มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
Occupational Standard and Professional Qualifications

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร
สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

จัดทำโดย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

1. ชื่อมาตรฐานอาชีพ

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

2. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐาน

N/A

3. ทะเบียนอ้างอิง (Imprint)

N/A

4. ข้อมูลเบื้องต้น

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
บทบาทครอบคลุมขอบเขตอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเฉพาะในท้องถิ่นเป็นหลักเท่านั้น โดยประกอบด้วย 6 อาชีพ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่พักท้องถิ่น ผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่น ผู้ประกอบการของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น นักเล่าเรื่องท้องถิ่น นักออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวท้องถิ่น และนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

5. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐานในแต่ละครั้ง

N/A

6. ครั้งที่

2/2568

7. คุณวุฒิวิชาชีพที่ครอบคลุม (Professional Qualifications included)

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ระดับ 5

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	**เนื้อหา**
060201	กำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์
060202	กำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน
060301	วางระบบโครงสร้างและเครือข่ายการตลาดท่องเที่ยว
060302	ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นผ่านสื่อต่างๆ

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ระดับ 5

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

ผู้มีสมรรถนะทางเทคนิคในการประยุกต์หลักการ ในสาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยปฏิบัติงานที่ครอบคลุมสมรรถนะ ระดับ 5 ตลอดจนสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ (Marketing 4.0) สำหรับการท่องเที่ยวท้องถิ่นได้ โดยมีความรู้ความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า (Customer Journey) การวางกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดยุคใหม่แบบหลากหลายช่องทาง (Omni-Channel) การวางกลยุทธ์ Content Marketing สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น พร้อมทั้งเข้าใจรูปแบบและแนวคิดการสร้าง Content สำหรับการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถเขียนเนื้อหาที่เหมาะสมกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของ Content เช่น Caption / Core Message / Call to Action นอกจากนี้เข้าใจองค์ประกอบของตราสินค้า (Brand) และการออกแบบที่มี Brand Identity การวางกลยุทธ์ตราสินค้า (Branding) และนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม รวมถึงเข้าใจเครื่องมือการตลาดดิจิทัล โดยสามารถบริหารเครื่องมือการตลาดดิจิทัลและ Social Media ได้

พร้อมทั้งสามารถเลือกใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลและ Social Media ได้อย่างเหมาะสม ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
นอกจากนี้ยังต้องเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการค้นหาข้อมูลบนสื่อออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า(Customer Insight) ทิศทาง แนวโน้มทางการตลาด
และเทรนด์ความสนใจของนักท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ได้จากเครื่องมือการตลาดดิจิทัล ตลอดจนเข้าใจวิธีการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Ads Google Adwords รวมทั้ง สามารถวางแผนและบริหารการซื้อโฆษณาบนสื่อออนไลน์อย่างเหมาะสมตามงบประมาณวัตถุประสงค์และบริบทต่าง ๆ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. เป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ ปวส หรือปริญญาตรี หรือเทียบเท่า หรือ
2. เป็นผู้ไม่มีวุฒิการศึกษา แต่มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อย 3 ปี ขึ้นไป

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น บุคคลในกลุ่มอาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
ซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติงานในการทำการตลาดท่องเที่ยวให้แก่ท้องถิ่นทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ พนักงาน นักพัฒนาในหน่วยงาน องค์กรที่ทำงาน
ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน
หมายเหตุ: ผู้ที่จะเข้ารับการประเมินในอาชีพการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นจะต้องเป็นผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องการการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่น

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

060201 กำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์
060202 กำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน
060301 วางระบบโครงสร้างและเครือข่ายการตลาดท่องเที่ยว
060302 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นผ่านสื่อต่างๆ

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่

1. ตารางแสดงหน้าที่ 1

ประกาศใช้ ณ

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
ยกระดับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีคุณภาพและยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน	06	สร้างกิจกรรมการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น	0602	กำหนดกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
			0603	สร้างระบบการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นดิจิทัล

คำอธิบาย ตารางแผนผังแสดงหน้าที่เป็นแผนผังที่ใช้วิเคราะห์หน้าที่งานเพื่อให้ได้หน้าที่หลัก (Key Function)

2. ตารางแสดงหน้าที่ 1 (ต่อ)

ประกาศใช้ ณ

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**
0602	กำหนดกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น	060201	กำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์	060201.1	วางแนวทางการสร้างประสบการณ์ตรงให้กับนักท่องเที่ยว
				060201.2	วางแผนการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมท้องถิ่น
				060201.3	วางแนวทางการติดตามผลและประเมินความสำเร็จของแผนการตลาด
		060202	กำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน	060202.1	กำหนดการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะกับชุมชน
				060202.2	ออกแบบเนื้อหาในการทำการตลาดผ่านเครื่องมือดิจิทัล
				060202.3	ออกแบบ โปสเตอร์ ภาพถ่าย และสื่อเคลื่อนไหว ให้ดึงดูดและสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างชัดเจน
0603	สร้างระบบการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นดิจิทัล	060301	วางระบบโครงสร้างและเครือข่ายการตลาดท่องเที่ยว	060301.1	พัฒนาเครือข่ายพันธมิตรและความร่วมมือในพื้นที่
				060301.2	ออกแบบภาพรวมการเชื่อมโยงระหว่างออนไลน์และออฟไลน์
				060301.3	พัฒนาแพลตฟอร์มสื่อกลางชุมชน
		060302	ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นผ่านสื่อต่างๆ	060302.1	กำหนดช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
				060302.2	สร้างเนื้อหาเรื่องเล่า เพื่อโปรโมทการท่องเที่ยวชุมชน
				060302.3	ติดตาม ประเมินผล การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 060201

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์

3. ทบทวนครั้งที่ 2 / 2568

4. สร้างใหม่ ☐ **ปรับปรุง** ☑

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

หน่วยสมรรถนะนี้อธิบาย ความสามารถของนักการตลาดหรือผู้ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในการออกแบบและกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้น ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลาง โดยนำอัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และทรัพยากรของชุมชนมาผสานเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วม ความประทับใจ และความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน
ผู้ที่มีสมรรถนะนี้สามารถวางแนวทางในการสร้างประสบการณ์ตรงให้แก่นักท่องเที่ยว วางแผนกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจริง และสามารถออกแบบวิธีติดตามผลและประเมินความสำเร็จของกลยุทธ์ที่ดำเนินการไป เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวชุมชนให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากขึ้น

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

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)
060201.1 วางแนวทางการสร้างประสบการณ์ตรงให้กับนักท่องเที่ยว	1. ออกแบบแนวคิด (Concept) ของประสบการณ์ที่ต้องการมอบให้นักท่องเที่ยว 2. เชื่อมโยงทรัพยากรและเรื่องราวของชุมชนเข้ากับประสบการณ์ท่องเที่ยว	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
060201.2 วางแผนการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมท้องถิ่น	1. ออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมโดยตรง 2. กำหนดบทบาทของชุมชนและนักท่องเที่ยวในแต่ละกิจกรรมอย่างชัดเจน	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
060201.3 วางแนวทางการติดตามผลและประเมินความสำเร็จของแผนการตลาด	1. กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์ 2. ออกแบบวิธีการติดตามและประเมินผลหลังจบกิจกรรมหรือแคมเปญ	ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการออกแบบกิจกรรมและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน
2. ทักษะการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
3. ทักษะการวิเคราะห์และสรุปผลลัพธ์ของกิจกรรมทางการตลาด

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับหลักการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based & Participatory Tourism)
3. ความรู้เกี่ยวกับหลักการติดตามผลและประเมินความสำเร็จของแผนการตลาด

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ผลสอบสัมภาษณ์

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ผลการสัมภาษณ์
2. ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร

(ง) วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

N/A

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์ หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์ วางแผน
และออกแบบกิจกรรมหรือประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สินค้า หรือชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วม ความประทับใจ และความผูกพันระยะยาว อันนำไปสู่ความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อเชิงบวก
หรืออีกนัยนึง การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์ หมายถึง การออกแบบกิจกรรมและการสื่อสารทางการตลาดที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้

1. ลงมือทำจริง (Hands-on experience)
2. เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรม
3. มีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน
4. สร้างเรื่องราวและความทรงจำเฉพาะตัว

เช่น เวิร์กช็อปทอผ้า ทำอาหารพื้นบ้าน ปลูกข้าว ดำนา เก็บหอย เล่าเรื่องประวัติชุมชน ฯลฯ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 060202

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน

3. ทบทวนครั้งที่ 2 / 2568

4. สร้างใหม่ ☐ **ปรับปรุง** ☑

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

หน่วยสมรรถนะนี้อธิบาย ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานในการวางแผนและกำหนดแนวทางการใช้สื่อและเครื่องมือดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารอัตลักษณ์ เรื่องราว และประสบการณ์ของชุมชนไปสู่กลุ่มเป้าหมาย
ผู้ที่มีสมรรถนะนี้จะสามารถเลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของชุมชน ออกแบบเนื้อหา (Content) ให้สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย และสามารถสร้างสื่อ เช่น โปสเตอร์ ภาพถ่าย และสื่อเคลื่อนไหว ที่มีความน่าสนใจ สะท้อนอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ สร้างการรับรู้ และกระตุ้นการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

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)
060202.1 กำหนดการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะกับชุมชน	1. วิเคราะห์ความพร้อมและศักยภาพของชุมชนในการใช้เครื่องมือดิจิทัล 2. เลือกเครื่องมือดิจิทัลที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด	ข้อสอบข้อเขียน
060202.2 ออกแบบเนื้อหาในการทำการตลาดผ่านเครื่องมือดิจิทัล	1. วางแผนหัวข้อและรูปแบบเนื้อหาที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชน 2. สร้างเนื้อหาที่ตอบโจทย์และดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย	ข้อสอบข้อเขียน การสาธิตการปฏิบัติงาน
060202.3 ออกแบบ โปสเตอร์ ภาพถ่าย และสื่อเคลื่อนไหวให้ดึงดูดและสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างชัดเจน	1. ผลิตสื่อภาพและสื่อเคลื่อนไหวที่มีความสวยงามและสื่อความหมายชัดเจน 2. ตรวจสอบความสอดคล้องของสื่อกับอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของชุมชน	ข้อสอบข้อเขียน การสาธิตการปฏิบัติงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1.ทักษะการเลือกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลให้เหมาะกับชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย

2.ทักษะการออกแบบเนื้อหาและสื่อดิจิทัลที่น่าสนใจ (ภาพ/วิดีโอ/ข้อความ)

3.ทักษะการวิเคราะห์ผลตอบรับพื้นฐาน เช่น ยอดเข้าชม ยอดมีส่วนร่วม เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1.ความรู้เกี่ยวกับหลักการตลาดดิจิทัลและการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว

2.ความรู้เกี่ยวกับลักษณะอัตลักษณ์ชุมชนและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

3. ความรู้เกี่ยวกับ

4.หลักการออกแบบสื่อ (ภาพ–ข้อความ–วิดีโอ) สำหรับการสื่อสารการตลาด

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก)หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ผลสอบสัมภาษณ์

2. ผลสอบปฏิบัติ

(ข)หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ผลการสัมภาษณ์

2. ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

(ค)คำแนะนำในการประเมิน

การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร

(ง) วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน

2. สอบสัมภาษณ์

3. สอบปฏิบัติ

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

N/A

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

1) ขอบเขตด้านเครื่องมือดิจิทัลที่ใช้ในการท่องเที่ยวชุมชน

ครอบคลุมการใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มที่เหมาะสม เช่น

- สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)
  - Facebook Page / Facebook Group
  - Instagram
  - TikTok
  - YouTube
  - Line Official Account
- เครื่องมือค้นหาและแผนที่ออนไลน์
  - Google Search
  - Google Maps
  - Google Business Profile
- เว็บไซต์และบล็อกของชุมชน
  - เว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน
  - หน้าข้อมูลท่องเที่ยว (Landing Page)
- เครื่องมือสนับสนุนการตลาด

- เครื่องมือออกแบบสื่อ (เช่น Canva, CapCut, Photoshop พื้นฐาน)
- เครื่องมือจัดการโพสต์และวัดผล (เช่น Meta Business Suite, Insight, Analytics)

2) ขอบเขตด้านเนื้อหาการสื่อสาร (Content Marketing)

ครอบคลุมการออกแบบและจัดทำเนื้อหาประเภทต่าง ๆ เช่น

- เรื่องราวของชุมชน (Storytelling)
- ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต
- กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์
- อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชน
- ประเพณีและเทศกาลท้องถิ่น
- รีวิวจากนักท่องเที่ยว
- ข้อมูลการเดินทาง แผนที่ และตารางกิจกรรม

ประเภทของเนื้อหาที่ใช้ ได้แก่

- ข้อความ (Text)
- ภาพถ่าย (Photo)
- วิดีโอสั้นและยาว (Video / Reel / Shorts)
- อินโฟกราฟิก (Infographic)
- โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ (Poster)

3) ขอบเขตด้านการออกแบบสื่อดิจิทัล

ครอบคลุมการออกแบบสื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน โดยคำนึงถึง

- การใช้สี ลวดลาย และสัญลักษณ์ที่แสดงถึงท้องถิ่น
- การจัดองค์ประกอบภาพ (Composition)
- การเลือกใช้ฟอนต์และตัวอักษรที่เหมาะสม
- ความชัดเจนของข้อความและภาพ
- ความเหมาะสมของเนื้อหาต่อวัฒนธรรม ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชุมชน
- การออกแบบให้เหมาะกับแต่ละแพลตฟอร์ม (แนวตั้ง / แนวนอน / สี่เหลี่ยม)

4) ขอบเขตด้านกลยุทธ์และการวางแผนการตลาด

ครอบคลุมการดำเนินการดังนี้

- การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience / Persona)
- การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Awareness / Engagement / Conversion)
- การวิเคราะห์พฤติกรรมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว
- การกำหนดช่วงเวลาและความถี่ในการโพสต์ (Content Calendar)
- การวางแนวทางการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตาม (Comment / Share / Message)
- การเชื่อมโยงสื่อออนไลน์กับกิจกรรมในพื้นที่จริง

5) ขอบเขตด้านการติดตามผลและการปรับปรุง

ครอบคลุมตัวชี้วัดเบื้องต้น เช่น

- จำนวนการเข้าถึง (Reach)
- จำนวนการมีส่วนร่วม (Like / Share / Comment / Save)
- จำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้น
- คำถามและการจองจากนักท่องเที่ยว
- กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุด

รวมถึงการนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อ

- ปรับเนื้อหาให้ตรงกลุ่มมากขึ้น
- ปรับเวลาในการโพสต์
- พัฒนาแนวทางการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพขึ้น

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 060301

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วางระบบโครงสร้างและเครือข่ายการตลาดท่องเที่ยว

3. ทบทวนครั้งที่ 2 / 2568

4. สร้างใหม่ ☐ **ปรับปรุง** ☑

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

หน่วยสมรรถนะนี้อธิบาย ความสามารถในการออกแบบและพัฒนาระบบเครือข่ายทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชน โดยเน้นการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงาน บุคคล และองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ รวมถึงการเชื่อมโยงการทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ให้ทำงานสอดประสานกัน และการพัฒนาแพลตฟอร์มสื่อกลางของชุมชนเพื่อใช้ในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และกระจายข้อมูลทางการตลาดอย่างเป็นระบบ ผู้ที่มีสมรรถนะนี้สามารถสร้างเครือข่ายพันธมิตร เช่น ผู้ประกอบการท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา บริษัททัวร์ และสื่อมวลชน รวมถึงสามารถออกแบบระบบเชื่อมโยงการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Network) ที่ทำให้การสื่อสารและการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีความเข้มแข็ง เป็นเอกภาพและยั่งยืน

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

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)
060301.1 พัฒนาเครือข่ายพันธมิตรและความร่วมมือในพื้นที่	1. ระบุและคัดเลือกพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน 2. ออกแบบแนวทางความร่วมมือและบทบาทของแต่ละภาคส่วนอย่างชัดเจน	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
060301.2 ออกแบบภาพรวมการเชื่อมโยงระหว่างออนไลน์และออฟไลน์	1. วางแผนจุดเชื่อมต่อ (Touchpoints) ระหว่างช่องทางออนไลน์และการท่องเที่ยวจริงในพื้นที่ 2. เชื่อมโยงกิจกรรมออฟไลน์กับการสื่อสารออนไลน์อย่างเป็นระบบ	ข้อสอบข้อเขียน
060301.3 พัฒนาแพลตฟอร์มสื่อกลางชุมชน	1. เลือกหรือกำหนดรูปแบบแพลตฟอร์มสื่อกลางของชุมชน 2. วางระบบการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม เส้นทางท่องเที่ยว และเรื่องราวของชุมชนอย่างสม่ำเสมอ	ข้อสอบข้อเขียน การสาธิตการปฏิบัติงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1.ทักษะการประสานงานและสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายหลายภาคส่วน
2.ทักษะการออกแบบระบบการเชื่อมโยงช่องทางสื่อสารระหว่างออนไลน์ ออฟไลน์
3. ทักษะการวางแผนและจัดระบบแพลตฟอร์มข้อมูลกลางของชุมชน

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับหลักการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและพันธมิตรทางการท่องเที่ยว
2. ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการตลาดแบบบูรณาการและการเชื่อมโยงออนไลน์ ออฟไลน์
3. ความรู้เกี่ยวกับหลักการจัดการแพลตฟอร์มสื่อกลางและการสื่อสารชุมชน

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก)หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ผลสอบสัมภาษณ์
2. ผลสอบปฏิบัติ

(ข)หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ผลการสัมภาษณ์
2. ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

(ค)คำแนะนำในการประเมิน

การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร

(ง) วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. สอบปฏิบัติ

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

N/A

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวางระบบโครงสร้างและเครือข่ายการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง
กระบวนการออกแบบโครงสร้างความร่วมมือและระบบการทำงานระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
รวมถึงการจัดระบบช่องทางการสื่อสารออนไลน์และออฟไลน์ให้เชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการส่งเสริมการตลาด การเผยแพร่ข้อมูล
และการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเป็นระบบและยั่งยืน
ในบริบทการท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง

- รวมกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง เช่น ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ หน่วยงานรัฐ สถานศึกษา บริษัททัวร์
- กำหนดบทบาทและหน้าที่ของแต่ละฝ่ายในระบบการตลาด
- ออกแบบการเชื่อมโยงออนไลน์–ออฟไลน์ (เช่น เพจชุมชน → แผนที่ → กิจกรรมจริง)
- สร้างแพลตฟอร์มกลางสำหรับการสื่อสารข้อมูล เช่น เพจกลาง เว็บไซต์ หรือ Line OA
- วางระบบการประสานงานและแบ่งปันข้อมูลร่วมกัน

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 060302

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นผ่านสื่อต่างๆ

3. ทบทวนครั้งที่ 2 / 2568

4. สร้างใหม่ ☐ **ปรับปรุง** ☑

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

หน่วยสมรรถนะนี้อธิบาย ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานในการวางแผน ดำเนินการ และติดตามผลการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ อย่างเหมาะสม โดยเน้นการสื่อสารอัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และกิจกรรมเด่นของท้องถิ่นไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้ ความสนใจ และกระตุ้นการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว
ผู้ที่มีสมรรถนะนี้จะสามารถเลือกช่องทางประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สร้างเนื้อหาเชิงเรื่องเล่า (Storytelling) ที่สะท้อนความเป็นชุมชนและสร้างความประทับใจ และสามารถติดตามประเมินผลการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

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)
060302.1 กำหนดช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	1. วิเคราะห์อายุ ความสนใจ พฤติกรรมการใช้สื่อ และรูปแบบการรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการเลือกช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม 2. เลือกช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและบริบทชุมชน	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
060302.2 สร้างเนื้อหาเรื่องเล่าเพื่อโปรโมทการท่องเที่ยวชุมชน	1. วางโครงเรื่องและประเด็นเนื้อหาที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน 2. สร้างและนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย	ข้อสอบข้อเขียน การสาธิตการปฏิบัติงาน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
060302.3 ติดตาม ประเมินผล การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ	1. ติดตามข้อมูล เช่น ยอดการเข้าถึง ยอดแชร์ คอมเมนต์ จำนวนการสอบถาม หรือจำนวนผู้เดินทางมาเที่ยวที่เกิดจากการประชาสัมพันธ์ 2. วิเคราะห์ผลที่ได้ เพื่อนำไปปรับเนื้อหา รูปแบบสื่อ หรือช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต	ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการเลือกช่องทางสื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ทักษะการสร้างเนื้อหา (ข้อความ–ภาพ–วิดีโอ) ที่ดึงดูดและสื่อสารได้ชัดเจน
3. ทักษะการติดตาม วิเคราะห์ และสรุปผลการประชาสัมพันธ์

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับหลักการสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว
2. ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการเล่าเรื่อง (Storytelling) และการถ่ายทอดอัตลักษณ์ชุมชน
3. ความรู้เกี่ยวกับหลักการประเมินผลสื่อและพฤติกรรมการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก)หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ผลสอบสัมภาษณ์
2. ผลสอบปฏิบัติ

(ข)หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ผลการสัมภาษณ์
2. ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

(ค)คำแนะนำในการประเมิน

การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร

(ง) วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. สอบปฏิบัติ

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

N/A

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นผ่านสื่อต่าง ๆ คือ

1. การสื่อสารอัตลักษณ์และเรื่องราวของชุมชน

ผู้ปฏิบัติงานต้องสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และจุดเด่นของชุมชนผ่านสื่อต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และไม่บิดเบือน เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจความเป็นตัวตนของชุมชนอย่างแท้จริง

2. การเลือกใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม

ต้องสามารถพิจารณาและเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม เช่น สื่อออนไลน์ (Facebook, TikTok, YouTube, เว็บไซต์) และสื่อออฟไลน์ (แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อท้องถิ่น) ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ และบริบทของชุมชน

3. การสร้างเนื้อหาเชิงเรื่องเล่า (Storytelling)
ผู้ปฏิบัติงานต้องสามารถออกแบบและสร้างเนื้อหาในรูปแบบเรื่องเล่า เช่น ประวัติชุมชน เรื่องราวของคนในพื้นที่ กิจกรรมพื้นบ้าน และประสบการณ์นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและความน่าสนใจ
4. การผลิตสื่อที่ดึงดูดและน่าสนใจ
ต้องสามารถผลิตหรือออกแบบสื่อ เช่น ภาพถ่าย วิดีโอ โปสเตอร์ อินโฟกราฟิก ที่มีความสวยงาม ชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้
5. การสื่อสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว
นอกจากการสร้างภาพลักษณ์แล้ว ต้องสามารถสื่อสารข้อมูลจำเป็น เช่น เส้นทางการเดินทาง เวลาเปิด–ปิด กิจกรรมที่มีให้เข้าร่วม จุดเด่น และข้อควรรู้ เพื่อช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

6. การสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) กับผู้รับสาร
ต้องสามารถกระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วม เช่น การกดไลก์ แสดงความคิดเห็น แชร์ หรือสอบถามข้อมูล ซึ่งช่วยเพิ่มการมองเห็นและการบอกต่อของแหล่งท่องเที่ยว
7. การติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์
ผู้ปฏิบัติงานต้องสามารถติดตามผลการเผยแพร่สื่อ เช่น ยอดเข้าถึง ยอดมีส่วนร่วม จำนวนผู้สนใจ และการมาท่องเที่ยวจริง เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการประเมินประสิทธิภาพ
8. การปรับปรุงและพัฒนาการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
ต้องสามารถนำผลการประเมินมาปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบสื่อ และช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย เหมาะสม และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน