มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
Occupational Standard and Professional Qualifications

สาขาวิชาชีพธุรกิจเสริมสวย (ระยะที่ 2)

จัดทำโดย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1. ชื่อมาตรฐานอาชีพ

สาขาวิชาชีพธุรกิจเสริมสวย (ระยะที่ 2)

2. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐาน

N/A

3. ทะเบียนอ้างอิง (Imprint)

N/A

4. ข้อมูลเบื้องต้น

N/A

5. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐานในแต่ละครั้ง

N/A

6. ครั้งที่

1

7. คุณวุฒิวิชาชีพที่ครอบคลุม (Professional Qualifications included)

สาขาวิชาชีพธุรกิจเสริมสวยและเสริมสร้างสุขภาพร่างกาย

สาขานักบริหารธุรกิจเสริมสวย

อาชีพนักบริหารธุรกิจเสริมสวย ระดับ 5

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	**เนื้อหา**
0111	กำหนดวิสัยทัศน์ของธุรกิจ
0121	กำหนดเป้าหมายของธุรกิจ
0211	บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวย วางแผนการดำเนินธุรกิจและ ประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเสริมสวย
0221	วางแผนทางการตลาดธุรกิจเสริมสวย
0222	บริหารทรัพยากรบุคคลธุรกิจเสริมสวย
0311	ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจเสริมสวยและเสริมสร้างสุขภาพร่างกาย สาขานักบริหารธุรกิจเสริมสวย อาชีพนักบริหารธุรกิจเสริมสวย ระดับ 5

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะมีความสามารถในการบริหารงาน มีความรู้เฉพาะด้านการเสริมสวย ได้แก่ มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารร้านทำผม ด้านทำเล็บ ด้านแต่งหน้า ทั้งในด้านการบริหาร การบริหารบุคลากร และมีความรู้ในเรื่องสุขอนามัย สิ่งแวดล้อม สารเคมีที่ใช้ในธุรกิจเสริมสวยเฉพาะด้าน เคมีภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจเสริมสวย ทักษะความสามารถของบุคลากรของธุรกิจเสริมสวยเฉพาะด้าน อุปกรณ์ที่ใช้ในธุรกิจเสริมสวยเฉพาะด้าน มีความรู้เฉพาะทางเพื่อสามารถสร้างจุดยืนทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในธุรกิจนั้น ๆ สามารถนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ มีความเป็นผู้นำ เป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมในวิชาชีพ มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ มีคุณธรรมของผู้นำ และมีความรู้และเข้าใจในการบริหารธุรกิจเสริมสวย

1. มีทักษะการบริหารจัดการ และบริหารทรัพยากรบุคคล

2. มีทักษะการทำงานเป็นทีม

3. มีทักษะด้านมนุษย์สัมพันธ์ การติดต่อสื่อสาร ประสานงาน

4. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา คิดอย่างเป็นระบบ คิดแบบองค์รวม

5. มีความคิดริเริ่ม และสร้างสิ่งใหม่ ๆ

6. บูรณาการความรู้ทางวิชาชีพและความรู้ในการบริหาร

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่มีคุณวุฒิวิชาชีพนักบริหารธุรกิจเสริมสวย ระดับ 5 สามารถเข้ารับการประเมินได้จะต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี สำเร็จการศึกษาภาคบังคับ ผ่านการฝึกอบรมวิชาชีพเฉพาะด้านเสริมสวยมาแล้ว และผ่านเกณฑ์การประเมินตามสมรรถนะและเกณฑ์ในการปฏิบัติงานที่กำหนด 6 หน่วยสมรรถนะ

2. ผู้ที่มีคุณวุฒิวิชาชีพนักบริหารธุรกิจเสริมสวย ระดับ 5 สามารถเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพในระดับที่สูงขึ้นโดยไม่น้อยกว่า 1 ปี หลังจากได้รับคุณวุฒิวิชาชีพนักบริหารธุรกิจเสริมสวย ระดับ 5

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ที่ทำงานในกลุ่มอาชีพธุรกิจเสริมสวย

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

0111 กำหนดวิสัยทัศน์ของธุรกิจ

0121 กำหนดเป้าหมายของธุรกิจ

0211 บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวย วางแผนการดำเนินธุรกิจและ ประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเสริมสวย

0221 วางแผนทางการตลาดธุรกิจเสริมสวย

0222 บริหารทรัพยากรบุคคลธุรกิจเสริมสวย

0311 ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่

1. ตารางแสดงหน้าที่ 1

ประกาศใช้ ณ 01/01/2564

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
พัฒนาและยกระดับสมรรถนะอาชีพเสริมสวยและความงามมืออาชีพระดับสากลอย่างยั่งยืน	01	บริหารงานเสริมสวยให้เป็นไปตามมาตรฐาน	011	กำหนดทิศทางของธุรกิจเสริมสวย
			012	บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวยอย่างมีประสิทธิภาพ
	02	บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวยควบคุมงานเสริมสวยให้มีคุณภาพ	021	บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวย
			022	กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจเสริมสวย
	03	ควบคุม กำกับดูแลและประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเสริมสวย	031	ควบคุม กำกับดูแลและประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเสริมสวย

คำอธิบาย ตารางแผนผังแสดงหน้าที่เป็นแผนผังที่ใช้วิเคราะห์หน้าที่งานเพื่อให้ได้หน้าที่หลัก (Key Function)

2. ตารางแสดงหน้าที่ 1 (ต่อ)

ประกาศใช้ ณ 01/01/2564

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**
011	กำหนดทิศทางของธุรกิจเสริมสวย	0111	กำหนดวิสัยทัศน์ของธุรกิจ	01111	วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเพื่อกำหนดทิศทางของธุรกิจ
				01112	วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจเพื่อกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ
				01113	มีความรู้ในสายอาชีพเฉพาะของงานเสริมสวยเพื่อบริหารงานร้านเสริมสวย
012	บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวยอย่างมีประสิทธิภาพ	0121	กำหนดเป้าหมายของธุรกิจ	01211	กำหนดเป้าหมายทางการเงิน (Financial target)
				01212	กำหนดเป้าหมายทางการตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Segmentation)
021	บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวย	0211	บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวย วางแผนการดำเนินธุรกิจและประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเสริมสวย	02111	วางแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน แผนการตลาด(Strategic plan) (Marketing Plan)
				02112	วางแผนด้านโครงสร้างและบุคลากร
022	กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจเสริมสวย	0221	วางแผนทางการตลาดธุรกิจเสริมสวย	02211	จัดให้มีกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Activities) ธุรกิจเสริมสวยสื่อสารการตลาดและโฆษณา
				02212	สร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand awareness) และสร้างความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty)
		0222	บริหารทรัพยากรบุคคลธุรกิจเสริมสวย	02221	จัดหาบุคลากรธุรกิจเสริมสวยที่เหมาะสม
				02222	พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น
				02223	จัดให้มีระบบการจูงใจค่าตอบแทนและสวัสดิการให้บุคลากรมีขวัญกำลังใจ
031	ควบคุม กำกับดูแลและประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเสริมสวย	0311	ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	03111	พิจารณาผลสะท้อนกลับและข้อเสนอแนะจากลูกค้า
				03112	ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งใหม่ๆตามความต้องการและข้อเสนอแนะของลูกค้า

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 0111

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดวิสัยทัศน์ของธุรกิจ

3. ทบทวนครั้งที่ 1 / -

4. สร้างใหม่ ☐ **ปรับปรุง** ☑

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO 1211 ผู้จัดการด้านการบริการธุรกิจและการบริหารจัดการและการพาณิชย์
ISCO 1221 ผู้จัดการด้านการขาย การตลาด และการพัฒนาธุรกิจ

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

มีความสามารถในการกำหนดทิศทางการทำงานขององค์การ มีความรู้ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น สภาพเศรษฐกิจ สภาพสังคม ความต้องการของลูกค้า และคู่แข่งขัน มีความรู้ในด้านการตลาด การบริหารจัดการ สามารถกำหนดทิศทางการทำงานของหน่วยงานได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

N/A

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

- พระราชบัญญัติกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- กฎกระทรวงควบคุมสถานประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ.2560
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข หลักเกณฑ์ มาตรการควบคุมการประกอบกิจการสักผิวหนังหรือเจาะส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย พ.ศ.2562
- คำแนะนำคณะกรรมการสาธารณสุข
- ข้อบัญญัติท้องถิ่น หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการประกอบกิจการ
- พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มอก.

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01111 วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเพื่อกำหนดทิศทางของธุรกิจ	1. วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า (Customer Demand) 2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (Market environment analysis)	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01112 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจเพื่อกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ	1. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ (SWOT analysis) 2. วิเคราะห์ความรุนแรงทางการแข่งขัน (Competition Rivalry of business)	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01113 มีความรู้ในสายอาชีพเฉพาะของงานเสริมสวยเพื่อบริหารงานร้านเสริมสวย	1. ใช้ความรู้ในสายอาชีพเฉพาะด้านอย่างถูกต้องตามหลักการปฏิบัติที่ดี คำนึงถึงสุขอนามัย สถานที่ สภาพแวดล้อม ความปลอดภัยของธุรกิจ 2.มีความรู้ด้านเคมีภัณฑ์ สารเคมี เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน ที่ใช้ในธุรกิจเสริมสวย รู้วิธีการเลือกและการใช้อย่างถูกต้อง รู้ผลกระทบที่เกิดขึ้นของการใช้ที่ไม่ถูกต้อง โดยคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ
มีทักษะทางการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ ประกอบด้วยการทำความเข้าในสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ความต้องการของลูกค้า สภาพความรุนแรงทางการแข่งขัน
(ข) ความต้องการด้านความรู้
มีความรู้ในการบริหารธุรกิจเสริมสวย และการเสริมสวยเฉพาะด้านเพื่อสร้างจุดขายทางธุรกิจให้มีความโดดเด่นเฉพาะทาง มีความรู้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ ประกอบด้วยการทำความเข้าในสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ความต้องการของลูกค้า สภาพความรุนแรงทางการแข่งขัน
มีความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคติดต่อ สุขอนามัยและความปลอดภัย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

หลักฐานที่ต้องการจะกำหนดข้อแนะนำเกี่ยวกับการประเมินและควรที่จะใช้ประกอบร่วมกันกับเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria) และทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)
1. หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)
เอกสารการจดทะเบียนขออนุญาตประกอบกิจการธุรกิจจากหน่วยงานภาครัฐ
2. หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)
ความรู้ในด้านธุรกิจ ความรู้ในการประกอบกิจการธุรกิจ
3. คำแนะนำในการประเมิน
พิจารณาจากแฟ้มสะสมผลงาน ประกอบการสัมภาษณ์
4. วิธีการประเมิน
   1. สอบข้อเขียน
   2. สอบสัมภาษณ์
   3. แฟ้มสะสมผลงาน

15. ขอบเขต (Range Statement) หมายถึง ขอบเขตของสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน และสภาพแวดล้อมอื่นๆหรือสถานการณ์อื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อการทำงาน รวมถึงเครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยี ทรัพยากรที่ใช้ หรือข้อกำหนดอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

1. คำแนะนำ

N/A

2. คำอธิบายรายละเอียด

วิเคราะห์สภาพแวดล้อม คือ การศึกษาองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์การ ผู้บริหารวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นทั้งจากภายในและภายนอกองค์การเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่จะเป็นไปได้อย่างเหมาะสมที่สุดกับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ผู้บริหารจะต้องเข้าใจโครงสร้างของสภาพแวดล้อม สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปแบ่งเป็น 3 ระดับคือ

สภาพแวดล้อมทั่วไป (General environment)
สภาพแวดล้อมในการดำเนินการ (Operating environment)

สภาพแวดล้อมภายใน (Internal environment) สภาพแวดล้อมทั้งสามระดับมีความสำคัญเท่า ๆ กันที่ผู้บริหารควรทำความเข้าใจความสำคัญในแต่ละระดับที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานในองค์การเพื่อการกำหนด กลยุทธ์ที่สนองตอบต่อสภาพแวดล้อม

1. สภาพแวดล้อมทั่วไป (The General Environment) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกองค์การซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสภาวะเศรษฐกิจ (Economics) สังคม (Social) การเมือง (Political) ข้อกำหนดของกฎหมาย (Legal) และเทคโนโลยี (Technological)

1.1 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เป็นสภาพแวดล้อมที่สำคัญที่เป็นเครื่องชี้ว่าองค์การจัดสรรทรัพยากรทางการบริหารอย่างไร เช่นในการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการอย่างไรในสภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ สิ่งสำคัญในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจคือการพิจารณาเกี่ยวกับค่าจ้างแรงงาน อัตราเงินเฟ้อ อัตราภาษี ต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ในการผลิตหรือให้บริการ ราคาของสินค้าและบริการที่จะจำหน่ายให้แก่ลูกค้า เป็นต้น ผู้บริหารควรวิเคราะห์ด้วยความระมัดระวังเพราะจะทำให้เกิดผลกระทบสำคัญต่อผลกำไรขององค์การ

1.2 สภาพแวดล้อมทางสังคม เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไปที่เกี่ยวกับลักษณะของสังคม ความสำคัญของการศึกษาสภาวะทางสังคมคือการวิเคราะห์เกี่ยวกับประชากร (Demographics) และค่านิยมในสังคม (Social values)

การศึกษาเกี่ยวกับประชากรในสังคมคือการศึกษาในเชิงสถิติเกี่ยวกับลักษณะของประชากรการเปลี่ยนแปลงของประชากรเช่นในด้านของจำนวนประชากร รายได้ของประชากร ความแตกต่างของกลุ่มประชากร การเปลี่ยนแปลงของประชากรมีผลกระทบต่อการสร้างรายได้การจำหน่ายสินค้าและบริการให้แก่ประชากร ตัวอย่างเช่นประชากรมีจำนวนมากขึ้นทำให้มีความต้องการบ้านอยู่อาศัยเพิ่มขึ้น ในขณะที่ประชากรมีรายได้ลดน้อยลง ทำให้องค์การวางแผนกลยุทธ์ในการจำหน่ายที่อยู่อาศัยในราคาต่ำและสามารถเลือกเงื่อนไขการชำระเงินได้ เป็นต้น ความเข้าใจในด้านการเปลี่ยนแปลงของประชากรช่วยให้องค์การพัฒนากลยุทธ์ที่ช่วยให้สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประชากร เช่น การจัดจ้างพนักงานเข้ามาทำงานในองค์การก็จะต้องพิจารณาเรื่องคุณสมบัติของประชากรที่จะเข้ามาทำงานในองค์การเป็นต้น

การศึกษาเกี่ยวกับค่านิยมในสังคมก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์คือ ผู้บริหารควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมของคนในสังคม บางครั้งอาจมีการเปลี่ยนค่านิยมใหม่อย่างรวดเร็ว หรือบางครั้งก็อาจเปลี่ยนแปลงอย่างช้า ๆ ก็ได้ดังนั้นจึงควรศึกษาถึงค่านิยมของคนในสังคมด้วยเพื่อการกำหนดกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อค่านิยมของคนในสังคม

1.3 สภาพแวดล้อมทางการเมือง(The Political Component) เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไปขององค์การที่เกี่ยวกับกิจกรรมของภาครัฐ หรือข้อกำหนดของรัฐบาลแนวโน้มทางการเมือง เช่น การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับด้านอุตสาหกรรม ด้านการส่งออกสินค้าไปขายต่างประเทศ นโยบายด้านการส่งเสริมทางการค้า สภาพแวดล้อมทางการเมืองเกี่ยวข้องกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง การร่างข้อกฎหมาย พรรคการเมืองฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายค้าน แนวโน้มทางการเมือง ล้วนมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์การทั้งสิ้น

1.4 สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย (The Legal Component) หมายถึง การกำหนดข้อกฎหมายเพื่อให้สมาชิกในสังคมปฏิบัติตามข้อกฎหมายนั้น กฎหมายบางอย่างเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินกลยุทธ์ขององค์การ แต่ข้อกฎหมายบางอย่างก็ขัดต่อการกำหนดกลยุทธ์ ดังนั้นผู้บริหารจึงควรพิจารณาว่าข้อกฎหมายที่กำหนดขึ้นหรือกำลังจะกำหนดให้มีต่อไปนั้นเอื้อประโยชน์หรือเป็นอุปสรรคต่อองค์การ

1.5 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (The Technology Component) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่ใช้เช่นการให้บริการมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน กระบวนการผลิต การเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์เทคโนโลยีในการเสริมสวยที่เปลี่ยนแปลง

2. สภาพแวดล้อมทางการดำเนินการ(The Operating Environment)สภาพแวดล้อมการดำเนินการ หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์การอย่างทันที สภาพแวดล้อมภายนอกดังกล่าวประกอบด้วย ลูกค้า (Customer Component) คู่แข่งขัน (Competition Component) ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต (Supplier Component) สภาวะการระหว่างประเทศ (International Component)

2.1 ลูกค้า (Customer Component) หมายถึง ความต้องการของลูกค้าที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายหรือการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์และบริการควรพิจารณาสภาพแวดล้อมเกี่ยวกับลูกค้า เช่น ความต้องการของลูกค้า ข้อเสนอแนะจากลูกค้า คำตำหนิของลูกค้า

2.2 การแข่งขัน (Competition Component) หมายถึง สภาพแวดล้อมในการดำเนินการเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งขันในทางธุรกิจเพื่อการปฏิบัติการที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในด้านลูกค้าทำให้องค์การมีการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์อยู่เสมอเพื่อให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขัน วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์คู่แข่งขันก็เพื่อให้ผู้บริหารเข้าใจในจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) ศักยภาพขององค์การ (capabilities) ศักยภาพของคู่แข่งขันเพื่อการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม

2.3 ตลาดแรงงาน (Labor Component) หมายถึง สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการจ้างพนักงานตามความต้องการขององค์การ เกี่ยวข้องกับเรื่องคุณสมบัติของพนักงานหรือแรงงานที่ต้องการ ระดับของทักษะที่ต้องการในการทำงาน การฝึกอบรม อัตราค่าจ้างแรงงาน อายุงานของพนักงานและองค์ประกอบอื่นที่เกี่ยวข้องกับตัวพนักงานที่องค์การต้องการ

2.4 ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต(The Supplier Component) หมายถึงสภาพแวดล้อมในการดำเนินการที่เกี่ยวกับการจัดหาทรัพยากรเพื่อใช้ในการผลิตหรือการให้บริการ ผู้บริหารควรวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตเกี่ยวกับการที่ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ราคาต่ำสุด การส่งมอบที่เชื่อถือได้และการให้เครดิตในการซื้อแต่ละครั้ง

สิ่งเหล่านี้เปรียบเสมือนปัจจัยนำเข้าที่ผู้บริหารควรพิจารณาถึงประสิทธิภาพของผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตด้วย

2.5 สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ (The International Component) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจกับต่างประเทศ แม้ว่าองค์การไม่ได้เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจกับต่างประเทศก็ควรศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของประเทศต่าง ๆ เช่นกฎหมาย วัฒนธรรม สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมืองของประเทศต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการขยายตัวขององค์การต่อไปในอนาคตซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจต่างประเทศ

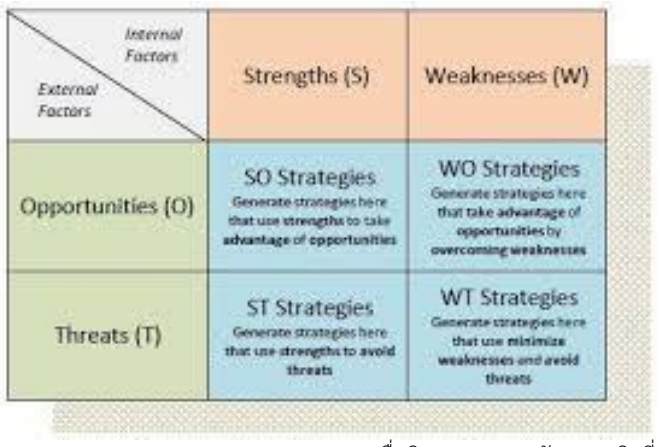
สภาพแวดล้อมภายใน (The Internal Environment) สภาพแวดล้อมนี้เกิดขึ้นภายในองค์การในระดับการทำงานภายในเป็นสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ เช่น การดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ ตามหน้าที่ เช่น ฝ่ายการตลาดขององค์การ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชี งานในหน้าที่เหล่านี้ควรมีการวางแผน การจัดองค์การ การชักนำและการควบคุมภายในองค์การที่ดี และมีการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น องค์การสามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในได้
สามารถวิเคราะห์สถานการณ์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน วิเคราะห์ SWOT analysis วิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายรัฐและเอกชนกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด วิเคราะห์แรงกดดันห้าประการ วิเคราะห์คู่แข่งขัน ความรุนแรงทางการแข่งขัน วิเคราะห์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์กำหนดรูปแบบการแบ่งส่วนทางการตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นผู้มีความสามารถทางการบริหาร สามารถประกอบธุรกิจได้ด้วยประสบการณ์และ ความรู้เกี่ยวกับสภาพทางการตลาด ความต้องการของลูกค้า ใช้ความรู้ด้านสุขอนามัย สถานที่ สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT analysis)



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์การเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์การและภายนอกองค์การเพื่อการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในทำให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์การ ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทำให้ทราบโอกาสและอุปสรรคขององค์การ การวิเคราะห์ (Tows Matrix) เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกได้ 4 ประการ (Four Alternative Strategies) ดังนี้

1. กลยุทธ์ SO หมายถึง ธุรกิจมีจุดแข็งและมีโอกาสในการเจริญเติบโตได้อีก ทำให้ธุรกิจสามารถขยายการลงทุนเพิ่มได้อีก
2. กลยุทธ์ ST หมายถึง ธุรกิจมีจุดแข็ง แต่มีอุปสรรคจากคู่แข่งขัน หรือปัจจัยอื่น ๆ ธุรกิจจึงควรหลีกเลี่ยงอุปสรรค
3. กลยุทธ์ WO หมายถึง ธุรกิจมีจุดอ่อน เช่น ขาดเงินทุน หรือขาดความเชี่ยวชาญในการผลิต หรืออาจมีจุดอ่อนอื่น ๆ ที่ทำให้ไม่สามารถคงอยู่ได้ ธุรกิจควรค้นหาวิธีในการเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพราะยังมีโอกาสหรือช่องทางในการทำธุรกิจอยู่มาก
4. กลยุทธ์ WT เป็นสภาวการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เพราะนอกจากธุรกิจจะมีจุดอ่อนในตนเองแล้วยังมีอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจด้วย จึงควรพิจารณาเลิกกิจการหรือแสวงหาความร่วมมือกับธุรกิจอื่น



วิเคราะห์แรงกดดันห้าประการ (Five Forces Analysis) (Michael E. Porter) เพื่อพิจารณาแรงกดดันทางธุรกิจที่มีผลต่ออุตสาหกรรม (Supplier Forces) ธุรกิจประกอบด้วย แรงกดดันของผู้เข้ามาใหม่ (New Entrance) แรงกดดันจากผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต (Supplier Forces) แรงกดดันจากลูกค้า (Customer Forces) แรงกดดันจากสินค้าทดแทนได้ (Substitute Product forces) และแรงกดดันจากความรุนแรงของการแข่งขัน

มีความรู้ด้านเคมีภัณฑ์ สารเคมี ที่ใช้ในธุรกิจเสริมสวย รู้วิธีการเลือกและการใช้สารเคมีอย่างถูกต้อง รู้ผลกระทบที่เกิดขึ้นของการใช้สารเคมีที่ไม่ถูกต้อง โดยคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของผู้รับบริการ และผู้ให้บริการ สามารถบริหารธุรกิจเสริมสวยเฉพาะทางได้ และมีความชัดเจนในธุรกิจเสริมสวยนั้น

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

1.
สอบข้อเขียน
2.
สอบสัมภาษณ์
3.
แฟ้มสะสมผลงาน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 0121

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดเป้าหมายของธุรกิจ

3. ทบทวนครั้งที่ 1 / -

4. สร้างใหม่ ☐ **ปรับปรุง** ☑

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO 1211 ผู้จัดการด้านการบริการธุรกิจและการบริหารจัดการและการพาณิชย์
ISCO 1221 ผู้จัดการด้านการขาย การตลาด และการพัฒนาธุรกิจ

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

มีความสามารถในการกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจ เป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการและเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนกหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการเงิน เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการจัดการ เป้าหมายทางการผลิต ฯลฯ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

N/A

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

- พระราชบัญญัติกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- กฎกระทรวงควบคุมสถานประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ.2560
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข หลักเกณฑ์ มาตรการควบคุมการประกอบกิจการสักผิวหนังหรือเจาะส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย พ.ศ.2562
- คำแนะนำคณะกรรมการสาธารณสุข
- ข้อบัญญัติท้องถิ่น หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการประกอบกิจการ
- พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มอก.

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01211 กำหนดเป้าหมายทางการเงิน (Financial target)	1. มีความรู้ในด้านอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break - Even Point) 2. มีความรู้ในเรื่องการกำหนดเป้าหมายทางการเงิน (Financial Goal)	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
01212 กำหนดเป้าหมายทางการตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Segmentation)	1. มีความรู้ในด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) วางแผนการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target group) 2. มีความรู้ในด้านการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Market segmentation) และกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด จัดทำแผนการตลาด (Marketing Plan) ให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

ทักษะด้านการประกอบธุรกิจ ทักษะการทำความเข้าใจตลาดและกลุ่มลูกค้าผู้บริโภค

(ข) ความต้องการด้านความรู้

ความรู้เกี่ยวกับการตลาด ความรู้เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดตำแหน่งของธุรกิจ(Positioning)
มีความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคติดต่อ สุขอนามัยและความปลอดภัย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

หลักฐานที่ต้องการจะกำหนดข้อแนะนำเกี่ยวกับการประเมินและควรที่จะใช้ประกอบร่วมกันกับเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria) และ ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

เอกสารการเข้ารับการอบรมความรู้การเป็นผู้ประกอบการ

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

เอกสารการเข้ารับการอบรมความรู้การเป็นผู้ประกอบการ

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

พิจารณาจากแฟ้มสะสมผลงาน ประกอบการสัมภาษณ์

(ง) วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. แฟ้มสะสมผลงาน

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ข)คำอธิบายรายละเอียด

รู้วิธีการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน การหาจุดคุ้มทุน การกำหนดเป้าหมายหมายทางการเงิน การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย วางแผนการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จัดทำแผนการตลาดโดยการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จัดทำแผนการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
มีความรู้ในส่วนประสมทางการตลาด
STP Marketing หมายถึง การแบ่งตลาดทั้งหมดซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน สำหรับผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งออกเป็นส่วนเล็กๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เพื่อจะได้วางแผนการตลาดได้เหมาะสมกับแต่ละส่วนตลาด การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)
การเลือกตลาดเป้าหมาย (Targeting) หมายถึง การเลือกตลาดหนึ่งส่วน หรือหลายส่วน เป็นเป้าหมายที่เห็นว่าเหมาะสมกับทรัพยากรและความสามารถของกิจการตลอดจนเป็นส่วนตลาด ที่มีโอกาสทางการตลาด สามารถสร้างยอดขาย
การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) หมายถึง การสร้างลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ ที่คาดว่าจะตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งจำเป็นต้องนำเสนอให้ลูกค้าได้รับรู้และจดจำได้ เพื่อเป็นการตอกย้ำลักษณะเด่น ที่สามารถครองใจ ลูกค้าได้
การกำหนดตำแหน่งความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Expertise positioning)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. แฟ้มสะสมผลงาน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 0211

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวย วางแผนการดำเนินธุรกิจและ ประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเสริมสวย

3. ทบทวนครั้งที่ 1 / -

4. สร้างใหม่ ☐ **ปรับปรุง** ☑

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO 1221 ผู้จัดการด้านการขาย การตลาด และการพัฒนาธุรกิจ
ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

วางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้แก่กลยุทธ์เจริญเติบโต การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) หรือตอบสนองลูกค้า (Customer Focus) วางแผนทางการตลาด กำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วย STP Marketing ซึ่งประกอบด้วยSegmentation: การแบ่งส่วนการตลาด, Target: การเลือกเป้าหมาย, Positioning: กำหนดจุดยืนของตราสินค้า สร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า สร้างแบรนด์ให้มีลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือบริการ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแผนกงานของธุรกิจอย่างครบถ้วน กำหนดรายละเอียดคำอธิบายหน้าที่งานแต่ละตำแหน่ง และกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่ จัดหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติและมีความรู้เหมาะสมกับหน้าที่งานและความรับผิดชอบ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

N/A

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

- พระราชบัญญัติกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- กฎกระทรวงควบคุมสถานประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ.2560
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข หลักเกณฑ์ มาตรการควบคุมการประกอบกิจการสักผิวหนังหรือเจาะส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย พ.ศ.2562
- คำแนะนำคณะกรรมการสาธารณสุข
- ข้อบัญญัติท้องถิ่น หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการประกอบกิจการ
- พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มอก.

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
02111 วางแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน แผนการตลาด(Strategic plan) (Marketing Plan)	1. วางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้แก่กลยุทธ์เจริญเติบโต การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) หรือตอบสนองลูกค้า (Customer Focus) 2. วางแผนทางการตลาด กำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งของสินค้า STP (Segmentation target and positioning)	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
02112 วางแผนด้านโครงสร้างและบุคลากร	1. กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแผนกงานของธุรกิจอย่างครบถ้วน 2. กำหนดรายละเอียดคำอธิบายหน้าที่งานแต่ละตำแหน่งและกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่ 3. จัดหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติและมีความรู้เหมาะสมกับหน้าที่งานและความรับผิดชอบ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

ความรู้ทางด้านการวางแผนกลยุทธ์ แผนการตลาด และแผนด้านโครงสร้างองค์กร

(ข) ความต้องการด้านความรู้

ความรู้ในด้านการบริหารจัดการ การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้แก่กลยุทธ์เจริญเติบโต การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) หรือตอบสนองลูกค้า (Customer Focus) สามารถวางแผนทางการตลาด กำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งของสินค้า STP (Segmentation target and positioning)
มีความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคติดต่อ สุขอนามัยและความปลอดภัย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

ความรู้เกี่ยวกับ STP Marketing (Segmentation, Target Group, Positioning)

- การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

* รูปแบบการแบ่งส่วนตลาด ความชอบเหมือนกัน / กระจัดกระจาย / เกาะกลุ่ม
* เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด เกณฑ์ภูมิศาสตร์ / ประชากรศาสตร์ / ลักษณะจิต วิทยา /พฤติกรรมการกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting) การวางตำแหน่ง (Positioning)
* การวางตำแหน่งจากลักษณะ (Positioning by attribute) ผูกสินค้ากับลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ลักษณะสินค้าเชื่อถือได้ ปฏิบัติงานได้ดี
* การวางตำแหน่งจากคุณประโยชน์ (Positioning by benefits) ผูกสินค้ากับคุณประโยชน์พิเศษที่ลูกค้าจะได้รับ
* การวางตำแหน่งจากการใช้ (Positioning by use)
* การวางตำแหน่งโดยอิงผู้ใช้ (Positioning by user)
* การวางตำแหน่งโดยอิงคู่แข่งขัน (Positioning by competitor)
* การวางตำแหน่งจากคุณภาพ/ราคา (Positioning by quality/price)

ความรู้ด้านส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix

- กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การกำหนดตราสินค้า (Brand) คำขวัญ (Slogan) โลโก้(Logo) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ฉลาก (Label)
- กลยุทธ์ราคา การกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย และกลยุทธ์การตั้งราคา
- กลยุทธ์การจัดจำหน่าย การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางตรง ช่องทางอ้อม) ประเภทคนกลางและการควบคุมคนกลาง การปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า (การขนส่ง การคลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงเหลือ เป็นต้น)
- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด การโฆษณา (สื่อโฆษณา งบประมาณการโฆษณา ฯลฯ) การประชาสัมพันธ์ (การให้ข่าว การจัดเหตุการณ์พิเศษ กิจกรรมบริการชุมชน ฯลฯ) การขายโดยบุคคล (การกำหนดค่าตอบแทน การจูงใจ การควบคุม การประเมินผล ฯลฯ) การส่งเสริมการขาย (มุ่งสู่ผู้บริโภค มุ่งสู่คนกลาง มุ่งสู่พนักงานขาย) และการตลาดทางตรง (จดหมายตรง การตลาดทางโทรศัพท์ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น)

ความรู้ในด้านการจัดองค์การ (organizing) กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแผนกงานของธุรกิจอย่างครบถ้วน กำหนดรายละเอียดคำอธิบายหน้าที่งานแต่ละตำแหน่ง และกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่

มีความรู้ในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์จัดหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติและมีความรู้เหมาะสมกับหน้าที่งานและความรับผิดชอบ

หลักฐานที่ต้องการจะกำหนดข้อแนะนำเกี่ยวกับการประเมิน และควรที่จะใช้ประกอบร่วมกันกับเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria) และทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก)หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

N/A

(ข)หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

N/A

(ค)คำแนะนำในการประเมิน

N/A

(ง)วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. แฟ้มสะสมผลงาน

15. ขอบเขต (Range Statement)

1. คำอธิบายรายละเอียด

สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วย STP Marketing ซึ่งประกอบด้วยSegmentation: การแบ่งส่วนการ ตลาด, Target: การเลือกเป้าหมาย, Positioning: กำหนดจุดยืนของแบรนด์) สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้าหรือบริการ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. แฟ้มสะสมผลงาน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 0221

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ วางแผนทางการตลาดธุรกิจเสริมสวย

3. ทบทวนครั้งที่ 1 / -

4. สร้างใหม่ ☐ **ปรับปรุง** ☑

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO 1221 ผู้จัดการด้านการขาย การตลาด และการพัฒนาธุรกิจ
ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

เป็นผู้มีทักษะในการวางแผนทางการตลาด มีทักษะการวิเคราะห์ทางการตลาด การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด วิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการตลาด วิเคราะห์การตลาดของคู่แข่งขัน สร้างการรับรู้ในตราสินค้าหรือบริการ สร้างภาพลักษณ์ สร้างความน่าเชื่อถือในตราสินค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

N/A

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

- พระราชบัญญัติกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- กฎกระทรวงควบคุมสถานประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ.2560
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข หลักเกณฑ์ มาตรการควบคุมการประกอบกิจการสักผิวหนังหรือเจาะส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย พ.ศ.2562
- คำแนะนำคณะกรรมการสาธารณสุข
- ข้อบัญญัติท้องถิ่น หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการประกอบกิจการ
- พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มอก.

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
02211 จัดให้มีกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Activities) ธุรกิจเสริมสวยสื่อสารการตลาด และโฆษณา	1.จัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้เป็นที่สนใจของลูกค้าและบุคคลทั่วไป 2. จัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายและการให้บริการเพื่อสร้างความสนใจให้แก่ลูกค้า	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
02212 สร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand awareness) และสร้างความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty)	1. สร้างแบรนด์ของธุรกิจเสริมสวย สร้างตราสินค้าหรือบริการให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง 2. สร้างการรับรู้แบรนด์สินค้าหรือบริการโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมทางการตลาดเสริมสวย 3. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อสร้างความภักดีในตราสินค้า	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

ทักษะทางด้านการตลาด การสื่อสารทางการตลาด

(ข) ความต้องการด้านความรู้

ความรู้ทางการตลาด การบริหารการตลาด

มีความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคติดต่อ สุขอนามัยและความปลอดภัย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

หลักฐานที่ต้องการจะกำหนดข้อแนะนำเกี่ยวกับการประเมินและควรที่จะใช้ประกอบร่วมกันกับเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria) และทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก)หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

N/A

(ข)หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

N/A

(ค)คำแนะนำในการประเมิน

N/A

(ง)วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. แฟ้มสะสมผลงาน

15. ขอบเขต (Range Statement)

1. คำอธิบายรายละเอียด

มีความเข้าใจในการตลาดของธุรกิจเสริมสวย การสร้างแบรนด์ (Branding) สร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) การสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. แฟ้มสะสมผลงาน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 0222

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ บริหารทรัพยากรบุคคลธุรกิจเสริมสวย

3. ทบทวนครั้งที่ 1 / -

4. สร้างใหม่ ☐ **ปรับปรุง** ☑

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO 1212 ผู้จัดการด้านทรัพยากรบุคคล

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

เป็นผู้มีทักษะในการวางแผนด้านการบริหารบุคคล การจัดบุคลากรที่เหมาะสม การพัฒนาบุคลากร ระบบการจูงใจค่าตอบแทนและสวัสดิการ การดูแลสุขภาพความปลอดภัยให้แก่พนักงาน มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ทำให้บุคลากรมีขวัญกำลังใจ รักษาบุคลากรของหน่วยงาน

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

N/A

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

- พระราชบัญญัติกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- กฎกระทรวงควบคุมสถานประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ.2560
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข หลักเกณฑ์ มาตรการควบคุมการประกอบกิจการสักผิวหนังหรือเจาะส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย พ.ศ.2562
- คำแนะนำคณะกรรมการสาธารณสุข
- ข้อบัญญัติท้องถิ่น หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการประกอบกิจการ
- พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มอก.

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
02221 จัดหาบุคลากรธุรกิจเสริมสวยที่เหมาะสม	1. กำหนดคุณลักษณะและทักษะที่จำเป็น 2. จัดหาบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
02222 พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น	1. ฝึกอบรม และการส่งเสริมการใช้ความรู้และทักษะในขณะปฏิบัติงาน 2. พัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญในงานที่ทำ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
02223 จัดให้มีระบบการจูงใจค่าตอบแทนและสวัสดิการให้บุคลากรมีขวัญกำลังใจ	1. กำหนดเส้นทางความก้าวหน้าของตำแหน่ง (Career Path) ให้ชัดเจน 2. สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานให้บุคลากรมีความพึงพอใจ จัดให้มีสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกนอกเหนือจากสวัสดิการภาคบังคับ 3. รักษาบุคลากรที่มีความสามารถ ส่งเสริมและสนับสนุนบุคลากรสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ 4. ประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีความรู้ที่ทันสมัยเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

ทักษะทางการบริหาร

(ข) ความต้องการด้านความรู้

ความรู้ในด้านการบริหารงานบุคคล

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

หลักฐานที่ต้องการจะกำหนดข้อแนะนำเกี่ยวกับการประเมิน และควรที่จะใช้ประกอบร่วมกันกับเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria) และทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก)หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

N/A

(ข)หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

N/A

(ค)คำแนะนำในการประเมิน

N/A

(ง)วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. แฟ้มสะสมผลงาน

15. ขอบเขต (Range Statement)

คำอธิบายรายละเอียด

กำหนดคุณลักษณะและทักษะที่จำเป็นของบุคลากร จัดหาบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ ฝึกอบรม และการส่งเสริมการใช้ความรู้และทักษะในขณะปฏิบัติงาน พัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญในงานที่ทำ กำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพของตำแหน่ง (Career Path) ให้ชัดเจน สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานให้บุคลากรมีความพึงพอใจ จัดให้มีสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกนอกเหนือจากสวัสดิการภาคบังคับ รักษาบุคลากรที่มีความสามารถ ส่งเสริมและสนับสนุนบุคลากรสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ และประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีความรู้ที่ทันสมัยเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. แฟ้มสะสมผลงาน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 0311

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

3. ทบทวนครั้งที่ 1 / -

4. สร้างใหม่ ☐ **ปรับปรุง** ☑

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO 1211 ผู้จัดการด้านการบริการธุรกิจและการบริหารจัดการและการพาณิชย์
ISCO 1221 ผู้จัดการด้านการขาย การตลาด และการพัฒนาธุรกิจ

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

สามารถประเมินความพึงพอใจของลูกค้า จัดให้มีช่องทางการรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า
วิเคราะห์รายละเอียดของข้อเสนอแนะและหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่ได้รับทราบ ปรับปรุงและแก้ไขการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (CRM)

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

N/A

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

- พระราชบัญญัติกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- กฎกระทรวงควบคุมสถานประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ.2560
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข หลักเกณฑ์ มาตรการควบคุมการประกอบกิจการสักผิวหนังหรือเจาะส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย พ.ศ.2562
- คำแนะนำคณะกรรมการสาธารณสุข
- ข้อบัญญัติท้องถิ่น หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการประกอบกิจการ
- พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มอก.

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03111 พิจารณาผลสะท้อนกลับและข้อเสนอแนะจากลูกค้า	1. จัดให้มีช่องทางการรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า 2. วิเคราะห์รายละเอียดข้อเสนอแนะ และพิจารณาข้อเสนอแนะเพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุง	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
03112 ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งใหม่ๆตามความต้องการและข้อเสนอแนะของลูกค้า	1. แก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการตามข้อเสนอแนะของลูกค้า 2. แสวงหาและริเริ่มนำสินค้าและบริการใหม่ๆ นำเสนอต่อลูกค้า สร้างความประทับใจและพึงพอใจให้ลูกค้า	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

ทักษะในด้านการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ ทักษะการสร้างความประทับใจ และความพึงพอใจของลูกค้า

(ข) ความต้องการด้านความรู้

ความรู้ในการประเมินความพึงพอใจ ความรู้ในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้า

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

หลักฐานที่ต้องการจะกำหนดข้อแนะนำเกี่ยวกับการประเมิน และควรที่จะใช้ประกอบร่วมกันกับเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria) และทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก)หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

N/A

(ข)หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

N/A

(ค)คำแนะนำในการประเมิน

N/A

(ง) วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. แฟ้มสะสมผลงาน

15. ขอบเขต (Range Statement)

คำอธิบายรายละเอียด

ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า จัดให้มีช่องทางการรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า วิเคราะห์รายละเอียดข้อเสนอแนะและพิจารณาข้อเสนอแนะเพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุง แก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการตามข้อเสนอแนะของลูกค้า แสวงหาและริเริ่มนำสินค้าและบริการใหม่ๆ นำเสนอต่อลูกค้า สร้างความประทับใจและพึงพอใจให้ลูกค้า

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์