



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 6

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
0321	ประเมินผลประกอบการของธุรกิจเสริมสวย

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจเสริมสวยและเสริมสร้างสุขภาพร่างกาย สาขานักบริหารธุรกิจเสริมสวย อาชีพนักบริหารธุรกิจเสริมสวย ระดับ 6

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะมีความสามารถในการบริหารงาน มีความรู้เฉพาะด้านการเสริมสวย ได้แก่ มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารร้านทำผม ด้านทำเลที่ตั้ง
ด้านตกแต่งหน้า ทั้งในด้านการบริหาร การบริหารบุคลากร และมีความรู้ในเรื่องสุขอนามัย สิ่งแวดล้อม สารเคมีที่ใช้ในธุรกิจเสริมสวยเฉพาะด้าน
เคมีภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจเสริมสวย ทักษะความสามารถของบุคลากรของธุรกิจเสริมสวยเฉพาะด้าน อุปกรณ์ที่ใช้ในธุรกิจเสริมสวยเฉพาะด้าน
มีความรู้เฉพาะทางเพื่อสามารถสร้างจุดยืนทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในธุรกิจนั้น ๆ สามารถนำองค์ความรู้ไปสู่ความสำเร็จ มีความเป็นผู้นำ
เป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมในวิชาชีพ มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ มีคุณธรรมของผู้นำ และมีความรู้และเข้าใจในการบริหารธุรกิจเสริมสวย

สามารถสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ขยายกิจการธุรกิจเสริมสวยให้กว้างขวางออกไปในลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ได้อย่างยั่งยืน

1. มีทักษะการบริหารจัดการ และบริหารทรัพยากรบุคคล
2. ทักษะการทำงานเป็นทีม
3. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสาร ประสานงาน
4. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา คิดอย่างเป็นระบบ คิดแบบองค์รวม
5. มีความคิดริเริ่ม และสร้างสิ่งใหม่ ๆ
6. บุคลากรมีความรู้ทางวิชาชีพและความรู้ในการบริหาร

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่มีคุณวุฒิวิชาชีพนักบริหารธุรกิจเสริมสวย ระดับ 6 สามารถเข้ารับการประเมินได้จะต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และต้องผ่านการประเมินสมรรถนะและเกณฑ์ในการปฏิบัติงานที่กำหนด 7 หน่วยสมรรถนะ
2. ผู้ที่มีคุณวุฒิวิชาชีพนักบริหารธุรกิจเสริมสวย ระดับ 6 สามารถเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพในระดับที่สูงขึ้นโดยไม่น้อยกว่า 1 ปี หลังจากได้รับคุณวุฒิวิชาชีพนักบริหารธุรกิจเสริมสวย ระดับ 6

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ที่ทำงานในกลุ่มอาชีพธุรกิจเสริมสวย

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

- 0111 กำหนดวิสัยทัศน์ของธุรกิจ
- 0121 กำหนดเป้าหมายของธุรกิจ
- 0211 บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวย วางแผนการดำเนินงานธุรกิจและ ประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเสริมสวย
- 0221 วางแผนทางการตลาดธุรกิจเสริมสวย
- 0222 บริหารทรัพยากรบุคคลธุรกิจเสริมสวย
- 0311 ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า
- 0321 ประเมินผลประกอบการของธุรกิจเสริมสวย

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
พัฒนาและยกระดับสมรรถนะอาชีพเสริมสวยและคว ามงามเมื่ออาชีพระดับสากลอย่างยั่งยืน	01	บริหารงานเสริมสวยให้เป็นไปตามมาตรฐาน	011	กำหนดทิศทางของธุรกิจเสริมสวย
			012	บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวยอย่างมีประสิทธิภาพ
	02	บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวยควบคุมงานเสริมสวยใ ห้มีคุณภาพ	021	บริหารจัดการธุรกิจเสริมสวย
			022	กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจเสริมสวย
	03	ควบคุม กำกับดูแลและประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเ เสริมสวย	031	ควบคุม กำกับดูแลและประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเ เสริมสวย
			032	ปรับปรุงการทำงานให้มีคุณภาพ

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 วางแผนการดำเนินงานธุรกิจและ ประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเสริมสวย	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
031	ควบคุมกำกับดูแลและประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเสริมสวย	0311	ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า	03111	พิจารณาผลสะท้อนกลับและข้อเสนอแนะจากลูกค้า
				03112	ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งใหม่ๆตามความต้องการและข้อเสนอแนะของลูกค้า
032	ปรับปรุงการทำงานให้มีคุณภาพ	0321	ประเมินผลประกอบการของธุรกิจเสริมสวย	03211	วิเคราะห์ทางการเงิน วิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน
				03212	กำกับดูแลการบริหารงานให้เป็นไปตามหลักจรรยาบรรณในวิชาชีพ

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ0111
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะกำหนดวิสัยทัศน์ของธุรกิจ
3. ทบทวนครั้งที่1 / -
4. สร้างใหม่ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO 1211 ผู้จัดการด้านการบริการธุรกิจและการบริหารจัดการและการพาณิชย์
ISCO 1221 ผู้จัดการด้านการขาย การตลาด และการพัฒนาธุรกิจ

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

มีความสามารถในการกำหนดทิศทางการทำงานขององค์กร มีความรู้ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น สภาพเศรษฐกิจ สภาพสังคม ความต้องการของลูกค้า และคู่แข่ง 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 มาตรการควบคุมการประกอบกิจการสักริ้วหนังหรือเจาะส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย 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. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ (SWOT analysis) 2. วิเคราะห์ความรุนแรงทางการแข่งขัน (Competition Rivalry of business)	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
01113 มีความรู้ในสายอาชีพเฉพาะของงานเสริมสวยเพื่อบริหารงานเสริมสวย	1. ใช้ความรู้ในสายอาชีพเฉพาะด้านอย่างถูกต้องตามหลักการปฏิบัติที่ดี คำนี้ถึงสุขอนามัย สถานที่ สภาพแวดล้อมความปลอดภัยของธุรกิจ 2. มีความรู้ด้านเคมีภัณฑ์ สารเคมี เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน ที่ใช้ในธุรกิจเสริมสวย รู้วิธีการเลือกและการใช้อย่างถูกต้อง รู้ผลกระทบที่เกิดขึ้นของการใช้ที่ไม่ถูกต้อง โดยคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

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

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

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

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

1. คำแนะนำ
- N/A
2. คำอธิบายรายละเอียด
- วิเคราะห์สภาพแวดล้อม คือ การศึกษาองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร ผู้บริหารวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่จะเป็นไปได้ที่เหมาะสมที่สุดกับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารจะต้องเข้าใจโครงสร้างของสภาพแวดล้อม สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปแบ่งเป็น 3 ระดับคือ
- สภาพแวดล้อมทั่วไป (General environment)
- สภาพแวดล้อมในการดำเนินการ (Operating environment)

สภาพแวดล้อมภายใน (Internal environment) สภาพแวดล้อมทั้งสามระดับมีความสำคัญเท่า ๆ กันที่ผู้บริหารควรทำความเข้าใจความสำคัญในแต่ละระดับที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานในองค์กรเพื่อการกำหนด กลยุทธ์ที่สองต่อสภาพแวดล้อม

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

1.1 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เป็นสภาพแวดล้อมที่สำคัญที่เป็นเครื่องชี้นำองค์กรจัดสรรทรัพยากรทางการบริหารอย่างไร เช่นในการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการอย่างไรในสภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้ สิ่งสำคัญในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจคือการพิจารณาเกี่ยวกับค่าจ้างแรงงาน อัตราเงินเฟ้อ อัตราภาษี ต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ในการผลิตหรือให้บริการ ราคาของสินค้าและบริการที่จะจำหน่ายให้แก่ลูกค้า เป็นต้น ผู้บริหารควรวิเคราะห์ด้วยความระมัดระวังเพราะจะทำให้เกิดผลกระทบสำคัญต่อผลกำไรขององค์กร

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

การศึกษาเกี่ยวกับประชากรในสังคมคือการศึกษาลักษณะเกี่ยวกับประชากรการเปลี่ยนแปลงของประชากรเช่นในด้านของจำนวนประชากร รายได้ของประชากร ความแตกต่างของกลุ่มประชากร การเปลี่ยนแปลงของประชากรมีผลกระทบต่อการสร้างรายได้การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการให้แก่ประชากร ตัวอย่างเช่นประชากรมีจำนวนมากขึ้นทำให้มีความต้องการบ้านอยู่อาศัยเพิ่มขึ้น ในขณะที่ประชากรมีรายได้ลดลง ทำให้เกิดการวางแผนกลยุทธ์ในการจำหน่ายที่อยู่อาศัยในราคาต่ำและสามารถเลือกเงื่อนไขการชำระเงินได้ เป็นต้น ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงของประชากรช่วยให้เกิดการพัฒนากลยุทธ์ที่ช่วยให้สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประชากร เช่น การจัดจ้างพนักงานเข้ามาทำงานในองค์กรก็จะต้องพิจารณาเรื่องคุณสมบัติของประชากรที่จะเข้ามาทำงานในองค์กร เป็นต้น

การศึกษาเกี่ยวกับค่านิยมในสังคมก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์คือ ผู้บริหารควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมของคนในสังคม บางครั้งอาจมีการเปลี่ยนค่านิยมใหม่อย่างรวดเร็ว หรือบางครั้งก็อาจเปลี่ยนแปลงอย่างช้า ๆ ก็ได้ดังนั้นจึงควรศึกษาถึงค่านิยมของคนในสังคมด้วยเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อค่านิยมของคนในสังคม

1.3 สภาพแวดล้อมทางการเมือง(The Political Component) เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไปขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของภาครัฐ หรือข้อกำหนดของรัฐบาลแนวนโยบายทางการเมือง เช่น การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับด้านอุตสาหกรรม ด้านการส่งออกสินค้าไปขายต่างประเทศ นโยบายด้านการส่งเสริมทางการค้า สภาพแวดล้อมทางการเมืองเกี่ยวข้องกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง การร่างกฎหมาย พรรคการเมืองฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายค้าน แนวนโยบายทางการเมือง ล้วนมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรทั้งสิ้น

1.4 สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย (The Legal Component) หมายถึง การกำหนดข้อกฎหมายเพื่อให้สมาชิกในสังคมปฏิบัติตามกฎหมายนั้น กฎหมายบางอย่างเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร แต่กฎหมายบางอย่างก็ขัดต่อการกำหนดกลยุทธ์ ดังนั้นผู้บริหารจึงควรพิจารณาว่ากฎหมายที่กำหนดขึ้นหรือกำลังจะกำหนดให้ต่อไปนั้นเอื้อประโยชน์หรือเป็นอุปสรรคต่อองค์กร

1.5 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (The Technology Component) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่ใช้ เช่นการให้บริการมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน กระบวนการผลิต การเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์เทคโนโลยีในการเสริมสวยที่เปลี่ยนแปลง

2. สภาพแวดล้อมทางการดำเนินการ(The Operating Environment)สภาพแวดล้อมการดำเนินการ หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างทันที 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 สภาพแวดล้อมในการดำเนินการเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งในทางธุรกิจเพื่อการปฏิบัติการที่เหนือกว่าคู่แข่ง สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในด้านลูกค้าทำให้้องค์กรมีการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์อยู่เสมอเพื่อให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์คู่แข่งก็เพื่อให้ผู้บริหารเข้าใจในจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) ศักยภาพขององค์กร (capabilities) ศักยภาพของคู่แข่งเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม

2.3 ตลาดแรงงาน (Labor Component) หมายถึง สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการจ้างพนักงานตามความต้องการขององค์กร เกี่ยวข้องกับเรื่องคุณสมบัติของพนักงานหรือแรงงานที่ต้องการ ระดับของทักษะที่ต้องการในการทำงาน การฝึกอบรม อัตราค่าจ้างแรงงาน อายุงานของพนักงานและองค์ประกอบอื่นที่เกี่ยวข้องกับตัวพนักงานที่องค์กรต้องการ

2.4 ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต(The Supplier Component) หมายถึงสภาพแวดล้อมในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาทรัพยากรเพื่อใช้ในการผลิตหรือการให้บริการ ผู้บริหารควรวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต เกี่ยวกับการที่ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ราคาต่ำสุด การส่งมอบที่เชื่อถือได้และการให้เครดิตในการซื้อแต่ละครั้ง

สิ่งเหล่านี้เปรียบเสมือนปัจจัยนำเข้าที่ผู้บริหารควรพิจารณาถึงประสิทธิภาพของผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตด้วย

2.5 สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ (The International Component) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจกับต่างประเทศ แม้ว่าองค์กรไม่ได้เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจกับต่างประเทศก็ควรศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของประเทศต่าง ๆ เช่นกฎหมาย วัฒนธรรม สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมืองของประเทศต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการขยายตัวขององค์กรต่อไปในอนาคตซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจต่างประเทศ

สภาพแวดล้อมภายใน (The Internal Environment) สภาพแวดล้อมนี้เกิดขึ้นภายในองค์กรในระดับการทำงานภายในเป็นสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ เช่น การดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ ตามหน้าที่ เช่น ฝ่ายการตลาดขององค์กร ฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชี งานในหน้าที่เหล่านี้ควรมีการวางแผน การจัดองค์การ การชักนำและการควบคุมภายในองค์กรที่ดี และมีการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น องค์กรสามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในได้ สามารถวิเคราะห์สถานการณ์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน วิเคราะห์ SWOT analysis วิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด วิเคราะห์แรงกดดันทางประชากร วิเคราะห์คู่แข่ง ความรุนแรงทางการแข่งขัน วิเคราะห์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์กำหนดรูปแบบการแบ่งส่วนทางการตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นผู้มีความสามารถทางการบริหาร สามารถประกอบธุรกิจได้ด้วยประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับสภาพทางการตลาด ความต้องการของลูกค้า ไขความรู้ด้านสุขอนามัย สถานที่ สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT analysis)



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรและภายนอกองค์กรเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในทำให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทำให้ทราบโอกาสและอุปสรรคขององค์กร การวิเคราะห์ (Tows Matrix) เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกได้ 4 ประการ (Four Alternative Strategies) ดังนี้

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

Internal Factors External Factors	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	Opportunities (O)	Threats (T)
	SO Strategies Generate strategies here that use strengths to take advantage of opportunities	WO Strategies Generate strategies here that take advantage of opportunities by overcoming weaknesses
	ST Strategies Generate strategies here that use strengths to avoid threats	WT Strategies Generate strategies here that use weaknesses to avoid threats

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

มีความรู้ด้านเคมีภัณฑ์ สารเคมี ที่ใช้ในธุรกิจเสริมสวย รู้วิธีการเลือกและการใช้สารเคมีอย่างถูกต้อง รู้ผลกระทบที่เกิดขึ้นของการใช้สารเคมีที่ไม่ถูกต้อง โดยคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของผู้รับบริการ และผู้ให้บริการ สามารถบริหารธุรกิจเสริมสวยเฉพาะทางได้ และมีความชัดเจนในธุรกิจเสริมสวยนั้น

16. หน่วยสมรรถนะรวม (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 เป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนกหรือลักษณะงาน 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)	เกณฑ์การปฏิบัติงาน (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. มีความรู้ในการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (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) และทักษะและความรู้ที่ต้องการ (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 การกำหนดเป้าหมายทางการเงิน 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 ซึ่งจำเป็นต้องนำเสนอให้ลูกค้าได้รับรู้ และจดจำได้ เพื่อเป็นการตอกย้ำลักษณะเด่น ที่สามารถครองใจ ลูกค้าได้

การกำหนดตำแหน่งความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Expertise positioning)

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. แฟ้มสะสมผลงาน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ0211
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะบริหารจัดการธุรกิจเสริมสวย วางแผนการดำเนินธุรกิจและ ประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจเสริมสวย
3. ทบทวนครั้งที่1 / -
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 กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วย STP Marketing ซึ่งประกอบด้วย Segmentation: การแบ่งส่วนการตลาด, Target: การเลือกเป้าหมาย, Positioning: กำหนดจุดยืนของตราสินค้า สร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า สร้างแบรนด์ให้มีลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือบริการ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแผนงานของธุรกิจอย่างครบถ้วน 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. กำหนดรายละเอียดคำอธิบายหน้าที่งานแต่ละตำแหน่ง และกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่ 3. จัดหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติและมีความรู้เหมาะสมกับหน้าที่งานและความรับผิดชอบ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

- (ก) ความต้องการด้านทักษะ
- ความรู้ทางการวางแผนกลยุทธ์ แผนการตลาด และแผนด้านโครงสร้างองค์กร**
- (ข) ความต้องการด้านความรู้
- ความรู้ในการบริหารจัดการ 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 / ลักษณะจิตวิทยา / พฤติกรรมการกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting) การวางตำแหน่ง (Positioning)
- * การวางตำแหน่งจากลักษณะ (Positioning by attribute) ผู้บริโภคกับลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ลักษณะสินค้าเชื่อถือได้ ปฏิบัติงานได้ดี
- * การวางตำแหน่งจากคุณประโยชน์ (Positioning by benefits) ผู้บริโภคกับคุณประโยชน์พิเศษที่ลูกค้าจะได้รับ
- * การวางตำแหน่งจากการใช้ (Positioning by use)
- * การวางตำแหน่งโดยอิงผู้ใช้ (Positioning by user)
- * การวางตำแหน่งโดยอิงคู่แข่ง (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

มีความรู้ในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์จัดทาลูกการที่มีคุณสมบัติและมีความรู้เหมาะสมกับหน้าที่งานและความรับผิดชอบ

หลักฐานที่ต้องการจะกำหนดข้อแนะนำเกี่ยวกับการประเมิน และควรที่จะใช้ประกอบร่วมกันกับเกณฑ์ปฏิบัติงาน (Performance Criteria) และ

ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (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. พิจารณาสัมภาษณ์

15. ขอบเขต (Range Statement)

1. คำอธิบายรายละเอียด

สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วย STP Marketing ซึ่งประกอบด้วย Segmentation: การแบ่งส่วนตลาด, 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. รหัสหน่วยสมรรถนะ0221
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะวางแผนทางการตลาดธุรกิจเสริมสวย
3. ทบทวนครั้งที่1 / -
4. สร้างใหม่ปรับปรุง

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO 1221 ผู้จัดการด้านการขาย การตลาด และการพัฒนาธุรกิจ
ISCO 1222 ผู้จัดการด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

เป็นผู้มีทักษะในการวางแผนทางการตลาด มีทักษะการวิเคราะห์ทางการตลาด การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด วิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการตลาด วิเคราะห์การตลาดของคู่แข่งชั้น 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) การส่งเสริมการขาย (Promotion) การสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty)

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. ชุดกิจกรรมรวม/กลุ่มอาชีพรวม (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 ระบบการ
จูงใจค่าตอบแทนและสวัสดิการ การดูแลสุขภาพความปลอดภัยให้แก่พนักงาน มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน
ของพนักงาน 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. หน่วยสมรรถนะรวม (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. วิเคราะห์รายละเอียดข้อเสนอแนะและพิจารณาข้อเสนอแนะเพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุง	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
03112 ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งใหม่ๆตามความต้องการและข้อเสนอแนะของลูกค้า	1. แก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการตามข้อเสนอแนะของลูกค้า 2. แสวงหาและริเริ่มนำสินค้าและบริการใหม่ๆนำเสนอต่อลูกค้า สร้างความประทับใจและพึงพอใจให้ลูกค้า	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

ทักษะในการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ 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 วิเคราะห์รายละเอียดข้อเสนอแนะ

และพิจารณาข้อเสนอแนะเพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุง 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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ0321
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะประเมินผลประกอบการของธุรกิจเสริมสวย
3. ทบทวนครั้งที่1 / -
4. สร้างใหม่

☐

ปรับปรุง

☒

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ISCO 1211 ผู้จัดการด้านการบริการธุรกิจและการบริหารจัดการและการพาณิชย์
ISCO 1221 ผู้จัดการด้านการขาย การตลาด และการพัฒนาธุรกิจ

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

วิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตทางการตลาด วิเคราะห์การขาย วิเคราะห์สัดส่วนในการครองตลาด วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายทางการตลาด วัดผลการดำเนินงานโดยการวิเคราะห์ยอดขาย กำไร ส่วนครองตลาด Market share จัดทำงบประมาณงบกำไรขาดทุน วิเคราะห์ทางการเงิน

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)
03211 วิเคราะห์งบการเงิน วิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน	1. วิเคราะห์รายละเอียดยอดขาย รายได้หักค่าใช้จ่าย ผลกำไร วิเคราะห์อัตราส่วนการเจริญเติบโตทางการตลาด วิเคราะห์ยอดขาย และสัดส่วนการครองตลาด 2. เข้าใจงบการเงิน งบกำไรขาดทุน และการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนจากการลงทุน	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน
03212 กำกับดูแลการบริหารงานให้เป็นไปตามหลักจรรยาบรรณในวิชาชีพ	1. ใช้หลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ 2. การรักษาความลับขององค์กร เก็บรักษาข้อมูลและการใช้ข้อมูลภายในองค์กร 3. ใช้หลักการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างมีความรับผิดชอบ	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์ แฟ้มสะสมผลงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

ทักษะในการวิเคราะห์อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร วิเคราะห์การขาย วิเคราะห์สัดส่วนในการครองตลาด วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายทางการตลาด วัดผลการทำงานโดยการวิเคราะห์ยอดขาย กำไร ส่วนครองตลาด Market share จัดทำงบประมาณงบกำไรขาดทุน วิเคราะห์ทางการเงิน

(ข) ความต้องการด้านความรู้

ความรู้ในการ วิเคราะห์อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร วิเคราะห์การขาย วิเคราะห์สัดส่วนในการครองตลาด วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายทางการตลาด วัดผลการทำงานโดยการวิเคราะห์ยอดขาย กำไร ส่วนครองตลาด Market share จัดทำงบประมาณงบกำไรขาดทุน วิเคราะห์ทางการเงิน และมีจรรยาบรรณ ความรับผิดชอบต่อสังคม

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

หลักฐานที่ต้องการจะกำหนดข้อแนะนำเกี่ยวกับการประเมินและควรที่จะใช้ประกอบร่วมกันกับเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria) และ ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (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

สามารถวิเคราะห์ทางการเงิน วิเคราะห์อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร วิเคราะห์การขาย วิเคราะห์สัดส่วนในการครองตลาด วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายทางการตลาด วัดผลการทำงานโดยการวิเคราะห์ยอดขาย กำไร ส่วนครองตลาด Market share จัดทำงบประมาณงบกำไรขาดทุน วิเคราะห์ทางการเงิน จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ กำหนดขอบเขต มาตรฐานความประพฤติ การรักษาความลับ การเก็บรักษาข้อมูลและการใช้ข้อมูลภายในการปฏิบัติต่อลูกค้าที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างคุณค่าในตัวสินค้าหรือบริการ Value Proposition (VP) คุณค่านำเสนอต่อลูกค้า และคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ เป็นการส่งมอบคุณค่าให้สอดคล้องกับความต้องการลูกค้า โดยคำนึงถึงส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

Product - สินค้า หรือบริการ โดยพิจารณาจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Price - ความเหมาะสมของราคา กับคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ

Place - สถานที่จัดจำหน่าย หรือช่องทางในการจัดจำหน่าย ซึ่งจะพิจารณาจากความสะดวกและปริมาณของลูกค้า

Promotion - การส่งเสริมการขาย ที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้า

People - ความรู้ความสามารถ และความน่าเชื่อถือของบุคลากร

Physical Evidence - สิ่งปรากฏต่อสายตาลูกค้า เช่น สี รูปร่าง แพคเกจ บรรยากาศภายในร้าน เป็นต้น

Process - กระบวนการในการจัดการด้านการบริการ ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความภักดีในตัวสินค้า

มีการประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยการวิเคราะห์มุมมอง 4 ด้าน Balanced Scorecard คือระบบการบริหารงานและประเมินผลทั่วทั้งองค์กร และไม่ใช่ว่าเฉพาะเป็นระบบการ วัดผลเพียงอย่างเดียว แต่จะเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ (vision) และแผนกลยุทธ์ (strategic plan) แล้ว

แปลผลลงไปสู่ทุกจุดขององค์กรเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายงานและแต่ละคน โดยระบบของ Balanced Scorecard

จะเป็นการจัดหาแนวทางแก้ไขและปรับปรุงการดำเนินงาน โดย พิจารณาจากผลที่เกิดขึ้นของกระบวนการทำงานภายในองค์กร และผลกระทบจากลูกค้าภายนอกองค์กรมา นำมาปรับปรุงสร้างกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพดีและประสิทธิผลดียิ่งขึ้น

ในการพัฒนาองค์กรนั้น สามารถวัด และ ประเมินได้จากมุมมองผ่านมุมมองของระบบการวัดและประเมินผลใน 4 ด้านหลัก คือ

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective; F)
2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective; C)
3. มุมมองด้านการดำเนินการภายใน (Internal Perspective; I)

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ (Learning and Growth; L)

ดังนั้น BSC จึงเป็นเสมือนเครื่องมือหรือกลไกในการวางแผนและบริหารกลยุทธ์ที่มีการ กำหนดมุมมองทั้ง 4 ด้าน เพื่อให้เกิดความสมดุลในการพัฒนาองค์กร จนบรรลุแผนกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ในที่สุด

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. แฟ้มสะสมผลงาน