กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มสมาคมวิชาชีพต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว เพื่อนำไปสู่การจัดทำมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพที่ชัดเจนและครอบคลุม

จากการศึกษา พบว่าจำนวนบุคลากรแรงงานซึ่งทำงานอยู่ในกลุ่มสาขาวิชาชีพ การจัดการพื้นที่สีเขียวมีปริมาณมากถึงกว่า 10 ล้านคน กระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งนี้ จำนวนกว่าร้อยละ 50 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และร้อยละ 60 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาในระดับต่ำกว่าถึงระดับมัธยมศึกษา เห็นได้ว่ากลุ่มบุคลากรแรงงานในกลุ่มสาขาวิชาชีพการจัดการพื้นที่สีเขียว เป็นกลุ่มบุคคลที่มีทักษะวิชาชีพซึ่งต้องการได้รับการรับรองมาตรฐานสมรรถนะการปฏิบัติงาน หรือการกำหนดมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานวิชาชีพให้กับบุคคลในวิชาชีพ ซึ่งครอบคลุมถึงการกำหนดฐานสมรรถนะบุคคล การวัดและประเมิน การฝึกอบรม และการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ

การจัดการพื้นที่สีเขียวความต้องการบริหารจัดการที่มีความเกี่ยวข้องกับพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อม ทั้งด้านการประหยัดพลังงาน การประหยัดน้ำ การเพิ่มพื้นที่สีเขียว การป้องกันน้ำฝนไหลหลาก เช่น การกำหนดให้พื้นที่ 50 เปอร์เซ็นต์ของพื้นที่ที่เปิดโล่ง จะต้องเป็นพื้นที่สีเขียวที่น้ำซึมไหลผ่านได้ กลไกที่เกิดขึ้นนี้ได้อาจสร้างแรงจูงใจให้เกิดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

การดำเนินการบริหารจัดการธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องจากจะส่งผลดีต่อสภาพแวดล้อม สิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดแบบรู้คุณค่าแล้วยังช่วยลดภาวะโลกร้อน การป้องกันการเกิดภาวะเรือนกระจกได้ด้วยและยังส่งผลดีต่อสภาพแวดล้อม สิ่งแวดล้อมของประเทศ ทั้งยังเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในประเทศอีกด้วย

สำหรับประเทศไทยก็ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาพื้นที่สีเขียวในเขตเมือง ดังจะเห็นได้จากการมีกรอบแผนการพัฒนาพื้นที่สีเขียวไว้ทั้งในแผนพัฒนาระดับประเทศและในระดับท้องถิ่นหลายครั้งด้วยกัน อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากร และได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564) โดยการกำหนดแนวทางการพัฒนา การสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมการผลิต การลงทุน และการสร้างงานสีเขียวเพื่อยกระดับประเทศสู่เศรษฐกิจและสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนากลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมสีเขียว ส่งเสริมผู้ประกอบการให้สามารถปรับระบบห่วงโซ่อุปทานหรือห่วงโซ่คุณค่าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Supply Chain /Green Value Chain) ส่งเสริมการทำการเกษตรกรรมยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมภาคบริการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย เพื่อให้ประเทศไทยมีศักยภาพให้มีความก้าวหน้ามากขึ้นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ ความพยายามในอันที่จะเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเขตชุมชนของประเทศไทย ซึ่งได้ริเริ่มมาเป็นเวลานานแล้ว แต่ยังไม่ได้มีการหามาตรการที่เหมาะสมและสามารถที่จะนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม สาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากระบบการบริหารจัดการในเรื่องพื้นที่สีเขียวยังขาดการบูรณาการของหน่วยงานทั้งในระดับการวางแผนและระดับปฏิบัติ ทั้งภาครัฐและเอกชน และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการพื้นที่สีเขียวยังไม่ตกผลึก เนื่องจากแนวความคิดเรื่องการจัดการพื้นที่สีเขียว ยังเป็นองค์ความรู้ที่หลากหลายไม่เป็นเอกภาพ ประกอบกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนั้นยังมีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าและความสำคัญของพื้นที่สีเขียวที่แตกต่างกันทำให้การกำหนดยุทธศาสตร์หรือแผนการบริหารจัดการไม่ได้คำนึงถึงการเพิ่ม

ลดดูแลรักษาพื้นที่สีเขียว นอกจากนั้นกระบวนการจัดทำแผนแม่บทในการบริหารจัดการพื้นที่สีเขียว ยังไม่มีการนำไปประยุกต์ใช้กันอย่างจริงจัง การบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ยังไม่มียุทธศาสตร์และแนวคิดด้านการวางแผนพื้นที่สีเขียวที่บูรณาการอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งขาดการสร้างความรู้สู่ภาคส่วนต่างๆ โดยเฉพาะประชาชนและชุมชน

จึงขาดความเชื่อมโยงหรือความต่อเนื่องในการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือในการทำงานด้านพื้นที่สีเขียว อีกทั้งการขยายตัวของชุมชนเมืองอย่างรวดเร็ว ทำให้ชุมชนเมืองหลายแห่งขาดแคลนพื้นที่สีเขียวที่เหมาะสมกับสัดส่วนของประชากร ประกอบกับการสนับสนุนงบประมาณและแหล่งเงินทุนที่ไม่เพียงพอ ทำให้พื้นที่สีเขียวบางแห่งขาดการดูแลอย่างทั่วถึงและมีความต่อเนื่อง จึงทำให้มีสภาพทรุดโทรมและรกร้าง สัดส่วนพื้นที่สีเขียวต่อประชากรอยู่ในเกณฑ์ต่ำ นอกจากนี้กลไกหรือเครื่องมือที่นำไปสู่การปฏิบัติยังไม่มีประสิทธิภาพ ขาดมาตรการจูงใจในการเพิ่มพื้นที่สีเขียว

และมีข้อจำกัดของงบประมาณบริหารจัดการพื้นที่สีเขียวของชุมชน รวมถึงข้อจำกัดของค่านิยมและข้อกฎหมายเกี่ยวกับพื้นที่ที่ยังไม่ครอบคลุม

ทำให้การบังคับใช้กฎหมายยังไม่สัมฤทธิ์ผล ดังนั้น การบูรณาการศาสตร์และองค์ความรู้ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเศรษฐกิจ สังคม

และสิ่งแวดล้อมเพื่อมาประยุกต์ใช้กับการจัดการพื้นที่สีเขียวในเขตเมืองจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งจะช่วยให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการพื้นที่สีเขียวได้ในอนาคต

5. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐานในแต่ละครั้ง

การทบทวนมาตรฐานอาชีพตามกรอบคุณวุฒិวิชาชีพ (8 ระดับ) ครั้งที่ 1/2566

6. ครั้งที่

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

1. การปรับระดับคุณวุฒิวิชาชีพ

- 1.1 อาชีพเจ้าหน้าที่จัดเตรียมวัสดุและทรัพยากรพื้นที่สีเขียว ระดับ 1-3 เป็นระดับ 3 - 4
- 1.2 อาชีพนักจัดการเครื่องมืออุปกรณ์พื้นที่สีเขียว ระดับ 1-3 เป็นระดับ 3 - 4
- 1.3 อาชีพนักตกแต่งสวนสาธารณะ ระดับ 1-3 เป็นระดับ 3 - 4
- 1.4 อาชีพนักบำรุงรักษาสวนสาธารณะ ระดับ 1-3 เป็นระดับ 3 - 4

2. การทบทวนการเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ

7. คุณวุฒิวิชาชีพที่ครอบคลุม (Professional Qualifications included)

สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 3

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

9. หน่วยสมรรถนะทั้งหมดในมาตรฐานอาชีพ (List of All Units of Competence within this Occupational Standards)

รหัสหน่วยสมรรถนะ	เนื้อหา
0131	ประเมินสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
0132	ประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด
0133	ประเมินความต้องการของลูกค้าต่อการจัดพื้นที่สีเขียว

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 3

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

เป็นหน่วยสมรรถนะที่ผู้ปฏิบัติงานมีทักษะในการปฏิบัติงานประจำขั้นพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียววิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาดวิเคราะห์สถานการณ์ด้านผลิตภัณฑ์วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการแข่งขันวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการจัดจำหน่ายประเมินสถานการณ์ด้านการตลาดรายงานผลการประเมินสถานการณ์ด้านการตลาดกำหนดเครื่องมือในการวิเคราะห์ตลาดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วยเครื่องมือ SWOT วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดด้วยเครื่องมือ STP

Step กำหนดขอบเขตวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าประเมินความต้องการของลูกค้ารายงานผลการประเมินความต้องการของลูกค้า กำหนดขอบเขตแผนการตลาดธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียวนำเสนอสถานการณ์ทางการตลาดประเมินโอกาสทางการตลาดกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดกำหนดกลยุทธ์ทำ

การตลาดจัดทำแผนการดำเนินงานจัดทำแผนทางการเงินจัดทำแผนควบคุมการปฏิบัติงานรายงานแผนการตลาดธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียวโดยมีกระบวนการคิดและปฏิบัติงานที่หลากหลาย สามารถแก้ปัญหาทางเทคนิคควบคู่กับการใช้คู่มือ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายใต้การแนะนำของผู้บังคับบัญชาเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

ผู้ที่เข้าสู่คุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 3 ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

- สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือเทียบเท่าในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง
หรือ สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือเทียบเท่าในสาขาที่เกี่ยวข้อง และมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 1 ปีอย่างต่อเนื่อง
หรือ สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) หรือเทียบเท่า และมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 3 ปีอย่างต่อเนื่อง
หรือ สำเร็จการศึกษาดำรงระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) หรือเทียบเท่า และมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 5 ปีอย่างต่อเนื่อง
- ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิ สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 3 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 3 ทั้ง 3 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

นักการตลาด

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

- 0131 ประเมินสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
- 0132 ประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด
- 0133 ประเมินความต้องการของลูกค้าต่อการจัดพื้นที่สีเขียว

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่

1. ตารางแสดงหน้าที่ 1

ประกาศใช้ ณ 11/10/2566

ตาราง 1 : FUNCTIONAL MAP แสดง KEY PURPOSE , KEY ROLES , KEY FUNCTION

ความมุ่งหมายหลัก Key Purpose	บทบาทหลัก Key Roles		หน้าที่หลัก Key Function	
	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
สร้างและยกระดับมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ ธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียวให้เป็นที่ยอมรับในระดับชาติ และระดับสากล	01	การวิเคราะห์ความคุ้มค่าและความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	013	จัดการการตลาดธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

คำอธิบาย ตารางแผนผังแสดงหน้าที่เป็นแผนผังที่ใช้วิเคราะห์หน้าที่งานเพื่อให้ได้หน้าที่หลัก (Key Function)

2. ตารางแสดงหน้าที่ 1 (ต่อ)

ประกาศใช้ ณ 11/10/2566

ตาราง 2 : FUNCTIONAL MAP แสดง KEY FUNCTION , UNIT OF COMPETENCE , ELEMENT OF COMPETENCE

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence	
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
013	จัดการการตลาดธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	0131	ประเมินสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	01311	วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
				01312	วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาด
				01313	วิเคราะห์สถานการณ์ด้านผลิตภัณฑ์
				01314	วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการแข่งขัน
				01315	วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการจัดจำหน่าย
				01316	ประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด
				01317	รายงานผลการประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด
		0132	ประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด	01321	กำหนดเครื่องมือในการวิเคราะห์ตลาด
				01322	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วยเครื่องมือ SWOT
				01323	วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดด้วยเครื่องมือ STP Step
		0133	ประเมินความต้องการของลูกค้าต่อการจัดพื้นที่สีเขียว	01331	กำหนดขอบเขตวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
				01332	วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
				01333	ประเมินความต้องการของลูกค้า
				01334	รายงานผลการประเมินความต้องการของลูกค้า

คำอธิบาย

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่ (ต่อ) เป็นแผนผังที่ใช้วิเคราะห์หน้าที่งานหลังจากได้หน้าที่หลัก (Key Function) เพื่อให้ได้ หน่วยสมรรถนะ (Unit of Competence) และหน่วยสมรรถนะย่อย (Element of Competence)

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 0131
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
3. ทบทวนครั้งที่ 1 / 2566
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO-08 รหัสอาชีพ 2431 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านโฆษณาและการตลาด

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

เป็นหน่วยสมรรถนะที่ผู้ปฏิบัติงานมีทักษะในการปฏิบัติงานประจำขั้นพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียววิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาดวิเคราะห์สถานการณ์ด้านผลิตภัณฑ์วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการแข่งขันวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการจัดจำหน่าย ประเมินสถานการณ์ด้านการตลาดรายงานผลการประเมินสถานการณ์ด้านการตลาดโดยมีกระบวนการคิดและปฏิบัติงานที่หลากหลาย สามารถแก้ปัญหาทางเทคนิคควบคู่กับการใช้คู่มือ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายใต้การแนะนำของผู้บังคับบัญชาเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

10. ข้อกำหนดหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Licensing or Regulation Related) (ถ้ามี)

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01311 วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	1.1 อธิบายแนวคิดทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว 1.2 ระบุขอบเขตการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด 1.3 จำแนกสาระสำคัญในประเด็นการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01312 วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาด	2.1 อธิบายขอบเขตของสถานการณ์ด้านการตลาด 2.2 วิเคราะห์ขนาดของตลาด และแนวโน้มการเติบโตของตลาด	ข้อสอบข้อเขียน
01313 วิเคราะห์สถานการณ์ด้านผลิตภัณฑ์	3.1 อธิบายขอบเขตของสถานการณ์ด้านผลิตภัณฑ์ 3.2 วิเคราะห์ยอดขายสินค้าในรูปปริมาณและมูลค่า 3.3 วิเคราะห์ผลกำไรต่อผลิตภัณฑ์	ข้อสอบข้อเขียน
01314 วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการแข่งขัน	4.1 อธิบายขอบเขตของสถานการณ์ด้านการแข่งขัน 4.2 วิเคราะห์คู่แข่ง ทั้งด้านขนาด จำนวน ส่วนแบ่งตลาดจุดแข็งจุดอ่อน คุณภาพผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ทางการตลาด และพฤติกรรม 4.3 ระบุเนื้อหาการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นของการวิเคราะห์คู่แข่ง	ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01315 วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการจัดจำหน่าย	5.1 อธิบายขอบเขตของสถานการณ์ด้านการจัดจำหน่าย 5.2 อธิบายความสำคัญของแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย 5.3 ระบุขนาดของแต่ละช่องทางจัดจำหน่าย	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01316 ประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด	6.1 ระบุองค์ประกอบที่ต้องประเมินในการประเมินสถานการณ์ทางการตลาด 6.2 ประยุกต์ใช้ความรู้และผลวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดมาประเมินสถานการณ์ทางการตลาดธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01317 รายงานผลการประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด	7.1 อธิบายแนวการประเมินตามผลการวิเคราะห์ของแต่ละสถานการณ์ 7.2 ระบุรูปแบบการนำเสนอในรายงานผลการประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด 7.3 จัดทำรายงานผลการประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด	ข้อสอบข้อเขียน แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะประเมินสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
2. ทักษะในการสื่อสาร
3. ทักษะการใช้โปรแกรมเพื่อสนับสนุนงาน

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. แนวความคิดด้านการตลาด
2. การประเมินความต้องการของลูกค้า
3. การประเมินสถานการณ์ทางการตลาด
4. การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน
5. การรายงานผลการประเมินความต้องการของลูกค้าและสถานการณ์ตลาด

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. แฟ้มสะสมผลงาน (Portfolio)

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. หนังสือรับรองประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ด้านการแข่งขันด้านการจัดจำหน่าย ประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด รายงานผลการประเมินสถานการณ์ด้านการตลาดจากนายจ้าง หรือ

2. หนังสือรับรองผ่านการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ด้านการแข่งขันด้านการจัดจำหน่าย ประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด รายงานผลการประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด หรือ

3. หากไม่มีหลักฐานความรู้ตามข้อ 1 และ 2 ข้างต้น

ต้องมีแฟ้มสะสมผลงานที่มีข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ด้านการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ด้านการแข่งขันด้านการจัดจำหน่าย ประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด รายงานผลการประเมินสถานการณ์ด้านการตลาด และสามารถใช้โปรแกรม Microsoft Office ในการทำงาน

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
2. พิจารณาหลักฐานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานด้านความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบปรนัย
2. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบอัตนัย
3. แฟ้มสะสมผลงาน
4. การสัมภาษณ์

15. ขอบเขต (Range Statement)

N/A

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

- 18.1 การประเมินความรู้ ด้วยข้อสอบปรนัย 4 ตัวเลือก และข้อสอบแบบอัตนัย
- 18.2 แฟ้มสะสมผลงาน
- 18.3 การสอบสัมภาษณ์

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 0132
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด
3. ทบทวนครั้งที่ 1 / 2566
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO-08 รหัสอาชีพ 2431 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านโฆษณาและการตลาด

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

เป็นหน่วยสมรรถนะที่ผู้ปฏิบัติงานมีทักษะในการปฏิบัติงานประจำขั้นพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับการกำหนดเครื่องมือในการวิเคราะห์ตลาดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วยเครื่องมือ SWOT วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดด้วยเครื่องมือ STP Step โดยมีกระบวนการคิดและปฏิบัติงานที่หลากหลาย สามารถแก้ปัญหาทางเทคนิคควบคู่กับการใช้คู่มือ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายใต้การแนะนำของผู้บังคับบัญชาเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

10. ข้อกำหนดหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Licensing or Regulation Related) (ถ้ามี)

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01321 กำหนดเครื่องมือในการวิเคราะห์ตลาด	1.1 อธิบายความหมายของ SWOT เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด 1.2 อธิบายความหมายของ STP Step เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด 1.3 จำแนกความแตกต่างของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและสถานการณ์ทางการตลาด 1.4 เลือกใช้เครื่องมือ SWOT หรือ STP Step ในสถานการณ์ที่แตกต่างกันได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01322 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วยเครื่องมือ SWOT	2.1 อธิบายหลักการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม 2.2 อธิบายหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ SWOT 2.3 เลือกใช้หลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วย SWOT ในสถานการณ์ต่างๆ ได้	ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01323 วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดด้วยเครื่องมือ STP Step	3.1 อธิบายหลักการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด เพื่อนำไปสู่การวางแผนทางการตลาด ด้วยเครื่องมือ STP Step 3.2 เลือกใช้หลักการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ด้วย STP Step ในสถานการณ์ต่างๆได้	ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด
2. ทักษะในการสื่อสาร
3. ทักษะการใช้โปรแกรมเพื่อสนับสนุนงาน

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและระบบการตลาด
2. องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางการตลาด
3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด Marketing Environment Analysis

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. แฟ้มสะสมผลงาน (Portfolio)

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. หนังสือรับรองประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการกำหนดเครื่องมือในการวิเคราะห์ตลาดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วยเครื่องมือ SWOT ด้วยเครื่องมือ STP Step จากนายจ้าง หรือ
2. หนังสือรับรองผ่านการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเครื่องมือในการวิเคราะห์ตลาดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วยเครื่องมือ SWOT ด้วยเครื่องมือ STP Step หรือ
3. หากไม่มีหลักฐานความรู้ตามข้อ 1 และ 2 ข้างต้น
ต้องมีแฟ้มสะสมผลงานที่มีข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการกำหนดเครื่องมือในการวิเคราะห์ตลาดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วยเครื่องมือ SWOT ด้วยเครื่องมือ STP Step และสามารถโปรแกรม Microsoft Office ในการทำงาน

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินควรประเมินเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เครื่องมือวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด
2. พิจารณาหลักฐานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานด้านความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบปรนัย
2. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบอัตนัย
3. การสอบสัมภาษณ์

15. ขอบเขต (Range Statement)

N/A

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

- 18.1 การประเมินความรู้ ด้วยข้อสอบปรนัย 4 ตัวเลือก และข้อสอบแบบอัตนัย
- 18.2 แฟ้มสะสมผลงาน
- 18.3 การสอบสัมภาษณ์

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 0133
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินความต้องการของลูกค้าต่อการจัดพื้นที่สีเขียว
3. ทบทวนครั้งที่ 1 / 2566
4. สร้างใหม่ ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO-08 รหัสอาชีพ 2431 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านโฆษณาและการตลาด

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

เป็นหน่วยสมรรถนะที่ผู้ปฏิบัติงานมีทักษะในการปฏิบัติงานประจำขั้นพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับการกำหนดเครื่องมือในการวิเคราะห์ตลาดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วยเครื่องมือ SWOT วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดด้วยเครื่องมือ STP Step โดยมีกระบวนการคิดและปฏิบัติงานที่หลากหลาย สามารถแก้ปัญหาทางเทคนิคควบคู่กับการใช้คู่มือ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายใต้การแนะนำของผู้บังคับบัญชาเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

ผู้ประกอบอาชีพรูทริกจัดการพื้นที่สีเขียว

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

10. ข้อกำหนดหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Licensing or Regulation Related) (ถ้ามี)

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01331 กำหนดขอบเขตวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า	1.1 อธิบายแนวคิดความต้องการของผู้บริโภค 1.2 ระบุขอบเขตการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01332 วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า	2.1 อธิบายพฤติกรรมของลูกค้า 2.2 อธิบายความต้องการของผู้บริโภคด้านความต้องการ รสนิยม ทัศนคติ และค่านิยม 2.3 ระบุขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า 2.4 ประเมินการแนวโน้มลูกค้าในอนาคตและกลุ่มเป้าหมาย	ข้อสอบข้อเขียน
01333 ประเมินความต้องการของลูกค้า	3.1 ระบุความต้องการของลูกค้าในการจัดพื้นที่สีเขียว 3.2 อธิบายความต้องการของลูกค้าในการจัดพื้นที่สีเขียวตามพฤติกรรมของลูกค้า 3.3 ประเมินการมูลค่าตลาดการจัดพื้นที่สีเขียว จากความต้องการของลูกค้า	ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01334 รายงานผลการประเมินความต้องการของลูกค้า	4.1 อธิบายรูปแบบการนำเสนอในรายงานผลการประเมินความต้องการของลูกค้า 4.2 ประยุกต์ใช้ความรู้ทางการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้ามาประเมินความต้องการของลูกค้าต่อการจัดพื้นที่สีเขียว 4.3 จัดทำรายงานผลการประเมินความต้องการของลูกค้า	ข้อสอบข้อเขียน แฟ้มสะสมผลงาน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการประเมินความต้องการของลูกค้าต่อการจัดพื้นที่สีเขียว
2. ทักษะในการสื่อสาร
3. ทักษะการใช้โปรแกรมเพื่อสนับสนุนงาน

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การประเมินความต้องการของลูกค้า
2. การประเมินสถานการณ์ทางการตลาด

การประเมินสถานการณ์ตลาด คือการอธิบายถึงข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาด ผลิตภัณฑ์ การแข่งขัน การจัดจำหน่าย และสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้ในการประเมิน การกำหนดและวิจัยตลาดเป้าหมายเพื่อค้นหาถึงลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อการประมาณการงบกำไรขาดทุน รวมทั้งการประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 สถานการณ์ด้านตลาด เป็นการนำเสนอข้อมูลของตลาดเป้าหมาย ขนาด และความเติบโตของตลาด มีการแสดงให้เห็นตัวเลข หลายปีที่ผ่านมา และยังมีข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า การรับรู้ และแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 2.2 สถานการณ์ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการนำเสนอยอดขายสินค้า (ในรูปจำนวนหน่วยและจำนวนเงิน) ในหลายปีที่ผ่านมา ราคา กำไรขั้นต้น และกำไรสุทธิ
 - 2.3 สถานการณ์ด้านการแข่งขัน เป็นการระบุคู่แข่งรายสำคัญ (คู่แข่งทางตรง คู่แข่งทางอ้อม) ขนาดคู่แข่ง เป้าหมาย ส่วนครองตลาด จุดแข็งจุดอ่อน คุณภาพผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ทางการตลาด และพฤติกรรมของคู่แข่ง
 - 2.4 สถานการณ์ด้านการจัดจำหน่าย เป็นการเสนอข้อมูลเกี่ยวกับขนาด และความสำคัญของช่องทางจำหน่ายแต่ละช่องทาง
 - 2.5 สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมมหภาค เป็นการอธิบายแนวโน้มของสิ่งแวดล้อมมหภาคอย่างกว้างๆ เช่น ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง กฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ถือว่าเป็นโอกาสและอุปสรรคต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด
3. การรายงานผลการประเมินความต้องการของลูกค้าและสถานการณ์ตลาด

การเขียนเนื้อหารายงานประเมินความต้องการของลูกค้าและสถานการณ์ตลาดเป็นสิ่งที่กำหนดการดำเนินการด้านการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียวอาจกล่าวได้ว่า การเขียนเนื้อหารายงานมีความสำคัญในการดำเนินการทางการตลาด ในการเขียนที่สำคัญควรเขียนจากความเป็นจริง ขั้นตอนการเขียนเนื้อหารายงาน

3.1 กำหนดแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจ เป็นการแสดงข้อมูลที่เกี่ยวกับจุดมุ่งหมายของธุรกิจ ขอบเขตของเจริญเติบโตทางธุรกิจ แสดงขีดความสามารถในการบริหารจัดการ ที่สำคัญที่สุดคือ ผู้ประกอบการจะต้องรู้สถานะของธุรกิจ กล่าวคือธุรกิจเราทำอะไร มีจุดมุ่งหมายอย่างไร มีการกำหนดระยะเวลาสู่ความสำเร็จ ชัดเจน

3.2

เก็บรวบรวมข้อมูลประเมินความต้องการของลูกค้าและสถานการณ์ตลาดของธุรกิจการเก็บรวบรวมข้อมูลประเมินความต้องการของลูกค้าและสถานการณ์ตลาดหรือเรียกว่า การทำวิจัยตลาดเป็นขั้นตอนสำหรับการหาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียวโดยการสำรวจสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า โดยคิดออกมาก่อนเขียนรายงาน เพราะขั้นตอนแต่ละขั้นนั้นมีความสำคัญและสลับซับซ้อนมีความละเอียดอ่อน จะต้องเขียนอย่างตรงไปตรงมาวิจัยง่าย เขียนสรุปไว้ก่อนที่จะเรียบเรียงร้อยถ้อยคำก่อนจัดพิมพ์

3.3 ประเมินความต้องการของลูกค้าและสถานการณ์ตลาดของธุรกิจ สภาวะการแข่งขันในสภาพปัจจุบันและอาจเกิดขึ้นในอนาคต

3.3.1 สำรวจสถานการณ์ปัจจุบันของตลาด

3.3.1.1 สภาวะเศรษฐกิจ การดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องดำเนินการภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันของเศรษฐกิจ เป็นต้นว่ามีการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านกฎระเบียบกฎหมาย ที่เอื้อประโยชน์หรือก่อให้เกิดอุปสรรคกับธุรกิจ ค่านิยม พฤติกรรม ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความสนใจสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจกำลังจะทำหรือไม่ หรือมีแนวโน้มไปในทิศทางใด ไม่ว่าจะเป็ธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว การผลิตเพื่อขาย การบริการมีผลอย่างมากเกี่ยวกับสภาวะเศรษฐกิจ

3.3.1.2 ขนาดตลาด สำรวจธุรกิจที่มีความใกล้เคียงกับธุรกิจของเรา สังเกตการเจริญเติบโตของตลาด ตลอดจนผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจอยู่ก่อน เป็นการสะท้อนจำนวนคู่แข่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน อีกทั้งการลงทุนของสินทรัพย์ถาวรของคู่แข่ง เพราะถ้าหากมีการลงทุนของสินทรัพย์ถาวรสูงแสดงว่าผู้ประกอบการ จะอยู่ในธุรกิจนั้นเป็นเวลานาน

3.3.1.3 พิจารณาปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key Success Factor) พิจารณาและวินิจฉัยว่าอะไรคือส่วนสำคัญที่สุดที่ทำให้ธุรกิจเราประสบความสำเร็จ

3.3.2 สำรวจและค้นหาความต้องการของตลาดอาจกล่าวได้คือเป็นการทำวิจัยตลาดหรือการเขียนรายงานนั่นเอง การวิจัยนั้นเป็นการสำรวจและค้นหาความต้องการ รสนิยม ทัศนคติ ค่านิยม ของลูกค้าปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตของลูกค้า ตลอดจนเป็นการหาแนวทางของธุรกิจจะสามารถเจาะตลาดเพิ่มเพื่อขยายฐานลูกค้าได้

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. แฟ้มสะสมผลงาน (Portfolio)

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

- 1.

หนังสือรับรองประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับการกำหนดขอบเขตวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าประเมินความต้องการของลูกค้ารายงานผลการประเมินความต้องการของลูกค้าจากนายจ้าง หรือ

2. หนังสือรับรองผ่านการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดขอบเขตวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า ประเมินความต้องการของลูกค้า รายงานผลการประเมินความต้องการของลูกค้า หรือ

3. หากไม่มีหลักฐานความรู้ตามข้อ 1 และ 2 ข้างต้น

ต้องมีแฟ้มสะสมผลงานที่มีข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับการกำหนดขอบเขตวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า ประเมินความต้องการของลูกค้า รายงานผลการประเมินความต้องการของลูกค้า และสามารถใช้โปรแกรม Microsoft Office ในการทำงาน

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการประเมินความต้องการของลูกค้าต่อการจัดพื้นที่สีเขียว
2. พิจารณาหลักฐานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานด้านความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบปรนัย
2. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบอัตนัย
3. แฟ้มสะสมผลงาน
4. การสัมภาษณ์

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

1. ผู้เข้ารับการประเมินต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประเมินความต้องการของลูกค้าต่อการจัดพื้นที่สีเขียว
2. ผู้เข้ารับการประเมินต้องมีความรู้เรื่องการกำหนดขอบเขตวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า ประเมินความต้องการของลูกค้า รายงานผลการประเมินความต้องการของลูกค้า

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประเมินความต้องการของลูกค้า เป็นวิธีการวัดผลขึ้นเพื่อใช้สะท้อนผลการปฏิบัติงาน และทราบถึงทิศทางการดำเนินงาน เนื่องจากวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของธุรกิจ (Purpose) คือ การทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ ถึงแม้ว่าธุรกิจจำเป็นต้องทำอะไร แต่ก็ไม่ใช่วัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการดำเนินธุรกิจ ยิ่งไปกว่านั้น ธุรกิจที่จะสามารถมีผลประกอบการทางการเงินที่ดีได้ก็ต่อเมื่อลูกค้าได้รับความพึงพอใจ ด้วยการใส่ใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือคู่แข่งขึ้น ดังคำอธิบายข้อ 13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)(ข) ความต้องการด้านความรู้

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

- 18.1 การประเมินความรู้ ด้วยข้อสอบปรนัย 4 ตัวเลือกและข้อสอบแบบอัตนัย
- 18.2 แฟ้มสะสมผลงาน
- 18.3 การสอบสัมภาษณ์