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

อาชีพนักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	**เนื้อหา**
01201	วิเคราะห์ข้อมูลภายใน
01202	วิเคราะห์ข้อมูลภายนอก
01203	วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน
01204	วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพนักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 จะมีความรู้ในเชิงทฤษฎีหรือหลักการที่ซับซ้อนเพื่อพัฒนาผลิตภาพการทำงาน สามารถจัดการแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงทั่วไป สามารถคิด วิเคราะห์ และประเมินได้ด้วยตนเอง มีความเป็นผู้นำ จัดการผลิตภาพการทำงาน ถ่ายทอดสอนงาน และกำกับดูแลผู้ร่วมงานให้บรรลุตามแผน โดยมีทักษะในการทำงานที่ต้องคิดวิเคราะห์ข้อมูล วางแผนเพื่อแก้ปัญหาที่ซับซ้อนและประเมินผลในการปฏิบัติงาน สามารถวิเคราะห์ข้อมูลทั้งภายในและภายนอก รวมถึงวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอก วางแผนตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและวางแผนกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารได้ เป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีประสบการณ์ทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 5 ปี
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 5 ทั้ง 4 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักวางแผนเชิงกลยุทธ์ นักวางแผนสื่อ นักวางแผนเนื้อหา บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

01201 วิเคราะห์ข้อมูลภายใน
01202 วิเคราะห์ข้อมูลภายนอก
01203 วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน
01204 วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

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	01	กำหนดปัญหาและรวบรวมข้อมูลการประชาสัมพันธ์	012	วิเคราะห์ภาพรวมสภาพแวดล้อม

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**
012	วิเคราะห์ภาพรวมสภาพแวดล้อม	01201	วิเคราะห์ข้อมูลภายใน	01201.01	รวบรวมข้อมูลด้านทรัพยากร
				01201.02	รวบรวมข้อมูลด้านโครงสร้างองค์กร
				01201.03	รวบรวมข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์
				01201.04	รวบรวมข้อมูลด้านชื่อเสียง
				01201.05	รวบรวมข้อมูลด้านวัฒนธรรมองค์กร
				01201.06	ตีความข้อมูล
		01202	วิเคราะห์ข้อมูลภายนอก	01202.01	รวบรวมข้อมูลด้านโครงสร้างองค์กร
				01202.02	รวบรวมข้อมูลของสถานการณ์ในสังคม
				01202.03	รวบรวมข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ
				01202.04	ประมวลข้อมูลทางเทคโนโลยี
				01202.05	ตีความข้อมูล
		01203	วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน	01203.01	รวบรวมข้อมูลด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กร
				01203.02	ตีความข้อมูล
				01203.03	สรุปและทบทวนสู่แผนปฏิบัติ
		01204	วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก	01204.01	รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
				01204.02	ตีความข้อมูลที่ได้รับ
				01204.03	สรุปข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 01201

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วิเคราะห์ข้อมูลภายใน

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงสร้างขององค์กร ทรัพยากรขององค์กร ผลิตภัณฑ์ ชื่อเสียงและวัฒนธรรมขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนทั้งภายในและภายนอก ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

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)
01201.01 รวบรวมข้อมูลด้านทรัพยากร	1. ระบุทรัพยากรที่มี เช่น บุคคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องจักร เครื่องมือ วิธีการจัดการ ระยะเวลา 2. ระบุแหล่งที่มาของทรัพยากร 3. จัดการข้อมูลทรัพยากรเพื่อการนำเสนอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01201.02 รวบรวมข้อมูลด้านโครงสร้างองค์กร	1. ระบุลักษณะสำคัญของโครงสร้างองค์กร 2. ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล 3. จัดการข้อมูลเพื่อการนำเสนอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01201.03 รวบรวมข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์	1. ระบุองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 2. ระบุประเภทของผลิตภัณฑ์ 3. ระบุส่วนประสมผลิตภัณฑ์ 4. ระบุสายผลิตภัณฑ์ 5. ระบุรายการผลิตภัณฑ์ 6. ระบุตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01201.04 รวบรวมข้อมูลด้านชื่อเสียง	1. รวบรวมข้อมูลด้านเอกลักษณ์องค์กร 2. รวบรวมข้อมูลด้านการสื่อสารขององค์กร 3. รวบรวมข้อมูลด้านชื่อเสียงขององค์กรจากภายนอก 4. ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล 5. จัดการข้อมูลเพื่อการนำเสนอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01201.05 รวบรวมข้อมูลด้านวัฒนธรรมองค์กร	1. รวบรวมข้อมูลค่านิยมขององค์กร 2. รวบรวมข้อสมติฐานพื้นฐาน ที่เกิดจากความเชื่อและค่านิยมของพนักงาน 3. รวบรวมข้อมูลหลักการทำงาน 4. รวบรวมข้อมูลสัญลักษณ์ขององค์กร 5. ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล 6. จัดการข้อมูลเพื่อการนำเสนอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01201.06 ตีความข้อมูล	1. ประเมินสถานะความพร้อมภายในองค์กรได้ 2. ระบุจุดแข็งจุดอ่อนขององค์กรได้ 3. ประเมินสถานการณ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในองค์กรได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ
1. ทักษะการค้นคว้าข้อมูล
2. ทักษะการเรียบเรียงข้อมูล
3. ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล

(ข) ความต้องการด้านความรู้
1. ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรองค์กร
2. ความรู้เรื่องโครงสร้างองค์กร
3. ความรู้ด้านการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์
4. ความรู้ด้านส่วนประสมทางการตลาด
5. ความรู้ด้านการวิเคราะห์ชื่อเสียงองค์กร
6. ความรู้ด้านการวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์กร

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 ประเมินการวิเคราะห์ข้อมูลภายใน โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลที่จำเป็นภายในองค์กรโครงสร้างขององค์กร ทรัพยากรขององค์กร ผลิตภัณฑ์ ชื่อเสียงและวัฒนธรรมขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนทั้งภายในและภายนอก ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์
และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรที่จำเป็นสำหรับสนับสนุนการสร้างประเด็นทางการสื่อสาร

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในบริษัททุก ๆ ด้านเพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ
แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้างระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ)
รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย

ทรัพยากร หมายถึง สินทรัพย์ (asset) ความสามารถ (competency) กระบวนการ(process) ทักษะ หรือความรู้(skill or knowledge)
ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมของบริษัท ทรัพยากรเหล่านี้หากช่วยให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันถือได้ว่าเป็น จุดแข็ง
ในทางตรงกันข้ามหากทรัพยากรเหล่านี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางการแข่งขันได้ด้อยกว่าคู่แข่งขันถือว่าเป็นจุดอ่อน
ทรัพยากรหรือความสามารถในการค้นหาศักยภาพในการแข่งขันประกอบด้วย

V = Value (คุณค่า) ทรัพยากรนั้นทำให้ได้เปรียบคู่แข่งขัน

R = Rareness (ความหายาก) ทรัพยากรนั้นคู่แข่งอื่นๆ มี

I = Imitability (ความสามารถในการลอกเลียน) ทรัพยากรนั้นลอกเลียนแบบได้ง่ายหรือไม่

O = Organization (องค์การ) ทรัพยากรนั้นบริษัทนำมาใช้ประโยชน์

- คุณค่า (Value): บริษัทสามารถที่จะแสวงหาโอกาสหรือจัดการกับอุปสรรคภายนอกด้วยทรัพยากรและความสามารถที่มีอยู่ได้หรือไม่
- ความหายาก (Rareness): การควบคุมสิ่งที่มีอยู่อย่างจำกัดของทรัพยากรและความสามารถมีเพียงพอหรือไม่
- การลอกเลียนแบบ (Imitability): เป็นการยากหรือไม่ที่จะมีการลอกเลียนแบบหรือบริษัทคู่แข่งที่จะลอกเลียนแบบหรือพัฒนาจะต้องเสียค่าใช้จ่ายที่สูง

เพื่อจะได้ซึ่งทรัพยากรและความสามารถนั้น
องค์การ(Organization): มีความพร้อมและจัดองค์การเพื่อที่จะแสวงหาทรัพยากรและความสามารถนั้นหรือไม่ ชื่อเสียง (Reputation)
เป็นแนวคิดที่ได้รับการอ้างถึงอย่างกว้างขวางในระดับสากลมาเป็นเวลายาวนาน มีนัยยะเชิงบวกซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นที่รู้จัก อาจรวมไปถึงคุณค่าหรือคุณงามความดีที่ผู้คน
โดยทั่วไปทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงหรือโดยอ้อม จะสามารถรับรู้หรือสัมผัสกับสิ่งที่กล่าวถึงนั้นได้ โดยชื่อเสียงอาจเป็นเรื่องของบุคคล สถานที่ องค์กร หรือแม้แต่ผลิตภัณฑ์
ด้วยเหตุที่ “ชื่อเสียง” มีคุณลักษณะเชิงนามธรรมสูง การประเมินชื่อเสียงของบุคคล สินค้า บริการ หรือองค์กรใด ๆ แต่เดิมนั้น
มักเป็นการประเมินจากคุณค่าที่บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเกิดความรู้สึกโดยรวม
โดยที่ไม่สามารถระบุถึงระดับของชื่อเสียงในเชิงคุณภาพได้อย่างแน่ชัดว่ามีองค์ประกอบเช่นไร และมีน้ำหนักในมิติต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด
อย่างไรก็ตามด้วยเหตุที่ชื่อเสียงกลายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งยวดในการนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมาย
และบทบาทของชื่อเสียงที่มีต่อการเติบโตอย่างต่อเนื่องขององค์กรธุรกิจก็กลายเป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ในยุคสังคมไร้พรหมแดน ทำให้การศึกษาเรื่องชื่อเสียงองค์กร(Corporate Reputation) ได้รับความสนใจมากขึ้น ด้วยจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาการวัดประเมินชื่อเสียงให้มีความเป็นระบบที่เชื่อมั่นได้มากที่สุด

ชื่อเสียงของธุรกิจ (Business Reputation) เกี่ยวข้องโดยตรงกับบริษัทนับตั้งแต่การถือกำเนิดขึ้นขององค์กรธุรกิจนั้น ครอบคลุมไปถึงพัฒนาการทุก ๆ
ด้านขององค์กรตลอดช่วงเวลาของการเติบโต จนกระทั่งกลายมาเป็นธุรกิจที่มีสถานะเป็นอยู่ ณ เวลาปัจจุบันในสายตาของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ
แบบวัฒนธรรมตามพื้นฐานของค่านิยม การแบ่งรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรประเภทนี้ เป็นการแบ่งค่านิยมขององค์กรที่อยู่บนพื้นฐานของจุดมุ่งหมายและแหล่งที่มา
ซึ่งชี้ให้เห็นถึง
1.1 วัฒนธรรมที่มุ่งผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มีแหล่งที่มาของค่านิยมร่วมอยู่ที่ผู้นำที่มีบารมี หรือผู้ก่อตั้งองค์กรและเป็นค่านิยมที่มุ่งหน้าที่
คือ การสร้างคุณค่าแก่ผู้ใช้บริการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ซึ่งวัฒนธรรมที่มุ่งผู้ประกอบการอาจจะไม่มั่นคงและเสี่ยงภัยเพราะเป็นวัฒนธรรมที่ขึ้นอยู่กับผู้ก่อตั้งเพียงคนเดียว
1.2 วัฒนธรรมที่มุ่งกลยุทธ์ (Strategic Culture)
เป็นวัฒนธรรมที่มีแหล่งที่มาของค่านิยมร่วมที่มุ่งหน้าที่และได้กลายเป็นขนบธรรมเนียมและเปลี่ยนแปลงไปสู่ประเพณีขององค์กร
เป็นค่านิยมที่มั่นคงและมุ่งภายนอกระยะยาว
1.3 วัฒนธรรมที่มุ่งตนเอง (Chauvinistic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงการมุ่งภายใน ความจงรักภักดีต่อการเป็นผู้นำองค์กรอย่างตาบอด
และการให้ความสำคัญกับความเป็นเลิศของสถาบัน วัฒนธรรมองค์การรูปแบบนี้อาจแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะทางพิธีศาสนาหลายอย่าง
ความจงรักภักดีและความผูกพันต่อค่านิยมของผู้นำบารมีอย่างเข้มแข็งและการมุ่งภายใน มุ่งพวกเราและมุ่งพวกเขา
จะกระตุ้นความพยายามให้มุ่งที่การรักษาความเป็นเลิศของสถาบันเอาไว้โดยไม่คำนึงถึงค่าใช้จ่าย
1.4 วัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรร (Exclusive Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรร ในฐานะที่คล้ายคลึงกับสโมสรที่เลือกสรรสมาชิก
ซึ่งภายในสถานการณ์บางอย่างการเลือกสรรจะเพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร
ซึ่งองค์การจะทุ่มเทอย่างหนักเพื่อที่จะสร้างภาพพจน์ของความเหนือกว่าและการเลือกสรรขึ้นมา

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 01202

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วิเคราะห์ข้อมูลภายนอก

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร คือการวิเคราะห์ผลกระทบทางสถานการณ์สังคม การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยีและสภาพแวดล้อม ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความเพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

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)
01202.01 รวบรวมข้อมูลด้านโครงสร้างองค์กร	1. ระบุลักษณะสำคัญของโครงสร้างองค์กร - วัตถุประสงค์ - ภาระหน้าที่ - ลักษณะเฉพาะของงาน - อำนาจการตัดสินใจ (รวมศูนย์ / กระจายศูนย์) - การบังคับบัญชา - ขอบเขตการควบคุม - ความเป็นทางการ 2. ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล 3. จัดการข้อมูลเพื่อการนำเสนอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01202.02 รวบรวมข้อมูลของสถานการณ์ในสังคม	1. จำแนกข้อมูลและที่มาของข้อมูล ทั้งภายในและภายนอกประเทศ 2. วิเคราะห์ความหมายของสภาวะเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งภายในภายนอกประเทศ 3. เชื่อมโยงสภาพสังคมจากภายนอกประเทศสู่ภายใน และจากภายในสู่ภายนอกประเทศ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01202.03 รวบรวมข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ	1. จำแนกข้อมูลเศรษฐกิจและที่มาของข้อมูล ทั้งภายในและภายนอกประเทศ 2. เชื่อมโยงสภาวะเศรษฐกิจระดับโลกและภายในประเทศ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01202.04 ประมวลข้อมูลทางเทคโนโลยี	1. ศึกษาข้อมูลทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต 2. จำแนกข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีและที่มาของข้อมูล 3. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางออนไลน์ให้ทันสมัยได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01202.05 ตีความข้อมูล	1. ประเมินสถานะความพร้อมการสื่อสารภายนอกองค์กรได้ 2. ระบุโอกาสและอุปสรรคขององค์กรได้ 3. ประเมินสถานการณ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรได้	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ
1. ทักษะการค้นคว้าข้อมูล
2. ทักษะการเรียบเรียงข้อมูล
3. ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล
(ข) ความต้องการด้านความรู้
1. ความรู้เรื่องโครงสร้างองค์กร
2. ความรู้ด้านนโยบายองค์กรและนโยบายการสื่อสารประชาสัมพันธ์
3. ความรู้เกี่ยวกับการจัดแบ่งประเภทนโยบาย
4. ความรู้ทางการเมือง
5. ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจทุกระดับ
6. ความรู้เรื่องเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
7. ความรู้ด้านสภาพแวดล้อม
8. ความรู้การสรุปความและประเด็นสำคัญ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)
1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต
(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)
1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์
(ค) คำแนะนำในการประเมิน
1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการการวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้
(ง) วิธีการประเมิน
1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกโดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกขององค์กร คือการวิเคราะห์ผลกระทบทางสถานการณ์สังคม การเมือง เศษฐกิจ เทคโนโลยีและสภาพแวดล้อม ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้

การระบุข้อมูลใหม่ๆที่จำเป็นสำหรับสนับสนุนการสร้างประเด็นทางการสื่อสาร

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ความคิดเกี่ยวกับเพื่อนมนุษย์หรือสังคมมนุษย์ ในประวัติศาสตร์มนุษย์มีความคิดเกี่ยวกับเพื่อนมนุษย์ในลักษณะเป็นกลุ่มน้อย
เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนที่ทำให้กับเรื่องต่างๆใน 4 ข้อแรก และได้หันมาสนใจเรื่องของเพื่อนมนุษย์เมื่อไม่นานมานี้ โดยอาศัยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ ได้แก่
ความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกัน ระหว่างมนุษย์กับสังคม ภาระหน้าที่ความผูกพันที่มีต่อเพื่อนมนุษย์ ต่อสังคม ลักษณะของชีวิตสังคม แนวโน้มทางสังคม
ปัญหาสังคม หลักการ การศึกษาวิเคราะห์สังคม อันเป็นความคิดพื้นฐานของสังคมศาสตร์ในสังคมสมัยใหม่
การวิเคราะห์เศรษฐกิจ เป็นวิธีการที่จะทำให้เรานั้นสามารถทราบถึงแนวโน้มทางเศรษฐกิจนั้นได้ดี ซึ่งนักลงทุนทั้งหลายนั้น สามารถหาข้อมูลได้ที่แหล่งข้อมูลมากมาย อาทิเช่น
หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์เกี่ยวกับข่าวเศรษฐกิจ หรือขอรายละเอียดข้อมูลต่างๆนั้นจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
เพื่อจะได้ทราบถึงตัวเลขทางเศรษฐกิจในปัจจุบันที่หลายหน่วยงานนั้นออกมาประการ ทั้งอัตราเงินเฟ้อ GDP แม้กระทั่งอัตราการว่างงาน ทั้งหมดนี้
มีส่วนเกี่ยวข้องกับตัวเลขของเศรษฐกิจ หรืออัตราการส่งออกและนำเข้า รวมไปถึงนโยบายต่างๆของรัฐบาลที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและความอยู่รอดของประชาชนทั้งหลาย
โดยเฉพาะผู้ประกอบการต่างๆ ที่สำคัญคือข้อมูลที่เกี่ยวกับมาตรการต่างๆที่สอดคล้องเกี่ยวกับเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
ภาวะเศรษฐกิจถดถอย (Recession) เนื่องจากระยะนี้เศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในภาวะถดถอยจะเกิดภาวะเงินฝืดและตึงตัว (Deflation and tight money)
ให้กำไรของธุรกิจต่างๆมีแนวโน้มลดลง การลงทุนในหุ้นให้ผลตอยแทนไม่ดีเท่ากับลงทุนในพันธบัตร ผู้ถือพันธบัตรได้ดอกเบี้ยในอัตราที่กำหนดไว้ในพันธยบัตร
ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยลดลงทำให้ราคาพันธบัตรสูงขึ้น
ภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัว (Recovery) ระยะเศรษฐกิจช่วงนี้เริ่มฟื้นตัวภาวะเงินคลายตัว และดอกเบี้ยมีอัตราลดลงไปแล้วจากภาวะถอถอย ทำให้ต้นทุนด้านการเงินต่ำลง
ส่งผลให้ธุรกิจมีอัตราการเจริญเติบโตสูงขึ้นการลงทุนในช่วงระยะเวลานี้นักลงทุนจะโยกย้ายเงินจากตลาดพันธบัตรไปสู่ตลาดหุ้น
ภาวะเศรษฐกิจรุ่งเรือง (Prosperity) ช่วงนี้เศรษฐกิจมีอัตราการขยายตัวที่สูงมาก
ทำให้แรงกดดันเงินเฟ้อสูงขึ้นในช่วงนี้ธนาคารกลางประเทศต่างเริ่มแทรกแทรงตลาดทำให้ดอกเบี้ยสูงขึ้นซึ่งไม่เป็นผลดีต่อตลาดหุ้นและตลาดพันธบัตร
สินทรัพย์ที่ได้รับการตอบแทนสูงจะเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ รวมไปถึงทองคำด้วย
เพราะสิ้นค้าเหล่านี้ปรับตัวสูงขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อนักลงทุนจึงโยกออกจากตลาดหุ้นและตลาดพันธบัตรนำเงินไปลงทุนในสินค้าโภคพันธ์
ภาวะเศรษฐกิจชะงักงันพร้อมกับภาวะเงินเฟ้อ (Stagflation) ในช่วงเศรษฐกิจโดยรวมมีอัตรา ขยายตัวสูง ธุรกิจต่างๆ
ธุรกิจต่างๆจะเริ่มกู้เงินลงทุนสูงขึ้นแต่เมื่ออัตราดอกเบี้ยปรับตัวขึ้น ต้นทุนทางการเงินของธุรกิจจะปรับตัวขึ้น ในช่วงนี้ผลกำไรบริษัทต่างลดลง
ในช่วยอัตราดอกเบี้ยที่เป็นขาขึ้นนักลงทุนจะนำเงินมาฝากธนาคาร
ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีบทบาทต่อชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เช่น มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงาน ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูล หรือรับ-
ส่งข้อมูลระหว่างกัน ตลอดจนใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone) หรือโทรศัพท์มือถือในการติดต่อสื่อสารองค์การทั้งภาครัฐและเอกชน ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการสื่อสารนักเรียนเข้ามาใช้งานในทุกระดับระดับขององค์กร เช่น งานด้านการบริหาร การจัดการ และการปฏิบัติการ
รัฐบาลได้เห็นความสำคัญของระบบเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสาร มีการลงทุนเกี่ยวกับโครงการพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการสื่อสารเป็นจำนวนมาก เช่น มีการขยายระบบโทรศัพท์ และขยายเครือข่ายการสื่อสาร มีการสร้างระบบฐานข้อมูลทะเบียนราษฎร์
และการสร้างระบบจัดเก็บภาษีอากรด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์
คำว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) เรียกย่อว่า “ไอที” ประกอบด้วยคำว่า “เทคโนโลยี” และคำว่า “สารสนเทศ” นำมารวมกันเป็น
“เทคโนโลยีสารสนเทศ” และคำว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology : ICT) หรือเรียกย่อว่า “ไอซีที”
ประกอบด้วยคำที่มีความหมายดังนี้

- เทคโนโลยี (Technology) หมายถึง การนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ในการพัฒนาเครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ วิธีการหรือกระบวนการ
เพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กร
- สารสนเทศ (information) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการนำข้อมูลมาผ่านกระบวนการต่างๆ อย่างมีระบบ จนได้สิ่งที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าและสาระ
หรือมีเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสมตามความต้องการของผู้ใช้
- เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างหรือจัดการกับสารสนเทศอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว
โดยอาศัยเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร

ทั้งนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม ซึ่งเป็นวิธีการที่จะส่งข้อมูลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อการแลกเปลี่ยนหรือเผยแพร่ข้อมูล
และสารสนเทศได้อย่างรวดเร็วทันต่อการใช้ประโยชน์ ผ่านอุปกรณ์สื่อสาร เช่น วิทยุ โทรศัพท์ เครื่องโทรสาร คอมพิวเตอร์ คลื่นวิทยุ และดาวเทียม
ดังนั้นในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสารจึงมักใช้คู่กัน

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 01203

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

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)
01203.01 รวบรวมข้อมูลด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กร	1. ระบุบุคคล / กลุ่ม ที่เป็นเจ้าของตามกฎหมาย 2. ระบุบุคคล / กลุ่ม ที่มีสิทธิ์ในองค์กร 3. ระบุบุคคล /กลุ่ม ที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร 4. ระบุบุคคล /กลุ่ม ที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร 5. ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล 6. จัดการข้อมูลเพื่อการนำเสนอ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01203.02 ตีความข้อมูล	1. ประเมินผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กร 2. ระบุ จุดแข็ง / จุดอ่อน ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กร	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01203.03 สรุปและทบทวนสู่แผนปฏิบัติ	1. ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร ที่มีผลต่อแผนการดำเนินงานนี้ 2 .นำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการวางแผน	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ
1. ทักษะการค้นคว้าข้อมูล
2. ทักษะการเรียบเรียงข้อมูล
3. ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล
(ข) ความต้องการด้านความรู้
1. ความรู้เรื่องการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

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 ประเมินการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้
1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

นิยามของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคล ชุมชน หรือองค์การที่ให้ความสนใจต่อผลการดำเนินการและกิจกรรมขององค์การ แผนงาน ซึ่งผลการดำเนินงานขององค์การและแผนงานนั้นสามารถส่งผลบวกและผลลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยตัวอย่างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ลูกค้า ผู้ส่งมอบ ผู้ถือหุ้นผู้แทนจำหน่าย ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนผู้บริโภค สื่อสารมวลชน หรือองค์การมูลนิธิที่ไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) สามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็น 3 กลุ่ม ได้ดังนี้ คือ
1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (key stakeholders) คือ ผู้ซึ่งสามารถมีอิทธิพลที่สำคัญ หรือมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจกรรม เช่น ลูกค้า ผู้ส่งมอบ มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญต่อการผลิต และ/หรือการบริการตลอดจนการปรับปรุง
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นพื้นฐาน (primary stakeholders) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ผู้ซึ่งได้รับผลกระทบจากกิจกรรม ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบได้ โดยทั่วไปจะเป็นองค์การที่เป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เช่น ผู้บริโภค (consumer) ตัวแทนทางการค้า (dealer) ผู้ผลิตในขั้นต้น (primary production) จะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาขาย การปรับเปลี่ยนนโยบายทางการค้าทั้งการจัดซื้อและการขาย เป็นต้น
3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นรอง (secondary stakeholders) คือ ทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อองค์การโดยตรง เช่น กิจกรรมบางประเภทที่เป็นที่เฝ้าติดตามจากหน่วยงานภายนอก เช่น กิจกรรมโรงพยาบาล องค์การสื่อสารมวลชนจะให้ความสนใจต่อคุณภาพการรักษาพยาบาล การบริการตามระบบที่เป็นมาตรฐาน การป้องกันความเสี่ยง เป็นต้น หรือกิจกรรมการค้าสินค้าโภคภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ เช่น อาหาร น้ำมัน ยารักษาโรค องค์การภายนอกย่อมให้ความสนใจต่อการกำกับดูแลกิจกรรมขององค์การ เช่น การโฆษณาเกินจริง คุณภาพและความปลอดภัยของการใช้ผลิตภัณฑ์ การควบคุมด้านกลไกราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค กิจกรรมขององค์การเหล่านี้จึงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (good governance)

กิจการการดำเนินงานและการปรับปรุงขององค์การเป็นที่สนใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อกิจกรรมการดำเนินงานและนโยบายขององค์การสามารถยังประโยชน์ หรือผลลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง การปรับปรุงที่ยังประโยชน์ให้กับกลุ่มองค์การหนึ่งอาจส่งผลกระทบทางลบต่ออีกองค์การหนึ่ง เช่น การปรับราคาสินค้าสูงขึ้น กลุ่มผู้ถือหุ้น ผู้แทนจำหน่าย ผู้ส่งมอบ จะได้รับผลกระทบทางบวกจากกรณีที่ได้รับผลกำไรมากขึ้น แต่ย่อมส่งผลกระทบทางลบต่อผู้บริโภค เนื่องจากผลกระทบทางค่าครองชีพ นอกจากนี้กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นรอง เช่น สื่อสารมวลชน องค์การผู้บริโภค อาจให้ความสนใจต่อการปรับขึ้นราคาสินค้านั้นเนื่องจากการปรับขึ้นราคานั้นเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคหรือไม่โครงสร้างต้นทุนเป็นธรรมหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การผู้ผลิตสินค้าสาธารณูปโภคพื้นฐานที่มีความจำเป็นต่อประชาชนทั่วไป เช่น โรงไฟฟ้า โรงกลั่นน้ำมัน เป็นต้น ดังนั้น องค์การต้องมีการชี้บ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เพื่อการรับฟังความคิดเห็น การพิจารณาการสื่อสาร การพิจารณาความเสี่ยงและผลกระทบจากกิจกรรมการดำเนินงานขององค์การ การลดผลกระทบทางด้านลบต่อองค์การ การเสริมภาพบวกต่อองค์การ การกำหนดบทบาทหน้าที่ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การ
ผลจากการรับฟังความคิดเห็นจะนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและการจัดทำแผนงานในการบริหารจัดการขององค์การ

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 01204

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

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)
01204.01 รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	1. จำแนกข้อมูลต่างๆ 2. รู้ที่มาของแหล่งข้อมูล 3. จัดลำดับความสำคัญของข้อมูล 4. วิเคราะห์แหล่งข้อมูล 5. กลั่นกรองข้อมูล	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01204.02 ตีความข้อมูลที่ได้รับ	1. วิเคราะห์ข้อมูล 2. พยากรณ์ทางเลือก 3. วิเคราะห์ทางเลือก	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01204.03 สรุปข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก	1. กำกับและทบทวนข้อมูลสู่นโยบาย 2. นำข้อมูลไปวางแผนปฏิบัติ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ
1.ทักษะการค้นคว้า การหาแหล่งข้อมูล
2.ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล
(ข) ความต้องการด้านความรู้
1.ความรู้ด้านนโยบายองค์กรและนโยบายการสื่อสารประชาสัมพันธ์
2.ความรู้เกี่ยวกับการจัดแบ่งประเภทนโยบาย
3. ความรู้ด้านองค์ประกอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก
4.ความรู้การสรุปความและประเด็นสำคัญ

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 ประเมินการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้
1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการทำความเข้าใจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกขององค์กรทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ที่มีผลกระทบและสามารถพัฒนาเป็นโจทย์ และวัตถุประสงค์การสื่อสารขององค์กรได้ สามารถวิเคราะห์ และตีความ เพื่อนำมาวางแผนกระบวนการการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
(ข) คำอธิบายรายละเอียด
นิยามของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคล ชุมชน หรือองค์การที่ให้ความสนใจต่อผลการดำเนินการและกิจกรรมขององค์การ แผนงาน ซึ่งผลการดำเนินงานขององค์การและแผนงานนั้นสามารถส่งผลบวกและผลลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยตัวอย่างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ลูกค้า ผู้ส่งมอบ ผู้ถือหุ้นผู้แทนจำหน่าย ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนผู้บริโภค สื่อสารมวลชน หรือองค์การมูลนิธิที่ไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) สามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็น 3 กลุ่ม ได้ดังนี้ คือ
1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (key stakeholders) คือ ผู้ซึ่งสามารถมีอิทธิพลที่สำคัญ หรือมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจกรรม เช่น ลูกค้า ผู้ส่งมอบ มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญต่อการผลิต และ/หรือการบริการตลอดจนการปรับปรุง
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นพื้นฐาน (primary stakeholders) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ผู้ซึ่งได้รับผลกระทบจากกิจกรรม ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบได้ โดยทั่วไปจะเป็นองค์การที่เป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เช่น ผู้บริโภค (consumer) ตัวแทนทางการค้า (dealer) ผู้ผลิตในขั้นต้น (primary production) จะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาขาย การปรับเปลี่ยนนโยบายทางการค้าทั้งการจัดซื้อและการขาย เป็นต้น
3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นรอง (secondary stakeholders) คือ ทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อองค์การโดยตรง เช่น กิจกรรมบางประเภทที่เป็นที่เฝ้าติดตามจากหน่วยงานภายนอก เช่น กิจกรรมโรงพยาบาล องค์การสื่อสารมวลชนจะให้ความสนใจต่อคุณภาพการรักษาพยาบาล การบริการตามระบบที่เป็นมาตรฐาน การป้องกันความเสี่ยง เป็นต้น หรือกิจกรรมการค้าสินค้าโภคภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ เช่น อาหาร น้ำมัน ยารักษาโรค องค์การภายนอกย่อมให้ความสนใจต่อการกำกับดูแลกิจกรรมขององค์การ เช่น การโฆษณาเกินจริง คุณภาพและความปลอดภัยของการใช้ผลิตภัณฑ์ การควบคุมด้านกลไกราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค กิจกรรมขององค์การเหล่านี้จึงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (good governance) กิจการการดำเนินงานและการปรับปรุงขององค์การเป็นที่สนใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อกิจกรรมการดำเนินงานและนโยบายขององค์การสามารถยังประโยชน์ หรือผลลบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง การปรับปรุงที่ยังประโยชน์ให้กับกลุ่มองค์การหนึ่งอาจส่งผลกระทบทางลบต่ออีกองค์การหนึ่ง เช่น การปรับราคาสินค้าสูงขึ้น กลุ่มผู้ถือหุ้น ผู้แทนจำหน่าย ผู้ส่งมอบ จะได้รับผลกระทบทางบวกจากกรณีที่ได้รับผลกำไรมากขึ้น แต่ย่อมส่งผลกระทบทางลบต่อผู้บริโภค เนื่องจากผลกระทบทางค่าครองชีพ นอกจากนี้กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นรอง เช่น สื่อสารมวลชน องค์การผู้บริโภค

อาจให้ความสนใจต่อการปรับขึ้นราคาสินค้านั้นเนื่องจากการปรับขึ้นราคานั้นเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคหรือไม่โครงสร้างต้นทุนเป็นธรรมหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การผู้ผลิตสินค้าสาธารณูปโภคพื้นฐานที่มีความจำเป็นต่อประชาชนทั่วไป เช่น โรงไฟฟ้า โรงกลั่นน้ำมัน เป็นต้น ดังนั้น องค์การต้องมีการชี้บ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อการรับฟังความคิดเห็น การพิจารณาการสื่อสาร การพิจารณาความเสี่ยงและผลกระทบจากกิจกรรมการดำเนินงานขององค์การ การลดผลกระทบทางด้านลบต่อองค์การ การเสริมภาพบวกต่อองค์การ การกำหนดบทบาทหน้าที่ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การ ผลจากการรับฟังความคิดเห็นจะนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและการจัดทำแผนงานในการบริหารจัดการขององค์การ

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