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 สาขาประชาสัมพันธ์ และประชาสัมพันธ์ให้ระบบคุณวุฒิวิชาชีพและมาตรฐานอาชีพ 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

อาชีพนักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 5

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	**เนื้อหา**
02105	กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ออนไลน์
03405	ควบคุมงานสื่อสารออนไลน์
03602	ประเมินสถานการณ์

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 5

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 5
ความรู้เชิงทฤษฎีหรือหลักการที่ซับซ้อนเพื่อพัฒนาผลิตภาพการทำงาน สามารถจัดการแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงทั่วไป สามารถคิด วิเคราะห์ และประเมินได้ด้วยตนเอง มีความเป็นผู้นำ จัดการผลิตภาพการทำงาน ถ่ายทอดสอนงาน และกำกับดูแลผู้ร่วมงานให้บรรลุตามแผน โดยใช้ทักษะในการทำงานที่ต้องคิดวิเคราะห์ วางแผนเพื่อแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และประเมินผลในการปฏิบัติงาน สามารถควบคุมงานสื่อสารออนไลน์ กำหนดแนวทางที่นำมาควบคุมการใช้งานสื่อออนไลน์ให้มีความเหมาะสม รวมทั้งประเมินสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา
ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเห็นถึงประเด็นปัญหาที่อาจกลายเป็นภาวะวิกฤตได้ เพื่อให้สามารถจัดการกับประเด็นปัญหาเพื่อไม่ให้ลุกลามต่อไปได้
และสามารถกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ออนไลน์โดยผ่านช่องทางที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงผู้รับสารให้มากที่สุดและเป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรม

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 5 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 4 และปฏิบัติงานมาไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 4
แต่ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 5 ปี
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระดับ 5 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 5 ทั้ง 3 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักวางแผนเชิงกลยุทธ์ Crisis Management, Social Media specialist (ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสังคมออนไลน์) บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

02105 กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ออนไลน์

03405 ควบคุมงานสื่อสารออนไลน์

03602 ประเมินสถานการณ์

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	02	วางแผนและกำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์	021	วางแผนและกำหนดกลยุทธ์
	03	ปฏิบัติตามแผนการประชาสัมพันธ์	034	ผลิตสื่อ
			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**
021	วางแผนและกำหนดกลยุทธ์	02105	กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ออนไลน์	02105.01	กำหนดกลยุทธ์ในการส่งสารผ่านสื่อออนไลน์
				02105.02	วางแผนการสื่อสารออนไลน์
				02105.03	สร้างกิจกรรมพิเศษให้ทันท่วงที
034	ผลิตสื่อ	03405	ควบคุมงานสื่อสารออนไลน์	03405.01	วางแผนและควบคุมค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ออนไลน์
				03405.02	วางแผนการสื่อสารออนไลน์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
				03405.03	วิเคราะห์ช่วงเวลาและวิธีการในแต่ละแพลตฟอร์ม
				03405.04	ดูแลการทำงานเผยแพร่สื่อออนไลน์ไม่ให้เกิดปัญหา
036	บริหารประเด็นและแก้ปัญหาภาวะวิกฤต	03602	ประเมินสถานการณ์	03602.01	ประเมินระดับความรุนแรง
				03602.02	จัดประเภทของปัญหา
				03602.03	จัดประเภทของประเด็น
				03602.04	วิเคราะห์ผลกระทบ

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 02105

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ออนไลน์

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถวางแผนกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความเพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการวางแคมเปญออนไลน์ กิจกรรมออนไลน์ CSR ออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่างๆ ตลอดจนจนโซเชียลมีเดีย ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และการเข้าถึงอย่างมีปรโยชน์สูงสุด ตรงตามบริบทและสถานการณ์ปัจจุบัน

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)
02105.01 กำหนดกลยุทธ์ในการส่งสารผ่านสื่อออนไลน์	1. ระบุวิธีการในการปล่อยเนื้อหาตามแพลตฟอร์ม 2. วิเคราะห์คู่แข่งจาก Keyword 3. ระบุรายละเอียดแนวทาง Content ในแต่ละแพลตฟอร์ม 4. วิเคราะห์เทคนิคใหม่ๆของแพลตฟอร์ม	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02105.02 วางแผนการสื่อสารออนไลน์	1. ระบุแผนการจัดทำเนื้อหา 2. ระบุแผนระยะเวลาและการติดตามในแต่ละแพลตฟอร์ม 3. ระบุรายละเอียดแผนงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ 4. ระบุกลุ่มเป้าหมายในแต่ละแพลตฟอร์ม 5. ระบุแผนสำรองในการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
02105.03 สร้างกิจกรรมพิเศษให้ทันท่วงที	1. ออกแบบการรณรงค์ออนไลน์ 2. ออกแบบแคมเปญผ่านโซเชียลมีเดีย 3. สร้างแฮชแทคเทรนเกี่ยวกับกิจกรรม 4. ออกแบบกิจกรรมให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายในระยะเวลาที่เหมาะสม	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์
2. ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์
3. ทักษะทางภาษาและการสื่อสาร
4. ทักษะการบริหารจัดการ
5. ทักษะทางสังคม

(ข) ความต้องการด้านความรู้

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้พื้นฐานทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์
2. ความรู้ด้านภาษาและไวยากรณ์
3. ความรู้ด้านการวางแผนและการจัดการ
4. ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ความรู้ด้านสถานการณ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
6. ความรู้ด้านสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์โดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในวางแผนกลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความเพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการวางแคมเปญออนไลน์ กิจกรรมออนไลน์ CSR ออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่างๆ ตลอดจนจนโซเชียลมีเดียให้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ต้องมีการระบุอย่างเฉพาะเจาะจงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ในการกำหนดว่ากำลังประเมินผลประเภทอะไร และอย่างไรนั่นหมายถึงเครื่องมือในการประเมินผล ต้องตระหนักว่าการประเมินผลบางประเภท เช่น ความประทับใจหรือความเข้าใจโดยรวมเป็นการประเมินผลที่ง่ายกว่าการประเมินผลแบบอื่นๆ เช่น การยอมรับแบรนด์ ผลตอบแทนจากการลงทุนแต่ก็ไม่ควรเลือกการประเมินผลประเภทใดประเภทหนึ่งเพียงเพราะการประเมินผลนั้นสามารถทำได้ง่ายกว่าประเภทอื่นทั้งนี้การเลือกวิธีการประเมินผลของคุณต้องสัมพันธ์กับเนื้อหาที่แท้จริงของเป้าหมายกลยุทธ์ด้วย หากเป้าหมายกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเครื่องมือประเมินผลอย่างจำนวนการตอบกลับและผู้ติดตาม จะไม่สามารถได้ว่าโปรแกรมประสบความสำเร็จหรือไม่ อย่างไรแต่ถ้าเป้าหมายเกี่ยวกับการเพิ่มการยอมรับแบรนด์ จำนวนผู้ติดตามและการตอบกลับจะเป็นเครื่องมือประเมินผลที่มีประโยชน์ แต่ต้องเป็นการสำรวจโดยบุคคลที่สามจึงจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าหรือทีมงานทำการสำรวจเอง

1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ต้องรู้ว่าคุณต้องการพูดกับใคร นอกจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ตามกฎเกณฑ์ปัจจัยทางสังคมศาสตร์แล้วควรเข้าใจพฤติกรรมทางด้านดิจิทัลของกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่น กลุ่มเป้าหมายดูข้อมูลออนไลน์ที่ไหน รูปแบบไหนที่พวกเขาชื่นชอบ เป็นต้นยิ่งคุณรู้เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของคุณมากเท่าไร กลยุทธ์ของคุณก็จะประสบความสำเร็จมากขึ้นเท่านั้น
2. การกำหนดเป้าหมาย เมื่อคุณเลือกกลุ่มเป้าหมายแล้วคุณก็ต้องกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ สิ่งใดที่บริษัทต้องการให้กลุ่มเป้าหมายทำ

ซึ่งเป็นผลมาจากการที่พวกเขาได้เห็นการดำเนินการทางด้านการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล หากต้องการให้ความรู้แก่ อาจตั้งเป้าหมายเกี่ยวกับการรับรู้หรือเข้าใจ หากต้องการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พวกเขา เป้าหมายก็ควรจะเกี่ยวกับการยอมรับหรือการเชื่อ หรือต้องการให้กลุ่มเป้าหมายทำสิ่งใดที่เฉพาะเจาะจง ก็สามารถกำหนดเป็นเป้าหมายได้เช่นกัน ในการกำหนดเป้าหมายนั้นต้องคำนึงด้วยว่า จะประเมินผลอย่างไร เพื่อให้รู้ว่าการดำเนินการได้ผลหรือไม่ เช่น ไม่ควรบอกว่าต้องการให้การประชาสัมพันธ์จะสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าใหม่ของบริษัทเพิ่มขึ้น แต่ต้องเฉพาะเจาะจงและระบุจำนวนที่ชัดเจนด้วย

3. การเขียนรายละเอียดหัวข้อและเนื้อหาหลัก เมื่อรู้แล้วว่าต้องการให้โปรแกรมการประชาสัมพันธ์บรรลุผลอะไร ก็ถึงเวลาที่จะต้องคิดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง เช่น การดำเนินการเกี่ยวโยงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างไร ซึ่งต้องไม่ใช่การรบกวนพวกเขา เนื้อหาใดที่บริษัทจัดทำแล้วจะช่วยเหลือหรือให้ความบันเทิงแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของพวกเขาและเชื่อมโยงกับเป้าหมายของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์อย่างไร จากนั้นคุณก็รวบรวมรายการหัวข้อต่างๆ และเขียนเนื้อหาที่เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน

4. การจัดทำแผนการเผยแพร่ กลุ่มเป้าหมายมีช่องทางการสื่อสารที่พวกเขาพึงพอใจ เช่น อีเมล โซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์ม ข้อความแจ้งเตือน เป็นต้น พวกเขามีอุปกรณ์ที่พวกเขาใช้เป็นประจำ เช่น สมาร์ทวอตช์โทรศัพท์ แท็บเล็ต แลปท็อป หรือเดสท็อป จึงต้องสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในที่ที่พวกเขาเปิดรับข้อมูลดิจิทัล หากไม่ทำเช่นนั้น ไม่ว่าเนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับพวกเขามากแค่ไหน กลุ่มเป้าหมายก็จะไม่เห็นเนื้อหานั้นแต่อย่างใด ต้องมั่นใจว่าเนื้อหาของสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบ ความยาวและโทนของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบด้วย

บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์

บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์จะเข้าไปมีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันของประชาชนเพิ่มขึ้น แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ ไปตามกระแสความนิยมของกลุ่มผู้ใช้กลุ่มต่างๆ และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สื่อสังคมออนไลน์มีทั้งข้อดีและข้อด้อย รวมทั้งอาจส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ อาญากรรมคอมพิวเตอร์และความมั่นคง ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ แต่หากนำข้อดีและผลที่เกิดขึ้นในแง่ดีมาใช้ในการสื่อสารข้อมูลจากหน่วยงานราชการสู่สาธารณะ และลดข้อด้อย รวมทั้งหาแนวทางการป้องกันผลด้านลบมิให้เกิดขึ้น สื่อสังคมออนไลน์จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนสื่อหลักที่มีอยู่เดิมได้เป็นอย่างดีสร้างโอกาส และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ ได้มากขึ้น

แนวโน้มการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์

แนวโน้มใน ด้านบวก

1. การพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ช่องทางการดำเนินธุรกิจ เช่น การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การผ่อนคลายด้วยการดูหนัง ฟังเพลง และบันเทิงต่างๆ เกมออนไลน์

2. การพัฒนาให้คอมพิวเตอร์สามารถฟังและตอบเป็นภาษา พูดได้ อ่านตัวอักษรหรือลายมือเขียนได้ การแสดงผลของคอมพิวเตอร์ได้เสมือนจริง เป็นแบบสามมิติ และการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส เสมือนว่าได้อยู่ในที่นั้นจริง

3. การพัฒนาระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูล ฐานความรู้ เพื่อพัฒนาระบบผู้เชี่ยวชาญและการจัดการความรู้

4. การศึกษาตามอัธยาศัยด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-learning) การเรียนการสอนด้วยระบบโทรศึกษา (tele-education) การค้นคว้าหาความรู้ได้ตลอด 24 ชั่วโมงจากห้องสมุดเสมือน (virtual library)

5. การพัฒนาเครือข่ายโทร คมนาคม ระบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายไร้สาย เครือข่ายดาวเทียม ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ทำให้สามารถค้นหาตำแหน่งได้อย่างแม่นยำ

6. การบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่ โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการ ดำเนินการของภาครัฐที่เรียกว่า รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-government) รวมทั้งระบบฐานข้อมูลประชาชน หรือ e-citizen

แนวโน้มใน ด้านลบ

1. ความผิดพลาดในการทำงานของระบบ คอมพิวเตอร์ ทั้งส่วนฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ ที่เกิดขึ้นจากการออกแบบและพัฒนา ทำให้เกิดความเสียหายต่อระบบและสูญเสียค่าใช้จ่ายในการแก้ปัญหา

2. การละเมิดลิขสิทธิ์ของทรัพย์สินทางปัญญา การทำสำเนาและลอกเลียนแบบ

3. การก่ออาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ การโจรกรรมข้อมูล การล่วงละเมิด การก่อกวนระบบคอมพิวเตอร์

วิธีป้องกันและจัดการกับกระแสรามาบนโลกโซเชียล (Crisis Prevention&Management)

การป้องกันการเกิดกระแสรามาบนโลกโซเชียลต่างๆนั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ยากมาก เพราะเราไม่รู้ว่าเมื่อไหร่ที่จะเกิด สิ่งเดียวที่ทำได้คือ ต้องรับมืออยู่ตลอดเวลา ทั้งการร้องเรียนของลูกค้าทาง Inbox หรือลูกค้าเจอประสบการณ์แย่ๆ แล้วโพสต์ลง Pantip สิ่งเหล่านี้หากไม่รีบจัดการให้เร็วที่สุด จะทวีความรุนแรงเป็น Crisis ได้

- รวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่คนพูดถึง ในแต่ละช่องทาง เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัญหา แยกแยะประเด็นต่าง ๆ รวมถึงดูระดับความรุนแรงของกระแสรามาที่เกิดขึ้น และนัดทีมงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาร่วมหาแนวทางแก้ไขให้เร็วที่สุด

- คอย Monitor อยู่ตลอดเพื่อความรวดเร็ว

จำเป็นต้องมีทีมงานคอยดูแลอย่างใกล้ชิด Monitor อยู่ตลอด ตอบได้รวดเร็วพร้อมให้คำแนะนำต่างๆ เพื่อลดความไม่พอใจ หรือข้อสงสัยของผู้บริโภคได้ทัน ตัวอย่าง: AIS ที่มีทีม Customer Service คอย Monitor อยู่ตลอดเวลาในการตอบคำถามลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากๆ ใช้ Social Listening/Monitoring Tools

1. ใช้เครื่องมือ Social Listening หรือ Monitoring

ใช้เครื่องมือ Social Listening หรือ Monitoring ในการช่วยติดตามการพูดถึงของแบรนด์อย่างใกล้ชิดในทุกช่องทางเช่น Social Media, Forum, Blog ต่างๆ

ผ่านเครื่องมืออย่าง Google Alert หรือ SocialEnable สามารถดูแลได้อย่างทันทีเพื่อป้องกันการเกิดกระแสดราม่า เรียกได้ว่า ตัดไฟตั้งแต่ต้นลมกันเลยทีเดียว เพราะปัจจุบันนี้ นับวันช่องทางโซเชียลต่าง ๆ มีอิทธิพลกับคนไทยมากขึ้นเรื่อยๆ ฉะนั้นต้องเตรียมตัวไว้ก่อน ดีกว่าเกิดปัญหาแล้วมาคอยแก้ทีหลัง

2. กล่าวคำขอโทษไว้ก่อน

แม้ไม่ได้ผิด หรืออาจเป็นการเข้าใจผิดก็ตาม ก็ควรขอโทษ และต้องพยายามหาข้อมูล หลักฐานที่เกี่ยวข้องมาประกอบการให้ข้อมูลกับผู้บริโภค หากผิดจริง ก็ควรยอมรับผิด และแจ้งว่าปัญหาเกิดจากอะไร รวมถึงบอกวิธีการแก้ไขปัญหาว่าจะแก้ไขปัญหานี้อย่างไรบ้าง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอีกในอนาคต

3. มีแนวทางในการตอบคำถาม

มีแนวทางในการเจรจากัน การที่ผู้บริโภคเข้ามาร้องเรียน การตอบคำถามเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก ในการช่วยให้ผู้บริโภคนั้นใจเย็นลง ดังนั้นควรตอบให้ตรงประเด็น อธิบายเรื่องยากๆ ให้เป็นเรื่องง่ายๆ อาจใช้ภาพ ข้อมูลประกอบ หรือหลักฐานควรนำมาด้วย เพื่อความชัดเจน และไขข้อสงสัยต่างๆ ได้

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 03405

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ควบคุมงานสื่อสารออนไลน์

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถควบคุมกระบวนการทำงานของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้ ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายในการซื้อโฆษณาและพื้นที่โฆษณา วิเคราะห์ช่องทางการทำประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มต่างๆ รวมไปถึงกระบวนการทำงานของช่องทางสื่อออนไลน์ การจัดลำดับขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้การสื่อสารออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ตรงตามเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ได้

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)
03405.01 วางแผนและควบคุมค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	1. เลือกซื้อโฆษณาหรือการโปรโมทให้เหมาะสมได้ 2. ประมาณการค่าใช้จ่ายได้ 3. วางแผนความสำคัญการใช้จ่ายตามแพลตฟอร์มต่างๆได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03405.02 วางแผนการสื่อสารออนไลน์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	1. ระบุกลุ่มเป้าหมายหลักในการสื่อสารออนไลน์ตามแพลตฟอร์มได้ 2. ระบุกลุ่มเป้าหมายรองในการสื่อสารออนไลน์ตามแพลตฟอร์มได้ 3. ระบุ Content และรูปภาพให้ Mood and Tone ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03405.03 วิเคราะห์ช่วงเวลาและวิธีการในแต่ละแพลตฟอร์ม	1. ระบุเวลาให้เหมาะสมต่อการปล่อยเนื้อหาได้ 2. ระบุความถี่ในการส่งเนื้อหาลงแพลตฟอร์ม 3. ลงกิจกรรมและแคมเปญต่างๆในระยะเวลาที่เหมาะสมและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03405.04 ดูแลการทำงานเผยแพร่สื่อออนไลน์ไม่ให้เกิดปัญหา	1. ติดตามประเด็นสถานการณ์ปัจจุบันในช่องทางออนไลน์ได้ 2. สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบผลตอบรับจากข้อมูลที่ดึงมาจากระบบได้ 3. ติดตามแนวโน้มการทำประชาสัมพันธ์ของคู่แข่งบนสื่อออนไลน์ 4. แก้ไขปัญหาเบื้องต้นในการสื่อสารออนไลน์	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการจัดกิจกรรม
2.ทักษะด้านการประสานงาน
3.ทักษะด้านการประชาสัมพันธ์
4.ทักษะด้านการบริหารงบประมานในการจัดกิจกรรม

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
2. มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบรูปแบบของการจัดกิจกรรม
3. มีความรู้เกี่ยวกับการจัดลำดับขั้นตอนต่างๆ
4. มีความรู้เกี่ยวกับการจัดทำ Story board

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการควบคุมงานสื่อสารออนไลน์โดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินควบคุมงานสื่อสารออนไลน์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการควบคุมกระบวนการทำงานของการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้ ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายในการซื้อโฆษณาและพื้นที่โฆษณา วิเคราะห์ช่องทางการทำประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มต่างๆ รวมไปถึงกระบวนการทำงานของช่องทางสื่อออนไลน์ การจัดลำดับขั้นตอนต่างๆ ให้ตรงตามเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจุบันตัวเลขผู้ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนในประเทศไทยแตะ 20 ล้านคน เมื่อบวกกับพัฒนาการของกล้องโทรศัพท์มือถือซึ่งนับวันยิ่งทรงพลังมากขึ้น จึงเอื้อต่อการที่ผู้ใช้สามารถอัพเดตเหตุการณ์ต่างๆ กับเพื่อนฝูงและผู้ติดตามได้อย่างรวดเร็วทันใจ ยิ่งไปกว่านั้น สำหรับผู้บริโภคจำนวนมากในยุค โมบาย เฟิร์ส (Mobile First) นั้น สื่อสังคมออนไลน์เป็นทั้งศูนย์รวมแห่งประสบการณ์บนเว็บและเป็นจุดประสงค์หลักของการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งนำไปสู่โอกาสในการค้นพบช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ

ในขณะที่กำลังท่องโลกโซเชี่ยลมีเดีย

การใช้งานโซเชี่ยลมีเดียในประเทศไทยยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยร้อยละ 80 ของผู้บริโภคออนไลน์ใช้แพลตฟอร์มโซเชี่ยลมีเดีย หรือ IM (Instant Messaging) เป็นประจำทุกวัน ตามการศึกษาล่าสุดโดยบริษัท กันตาร์ ทีเอ็นเอส (Kantar TNS) ผู้ค้นคว้าวิจัยและให้คำปรึกษาชั้นนำระดับโลก ภายใต้โครงการ “คอนเนคเต็ด ไลฟ์” (Connected Life) ซึ่งทำการวิจัยกับผู้บริโภคกว่า 70,000 คน เผยว่า LINE ครองพื้นที่ประสบการณ์ออนไลน์มากที่สุด โดยผู้บริโภคไทยมากถึงร้อยละ 92 ใช้แพลตฟอร์มสัญชาติญี่ปุ่นดังกล่าว

พบว่าร้อยละ 86 ของผู้บริโภคออนไลน์ใช้ Facebook, ร้อยละ 31 เล่น Instagram, ร้อยละ 16 ใช้ Twitter, และร้อยละ 6 ใช้ Snapchat นอกจากนี้ ผลการศึกษาของโครงการ “คอนเนคเต็ด ไลฟ์” เผยว่าผู้บริโภคออนไลน์ใช้โซเชี่ยลมีเดียหรือ IM รวมกว่า 5.6 แพลตฟอร์มโดยเฉลี่ย ซึ่งตัวเลขดังกล่าวบ่งชี้ว่านอกเหนือจากเครือข่ายของ LINE นั้น ช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ยังคงมีบทบาทสำคัญต่อแบรนด์ในการเข้าถึงผู้บริโภค

พฤติกรรมการใช้งานโซเชียลฯ ในประเทศไทย

- ผู้ใช้งาน Facebook 41 ล้านยูสเซอร์ในไทย
- มีผู้ชาย วัย 18-34 ปี ใช้มากที่สุด
- คนไทยนิยมโพสต์ Facebook มากที่สุดในช่วงเวลา 10:00- 12:00 น. รองลงมาเป็นช่วงบ่าย และมาพีคอีกที 20:00- 21:00 น. แต่ช่วงเวลาที่แบรนด์นิยมโพสท์มากที่สุดคือช่วง 11.00 น. และ 20.00 น.
- ช่วงเวลาที่คน Engage กับโพสต์มากที่สุด (กดไลค์ คอมเมนต์ และแชร์) คือ 16:00- 20:00 น. ส่วนในวันที่มีการ Engage มากที่สุดคือวันพุธ ช่วง 9:00– 16:00 น. และวันเสาร์เป็นวันที่มีการ Engage น้อยที่สุด
- ในทวิตเตอร์มีการทวิตมากที่สุดช่วง 20:00- 22:00 น. และมีการ Engage ช่วง 20:00- 23:00 น. มากที่สุด
- สำหรับ Instagram คนนิยมโพสต์มากที่สุด คือ 20:00- 21:00 น.
- ช่วงเวลาที่คน Engage กับโพสต์ใน Instagramมากที่สุดคือ 17:00- 22:00 น. โดยช่วงเย็นวันศุกร์และใรวันเสาร์เป็นช่วงที่พีคที่สุดที่คน Engagement

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 03602

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินสถานการณ์

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเห็นถึงประเด็นปัญหาที่อาจกลายเป็นภาวะวิกฤตได้ เพื่อให้สามารถจัดการกับประเด็นปัญหาเพื่อไม่ให้ลุกลามต่อไปได้

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)
03602.01 ประเมินระดับความรุนแรง	1. ระบุเหตุการณ์ความรุนแรงได้ 2. ระบุระยะเวลาได้ 3. ระบุผู้ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03602.02 จัดประเภทของปัญหา	1. จำแนกประเภทของปัญหาได้ 2. จำแนกช่องทางของการเกิดปัญหาได้ 3. ระบุที่มาของปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03602.03 จัดประเภทของประเด็น	1. จำแนกประเด็นของปัญหาได้ 2. จำแนกช่องทางของปัญหาได้ 3. ระบุที่มาของประเด็นได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03602.04 วิเคราะห์ผลกระทบ	1. สรุปความรุนแรงได้ 2. สรุปประเด็นได้ 3. สรุปปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อติดตามสถานการณ์
2. ทักษะการอ่าน
3. ทักษะการตีความ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1.ความรู้เกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์
2.ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์

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 และความสามารถในการประเมินสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเห็นถึงประเด็นปัญหาที่อาจกลายเป็นภาวะวิกฤตได้ เพื่อให้สามารถจัดการกับประเด็นปัญหาเพื่อไม่ให้ลุกลามต่อไปได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

การประเมินความเสี่ยง หมายถึง กระบวนการระบุความเสี่ยง การวิเคราะห์ความเสี่ยงและจัดลำดับความเสี่ยง โดยการประเมินจากโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) และผลกระทบ (Impact)

1) โอกาสที่จะเกิด (Likelihood) หมายถึง ความถี่หรือโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ ความเสี่ยง

2) ผลกระทบ (Impact) หมายถึง ขนาดความรุนแรงของความเสียหายที่จะเกิดขึ้นหากเกิด เหตุการณ์ความเสี่ยง

3) ระดับของความเสี่ยง (Degree of Risk) หมายถึง สถานะของความเสี่ยงที่ได้จากประเมินโอกาสและผลกระทบของแต่ ละปัจจัยเสี่ยงแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ สูงมาก สูง ปานกลาง น้อย และน้อยมาก

การประเมินสถานการณ์ เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา

1. ความกังวลของผู้ได้รับผลกระทบ
2. สถานการณ์จะทวีความรุนแรงขึ้นหรือไม่
3. เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นที่สนใจของสื่อมวลชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือไม่
4. เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจะขัดขวางการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันหรืออนาคตหรือไม่
5. เหตุการณ์นั้นส่งผลต่อความน่าเชื่อถือหรือไม่

3 สิ่งที่ต้องประเมิน

1. การรับรู้ – การรับรู้เป็นการภายในหรือภายนอก ขยายวงกว้าง มากน้อยเพียงใด
2. ความเสียหาย – ความเสียหายต่อบุคคล ทรัพย์สินหรือข้อมูลอย่างไร
3. ผลกระทบ – ผลกระทบต่อการทำงาน ผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ

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