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

อาชีพนักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	**เนื้อหา**
04101	ประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์
04102	ประเมินผลระหว่างการประชาสัมพันธ์
04103	ประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์
04203	นำเสนอแนวทางในอนาคต
04303	ดำเนินการวิจัย

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ6 มีความรู้เชิงทฤษฎีที่อาจนำไปปรับใช้เป็นองค์ความรู้หรือนวัตกรรมในงานอาชีพเพื่อการพัฒนาระบบการทำงาน โดยใช้ทักษะในการบริหารจัดการกลยุทธ์และใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหางานซับซ้อนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สามารถแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยใช้องค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาระบบงาน ให้คำปรึกษาด้วยประสบการณ์หรือสาขางานที่มีความชำนาญ สามารถประเมินผลทั้งก่อนการประชาสัมพันธ์ ระหว่างการประชาสัมพันธ์ และหลังการประชาสัมพันธ์ การประเมินผลกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะเน้นดูว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ได้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ มีปัญหาและอุปสรรคอะไรเกิดขึ้นบ้าง จุดมุ่งหมายของการประเมินผลแบบนี้ เพื่อเป็นการพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้นในอนาคต และจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอแนวทางในอนาคต ข้อเสนอแนะ การระบบปรุงหรือพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับองค์กรหรือหน่วยงาน และการดำเนินตามกระบวนการวิจัยอย่างถูกต้องเป็นแบบอย่างและผู้นำด้านจริยธรรม

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 และปฏิบัติงานมาไม่น้อยกว่า 2 ปี มีผลงานวิจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 งาน หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 8 ปี มีผลงานวิจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า 2 งาน
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ระดับ6 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 6 ทั้ง 5 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น นักวิเคราะห์ข้อมูล นักประเมินผล บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

04101 ประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์
04102 ประเมินผลระหว่างการประชาสัมพันธ์
04103 ประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์
04203 นำเสนอแนวทางในอนาคต
04303 ดำเนินการวิจัย

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	04	การประเมินผลการประชาสัมพันธ์	041	ประเมินผล
			042	เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุง
			043	การวิจัยงานประชาสัมพันธ์

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**
041	ประเมินผล	04101	ประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์	04101.01	ประเมินความสำเร็จของแผนงาน
				04101.02	ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อแผนงาน
				04101.03	ประเมินการปฏิบัติงานขั้นต้น
		04102	ประเมินผลระหว่างการประชาสัมพันธ์	04102.01	ติดตามความก้าวหน้าของการทำงาน
				04102.02	ติดตามความก้าวหน้าด้านประสิทธิผล
				04102.03	ประเมินความเสี่ยงอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการประชาสัมพันธ์
		04103	ประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์	04103.01	ประเมินความสำเร็จ/ความล้มเหลวของแผนงาน
				04103.02	วัดผลสื่อ
				04103.03	ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสาร
				04103.04	การประเมินผลการตอบรับต่อปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
042	เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุง	04203	นำเสนอแนวทางในอนาคต	04203.01	วางแผนแนวทางการประชาสัมพันธ์
				04203.02	นำเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์
				04203.03	สรุปแนวทางการประชาสัมพันธ์
043	การวิจัยงานประชาสัมพันธ์	04303	ดำเนินการวิจัย	04303.01	ออกแบบวิธีการวิจัย
				04303.02	เลือกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
				04303.03	วิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล
				04303.04	สรุปผลและข้อเสนอแนะ

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 04101

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถประเมินผลสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ก่อนการประชาสัมพันธ์ได้ ประเมินระหว่างการทำงานตามแผนงานที่กำหนด โดยประเมินตามเกณฑ์ที่ออกแบบไว้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ

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)
04101.01 ประเมินความสำเร็จของแผนงาน	1. ตรวจแผนความเป็นไปได้ด้านทรัพยากร 2. ตรวจแผนความเป็นไปได้ด้านงบประมาณ 3. ตรวจแผนความเป็นไปได้ช่องทางของสื่อ 4. ตรวจแผนความเป็นไปได้ด้านการสื่อสาร	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04101.02 ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อแผนงาน	1. ตรวจสอบความพึงพอใจ ความสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด 2. ตรวจสอบความพึงพอใจต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04101.03 ประเมินการปฏิบัติงานขั้นต้น	1. ตรวจสอบการเรียงลำดับความสำคัญขั้นตอนการทำก่อนและหลัง 2. บันทึกรายละเอียดข้อคิดเห็นในแต่ละขั้นตอนในการทำงาน 3. ตรวจสอบการจัดเตรียมเครื่องมือในการปฏิบัติงาน	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. การวัดประเมินผล
2. การประเมินทรัพยากร

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การวางแผนและติดตามประเมินผล
2. การบริหารจัดการทรัพยากรและบุคคล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการออกแบบแนวทางการประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงานและหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการประเมินผลสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ก่อนการประชาสัมพันธ์ได้ประเมินระหว่างการทำงานตามแผนงานที่กำหนด โดยประเมินตามเกณฑ์ที่ออกแบบไว้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประเมินผลก่อนการทำประชาสัมพันธ์ (Pre-Testing) เป็นการประเมินผลก่อนที่จะดำเนินการตามแผนงานประชาสัมพันธ์ที่วางไว้เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อบกพร่องที่อาจจะเกิดขึ้นในทุกรูปแบบ และในขณะเดียวกันก็จะนำข้อมูลเหล่านั้นไปปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อถึงการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

การประเมินผล เป็นกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเน้นดูว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นได้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่มีปัญหาและอุปสรรคอะไรเกิดขึ้นบ้างสามารถแก้ไขได้หรือไม่ จุดมุ่งหมายของการประเมินผลเพื่อเป็นการพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นในอนาคต ความสำคัญของการประเมินผลที่มีต่อการประชาสัมพันธ์คือการประเมินผลสามารถบอกอดีตการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สามารถบอกสถานภาพในปัจจุบันได้ สามารถตรวจสอบทรัพยากรที่มีอยู่ได้สามารถตรวจสอบงบประมาณที่ตั้งไว้ สามารถตรวจสอบช่องทางในการแผยแพร่ของสื่อของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน สามารถให้ประโยชน์ในการคาดการณ์ในอนาคตและสร้างความน่าเชื่อถือและพิสูจน์ความเป็นมืออาชีพการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

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 04102

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินผลระหว่างการประชาสัมพันธ์

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถประเมินผลตามเกณฑ์ที่กำหนดอย่างเหมาะสม สำหรับการประเมินหว่างการประชาสัมพันธ์ต้องสามารถวัดความสนใจ นำข้อมูลในส่วนต่างๆมาเปรียบเทียบเพื่อนำเสนอให้ผู้บริหารวิเคราะห์ได้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ รวมถึงติดตามประเด็นและผลของการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

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)
04102.01 ติดตามความก้าวหน้าของการทำงาน	1. เปรียบเทียบการเผยแพร่เทียบกับเป้าหมาย 2. ประเมินจำนวนกิจกรรมที่แล้วเสร็จ 3. เปรียบเทียบทรัพยากรและเวลาที่ใช้ไป 4. เปรียบเทียบทรัพยากรและเวลาที่ใช้ไป ด้านผลตอบรับต่อกำลังคน 5. เปรียบเทียบการเผยแพร่สื่อในแต่ละช่องทาง	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04102.02 ติดตามความก้าวหน้าด้านประสิทธิผล	1. ประเมินเกณฑ์การบรรลุเป้าหมายของแผนงานตามวัตถุประสงค์ 2. ประเมินการมีส่วนร่วมของการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย 3. สำรวจความพึงพอใจจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิได้ 4. สำรวจความพึงพอใจจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04102.03 ประเมินความเสี่ยงอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการประชาสัมพันธ์	1. สัมภาษณ์และบันทึกผลจากบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน 2. สัมภาษณ์และบันทึกผลจากกลุ่มเป้าหมาย 3. สัมภาษณ์และบันทึกผลจาก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4. สำรวจทรัพยากรที่เกี่ยวข้องในโครงการ	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. การประเมินสถานการณ์
2. การประเมินทรัพยากร
3. การสื่อสารระหว่างบุคคล
4. การสัมภาษณ์และจดบันทึก

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การวางแผนและติดตามประเมินผล
2. การบริหารจัดการทรัพยากรและบุคคล

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 และความสามารถในการออกแบบแนวทางการประเมินผล ออกแบบแบบประเมิน วิธีประเมิน และตั้งเกณฑ์ในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการประเมินหว่างการประชาสัมพันธ์ได้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประเมินผลระหว่างการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (during-testing) เป็นการประเมินผลระว่างดำเนินการตามแผนที่วางไว้ เพื่อติดตามความก้าวหน้า เปรียบเทียบการเผยแพร่ ทรัพยากร จำนวนคน รวมถึงการสำรวจความพึงพอใจของที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์นั้นๆ ซึ่งจะเก็บได้ทั้งแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูล และนำข้อมูลเหล่านั้นไปปรับปรุงในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

ผลลัพธ์ของการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ยากจะวัดได้ เพราะการประชาสัมพันธ์มักจะถูกใช้ร่วมกับเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดอื่นๆ ตัววัดที่มักจะถูกนำมาใช้ในการประเมินผลประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดมี 3 ประเภท ได้แก่

1) จำนวนผู้ได้ชมหรือได้ยิน (Exposure) เป็นตัววัดประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ที่ง่ายที่สุดในการวัดจำนวนของผู้ได้ยินหรือได้ชมจากสื่อ อย่างไรก็ตามการวัดจำนวนผู้ได้ยินไม่สามารถวัดจำนวนผู้ชมได้ยินหรือระลึกได้ของข้อความที่ได้ยินอย่างแท้จริง รวมถึงไม่สามารถวัดสิ่งที่พวกเขาคิดหลังจากได้ยิน

2) การเปลี่ยนแปลงการตระหนัก/ความเข้าใจ/ทัศนคติ (Awareness/Comprehension/Attitude Change) เป็นตัววัดที่ดีกว่าแบบแรก เป็นการวัดการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการตระหนัก ความเข้าใจ และทัศนคติของผู้ชมที่มีผลจากการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด เช่น จำนวนผู้ชมที่ระลึกได้ในหัวข้อข่าว จำนวนผู้ชมที่บอกต่อผู้อื่นหลังจากได้ชม เป็นต้น

3) ผลกระทบของยอดขายและกำไร (Sales-And-Profit Contribution) เป็นตัววัดที่ดีที่สุดหากสามารถวัดได้ เช่น การวัดปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้นหลังจากมีการประชาสัมพันธ์

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 04103

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถประเมินผลหลังจากการประชาสัมพันธ์ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในรูปแบบที่เหมาะสมทั้งการประเมินสื่อ ประเมินผลตอบรับ ประเมินผลจากการทำงาน รวมถึงประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นในงานได้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและรู้จักช่องทางในการสื่อสารต่างๆ รวมถึงความรู้เรื่องการสำรวจข้อมูลในหลากหลายช่องทาง

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)
04103.01 ประเมินความสำเร็จ/ความล้มเหลวของแผนงาน	1. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ด้านคน 2. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ด้านงบประมาณ 3. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ด้านวัสดุอุปกรณ์ 4. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04103.02 วัดผลสื่อ	1. ระบุเกณฑ์การวัดผลสื่อ 2. เปรียบเทียบสื่อที่เผยแพร่ตามช่องทางต่างๆได้ 3. สรุปการประเมินสื่อเชิงสถิติได้ 4. สรุปการประเมินสื่อเชิงคุณภาพได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04103.03 ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสาร	1. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ของความพึงพอใจต่อ กลุ่มเป้าหมาย 2. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ของความพึงพอใจต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน 3. ประเมินและสรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ของความพึงพอใจต่อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
04103.04 การประเมินผลการตอบรับต่อปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	1. สรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ของแผนงาน/โครงการ ด้านการบริหารจัดการ 2. สรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ของแผนงาน/โครงการ ด้านกระบวนการผลิต 3. สรุปผลความสำเร็จ/ล้มเหลว ของแผนงาน/โครงการ ด้านการสื่อสาร 4. สรุปความเสี่ยงที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินโครงการทั้งหมด	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ประเมินและสรุปผล
2. รวบรวมและสรุปความเสี่ยง
3. การสัมภาษณ์และจดบันทึก

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การวางแผนและติดตามประเมินผล
2. การบริหารจัดการทรัพยากรและบุคคล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการประเมินผลหลังจากการประชาสัมพันธ์ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในรูปแบบที่เหมาะสมทั้งการประเมินสื่อ ประเมินผลตอบรับ ประเมินผลจากการทำงาน รวมถึงประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นในงานได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประเมินผลภายหลังทำการประชาสัมพันธ์ (Post-Testing) เป็นการประเมินผลภายหลังจากที่ปฏิบัติตามแผนไปแล้ว เพื่อแก้ไขปรับปรุงแผนงานประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องและเหมาะสมมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีการตรวจรายงานผลการดำเนินงานเพื่อหาแนวทางที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น สำหรับประกอบการพิจารณาในการวางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แม้การประเมินผลทั้ง 2 วิธีดังข้างต้นนี้ จะเป็นเทคนิคที่มีประโยชน์ทำให้แผนงานประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นก็ตาม แต่นักประชาสัมพันธ์ก็ต้องพิจารณาถึงความเหมาะสม ความสะดวกรวดเร็ว และความประหยัดด้วย

การประเมินผลสรุปของงาน (Summative Evaluation) เป็นการประเมินผลเพื่อตัดสินคุณค่าของโครงการ/กิจกรรมทางการสื่อสารทั้งหมด ทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรของรัฐหรือเอกชน ต่างก็มีกลุ่มงานหรือฝ่ายประเมินผล ที่จะทำหน้าที่สรุปผลจากการดำเนินงานหรือลงมือปฏิบัติงานไปตามแผนที่ได้วางเอาไว้นั้นว่าเป็นอย่างไร ซึ่งการประเมินผลนี้ สามารถนำเสนอในรูปของตัวเลขสถิติ แสดงกราฟ เปรียบเทียบผลการดำเนินงาน หรือแม้กระทั่งสรุปว่ากิจกรรม / โครงการนั้นได้สื่อสารประสบความสำเร็จหรือไม่ภายใต้พื้นฐานการนำข้อมูลอ้างอิงจากการประเมินผลมาสรุปให้เห็นผลงาน

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 04203

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ นำเสนอแนวทางในอนาคต

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอแนวทางในอนาคต ข้อเสนอแนะ การระบบปรุงหรือพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับองค์กรหรือหน่วยงาน

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)
04203.01 วางแผนแนวทางการประชาสัมพันธ์	1. สามารถรวบรวมแผนการประชาสัมพันธ์ได้ 2. สามารถวิเคราะห์แผนการประชาสัมพันธ์ได้ 3. สามารถสรุปแผนการประชาสัมพันธ์ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04203.02 นำเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์	1. สามารถวิเคราะห์แนวทางการประชาสัมพันธ์ได้ 2. สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอการประชาสัมพันธ์ได้ 3. สามารถนำเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้น่าสนใจได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04203.03 สรุปแนวทางการประชาสัมพันธ์	1. สามารถนำข้อเสนอแนะนำมาปรับปรุงพัฒนาต่อยอดได้ 2. สามารถจัดทำแผนการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ครั้งต่อไปได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการเรียนรู้แนวทางการวางแผน
2. ทักษะในการวางแผนการจัดเรียงลำดับความสำคัญ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้ในการปรับการวางแผน แนวทางในอนาคต
2. ความรู้ กลยุทธ์ ในการปรับปรุงหรือพัฒนาในการต่อยอด

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 การนำเสนอแนวทางในอนาคต โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ ความเข้าใจในการนำเสนอแนวทางการปรับปรุงหรือพัฒนา ต่อยอดจากเดิม พร้อมการวางแผนระยะเวลาให้เกิดประสิทธิภาพต่อผลงานให้มากที่สุด

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประชาสัมพันธ์จะต้องมีการพัฒนาเทคนิคการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีให้เกิดขึ้นมากที่สุด อาทิเช่น ความต้องการที่จะเห็นองค์กรดังกล่าวมีภาพลักษณ์ หรือภาพพจน์ในทางบวกและทำให้องค์กรมีความเจริญงอกงาม หรือการคาดหวังต่อสินค้าและการบริการหลังการขายที่จะได้รับ ความต้องการผู้ช่วยแก้ปัญหา ความต้องการแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วม ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เป็นต้นดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงควรเริ่มจาก

(1) องค์กรต้องมีการวางแผนการสื่อสาร เพื่อสร้างให้บุคคลภายนอกได้รู้จักองค์กรมากขึ้น พร้อมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ให้คนในองค์กรมีจิตสำนึกเดียวกัน เพื่อสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ในภาพรวมขององค์กรร่วมกัน ดังนั้นการวางแผนการสื่อสารจึงเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญ ที่ต้องการวิเคราะห์และการตัดสินใจ เพื่อกำหนดวิธีการและแนวทางปฏิบัติงานโดยใช้ทรัพยากรต่างๆที่มีอยู่เพื่อให้การสื่อสารดำเนินไปตามวัตถุประสงค์และบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ซึ่งจะช่วยให้แนวทางการปฏิบัติงานแก่บุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจที่ชัดเจนตรงกัน อันเป็นผลดีต่อส่วนรวม อีกทั้งยังช่วยให้มีการกำหนดขอบข่ายของงานและภารกิจรับผิดชอบในงานด้านการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและการวางแผนการสื่อสารจาเป็นต้องมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน สถานการณ์ของโอกาส ปัญหาที่เป็นอุปสรรค เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์สาหรับสถานการณ์ดังกล่าว

(2) องค์กรต้องมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็วและเลือกใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ (NEWS MEDIA) ได้อย่างเหมาะสมโดยความสำคัญของการรู้เทคโนโลยีการสื่อสาร (NaiTan 2008) นักประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้เทคโนโลยีสื่อ (technology literacy) ทั้งในระดับ ‘การอ่านออกเขียนได้’ และ ‘การรู้เท่าทัน’ทางเทคโนโลยี โดยการรู้เพื่อให้เท่าทันสื่อและเพื่อเท่าทันข่าวสาร มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อนักประชาสัมพันธ์ในฐานะปัจจัยของอำนาจในยุคสังคมที่ต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นฐาน (knowledge – based society) ดังนั้นการปรับตัว รับมือ และใช้เป็นเครื่องมือในงานประชาสัมพันธ์จาเป็นจะต้องมีความรู้ทางเทคโนโลยี (technology literacy) ในที่นี้ หมายถึงการมีพื้นฐานความรู้ทางเทคโนโลยีที่สามารถนาเอาความรู้นั้นมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์ได้และยังสามารถพัฒนาและเสริมสร้างทักษะการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ในหลายระดับ

(3) องค์กรต้องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน(Integrated Marketing Communication) คือ การประชาสัมพันธ์ที่ใช้กลยุทธ์ทุกอย่างเพื่อผลด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งรวมไปถึงการใช้เครื่องมือทางการตลาดซึ่งการประชาสัมพันธ์จะต้องให้ความสาคัญกับผลที่ได้รับด้านการตลาด ไม่ว่าจะเป็นภาพพจน์ขององค์กร ได้แก่ Brand Image ตราเครื่องหมาย สัญลักษณ์ Product and Service Image ตัวสินค้าและการให้บริการCorporate Image ภาพรวมขององค์กรรวมทุกด้านภายในองค์กร และ Institutional Image ภาพพจน์ของสถาบันหน่วยงานประเภทนั้น ๆ ซึ่งจะเป็นหนทางให้องค์กรอยู่รอด และสร้างคุณค่าให้งานประชาสัมพันธ์ ได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นการใช้ IMC ในงานประชาสัมพันธ์ คือ กลยุทธ์การประสานความพยายามทางการตลาดขององค์กรในการติดต่อสื่อสารโดยใช้เครื่องมือให้เหมาะสม สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อให้ข่าวสาร สร้างภาพพจน์และจูงใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งองค์กรในทิศทางเดียวกัน (one voice)

(4) องค์กรต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อบ่งบอกถึงการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างหนึ่ง (สุดาวรรณ 2546) โดยทั่วไปแล้ว องค์กรต่าง ๆ ที่ดำเนินการด้าน CSR อย่างจริงจังจะพยายามทำตัวเป็นพลเมืองที่ดี (good corporate citizen) โดยการเข้าไปให้ความช่วยเหลือในเรื่องที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญหรือสนใจ ซึ่งการเข้าไปร่วมแก้ไขปัญหาในลักษณะนี้ไม่ได้เป็นเพียงการจ่ายเงินหรือให้เงินสนับสนุนเป็นครั้งคราว แล้วจบไป แต่มีการกำหนดเป้าหมายของปัญหาและการแก้ไขที่ชัดเจน

มีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง และอาจเข้าไปร่วมดำเนินการด้วยและการดำเนินการด้าน CSR
ที่ได้ผลจะให้ความสนใจไปที่การริเริ่มบุกเบิกนวัตกรรมเชิงสังคมหรือสิ่งประดิษฐ์บางอย่างที่มีประโยชน์ทั้งต่อองค์กรและสังคม
และช่วยสร้างความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรไปได้ในขณะเดียวกัน เป็นการริเริ่มใหม่ ๆ
ที่ทำให้องค์กรนั้นมีความแตกต่างจากคู่แข่งและให้ประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในทางหนึ่ง การดำเนินการด้าน CSR ที่จะมีประโยชน์มากที่สุดได้นั้น
องค์กรควรได้ทาการวิเคราะห์และประเมินทิศทางของการทำงานอย่างมีกลยุทธ์
โดยการทำกิจการหรือการริเริ่มบุกเบิกนวัตกรรมเชิงสังคมหรือสิ่งประดิษฐ์บางอย่างที่มีประโยชน์ทั้งต่อสังคม และช่วยสร้างความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร
ได้ในขณะเดียวกัน แทนการทำ CSR ในรูปแบบเดิม ๆ ที่ไม่ได้เชื่อมโยงงาน CSR กับกลยุทธ์และทิศทางขององค์กรอย่างแท้จริง

(5)

องค์กรต้องมีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยการบริหารจัดการความรู้เพื่อสร้างแนวคิดและการประยุกต์ใช้เครื่องมือให้ทันสมัยทันเหตุการณ์ทั้งในภาวะปกติและในภาวะวิกฤตให้กับทุกคนในองค์กร โดยเฉพาะผู้มีส่วนรับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องจัดทำ KM หรือการจัดการความรู้ (Knowledge Management)
ซึ่งเป็นกระบวนการเพื่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิผลการทางานให้องค์กรโดยที่แต่ละหน่วยงานต่างใช้กระบวนการKM เพื่อการถ่ายทอดองค์ความรู้
และสร้างแนวทางการทำงานที่ทาให้เกิดความต่อเนื่องร่วมมือร่วมใจ
ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการองค์กรแห่งอนาคตที่สมบูรณ์แบบส่งผลต่องานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

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 04303

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ดำเนินการวิจัย

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)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการวิจัยเชิงพัฒนาเพื่อนำผลการวิจัยมาเพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพิ่มคุณภาพ ประสิทธิภาพ การทำงานปกติในองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ผ่านยุทธศาสตร์วิธีการหรือเทคนิคต่างๆ โดยมีที่มาจากการทบทวนเอกสารวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาเขียนเป็นแผนภาพเชื่อมโยงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัย ประโยชน์ของกรอบความคิดในการวิจัย เพื่อนำเสนอต่อการพัฒนาต่อไป

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)
04303.01 ออกแบบวิธีการวิจัย	1. ระบุรายละเอียดรูปแบบการวิจัย 2. ระบุประชากรและกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนการวิจัย 3. นำกรอบแนวคิดและสมมติฐานมาอธิบายเป็นกระบวนการ 4. ระบุแผนการวิจัยและวัดประเมินผล	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04303.02 เลือกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	1. เลือกตัวอย่างตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ 2. สร้างแบบสอบถามให้มีความเที่ยงตรง 3. สร้างเครื่องมือที่สามารถวัดผลได้ เช่น การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม แบบสำรวจ เป็นต้น 4. เลือกเครื่องมือที่เหมาะสมกับบริบทงานวิจัยด้านประชาสัมพันธ์	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04303.03 วิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล	1. เขียนรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้ 2. เขียนรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณได้ 3. เขียนอธิบายเปรียบเทียบสถิติเชิงพรรณนาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04303.04 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	1. เขียนสรุปผลการวิจัยได้ 2. อภิปรายผลการวิจัยได้ 3. นำเสนอข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานได้ 4. นำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสืบค้นข้อมูล
2. ทักษะการทำวิจัย
3. ทักษะการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล
4. ทักษะการคิด วิเคราะห์

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เรื่องการทำวิจัย
2. ความรู้ในเรื่องจริยธรรมในการวิจัย
3. ความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์

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 การนำเสนอแนวทางในอนาคต โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ ความสามารถในการวิจัยเชิงพัฒนาเพื่อนำผลการวิจัยมาเพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพิ่มคุณภาพ ประสิทธิภาพการทำงานปกติในองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ผ่านยุทธศาสตร์วิธีการหรือเทคนิคต่างๆ โดยมีที่มาจากการทบทวนเอกสารวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาเขียนเป็นแผนภาพเชื่อมโยงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัย

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

กำหนดแบบการวิจัย

ลักษณะของแบบการวิจัย แบบการวิจัยที่มีการทดลอง การออกแบบเป็นการกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับการทดลองที่จำเป็นดังนี้

- การกำหนดกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม
- กำหนดตัวแปรในการทดลอง
- เลือกแบบแผนแบบการทดลอง
- สร้างเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการทดลอง
- ดำเนินการทดลองตามแผนแบบ

แบบการวิจัยเชิงสำรวจ

เป็นการวิจัยที่ไม่มีการสร้างสถานการณ์เชื่อมโยงใด ๆ กับข้อมูลที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติเป็นการค้นหาความจริงตามสภาพการณ์ปัจจุบัน ที่ปรากฏอยู่หรือให้เห็นว่ามีข้อเท็จจริงอย่างไรที่ปรากฏอยู่มีความสัมพันธ์กันอย่างไร โดยไม่มีการจัดกระทำเพื่อควบคุมตัวแปรใดๆ รูปแบบการวิจัยแบบสำรวจจำแนกได้ดังนี้ การสำรวจเชิงบรรยาย การสำรวจเชิงเปรียบเทียบ การสำรวจเชิงสหสัมพันธ์ การสำรวจเชิงสาเหตุ

การออกแบบการวิจัยในการวิจัยเชิงสำรวจที่สำคัญคือ

- ออกแบบการเลือกตัวอย่าง
- ออกแบบการวัดค่าตัวแปร
- ออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบการวิจัยเชิงพัฒนา

เป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นที่จะนำผลการวิจัยมาเพื่อปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพิ่มคุณภาพ ประสิทธิภาพ การทำงานปกติในองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ โดยอาศัยยุทธศาสตร์ วิธีการหรือเทคนิคต่าง ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะธรรมชาติของงานหรือหน่วยงานนั้น ๆ

แบบการวิจัยเชิงประเมิน (Evaluation Research)

การวิจัยเชิงประเมินผล (Evaluation Research) เป็นรูปแบบการวิจัยชนิดหนึ่ง เหมือนการวิจัยเชิงสำรวจ แต่การวิจัยเชิงประเมินผล เป็นวิธีการวิจัยที่มุ่งหาความรู้+ความจริงมาหาคุณค่า ของสิ่งที่วิจัยนั้นเพื่อให้ผู้บริหารคิดสนใจว่าความยุติโครงการหรือให้ดำเนินการต่อไป ในการวิจัยเชิงประเมินผลนั้น สามารถดำเนินการประเมินได้ใน 3 ระดับ 1. ก่อนการดำเนินงาน 2. ระหว่างดำเนินงาน 3. สิ้นสุดโครงการ

กระบวนการและขั้นตอนการทำวิจัยเชิงประเมินผล

ขั้นที่ 1 เลือกโครงการและตั้งหัวข้อวิจัย

ขั้นที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 3 กำหนดปัญหา เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการประเมิน

ขั้นที่ 4 ออกแบบวิจัย วางแผนวิจัยประเมิน

ขั้นที่ 5 เก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นที่ 6 วิเคราะห์ข้อมูลและแปรผล

ขั้นที่ 7 การเสนอรายงานวิจัยเชิงประเมินผล

กำหนดประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการวิจัยหมายถึง จำนวนทั้งหมดของกลุ่มบุคคล สัตว์ สิ่งต่างๆ ที่อยู่ในขอบข่ายการวิจัย โดยบ่างออกเป็น 2 ประเภท ประชากรที่มีจำนวนจำกัดและประชากรที่มีจำนวนไม่จำกัด

1. การเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น เป็นการเลือกตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ สะดวก ปลอดภัยเช่น

- การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง
- การเลือกตัวอย่างแบบกำหนดโควตา
- การเลือกตัวอย่างตามโอกาส
- การเลือกตัวอย่างตามสะดวก

การที่เลือกตัวอย่างโดยไม่ทราบค่าความน่าจะเป็นนี้ไม่เหมาะสมที่จะใช้การคำนวณค่าสถิติอนุมาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพราะไม่ทราบค่า Sampling error จึงเหมาะสมที่จะใช้กับสถิติบรรยายต่าง ๆ

2. การเลือกตัวอย่างแบบทราบค่าความน่าจะเป็นการเลือกโดยการสุ่ม (Random) ที่แต่ละหน่วยของประชากรมีโอกาสได้รับการเลือกตัวอย่างเท่าเทียมกัน การเลือกตัวอย่างแบบนี้แบ่งออกเป็น 5 วิธี คือ

- การเลือกตัวอย่างโดยการสุ่ม เป็นวิธีการที่ง่าย ๆ แต่ประชากรต้องไม่ใหญ่มากนัก
- การเลือกตัวอย่างเป็นระบบ เป็นวิธีใช้ได้ดีในกรณีที่ประชากรมีขนาดใหญ่ที่มีการจัดระบบอย่างใดอย่างหนึ่ง
- การเลือกตัวอย่างแบบการจัดระดับเป็นวิธีการเลือกตัวอย่างที่มีการจัดขั้นก่อน เพื่อให้ตัวอย่างที่ได้มาจากทุกระดับ
- การเลือกตัวอย่างแบบกลุ่ม เป็นวิธีการเลือกตัวอย่างที่มีการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่ม เช่นเดียวกับการจัดระดับแต่ลักษณะจะไม่เหมือนกัน โดยการแบ่งแบบนี้ลักษณะภายในของประชากรแต่ละกลุ่มจะมีความแตกต่างกัน และแต่ละกลุ่มจะมีความคล้ายคลึงกัน แล้วจึงเลือกโดยการสุ่มจากกลุ่มเล็ก ๆ โดยใช้ทุกหน่วยของกลุ่มย่อยมาเป็นตัวอย่าง
- การเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จะใช้เมื่อประชากรที่ศึกษามีขนาดใหญ่ ประกอบด้วยกลุ่มย่อย ๆ โดยในกลุ่มย่อย ๆ ประกอบด้วยหน่วยต่าง ๆ ที่มีลักษณะตามที่สนใจคล้าย ๆ กัน

สร้างเครื่องมือและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ความเที่ยงตรง (Validity) หมายถึง ความสามารถวัดได้ตรงกับสิ่งที่ต้องการจะวัด และวัดได้ครอบคลุมพฤติกรรมลักษณะที่ต้องการการกำหนดความเที่ยงตรงตามเนื้อหา นั้นจะต้องกำหนดนิยามตามทฤษฎีและแปลงเป็นนิยามเชิงปฏิบัติการ เพื่อหาตัวชี้วัด ความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง ความคงที่ในการวัดเมื่อวัดซ้ำ ๆ กันหลายครั้งจะให้ค่าเหมือนเดิมหรือใกล้เคียงกันการหาค่าความเชื่อมั่นมีหลายวิธีการดังนี้

1. วิธีการสอบซ้ำ
2. วิธีใช้ฟอร์มคู่ขนาน
3. วิธีหาความสอดคล้องภายใน

3.1 วิธีแบ่งครึ่ง

3.2 วิธีของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน

3.3 วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟ่า

การวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis Design)

การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of data) เป็นการจำแนกข้อมูลออกเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อจัดข้อมูลต่าง ๆ ให้เป็นระบบหมวดหมู่ แล้วใช้ค่าสถิติช่วยในการสรุปลักษณะของข้อมูลนั้น ๆ ตามลักษณะของตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ จะแตกต่างกับการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การวิเคราะห์โดยการ จำแนกชนิดและการเปรียบเทียบลักษณะของข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกันของปรากฏการณ์ต่างๆ โดยอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีช่วยในการสร้างข้อสรุปนั้น การเลือกใช้สถิติจะพิจารณาจาก

1. วัตถุประสงค์การวิจัย (เพื่อการบรรยาย, เพื่อเปรียบเทียบ, เพื่อหาความสัมพันธ์, เพื่อสร้างตัวแบบ)
2. หน่วยการวิเคราะห์ (เอกบุคคล, แบบกลุ่ม)
3. ระดับการวัดค่าตัวแปร (ระดับกลุ่ม, ระดับอันดับ, ระดับวง, ระดับอัตราส่วน)
4. การเลือกตัวอย่าง (ใช้การสุ่ม, ไม่มีการสุ่ม)

ดังนั้นเทคนิคการวิเคราะห์และแปลผลขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้วิธีการทางสถิติเป็นวิธีการในการวิเคราะห์ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ
- สถิติบรรยาย (Descriptive Statistics)การวิจัยที่มุ่งหมายเพื่อการบรรยายข้อมูลตัวอย่างหรือประชากรโดยไม่อ้างอิงไป
- สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) หรือสถิติวิเคราะห์
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิควิธีการที่เรียกว่า การจำแนกกลุ่มข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวางแผนการวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นนักวิจัยควรจะมีการวางแผนก่อนโดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยว่า ในแต่ละวัตถุประสงค์ของการวิจัยจะทำการวิเคราะห์อย่างไร ควรจะจัดกระทำข้อมูลอย่างไร และใช้ค่าสถิติใดช่วยในการหาคำตอบตามวัตถุประสงค์นั้น

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