มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
Occupational Standard and Professional Qualifications

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์

จัดทำโดย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

1. ชื่อมาตรฐานอาชีพ

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์

2. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐาน

N/A

3. ทะเบียนอ้างอิง (Imprint)

N/A

4. ข้อมูลเบื้องต้น

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มสาขาอาชีพจัดทำมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการมีความเป็นสากลและเหมาะสมกับประเทศไทย เป็นที่ยอมรับทั้งภายในประเทศและระดับสากล โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อสร้างเครือข่ายการจัดทำ พัฒนา และเผยแพร่ มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ให้ระบบคุณวุฒิวิชาชีพและมาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เป็นที่รับรู้และยอมรับในทุกภาคส่วน

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ ฉบับนี้จัดทำโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสาขาวิชาชีพประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ร่วมกับวิธีเทคนิควิเคราะห์หน้าที่ (Functional Analysis) โดยจากการวิเคราะห์พบว่า มีหน้าที่หลัก (Key Function) 4 หน้าที่หลัก ซึ่งทุกหน้าที่งานมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น ทั้งนี้ในแต่ละหน้าที่งานยังประกอบไปด้วยหลากหลายอาชีพที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามในมาตรฐานฉบับนี้ได้ดำเนินการจัดทำอาชีพที่มีความสำคัญเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความต้องการของประเทศ โดยได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น 6 อาชีพ 15 คุณวุฒิวิชาชีพตามรายละเอียดที่อยู่ในมาตรฐานอาชีพนี้

5. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐานในแต่ละครั้ง

N/A

6. ครั้งที่

ครั้งที่ 1

7. คุณวุฒิวิชาชีพที่ครอบคลุม (Professional Qualifications included)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน

สาขาประชาสัมพันธ์

อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	เนื้อหา
03103	กำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์
03204	ติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร
03603	จัดระดับความรุนแรงของสถานการณ์
03604	วางแผนการจัดการปัญหา
03605	รับมือกับปัญหาวิกฤต

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6 จะต้องมีความรู้เชิงทฤษฎีที่อาจนำไปปรับใช้เป็นองค์ความรู้หรือนวัตกรรมในงานอาชีพเพื่อการพัฒนาระบบการทำงาน โดยใช้ทักษะในการบริหารจัดการกลยุทธ์และใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหางานซับซ้อนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีความรู้เกี่ยวกับการกำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์โดยใช้วิธีการที่เหมาะสมผ่านช่องทางต่างๆ สามารถสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอและหลากหลายช่องทาง รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ มีความสามารถในการสื่อสารภายนอกองค์กร รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กรที่มีประสิทธิภาพ สามารถเลือกใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กรได้อย่างถูกต้อง ทั้งสามารถจัดระดับความรุนแรงออกเป็นระดับต่างๆเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความรุนแรง ซึ่งความรุนแรงนั้นมีระดับที่แตกต่างกัน แนวทางการรับมือหรือแก้ปัญหานั้นจึงแตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงต้องสามารถวิเคราะห์ระดับความรุนแรงจากสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อระบุระดับของความรุนแรงนั้นๆ และหาแนวทางแก้ไขปัญหาต่อไป วางแผนการจัดการปัญหา ทำความเข้าใจกับปัญหา พิจารณาเงื่อนไขและข้อมูลที่มีอยู่ สามารถจัดทำแผนเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับปัญหาได้อย่างทันท่วงที รับมือกับปัญหาวิกฤต เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤต (Crisis Containment) เป็นช่วงที่จำเป็นต้องเข้าไปแก้ไขสถานการณ์ภาวะวิกฤตไม่ให้ลุกลามสร้างความเสียหายและส่งผลกระทบมากยิ่งขึ้น โดยต้องสามารถตัดสินใจใช้วิธีการแก้ไขที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งต้องทำการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถึงความรับผิดชอบ และแนวทางการแก้ไขสถานการณ์ขั้นนี้ต้องอาศัยแผนการเตรียมความรับมือกับภาวะวิกฤตที่เตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อช่วยแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่ปกติได้เร็วขึ้น สามารถแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีความซับซ้อนละเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาระบบงาน ให้คำปรึกษาด้วยประสบการณ์หรือสาขางานที่มีความชำนาญ เป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5 และปฏิบัติงานมาไม่น้อยกว่า 2 ปี มีผลงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5 แต่ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 8 ปี มีผลงานบริหารงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 6 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 6 ทั้ง 5 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น PR Manager, Crisis Management นักบริหารลูกค้าสัมพันธ์ บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

03103 กำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์

03204 ติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร

03603 จัดระดับความรุนแรงของสถานการณ์

03604 วางแผนการจัดการปัญหา

03605 รับมือกับปัญหาวิกฤต

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่

1. ตารางแสดงหน้าที่ 1

ประกาศใช้ ณ 21/05/2563

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

ความมุ่งหมายหลัก Key Purpose	บทบาทหลัก Key Roles		หน้าที่หลัก Key Function	
คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์เป็นมืออาชีพในระดับสากลด้วยนวัตกรรมการสื่อสารและรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน 2	03	ปฏิบัติตามแผนการประชาสัมพันธ์	031	จัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
			032	ติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
			036	บริหารประเด็นและแก้ปัญหาภาวะวิกฤต

คำอธิบาย ตารางแผนผังแสดงหน้าที่เป็นแผนผังที่ใช้วิเคราะห์หน้าที่งานเพื่อให้ได้หน้าที่หลัก (Key Function)

2. ตารางแสดงหน้าที่ 1 (ต่อ)

ประกาศใช้ ณ 21/05/2563

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**
031	จัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03103	กำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์	03103.01	วางกลยุทธ์ในการดำเนินงาน
				03103.02	จัดทำช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆได้
				03103.03	จัดทำช่องทางการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆได้
032	ติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03204	ติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร	03204.01	สื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมาย
				03204.02	สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในเชิงรุก
				03204.03	รับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน
036	บริหารประเด็นและแก้ปัญหาภาวะวิกฤต	03603	จัดระดับความรุนแรงของสถานการณ์	03603.01	เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหา
				03603.02	เรียงลำดับความยากง่ายในการแก้ไขปัญหา
				03603.03	เรียงลำดับความสนใจและความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา
				03603.04	เรียงลำดับการแก้ปัญหาก่อนและหลัง
		03604	วางแผนการจัดการปัญหา	03604.01	กำหนดวัตถุประสงค์ของการวางแผน
				03604.02	กำหนดกระบวนการวางแผน
				03604.03	กำหนดทรัพยากร
				03604.04	กำหนดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหา
				03604.05	จัดลำดับขั้นตอนความสัมพันธ์ของการดำเนินงาน
				03604.06	กำหนดการใช้สื่อและกิจกรรมที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา
				03604.07	กำหนดตัวชี้วัดในการประเมินแผน
		03605	รับมือกับปัญหาวิกฤต	03605.01	วางแผนการรับมือกับภาวะวิกฤต

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence	
รหัส	**คำอธิบาย**	**รหัส**	**คำอธิบาย**	**รหัส**	**คำอธิบาย**
036	บริหารประเด็นและแก้ปัญหาภาวะวิกฤต	03605	รับมือกับปัญหาวิกฤต	03605.02	ควบคุมสถานการณ์ภาวะวิกฤต
				03605.03	เฝ้าระวังสถานการณ์ภาวะวิกฤต

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03103

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับ การกำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์โดยใช้วิธีการที่เหมาะสมผ่านช่องทางต่างๆ สามารถสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอและหลากหลายช่องทาง รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03103.01 วางกลยุทธ์ในการดำเนินงาน	1. สามารถระบุถึงความต้องการ ความคาดหวังและผลประโยชน์ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักต้องการได้ 2. สามารถสร้างความสัมพันธ์ระดับบุคคลที่เป็นผู้ติดต่อหลัก (key contact person)ได้ 3. สามารถสร้างความสัมพันธ์ระดับหน่วยงานหรือองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
03103.02 จัดทำช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆได้	1. สามารถเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ 2. สามารถจัดงานแถลงข่าวเพื่อให้ข้อมูลผ่านสื่อได้ 3. สามารถจัดงานสัมมนาประจำปีสำหรับกลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจได้อย่างสมบูรณ์ 4. สามารถจัดทำรายงานประจำปีได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03103.03 จัดทำช่องทางการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆได้	1. ระบุช่องทางการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มได้ 2. เลือกช่องทางการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มได้ 3. สามารถตอบกลับและรายงานผลการติดต่อทางช่องทางโซเชียลมีเดียได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการสื่อสาร

2.ทักษะด้านการประสานงาน

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. ความรู้ในการเลือกช่องทางในการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. ความรู้เกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารประเภทต่างๆ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ

2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ

2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน

2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการกำหนดวิธีสร้างความสัมพันธ์โดยใช้วิธีการที่เหมาะสมผ่านช่องทางต่างๆ สามารถสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอและหลากหลายช่องทาง สามารถเลือกเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็น รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใดๆ ที่นำมาสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร โดยให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ทั้งต่อตัวลูกค้าและองค์กร (Win-Win Strategy) อย่างต่อเนื่องเป็นระยะยาวนาน

กระบวนการในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถสรุปได้ว่าประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1. การ วิเคราะห์และจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ การวิเคราะห์ ความต้องการและความคาดหวังการจำแนกประเภท รวมทั้ง การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม

2. การดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และหลากหลายช่องทาง การเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็น

รวมทั้ง แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ

3. การประเมินผลการดำเนินการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือการติดตาม ประเมินผล รวมทั้งปรับปรุงแนวทางการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอยู่เสมอ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03204

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารภายนอกองค์กร รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเลือกใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03204.01 สื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมาย	1. รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มเป้าหมายได้ 2. ติดตามการบริหารจัดการข้อร้องเรียนตลอด24 ชั่วโมงได้ 3. สามารถทำการตอบสนองกลับตามความต้องการจากกลุ่มเป้าหมายได้ 4. สามารถทำการตอบสนองกลับกลุ่มเป้าหมายอย่างเสมอภาคได้ 5. เลือกใช้ช่องทางติดต่อการสื่อสารระหว่างกันกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม 6. สามารถใช้เทคโนโลยีสื่อสารแบบใหม่ช่วยให้การประสานงานระหว่างกันเป็นไปอย่างรวดเร็วและง่ายดาย	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03204.02 สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในเชิงรุก	1. สามารถ ตรวจสอบ และติดตามความเคลื่อนไหวจากการนำเสนอและการแสดงความเห็นที่ส่งผลกระทบต่อกิจการขององค์กรในสื่อสังคมออนไลน์ได้ 2. สามารถสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนข่าวสารกับพันธมิตรเพื่อใช้ประโยชน์ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ 3. สามารถเตรียมความพร้อมด้านฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัวในการนำไปใช้ได้สะดวกและทันกับสถานการณ์ได้ 4. สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องไว้ล่วงหน้าได้ 5. สามารถวางแผนการสื่อสารไว้รองรับกับสถานการณ์ต่างๆจากกลุ่มเป้าหมายได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
03204.03 รับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน	1. กำหนดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ 2. กำหนดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสมดุลสามด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 3. กำหนดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยข้อมูลที่เป็นจริง	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการสื่อสารภายนอกองค์กรผ่านช่องทางต่างๆ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร
2. มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการสื่อสารภายนอกองค์กร รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเลือกใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การติดต่อสื่อสารภายนอก (External Communication) หมายถึง การสร้างความเข้าใจร่วมกันกับบุคคลหรือองค์กร ภายนอก ได้แก่ ประชาชนทั่วไป กลุ่มลูกค้า คู่แข่งขัน ประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้กลุ่มประชาชนภายนอกองค์กรเหล่านี้รู้และเข้าใจ
พร้อมทั้งให้การสนับสนุนการดำเนินกิจการขององค์กรเนื่องจากการติดต่อสื่อสารภายนอกเป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มประชาชนภายนอกซึ่งมีจำนวนมาก ดังนั้น การสื่อสารภายนอกจึงมักนิยมใช้สื่อมวลชน (Mass Communication) เป็นช่องทางในการสื่อสารภายนอก เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ซึ่งต้องใช้งบประมาณในการดำเนินการค่อนข้างมาก

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ความหมายของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ (2546, น. 12-13) คือ กิจกรรมการตลาดที่กระทำต่อลูกค้า
อาจจะเป็นลูกค้าผู้บริโภคหรือลูกค้าคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละรายอย่างต่อเนื่องมุ่งให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจมีการรับรู้ที่ดี
ตลอดจนรู้สึกชอบบริษัทและสินค้าหรือการบริการของบริษัท
ทั้งนี้จะมุ่งเน้นกิจกรรมการสื่อสารแบบสองทางมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้าให้ได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย (Win-Win Strategy)
เป็นระยะเวลายาวนาน

สินธ์ฟ้า แสงจันทร์ (2547, น. 47-49) คือกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ปฏิบัติต่อลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย
โดยแนวทางการปฏิบัติเป็นลักษณะตัวต่อตัวหรือเฉพาะกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่ม
อันก่อให้เกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการ รวมถึงการจงรักภักดีต่อตรายี่ห้อหรือองค์กร ซึ่งเป็นการสร้างความ สัมพันธ์ที่ยั่งยืนและเพื่อผลกำไรในระยะยาวขององค์กร

วิรพงศ์ จันทร์สนาม (2551, น. 45) คือการบูรณาการเครื่องมือทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และกระบวนการการให้บริการลูกค้าในการขาย การตลาดทางตรง
การจัดการทางการบัญชีและกระบวนการสั่งซื้อ และการสนับสนุนการให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและรับรู้ที่ดี
ทั้งยังต้องสามารถทำการวิเคราะห์ถึงคุณค่าความสำคัญของลูกค้าแต่ละบุคคล (Customization) สร้างความจงรักภักดี (Loyalty)
และสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กรตลอดไป

โกศล พรประสิทธิ์เวช (2552, น. 1-3) การศึกษา “ความต้องการ” และ “พฤติกรรม”
ของลูกค้าเป็นกระบวนการตอบสนองให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมีความสัมพันธ์ที่ดียิ่งขึ้น นำไปสู่รายได้ผลงานที่มากขึ้นในอนาคต นำข้อมูลที่ได้จาก CRM
มาวิเคราะห์วางแผนกลยุทธ์ กำหนดนโยบายการขาย การให้บริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้าแต่ละกลุ่ม สินค้าหรืองานแต่ละชนิด ในการปรับปรุง เพิ่ม/ลด
การทำงานให้เหลือเท่าที่จำเป็น เพื่อลดค่าใช้จ่ายลง นำข้อมูลที่ได้จากระบบมาใช้ในการตรวจสอบและควบคุมภายในได้ง่ายและสะดวกขึ้น

กล่าวโดยสรุป การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใดๆ ที่นำมาสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความ
พึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อองค์กร
โดยให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ทั้งต่อตัวลูกค้าและองค์กร (Win-Win Strategy) อย่างต่อเนื่องเป็นระยะยาวนาน

วัตถุประสงค์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ใดๆ ก็ตามล้วนแต่มีวัตถุประสงค์สำคัญ ดังนี้

1.เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าการบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหนึ่ง

2.เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือการบริการ และบริษัททำให้ลูกค้าทราบวิธีการใช้สินค้าอย่างถูกต้องสามารถจดจำ
และมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัทและสินค้าหรือบริการของบริษัทในระยะยาว

3. เพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อบริษัทสินค้าหรือบริการ กรณีที่บริษัทมีสินค้าจำหน่ายหลายสายผลิตภัณฑ์
การที่ลูกค้าซื้อสินค้าของบริษัทในสายผลิตภัณฑ์หนึ่งแล้วรู้สึกประทับใจในทางบวกโอกาสที่บริษัทจะเสนอขายสินค้าในสายผลิตภัณฑ์อื่น (Cross Selling)
ได้สำเร็จก็จะมีมากขึ้น

4. เพื่อให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือการบริการต่อไปยังผู้อื่น เกิดการพูดแบบปากต่อปาก (Words-of-Mouth) ในทางบวกเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งมีความน่าเชื่อ
ถือมากกว่าคำกล่าวอ้างในโฆษณาเสียอีก

ความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ (2546, น. 44-46) กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มี 4 ประการ ได้แก่

1. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผู้บริโภคหรือคนกลางในช่องทางการตลาดแต่ละราย (Customized) อย่างเป็นกันเอง (Personalized)

2. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์อาจจะยังไม่ได้เพิ่มยอดขายในทันที หากแต่ผลลัพธ์ในรูปของยอดขาย จะเกิดขึ้นในระยะยาวจากการที่ลูกค้ารู้สึกประทับใจ
มีความเข้าใจและรับรู้ที่ดี ดังนั้นสิ่งที่ได้รับจากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ คือ การผูกสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องในระยะยาว (Long-Time Relationship)

3. บริษัทและลูกค้าได้ประโยชน์จากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ทั้งสองฝ่าย (Win-Win Strategy)
4. ช่วยให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03603

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ จัดระดับความรุนแรงของสถานการณ์

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดระดับความรุนแรงออกเป็นระดับต่างๆเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความรุนแรงดังกล่าว ซึ่งความรุนแรงนั้นมีระดับที่แตกต่างกัน แนวทางการรับมือหรือแก้ปัญหานั้นจึงแตกต่างกันออกไป
ดังนั้นจึงต้องสามารถวิเคราะห์ระดับความรุนแรงจากสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อระบุระดับของความรุนแรงนั้นๆ และหาแนวทางแก้ไขปัญหาต่อไป

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03603.01 เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหา	1. รวบรวมข้อมูลความรุนแรงของปัญหาได้ 2. สามารถกำหนดเกณฑ์การจัดลำดับความรุนแรงของปัญหาได้ 3. จัดกลุ่มระดับความรุนแรงของปัญหาได้	การสัมภาษณ์
03603.02 เรียงลำดับความยากง่ายในการแก้ไขปัญหา	1. รวบรวมข้อมูลความยากง่ายของปัญหาได้ 2. สามารถกำหนดเกณฑ์การจัดลำดับความยากง่ายของปัญหาได้ 3. จัดกลุ่มระดับความยากง่ายของปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03603.03 เรียงลำดับความสนใจและความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา	1. รวบรวมข้อมูลความสนใจและความร่วมมือในการแก้ไขของปัญหาได้ 2. สามารถกำหนดเกณฑ์การจัดลำดับความสนใจและความร่วมมือของปัญหาได้ 3. จัดกลุ่มระดับความรุนแรงของปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03603.04 เรียงลำดับการแก้ปัญหาก่อนและหลัง	1. วิเคราะห์ความเร่งด่วนของการแก้ปัญหาได้ 2. สรุปลำดับการแก้ไขปัญหาได้ 3. เสนอลำดับการแก้ไขปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อประเมิน
2. ทักษะการอ่าน
3. ทักษะการตีความ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1.ความรู้เกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์
2.ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์
3. ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์ในการประเมินความรุนแรง

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการจัดระดับความรุนแรงออกเป็นระดับต่างๆเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความรุนแรงดังกล่าว ซึ่งความรุนแรงนั้นมีระดับที่แตกต่างกัน แนวทางการรับมือหรือแก้ปัญหานั้นจึงแตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงต้องสามารถวิเคราะห์ระดับความรุนแรงจากสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อระบุระดับของความรุนแรงนั้นๆ และหาแนวทางแก้ไขปัญหาต่อไป

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

หลักเกณฑ์พิจารณาระดับความรุนแรง

1. ระดับหายนะ (Catastrophic) : ความรุนแรงสูงมากจนก่อให้เกิดความเสียหายแบบฉับพลัน ไม่สามารถทราบได้ล่วงหน้า ความเสียหายไม่สามารถฟื้นฟูสภาพเดิมกลับมาได้เลย หรือต้องใช้เวลายาวนาน จึงจะฟื้นกลับมาได้
2. ระดับวิกฤติ (Critical) : ความรุนแรงสูงก่อให้เกิดความเสียหาย แบบครั้งคราว อาจคาดการณ์ได้ล่วงหน้า แต่ไม่ชัดเจน ความเสียหายมากแต่ยังสามารถฟื้นฟูกลับได้โดยส่วนใหญ่ หรือสามารถรับสถานการณ์ปรับตัวได้บ้าง
3. ระดับตื่นตัว(marginal) : ความรุนแรงทำให้เกิดการตื่นตัว เนื่องจากไม่เคยประสบมาก่อน ไม่อาจคาดการณ์ว่าจะเกิดหรือไม่ ความเสียหายไม่แน่นอน บางครั้งก็มาก บางครั้งก็เพียงเล็กน้อย
4. ระดับละเลยไม่ใส่ใจได้ (negligible) : ความรุนแรงน้อย ไม่มีนัยสำคัญ รับทราบว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่ผ่านมา แต่ความรุนแรงที่เกิดขึ้น แยกไม่ได้ชัดเจนว่าเกิดจากธรรมชาติหรือจากสิ่งที่มารบกวนจากมนุษย์

หลักเกณฑ์พิจารณาโอกาส

1. เกิดขึ้นบ่อย (frequent) : เกิดขึ้นเป็นประจำถี่ต่อเนื่อง ตามช่วงเวลา เช่นรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน และไม่เป็นไปตามธรรมชาติและตามประวัติสถิติในรอบปีที่ผ่านมาก่อนหน้าเกิดเหตุการณ์
2. บางโอกาส (occasional) : เกิดขึ้นไม่ประจำ ไม่ถี่ ไม่ต่อเนื่อง ไม่มีช่วงเวลาแน่นอน อาจเป็นไปตามธรรมชาติหรือไม่เป็นไปตามธรรมชาติ ไม่สามารถทราบได้แน่ชัด
3. นานๆครั้ง (remote) : เกิดขึ้นเพียงเกินกว่าปีละครั้ง หรือหลายปีครั้ง เป็นไปตามธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่
4. แทบไม่มีโอกาสเกิด (improbable) : แทบไม่เกิดขึ้น หากเกิดขึ้นก็มีโอกาสเกิดน้อยมาก

5. ไม่เคยเกิดอย่างเด็ดขาด (Eliminated) : ไม่เกิดอย่างเด็ดขาด เป็นไปไม่ได้เลย

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03604

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วางแผนการจัดการปัญหา

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนการจัดการปัญหา ทำความเข้าใจกับปัญหา พิจารณาเงื่อนไขและข้อมูลที่มีอยู่ สามารถจัดทำแผนเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับปัญหาได้อย่างทันท่วงที

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03604.01 กำหนดวัตถุประสงค์ของการวางแผน	1. ระบุผลลัพธ์ของการวางแผนได้ 2. ระบุเป้าหมายของการแก้ปัญหาได้ 3. สรุปการวางแผนได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03604.02 กำหนดกระบวนการวางแผน	1. ระบุแนวทางกระบวนการวางแผนได้ 2. ระบุข้อจำกัดของกระบวนการวางแผนได้ 3. กำหนดวิธีการแก้ไขปัญหาได้ 4. กำหนดช่องทางแก้ไขปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03604.03 กำหนดทรัพยากร	1. ระบุผู้รับผิดชอบได้ 2. จัดสรรผู้ปฏิบัติงานได้ 3. กำหนดหน้าที่ในการปฏิบัติงานได้ 4. กำหนดงบประมาณได้ 5. จัดสรรเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03604.04 กำหนดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหา	1. ระบุขอบเขตในการแก้ไขปัญหาได้ 2. ระบุระยะเวลาการแก้ไขปัญหาได้ 3. สรุปขอบเขตและระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03604.05 จัดลำดับขั้นตอนความสัมพันธ์ของการดำเนินงาน	1. ระบุรายละเอียดขั้นตอนในการดำเนินงานได้ 2. วิเคราะห์ขั้นตอนการดำเนินงานได้ 3. ระบุลำดับขั้นตอนและความสัมพันธ์ของการดำเนินงานได้ 4. สรุปการจัดลำดับและขั้นตอนของการดำเนินงานได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03604.06 กำหนดการใช้สื่อและกิจกรรมที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา	1. ระบุสื่อที่ต้องการใช้ในการแก้ปัญหาได้ 2. วิเคราะห์กิจกรรมเหมาะสมในการแก้ปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03604.07 กำหนดตัวชี้วัดในการประเมินแผน	1. ระบุแนวทางในการประเมินแผนได้ 2. ระบุตัวชี้วัดในการประเมินแผนได้ 3. สรุปตัวชี้วัดในการประเมินแผนได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการอ่าน
2. ทักษะการตีความ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์
2.ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์
3. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผน

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการวางแผนการจัดการปัญหา ทำความเข้าใจกับปัญหา พิจารณาเงื่อนไขและข้อมูลที่มีอยู่ สามารถจัดทำแผนเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับปัญหาได้อย่างทันท่วงที

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ความหมายของภาวะวิกฤติ คืออะไรก็ตาม ที่สามารถทำให้เกิดผลเสียหายอย่างรวดเร็ว และรุนแรงต่อชีวิต ทรัพย์สินของบุคคล ตลอดจนผลกระทบต่อชื่อเสียงและการประกอบกิจการต่างๆ หรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในระยะยาวขององค์กรหรือสินค้านั้นๆ ซึ่งอาจเกิดจากธรรมชาติหรือฝีมือมนุษย์

สภาวะวิกฤติ หมายถึง สภาพความไม่ปกติที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบที่ร้ายแรงเสียหายแก่ชีวิต ทรัพย์สิน ในรูปใดรูปหนึ่ง

การจัดการในภาวะวิกฤติ หมายถึง การบริหารจัดการเพื่อคลี่คลายสถานการณ์วิกฤติให้อยู่ในภาวะปกติโดยเร็วที่สุด รวมถึงการบรรเทาภัยการช่วยเหลือผู้ประสบภัย การฟื้นฟูและอื่นๆ

การจัดการภาวะวิกฤติ คือ ขั้นตอนที่ทำให้ หน่วยงานนั้น ๆ :

1.ลดการเกิดภาวะวิกฤติ

2.ทำให้เกิดความเสียหายจากวิกฤติการณ์น้อยที่สุด

3. ปรับปรุงวิธีการจัดการรับมือกับวิกฤติการณ์อย่างต่อเนื่องซึ่งต้องมีความรู้ความเข้าใจ ทั้งด้านความเสี่ยง และวิกฤติการณ์

ขั้นตอนและวิธีแก้ปัญหา

1. การยอมรับถึงปัญหา สิ่งสำคัญอันดับแรกในการจะแก้ปัญหาให้ได้ผลนั้น คือการยอมรับว่าปัญหานั้นเป็นปัญหา

2. กำจัดขอบเขตของปัญหา คือการหาให้เจอว่าปัญหานั้นคืออะไร มีมากน้อยขนาดไหน เป็นปัญหาเล็ก ปัญหาใหญ่ เกิดบ่อยหรือนานๆเกิดที ปัญหาเล็กปัญหาใหญ่มีวิธีการแก้ไม่เหมือนกัน

3. กำหนดทางเลือกในการแก้ปัญหา การมองหาทางออก วิธีที่จะใช้ในการแก้ปัญหา มีหลากหลาย บางวิธีแก้ระยะสั้น บางวิธีเป็นการแก้ระยะยาว

4. การลงมือทำตามแผนลงมือทำตามแผนที่วางไว้จริง

5. การติดตาม การติดตามผลตอบรับและผลลัพธ์ที่ได้จากการแก้ไขปัญหาเป็นเรื่องสำคัญ บางปัญหามีผลกระทบ จากวิธีการแก้ มีปัญหาบานปลาย มีปัญหาข้างเคียง เพื่อหาทางเลือกอื่นๆในการแก้ปัญหาได้ตรงจุด

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน

1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03605

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ รับมือกับปัญหาวิกฤต

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวการรับมือกับปัญหาวิกฤต เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤต (Crisis Containment) เป็นช่วงที่จำเป็นต้องเข้าไปแก้ไขสถานการณ์ภาวะวิกฤตไม่ให้ลุกลามสร้างความเสียหายและส่งผลกระทบมากยิ่งขึ้น โดยต้องสามารถตัดสินใจใช้วิธีการแก้ไขที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งต้องทำการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถึงความรับผิดชอบ และแนวทางการแก้ไขสถานการณ์ขั้นนี้ต้องอาศัยแผนการเตรียมความรับมือกับภาวะวิกฤตที่เตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อช่วยแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่ปกติได้เร็วขึ้น

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

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)
03605.01 วางแผนการรับมือกับภาวะวิกฤต	1. นำแผนมาปรับใช้ให้ทันต่อภาวะวิกฤตได้ 2. เลือกวิธีการการรับมือกับภาวะวิกฤตได้ 3. เลือกช่องทางในการรับมือภาวะวิกฤตได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
03605.02 ควบคุมสถานการณ์ภาวะวิกฤต	1. สามารถเข้าถึงสาเหตุของปัญหาได้ทันถ่วงที 2. สามารถโต้ตอบผ่านช่องทางต่างๆได้อย่างทันถ่วงที 3. สามารถดำเนินการตามแผนการรับมือภาวะวิกฤต	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03605.03 เฝ้าระวังสถานการณ์ภาวะวิกฤต	1. วางแผนการเฝ้าระวังภาวะวิกฤตได้ 2. ติดตามสถานการณ์ภาวะวิกฤตอย่างต่อเนื่องได้ 3. สรุปสถานการณ์ตามแผนได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการอ่าน
2. ทักษะการตีความ
3. ทักษะการตัดสินใจ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์
2. ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์
3. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผน
4. ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขสถานการณ์

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการรับมือกับปัญหาวิกฤต เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤต (Crisis Containment) เป็นช่วงที่จำเป็นต้องเข้าไปแก้ไขสถานการณ์ภาวะวิกฤตไม่ให้ลุกลามสร้างความเสียหายและส่งผลกระทบมากยิ่งขึ้น โดยต้องสามารถตัดสินใจใช้วิธีการแก้ไขที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การจัดการภาวะวิกฤตเบื้องต้นที่ดีที่สุด

- การวางแผนเกี่ยวกับรายละเอียดการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่หลากหลายเท่าที่จะเป็นไปได้
- เริ่มใช้ระบบ Monitor และตรวจสอบสัญญาณบ่งชี้ที่จะเกิดภาวะวิกฤตที่อาจคาดไม่ถึง
- วางแนวทางและการอบรมให้กับบุคลากรเพื่อจัดการภาวะวิกฤตหรือเลือกบริษัทที่ให้บริการเรื่องการจัดการภาวะวิกฤตเพื่อบันทึก ติดตาม และป้องกันในขอบเขตธุรกิจของคุณ
- เชื่อมโยงทุกกรณีที่เป็นไปได้และกำหนดการกระทำ

การตัดสินใจในภาวะวิกฤต จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก และสามารถบ่งบอกได้ว่า องค์กรหรือหน่วยงาน ไหนจะมีความเป็นมืออาชีพ และจัดการให้ผ่านพ้นไปได้ โดยไม่เกิดความวุ่นวาย และเกิดความเสียหายต่อองค์กรหรือหน่วยงาน ซึ่งไม่เหมือนกับสถานการณ์ปกติ เพราะต้องคิดและประเมินสถานการณ์และไม่มีโอกาสแก้ไข ดังนั้นการวางแผนจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ อย่างไรก็ตาม การป้องกันเชิงรุกจะช่วยให้การตัดสินใจดีขึ้น ดังนั้นการวางแผนเพื่อเผชิญวิกฤต (Policy) จึงเป็นเครื่องมือที่องค์กรต่างๆ ควรมีไว้เพื่อเป็นข้อกำหนดพื้นฐานเมื่อถึงเวลาต้องจัดการกับภาวะวิกฤต จะช่วยลดความวุ่นวายในองค์กรได้ในเบื้องต้น

ขั้นตอนการจัดการ เมื่อเกิด Crisis ขึ้นควรมีแบบแผนไว้ดังนี้

- Risk Awareness – รับทราบความเสี่ยง
- Risk Assessment – ประเมินความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับเหตุการณ์โดยการใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้น จากการทำ Social Monitorings
- Planing – วางแผนรับมือ คิดผลที่จะเกิดขึ้นแต่ละกรณีและวิธีรับมือเป็นลำดับขั้น
- Organization – จัดทีมรับมือดำเนินการตามแผนที่วางไว้
- Command & Control – มีระบบบัญชาการ ควบคุม ประสานงาน เมื่อถึงเวลาต้องมีหัวหน้าหรือผู้นำทีมที่ดี
- Implement of Plan – ซักซ้อมสถานการณ์

ความร้ายแรงของความเสียหายเมื่อเกิด Crisis แต่ละครั้งต้องอาศัย social analytics จากข้อมูล real time ที่ได้จาก social listening

เพื่อดูแนวโน้มที่จะตัดสินใจในการทำหรือไม่ทำการใดๆ จากกระบวนการจัดการภาวะวิกฤตออนไลน์ซึ่งมีตั้งแต่ระดับต้น ไปจนถึงระดับ crisis reputation ฉะนั้นจึงควรมี Policy เพื่อจัดการสิ่งสำคัญนี้โดยเฉพาะกับชื่อเสียงและความเชื่อมั่นขององค์กร

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน