



มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
Occupational Standard and Professional Qualifications

มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

จัดทำโดย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
ร่วมกับ ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

1. ชื่อมาตรฐานอาชีพ

มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

2. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐาน

N/A

3. ทะเบียนอ้างอิง (Imprint)

N/A

4. ข้อมูลเบื้องต้น

เมื่อกล่าวถึงทิศทางการพัฒนาของโลกและการพัฒนาประเทศไทย

เพื่อรองรับการพัฒนาอย่างยั่งยืน การจัดการพื้นที่สีเขียวเป็นปัจจัยหลักหนึ่งซึ่งขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เนื่องจากจะส่งผลดี ต่อสภาพแวดล้อม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดแบบไร้คุณค่า ลดภาวะโลกร้อน ป้องกันการเกิดภาวะเรือนกระจก และเป็นการยกระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิต

ความหมาย คำจำกัดความและการจำแนกประเภทของพื้นที่สีเขียว มีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความต้องการและการกำหนดลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้นๆ

พื้นที่สีเขียวอาจหมายถึงพื้นที่ภายนอกที่มีต้นไม้ จำนวนมาก (Bonsignore, 2003) และพื้นที่ที่มีสภาพกึ่งธรรมชาติ (Jim and Chen, 2003) หรืออาจเป็นพื้นที่ว่างในเขตเมือง (Beatley, 2000) ทั้งนี้ พื้นที่สีเขียวอาจหมายถึง พื้นที่ที่มีการใช้ประโยชน์ของที่ดินตามธรรมชาติ หรือมนุษย์ได้มีการเพาะปลูกพืชในบริเวณอาคารหรือบริเวณพื้นที่ที่วางแผนไว้ (Wu, 1999) การจัดการพื้นที่ สีเขียวจึงควรครอบคลุมทั้งในเขตเมืองและชุมชนต่างๆ เขตที่อยู่อาศัย เขตสถานประกอบการ นิคมอุตสาหกรรมหรือเขตเศรษฐกิจ ดังนั้น กิจกรรมการจัดการพื้นที่จึงมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ ความสำเร็จซึ่งเกิดขึ้นในทั้ง 3 ระดับ ได้แก่ ระดับปฏิบัติการ ระดับกลยุทธ์ และระดับนโยบาย จะเกิดจากความร่วมมือจากหลายภาคส่วนเพื่อระดมความรู้ความคิดความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ได้แก่ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้ปฏิบัติงาน กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มสมาคมวิชาชีพต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว เพื่อนำไปสู่การจัดทำมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ ที่ชัดเจนและครอบคลุม

จากการศึกษา พบว่าจำนวนบุคลากรแรงงานซึ่งทำงานอยู่ในกลุ่มสาขาวิชาชีพ การจัดการพื้นที่สีเขียว มีปริมาณมากถึงกว่า 10 ล้านคน กระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งนี้ จำนวนกว่าร้อยละ 50 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และร้อยละ 60 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาในระดับต่ำกว่าถึงระดับมัธยมปลาย เห็นได้ว่า

กลุ่มบุคลากรแรงงานในกลุ่มสาขาวิชาชีพการจัดการพื้นที่สีเขียว เป็นกลุ่มบุคคลที่มีทักษะวิชาชีพซึ่งต้องการได้รับการรับรองมาตรฐานสมรรถนะการปฏิบัติงาน หรือการกำหนดมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานวิชาชีพให้กับบุคคลในวิชาชีพ ซึ่งครอบคลุมถึงการกำหนดฐานสมรรถนะบุคคล การวัดและประเมิน การฝึกอบรม และการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ

การจัดการพื้นที่สีเขียวความต้องการบริหารจัดการที่มีความเกี่ยวข้องกับพลังงานและเป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม ความเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อม ทั้งด้านการประหยัดพลังงาน การประหยัดน้ำ การเพิ่มพื้นที่สีเขียว การป้องกันน้ำฝนไหลหลาก เช่น การกำหนดให้พื้นที่ 50 เปอร์เซ็นต์ของพื้นที่ที่เปิดโล่ง จะต้องเป็นพื้นที่สีเขียว ที่น้ำซึมไหลผ่านได้ กลไกที่เกิดขึ้นนี้ได้อาศัยแรงจูงใจให้เกิดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

การดำเนินการบริหารจัดการธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องจากจะส่งผลดีต่อสภาพแวดล้อม สิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัดแบบไร้คุณค่าแล้วยังช่วยลดภาวะโลกร้อน การป้องกันการเกิดภาวะเรือนกระจกได้ด้วยและยังส่งผลดีต่อสภาพแวดล้อม สิ่งแวดล้อมของประเทศ ทั้งยังเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในประเทศอีกด้วย

สำหรับประเทศไทยก็ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาพื้นที่สีเขียวในเขตเมือง ดังจะเห็นได้จากการบรรจุแผนการพัฒนาพื้นที่สีเขียวไว้ในแผนพัฒนาประเทศและในระดับท้องถิ่นหลายครั้งด้วยกัน อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากร และได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาส ทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564) โดยการกำหนดแนวทางการพัฒนา

การสร้างความสำเร็จเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมการผลิต การลงทุน และการสร้างงาน สีเขียวเพื่อยกระดับประเทศสู่เศรษฐกิจและสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนากลุ่มของธุรกิจและสถาบัน ที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมสีเขียว

ส่งเสริมผู้ประกอบการให้สามารถปรับระบบสู่ห่วงโซ่อุปทานหรือห่วงโซ่มูลค่า ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Supply Chain /Green Value Chain)

ส่งเสริมการทำการเกษตรกรรมยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมภาคบริการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย เพื่อให้ประเทศไทยมีศักยภาพให้มีความก้าวหน้ามากขึ้นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ ความพยายามในอันที่จะเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเขตชุมชนของประเทศไทย ซึ่งได้ริเริ่มมาเป็นเวลา นานแล้ว

แต่ยังไม่ได้มีการหามาตรการที่เหมาะสมและสามารถที่จะนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

สาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากระบบการบริหารจัดการในเรื่องพื้นที่สีเขียวยังขาดการบูรณาการของหน่วยงานทั้งในระดับการวางแผนและระดับปฏิบัติ ทั้งภาครัฐและเอกชน

และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการพื้นที่สีเขียวยังไม่ตกผลึก เนื่องจากแนวความคิดเรื่องการจัดการพื้นที่สีเขียว

ยังเป็นองค์ความรู้ที่หลากหลายไม่เป็นเอกภาพ ประกอบกับหน่วยงานต่างๆ

ที่เกี่ยวข้องนั้นยังมีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าและความสำคัญของพื้นที่สีเขียวที่แตกต่างกันทำให้การกำหนดยุทธศาสตร์หรือแผนการบริหารจัดการไม่ได้คำนึงถึงการเพิ่ม

ลดดูแลรักษาพื้นที่สีเขียว นอกจากนั้นกระบวนการจัดทำแผนแม่บทในการบริหารจัดการพื้นที่สีเขียว ยังไม่มีการนำไปประยุกต์ใช้กันอย่างจริงจัง การบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ยังไม่มีความมั่นใจนโยบายและแนวคิดด้านการวางแผนพื้นที่สีเขียวที่บูรณาการอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งขาดการสร้างความรู้ สู่ภาคส่วนต่างๆ โดยเฉพาะประชาชนและชุมชน จึงขาดความเชื่อมโยงหรือความต่อเนื่องในการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือในการทำงานด้านพื้นที่สีเขียว อีกทั้งการขยายตัวของชุมชนเมืองอย่างรวดเร็ว ทำให้ชุมชนเมืองหลายแห่งขาดแคลนพื้นที่สีเขียวที่เหมาะสมกับสัดส่วนของประชากร ประกอบกับการสนับสนุนงบประมาณและแหล่งเงินทุนที่ไม่เพียงพอ ทำให้พื้นที่สีเขียวบางแห่งขาดการดูแลอย่างทั่วถึงและมีความต่อเนื่อง จึงทำให้มีสภาพทรุดโทรมและกรำง สัดส่วนพื้นที่สีเขียวต่อประชากรอยู่ในเกณฑ์ต่ำ นอกจากนี้กลไกหรือเครื่องมือที่นำไปสู่การปฏิบัติยังไม่มีประสิทธิภาพ ขาดมาตรการจูงใจในการเพิ่มพื้นที่สีเขียว และมีข้อจำกัดของงบประมาณบริหารจัดการพื้นที่สีเขียวของชุมชน รวมถึงข้อจำกัดของค่านิยามและข้อกำหนดเกี่ยวกับพื้นที่ที่ยังไม่ครอบคลุม ทำให้การบังคับใช้กฎหมายยังไม่สัมฤทธิ์ผล ดังนั้น การบูรณาการศาสตร์และองค์ความรู้ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อมาประยุกต์ใช้กับการจัดการพื้นที่สีเขียวในเขตเมืองจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งจะช่วยให้เกิดความยั่งยืนในการจัดการพื้นที่สีเขียวได้ในอนาคต

5. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐานในแต่ละครั้ง

1

6. ครั้งที่

วัน/เดือน/ปี

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

การกำหนดหลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

7. คุณวุฒิวิชาชีพที่ครอบคลุม (Professional Qualifications included)

สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 4

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	เนื้อหา
0134	ประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
0135	วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
0136	ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 4

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

เป็นหน่วยสมรรถนะที่ผู้ปฏิบัติงานมีทักษะในการปฏิบัติงานประจำขั้นพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในประเมินสภาพแวดล้อมรายงานผลการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการจัดการพื้นที่สีเขียว กำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing) กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix)รายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดวางแผนการประเมินความพึงพอใจสำรวจความพึงพอใจประเมินระดับความพึงพอใจรายงานผลการประเมินความพึงพอใจ โดยมีทักษะทางเทคนิคในการปฏิบัติงาน มีทักษะทางความคิด การปฏิบัติที่หลากหลาย ครอบคลุมการปฏิบัติงาน ห้าข้อสรุป การตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานโดยใช้ ทฤษฎีเทคนิคอย่างอิสระด้วยตนเอง

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

- ผู้ที่เข้าสู่คุณวุฒิวิชาชีพสาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 4 ต้องมีคุณสมบัติดังนี้
- 1. สำเร็จการศึกษาขั้นต้นระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือเทียบเท่าในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือ
 - 2. ผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพสาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 3 ไม่น้อยกว่า 1 ปี หรือ
 - 3. มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 3 ปี
- ผู้ที่ผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิ สาขาวิชาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 4 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพระดับ 4 ทั้ง 3 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

- 1. แสดงหลักฐานการทำงานที่เกี่ยวข้องกับคุณวุฒิวิชาชีพที่ได้รับการรับรอง โดยให้เจ้าหน้าที่สอบพิจารณาความสอดคล้องของหลักฐาน และ
- 2. พิจารณาถึงความคงอยู่ของสมรรถนะตามคุณวุฒิวิชาชีพที่ได้รับการรับรอง หากจำเป็นอาจให้เข้ารับการประเมินสมรรถนะใหม่ทั้งหมดหรือบางส่วน เพื่อแสดงถึงสมรรถนะในปัจจุบัน

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

นักการตลาด

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

- 0134 ประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
- 0135 วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
- 0136 ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่

1. ตารางแสดงหน้าที่ 1

ประกาศใช้ ณ 01/10/2564

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

ความมุ่งหมายหลัก Key Purpose	บทบาทหลัก Key Roles		หน้าที่หลัก Key Function	
	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
พัฒนาและยกระดับบุคลากรในวิชาชีพด้านธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียวให้เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและระดับสากล	01	การวิเคราะห์ความคุ้มค่าและความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	013	นักการตลาดพื้นที่สีเขียว

คำอธิบาย ตารางแผนผังแสดงหน้าที่เป็นแผนผังที่วิเคราะห์หน้าที่งานเพื่อให้ได้หน้าที่หลัก (Key Function)

2. ตารางแสดงหน้าที่ 1 (ต่อ)

ประกาศใช้ ณ 01/10/2564

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
013	นักการตลาดพื้นที่สีเขียว	0134	ประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	01341	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด
				01342	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก
				01343	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน
				01344	ประเมินสภาพแวดล้อม
				01345	รายงานผลการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด
		0135	วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	01351	วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการจัดการพื้นที่สีเขียว
				01352	กำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing)
				01353	กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)
				01354	รายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
		0136	ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	01361	วางแผนการประเมินความพึงพอใจ
				01362	สำรวจความพึงพอใจ
				01363	ประเมินระดับความพึงพอใจ
				01364	รายงานผลการประเมินความพึงพอใจ

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ0134
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
3. ทบทวนครั้งที่1 / 2564
4. สร้างใหม่

☐

ปรับปรุง

☒

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 4
ISCO-08 รหัสอาชีพ 2431 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านโฆษณาและการตลาด

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

เป็นหน่วยสมรรถนะที่ผู้ปฏิบัติงานมีทักษะในการปฏิบัติงานประจำขึ้นพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในประเมินสภาพแวดล้อมรายงานผลการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดโดยมีทักษะทางเทคนิคในการปฏิบัติงาน มีทักษะทางความคิดและปฏิบัติที่หลากหลายครอบคลุมการปฏิบัติงาน หาข้อสรุปและการตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานโดยใช้ทฤษฎีและเทคนิคอย่างอิสระด้วยตนเอง

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

10. ข้อกำหนดหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Licensing or Regulation Related) (ถ้ามี)

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01341 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด	1.1 อธิบายความสำคัญของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด 1.2 ระบุประเภทของสภาพแวดล้อมทางการตลาดแบ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01342 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	2.1 อธิบายความหมายของสภาพแวดล้อมภายนอก 2.2 อธิบายประเภทของสภาพแวดล้อมภายนอก 2.3 จำแนกสภาพแวดล้อมภายนอกระดับจุลภาค 2.4 จำแนกสภาพแวดล้อมภายนอกระดับมหภาค 2.5 ประยุกต์ใช้ความรู้สภาพแวดล้อมภายนอกตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01343 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	3.1 อธิบายความหมายของสภาพแวดล้อมภายใน 3.2 ระบุประเภทของสภาพแวดล้อมภายใน 3.3 อธิบายสภาพแวดล้อมภายในส่วนผสมทางการตลาด 3.4 อธิบายสภาพแวดล้อมภายในส่วนบริบทของกิจการ 3.5 ประยุกต์ใช้ความรู้สภาพแวดล้อมภายในตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	การสัมภาษณ์
01344 ประเมินสภาพแวดล้อม	4.1 จำแนกผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว 4.2 ประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
01345 รายงานผลการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด	5.1 อธิบายรูปแบบการนำเสนอในรายงานผลการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด 5.2 จัดทำรายงานผลการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด	แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
2. ทักษะในการสื่อสาร
3. ทักษะการใช้โปรแกรมเพื่อสนับสนุนงาน

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (Environmental Scanning) สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

- 1.1 การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environmental Scanning)

ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับ สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม (Task Environment or Industry Environment) และสภาพแวดล้อมของสังคม (Societal Environment)

- 1.2 การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environmental Scanning) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์โครงสร้าง (Structure) วัฒนธรรมองค์กร (Culture) และทรัพยากร (Resources) ของบริษัท

การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายใน (Environmental Scanning and Industry Analysis)

สภาพแวดล้อมภายนอกมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการ การที่กิจการจะประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้บริหารจะต้องมีความสามารถที่จะปรับตัวให้อยู่รอดได้ในสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป

ผู้บริหารจะต้องมองหากลยุทธ์ที่เหมาะสมที่จะแข่งขันได้ในสถานการณ์ต่างๆ และต้องมีความสามารถที่จะปรับตัวให้เหมาะสมกับกลยุทธ์เหล่านั้น กลยุทธ์ที่เหมาะสมทั้งต่อสถานการณ์ภายนอก และสอดคล้องกับการปฏิบัติงานของบริษัทจะถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุด

ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการอยู่รอดในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม สภาพแวดล้อมเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมถึงมีความซับซ้อนยากที่จะเข้าใจได้ ต้องอาศัยการวิเคราะห์จากผู้ที่มีประสบการณ์และมีการตรวจสอบจากปัจจัยแวดล้อมหลายๆ ตัวประกอบกัน

เพื่อที่จะทำความเข้าใจได้อย่างลึกซึ้งและถูกต้องถึงระดับของการเปลี่ยนแปลงหรือนแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา การที่สภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ถือได้ว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งของผู้บริหารในการวางแผนกลยุทธ์ เพราะว่าการคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจะทำโดยยากขึ้น และถ้าผู้บริหาร ไม่เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมก็มีแนวโน้มว่า แผนกลยุทธ์ที่วางไว้จะไม่ประสบความสำเร็จอย่างที่ควรจะเป็น

การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (Environmental Scanning)

เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า ผลประกอบการที่ดี และกำไรของกิจการมักจะเกิดจากการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ และการวางแผนที่ดีนั้น ต้องมีการตรวจสอบสภาพแวดล้อมที่ถูกต้อง ดังนั้น

จึงมีความจำเป็นและเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารกิจการทุกแห่งจะต้องให้ความสนใจกับการประเมิน หรือ ตรวจสอบสภาพแวดล้อมที่จะมีผลกระทบต่อบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อมองหาโอกาส หรืออุปสรรคที่จะต้องเผชิญและแก้ไขต่อไปในอนาคต

สภาพแวดล้อมภายนอก คืออะไร (Environmental Variables)

คือสิ่งแวดล้อมภายนอกที่จะมีผลกระทบต่อบริษัทและสามารถทำให้บริษัทได้โอกาส หรือเกิดอุปสรรคในการบริหารกิจการได้ สำหรับสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะนำมาวิเคราะห์ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ หรือ นำมาใช้ในเรื่องของยุทธศาสตร์การบริหารนั้นจะมี

- 2 ประเภทคือสภาพแวดล้อมทางสังคม (Societal Environment) และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม (Task Environment or Industry Environment)

ในการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกตัวแรก หรือ สภาพแวดล้อมทางสังคม (Societal Environment) มีตัวแปรหลายตัวที่กิจการจะต้องให้ความสำคัญ และตัวแปรเหล่านี้จะมีผลต่อการดำเนินงานในระยะยาว ซึ่งประกอบไปด้วย ตัวแปรที่สำคัญ 4 ตัวคือ

1. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Forces) เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของ การเปลี่ยนแปลงอัตราเงินเฟ้อ เงิน ฟัลังงาน และ ข้อมูลข่าวสาร
 2. สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technological Forces) เป็นตัวแปรที่จะช่วยนำเสนอสสิ่งใหม่ๆ มาใช้ในการแก้ปัญหาของกิจการ
 3. สภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองและกฎหมาย (Political – legal Forces) เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการใช้อำนาจทางการเมือง การออกกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ ที่จะเป็นโยบายหรือเป็นอุปสรรคต่อการบริหารกิจการ
 4. สภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Forces) เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมของคนในสังคม ความเชื่อ บรรทัดฐาน ประเพณี และแนวทางในการดำเนินชีวิต
- สำหรับการประเมินสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม (Task Environment or Industry Environment) จะเป็นการวิเคราะห์ถึงกลุ่มที่มีผลกระทบต่อการทำงานของกิจการของบริษัท ซึ่งกลุ่มที่ว่านี้ จะหมายรวมถึง รัฐบาล (governments) ชุมชนท้องถิ่น (local communities) ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ (suppliers) คู่แข่งขัน (competitors) ลูกค้า (customers) ผู้ให้สินเชื่อ (creditors) ลูกจ้างหรือพนักงาน (employee/labor unions) กลุ่มที่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องอื่นๆ (special – interest groups) และสมาคมการค้าที่เกี่ยวข้อง (trade associations)
- ผู้บริหารกิจการจะต้องให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายนอกทั้งสองประเภท คือ ทั้งสภาพ แวดล้อมทางสังคม และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม เพราะว่าสภาพแวดล้อมทั้งสองประเภทนี้มีส่วนสำคัญที่จะทำให้งิการประสบความสำเร็จได้ในอนาคต
- ตัวอย่างของตัวแปรที่จะต้องวิเคราะห์ในการตรวจสอบสภาพแวดล้อมทางสังคม (Some Important Variables in the Societal Environment)

1. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic)

- 1.1 แนวโน้มของค่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross National Product; GNP trends)

- 1.2 อัตราดอกเบี้ย (Interest rates)

- 1.3 ปริมาณเงินในประเทศ (Money supply)

- 1.4 อัตราเงินเฟ้อ (Inflation rates)

- 1.5 ระดับการว่างงานภายในประเทศ (Unemployment levels)

- 1.6 อัตราค่าแรงขั้นต่ำ (Wage/price controls)

- 1.7 การปรับลดอัตราแลกเปลี่ยนหรือมูลค่าของเงินบาท (Devaluation) หรือการเพิ่มค่าของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท (Revaluation)

- 1.8 ปริมาณพลังงานและต้นทุนของพลังงาน (Energy availability and cost)

- 1.9 รายได้ที่ใช้จ่ายได้จริง (Disposable and discretionary income) เป็นรายได้หลังหักภาษีและรายได้นี้จะแสดงถึงอำนาจซื้อที่แท้จริงของประชาชนและการออมด้วย

2. สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technology)

- 2.1 การใช้จ่ายของภาครัฐเพื่อการวิจัยและพัฒนา (Total federal spending for R&D)

- 2.2 การใช้จ่ายของภาคเอกชนเพื่อการวิจัยและพัฒนา (Total industry spending for R&D)

- 2.3 การให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเทคโนโลยี (Focus of technological efforts)

- 2.4 การให้ความคุ้มครองด้านลิขสิทธิ์ (Patent protection)

- 2.5 การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ (New products)

- 2.6 การพัฒนาเทคโนโลยีจากห้องทดลองสู่ตลาด (New developments in technology transfer from lab to market place)

- 2.7 การปรับปรุงผลผลิตผ่านระบบอัตโนมัติ (Productivity improvements through automation)

3. สภาพแวดล้อมทางด้านการเมืองและกฎหมาย (Political – legal)

- 3.1 กฎหมายป้องกันการผูกขาด (Antitrust regulations)

- 3.2 กฎหมายคุ้มครองสิ่งแวดล้อม (Environmental protection laws)

- 3.3 กฎหมายเกี่ยวกับการเสียภาษี (Tax laws)

- 3.4 สิทธิพิเศษทางกฎหมายอื่นๆ (Special incentives)

- 3.5 กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ (Foreign trade regulations)

- 3.6 ทิศนคติต่อบริษัทต่างชาติ (Attitudes toward foreign companies)

- 3.7 กฎหมายการจ้างงานและการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง (Laws on hiring and promotion)

- 3.8 ความมีเสถียรภาพของรัฐบาล (Stability of government)

4. สภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

- 4.1 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิต (Life – style changes)

- 4.2 ความคาดหวังหรือโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ (Career expectations)

- 4.3 บทบาทของผู้บริโภค (Customer activism)

- 4.4 อัตราการตั้งครอบครัวใหม่ (Rate of family formation)

- 4.5 อัตราการเพิ่มของประชากร (Growth rate of population)

- 4.6 การกระจายของอายุของประชากร (Age distribution of population)

- 4.7 การกระจายของถิ่นที่อยู่ของประชากร (Regional shifts in population)

- 4.8 อายุเฉลี่ยของประชากร (Life expectancies)

- 4.9 อัตราการเกิด (Birth rates)

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. แฟ้มสะสมผลงาน (Portfolio)

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1.

หนังสือรับรองประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดสภาพแวดล้อมภายนอกสภาพแวดล้อมภายในประเมินสภาพแวดล้อมรายงานผลการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดจากนายจ้าง หรือ

2. หนังสือรับรองผ่านการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน ประเมินสภาพแวดล้อม รายงานผลการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด หรือ

3. หากไม่มีหลักฐานความรู้ตามข้อ 1 และ 2 ข้างต้น ต้องมีแฟ้มสะสมผลงานที่มีข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน ประเมินสภาพแวดล้อม รายงานผลการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด และสามารถใช้โปรแกรม Microsoft Office ในการทำงาน

ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด

2. พิจารณาหลักฐานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานด้านความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบปรนัย

2. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบอัตนัย

3. แฟ้มสะสมผลงาน

4. การสัมภาษณ์

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

1. ผู้เข้ารับการประเมินต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด

2. ผู้เข้ารับการประเมินต้องมีความรู้เรื่องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน ประเมินสภาพแวดล้อม รายงานผลการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการ การที่กิจการจะประสบความสำเร็จได้นั้น

ผู้บริหารจะต้องมีความสามารถที่จะปรับตัวให้อยู่รอดได้ในสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป

ผู้บริหารจะต้องมองหากลยุทธ์ที่เหมาะสมที่จะแข่งขันได้ในสถานการณ์ต่างๆ และต้องมีความสามารถที่จะปรับตัวให้เหมาะสมกับกลยุทธ์เหล่านั้น

กลยุทธ์ที่เหมาะสมทั้งต่อสถานการณ์ภายนอก และสอดคล้องกับการปฏิบัติงานของบริษัทจะถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุด

ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการอยู่รอดในระยะยาวดังคำอธิบายข้อ 13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge) (ข) ความต้องการด้านความรู้

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 การประเมินความรู้ ด้วยข้อสอบปรนัย 4 ตัวเลือก และข้อสอบแบบอัตนัย

18.2 แฟ้มสะสมผลงาน

18.3 การสอบสัมภาษณ์

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ0135
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว
3. ทบทวนครั้งที่1 / 2564
4. สร้างใหม่

☐

ปรับปรุง

☒

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 4
ISCO-08 รหัสอาชีพ 2431 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านโฆษณาและการตลาด

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

เป็นหน่วยสมรรถนะที่ผู้ปฏิบัติงานมีทักษะในการปฏิบัติงานประจำขั้นพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการจัดการพื้นที่สีเขียวกำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing) กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) รายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยมีทักษะทางเทคนิคในการปฏิบัติงาน มีทักษะทางความคิดและปฏิบัติที่หลากหลายครอบคลุมการปฏิบัติงาน ทำข้อสรุปและการตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานโดยใช้ทฤษฎีและเทคนิคอย่างอิสระด้วยตนเอง

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

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)
01351 วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการจัดการพื้นที่สีเขียว	1.1 อธิบายความสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการจัดการพื้นที่สีเขียว 1.2 ระบุหลักการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing) 1.3 ระบุหลักการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 1.4 จำแนกความแตกต่างตามกรอบแนวคิดของทั้งสองกลยุทธ์	การสัมภาษณ์

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01352 กำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing)	2.1 อธิบายองค์ประกอบของกลยุทธ์ตลาดเป้าหมายได้ 2.2 ระบุความหมายและกลวิธีใช้ S-Market Segmentation การแบ่งส่วนตลาด 2.3 ระบุความหมายและกลวิธีใช้ T- Market Targeting ตลาดเป้าหมาย 2.4 ระบุความหมายและกลวิธีใช้ P-Positioning การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 2.5 อธิบายขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมายได้	ข้อสอบข้อเขียน
01353 กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	3.1 อธิบายองค์ประกอบของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดได้ 3.2 ระบุความหมายและกลวิธีกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ Product 3.3 อธิบายความหมายและกลวิธีกำหนดกลยุทธ์ราคา Price 3.4 ระบุความหมายและกลวิธีกำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจำหน่าย Place 3.5 จำแนกความหมายและกลวิธีกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด Promotion 3.6 อธิบายความหมายและกลวิธีกำหนดกลยุทธ์การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ Publicity and Public Relation	ข้อสอบข้อเขียน
01354 รายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด	4.1 อธิบายรูปแบบการนำเสนอในรายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด 4.2 จัดทำรายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด	ข้อสอบข้อเขียน แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. แฟ้มสะสมผลงาน (Portfolio)

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. หนังสือรับรองประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการจัดการพื้นที่สีเขียว กำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing) กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) รายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจากนายจ้าง หรือ

2. หนังสือรับรองผ่านการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการจัดการพื้นที่สีเขียว กำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing) กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) รายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด หรือ

3. หากไม่มีหลักฐานความรู้ตามข้อ 1 และ 2 ข้างต้น

ต้องมีแฟ้มสะสมผลงานที่มีข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการจัดการพื้นที่สีเขียว กำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing) กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) รายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และสามารถใช้โปรแกรม Microsoft Office ในการทำงาน

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และหลักฐานด้านความรู้

2. พิจารณาหลักฐานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน

(ง) วิธีการประเมิน

1. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบปรนัย

2. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบอัตนัย

3. แฟ้มสะสมผลงาน

4. การสัมภาษณ์

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

1. ผู้เข้ารับการประเมินต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

2. ผู้เข้ารับการประเมินต้องมีความรู้เรื่องการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการจัดการพื้นที่สีเขียว กำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing) กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) รายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นการวางแผนการตลาดให้อยู่เหนือคู่แข่งในภาวะที่ตลาดมีการแข่งขันกันสูงและสิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การทำให้บริษัทสามารถอยู่รอดได้ ก็คือ การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในด้านต่างๆ ที่เปลี่ยนไป โดยต้องมีการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด

กำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing) กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) รายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดดังคำอธิบายข้อ 13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge) (ข) ความต้องการด้านความรู้

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 การประเมินความรู้ ด้วยข้อสอบปรนัย 4 ตัวเลือกและข้อสอบแบบอัตนัย

18.2 แฟ้มสะสมผลงาน

18.3 การสอบสัมภาษณ์

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ0136
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะประเมินความพึงพอใจของลูกค้า
3. ทบทวนครั้งที่1 / 2564
4. สร้างใหม่ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 4
ISCO-08 รหัสอาชีพ 2434 ผู้ประกอบวิชาชีพด้านโฆษณาและการตลาด

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

เป็นหน่วยสมรรถนะที่ผู้ปฏิบัติงานมีทักษะในการปฏิบัติงานประจำขึ้นพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับการวางแผนการประเมินความพึงพอใจสำรวจความพึงพอใจประเมินระดับความพึงพอใจรายงานผลการประเมินความพึงพอใจโดยมีทักษะทางเทคนิคในการปฏิบัติงาน มีทักษะทางความคิดและปฏิบัติที่หลากหลายครอบคลุมการปฏิบัติงานหาข้อสรุปและการตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานโดยใช้ทฤษฎีและเทคนิคอย่างอิสระด้วยตนเอง

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

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)
01361 วางแผนการประเมินความพึงพอใจ	1.1 อธิบายความสำคัญของการประเมินความพึงพอใจ 1.2 ระบุวัตถุประสงค์ของการสำรวจความพึงพอใจ 1.3 ระบุขั้นตอนการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า 1.4 ระบุแผนสำรวจความพึงพอใจ	การสัมภาษณ์
01362 สำรวจความพึงพอใจ	2.1 อธิบายหลักการสำรวจความพึงพอใจ 2.2 ระบุแนวทางการกำหนดเกณฑ์ประเมินความพึงพอใจ 2.3 อธิบายแนวทางการกำหนดตัวชี้วัดตามเกณฑ์ประเมิน 2.4 ระบุเครื่องมือสำรวจความพึงพอใจ 2.5 ออกแบบแบบสำรวจความพึงพอใจ 2.6 อธิบายวิธีสำรวจความพึงพอใจ	ข้อสอบข้อเขียน
01363 ประเมินระดับความพึงพอใจ	3.1 ระบุแนวการประเมินความพึงพอใจ 3.2 อธิบายการกำหนดระดับความพึงพอใจ 3.3 ระบุวิธีวัดผลระดับความพึงพอใจ	
01364 รายงานผลการประเมินความพึงพอใจ	4.1 ระบุเนื้อหาที่ต้องกำหนดในรายงานผลการประเมินความพึงพอใจ 4.2 จัดทำรายงานผลการประเมินความพึงพอใจ	การสัมภาษณ์

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. แฟ้มสะสมผลงาน (Portfolio)

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. หนังสือรับรองประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการวางแผนการประเมินความพึงพอใจสำรวจความพึงพอใจประเมินระดับความพึงพอใจรายงานผลการประเมินความพึงพอใจจากนายจ้าง หรือ

2. หนังสือรับรองผ่านการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการประเมินความพึงพอใจ สำรวจความพึงพอใจ ประเมินระดับความพึงพอใจ รายงานผลการประเมินความพึงพอใจ หรือ

3. หากไม่มีหลักฐานความรู้ตามข้อ 1 และ 2 ข้างต้น ต้องมีแฟ้มสะสมผลงานที่มีข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการวางแผนการประเมินความพึงพอใจสำรวจความพึงพอใจ ประเมินระดับความพึงพอใจ รายงานผลการประเมินความพึงพอใจ และสามารถใช้องค์ความรู้โปรแกรม Microsoft Office ในการทำงาน

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจสอบประเมินเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

2. พิจารณาหลักฐานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานด้านความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบปรนัย

2. การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบอัตนัย

3. แฟ้มสะสมผลงาน

4. การสัมภาษณ์

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

1. ผู้เข้ารับการประเมินต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

2. ผู้เข้ารับการประเมินต้องมีความรู้เรื่องการวางแผนการประเมินความพึงพอใจ สำรวจความพึงพอใจ ประเมินระดับความพึงพอใจ รายงานผลการประเมินความพึงพอใจ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า เป็นกระบวนการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่เป็นความรู้สึกรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการจะเกิดความรู้สึกที่เป็นสุข และ ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคล

ที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ โดยการดำเนินงานจะประกอบด้วย การวางแผนการประเมินความพึงพอใจ สำรวจความพึงพอใจ ประเมินระดับความพึงพอใจ รายงานผลการประเมินความพึงพอใจ ดังคำอธิบายข้อ 13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)(ข) ความต้องการ ด้านความรู้

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. ชุดสาหรณ์รวม/กลุ่มอาชีพรวม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 การประเมินความรู้ด้วยข้อสอบปรนัย 4 ตัวเลือกและข้อสอบแบบอัตนัย

18.2 แฟ้มสะสมผลงาน

18.3 การสอบสัมภาษณ์