มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
Occupational Standard and Professional Qualifications

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์

จัดทำโดย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

1. ชื่อมาตรฐานอาชีพ

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์

2. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐาน

N/A

3. ทะเบียนอ้างอิง (Imprint)

N/A

4. ข้อมูลเบื้องต้น

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มสาขาอาชีพจัดทำมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการมีความเป็นสากลและเหมาะสมกับประเทศไทย เป็นที่ยอมรับทั้งภายในประเทศและระดับสากล โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อสร้างเครือข่ายการจัดทำ พัฒนา และเผยแพร่ มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ให้ระบบคุณวุฒิวิชาชีพและมาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เป็นที่รับรู้และยอมรับในทุกภาคส่วน

มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ ฉบับนี้จัดทำโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสาขาวิชาชีพประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ร่วมกับวิธีเทคนิควิเคราะห์หน้าที่ (Functional Analysis) โดยจากการวิเคราะห์พบว่า มีหน้าที่หลัก (Key Function) 4 หน้าที่หลัก ซึ่งทุกหน้าที่งานมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น ทั้งนี้ในแต่ละหน้าที่งานยังประกอบไปด้วยหลากหลายอาชีพที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามในมาตรฐานฉบับนี้ได้ดำเนินการจัดทำอาชีพที่มีความสำคัญเร่งด่วนเพื่อตอบสนองความต้องการของประเทศ โดยได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น 6 อาชีพ 15 คุณวุฒิวิชาชีพตามรายละเอียดที่อยู่ในมาตรฐานอาชีพนี้

5. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐานในแต่ละครั้ง

N/A

6. ครั้งที่

ครั้งที่ 1

7. คุณวุฒิวิชาชีพที่ครอบคลุม (Professional Qualifications included)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน

สาขาประชาสัมพันธ์

อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	เนื้อหา
03101	กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
03102	จัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
03203	ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
03602	ประเมินสถานการณ์
04202	ต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สาขาประชาสัมพันธ์ อาชีพนักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

บุคคลที่มีคุณลักษณะของผลการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในอาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5
ต้องมีความรู้เชิงทฤษฎีหรือหลักการที่ซับซ้อนเพื่อพัฒนาผลิตภาพการทำงาน สามารถจัดการแก้ไขปัญหาในบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงทั่วไป สามารถคิด วิเคราะห์ และประเมินได้ด้วยตนเอง มีความเป็นผู้นำ จัดการผลิตภาพการทำงาน ถ่ายทอดสอนงาน และกำกับดูแลผู้ร่วมงานให้บรรลุตามแผน โดยใช้ทักษะในการทำงานที่ต้องคิด วิเคราะห์ วางแผนเพื่อแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และประเมินผลในการปฏิบัติงาน
มีความรู้เกี่ยวกับการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นการกำหนดเกณฑ์ที่จะใช้ในการแบ่งแยกประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
เพื่อให้สามารถเลือกวิธีการในการสร้างการมีส่วนร่วมให้เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม รวมถึงเป็นการกำหนดและทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
โดยประเมินจาก ผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับหรือเป็นผู้สร้างแก่องค์กร รวมถึงการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(Identification and prioritization) ซึ่งเป็นขั้นตอนในการแบ่งประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
โดยทำการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย ว่ากลุ่มใดสำคัญมากน้อยกับธุรกิจ โดยกำหนดจากสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียต้องการจากธุรกิจ
กับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจากผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนั้นยังสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ และสามารถเลือกใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
สามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์ วิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา
ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเห็นถึงประเด็นปัญหาที่อาจกลายเป็นภาวะวิกฤตได้ เพื่อให้สามารถจัดการกับประเด็นปัญหาเพื่อไม่ให้ลุกลามต่อไปได้
มีความรู้ในการต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเป็นแบบอย่างหรือผู้นำด้านจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

1. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 4 และปฏิบัติงานในสาขามาไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือ
2. ผู้ที่จะผ่านการประเมินไม่ต้องผ่านคุณวุฒิ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 4
แต่ต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กร ไม่น้อยกว่า 5 ปี
3. ผู้ที่จะผ่านการประเมินและได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารองค์กรสัมพันธ์ ระดับ 5 ต้องผ่านการประเมินตามหน่วยสมรรถนะอาชีพ ระดับ 5 ทั้ง 5 หน่วย

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

ผู้ทำงานในกลุ่มธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ เช่น PR Manager นักบริหารลูกค้าสัมพันธ์ บุคคลที่สำเร็จการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลที่สนใจในงานด้านประชาสัมพันธ์

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

03101 กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
03102 จัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
03203 ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
03602 ประเมินสถานการณ์
04202 ต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่

1. ตารางแสดงหน้าที่ 1

ประกาศใช้ ณ 21/05/2563

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

ความมุ่งหมายหลัก Key Purpose	บทบาทหลัก Key Roles		หน้าที่หลัก Key Function	
คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์เป็นมืออาชีพในระดับสากลด้วยนวัตกรรมการสื่อสารและรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน 2	03	ปฏิบัติตามแผนการประชาสัมพันธ์	031	จัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
			032	ติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
			036	บริหารประเด็นและแก้ปัญหาภาวะวิกฤต
	04	การประเมินผลการประชาสัมพันธ์	042	เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุง

คำอธิบาย ตารางแผนผังแสดงหน้าที่เป็นแผนผังที่ใช้วิเคราะห์หน้าที่งานเพื่อให้ได้หน้าที่หลัก (Key Function)

2. ตารางแสดงหน้าที่ 1 (ต่อ)

ประกาศใช้ ณ 21/05/2563

ตาราง 2 : FUNCTIONAL MAP แสดง KEY FUNCTION , UNIT OF COMPETENCE , ELEMENT OF COMPETENCE

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence	
รหัส	**คำอธิบาย**	**รหัส**	**คำอธิบาย**	**รหัส**	**คำอธิบาย**
031	จัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03101	กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03101.01	กำหนดผู้มีส่วนได้เสียหลัก
				03101.02	กำหนดผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน
				03101.03	กำหนดผู้มีส่วนได้เสียขั้นรอง
		03102	จัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03102.01	ทำความเข้าใจสถานการณ์ของผู้มีส่วนได้เสียปัจจุบัน
				03102.02	วิเคราะห์สถานการณ์ของผู้มีส่วนได้เสียปัจจุบัน
				03102.03	จัดวางตำแหน่งผู้มีส่วนได้เสีย
032	ติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	03203	ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร	03203.01	ให้คำปรึกษาด้านการสื่อสารแก่ผู้บริหารระดับสูง
				03203.02	ประสานงานเป็นสื่อกลางภายในองค์กร
				03203.03	จัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในองค์กร
036	บริหารประเด็นและแก้ปัญหาภาวะวิกฤต	03602	ประเมินสถานการณ์	03602.01	ประเมินระดับความรุนแรง
				03602.02	จัดประเภทของปัญหา
				03602.03	จัดประเภทของประเด็น
				03602.04	วิเคราะห์ผลกระทบ
042	เสนอแนะแนวทางในการปรับปรุง	04202	ต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	04202.01	เข้าใจกระบวนการต่อยอดความสัมพันธ์
				04202.02	วิเคราะห์ช่องทางต่อยอดความสัมพันธ์

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03101

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ กำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นการกำหนดเกณฑ์ที่จะใช้ในการแบ่งแยกประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้สามารถเลือกวิธีการในการสร้างการมีส่วนร่วมให้เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม รวมถึงเป็นการกำหนดและทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยประเมินจากผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับหรือเป็นผู้สร้างแก่องค์กร ซึ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ประกอบด้วยกลุ่มต่างๆ ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า หน่วยงานราชการผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ชุมชน พันธมิตรทางธุรกิจองค์กรพัฒนาเอกชน และสื่อมวลชน

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03101.01 กำหนดผู้มีส่วนได้เสียหลัก	1. ระบุผู้มีส่วนได้เสียหลัก 2. วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียหลัก 3. สรุปผู้มีส่วนได้เสียหลัก	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03101.02 กำหนดผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน	1. ระบุผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน 2. วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน 3. สรุปผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03101.03 กำหนดผู้มีส่วนได้เสียขั้นรอง	1. ระบุผู้มีส่วนได้เสียขั้นรอง 2. วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียขั้นรอง 3. สรุปผู้มีส่วนได้เสียขั้นรอง	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการวิเคราะห์กลุ่มกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ทักษะด้านการประเมินผลกระทบที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับ
3. ทักษะการสืบค้นข้อมูล

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์ที่จะใช้ในการแบ่งแยกประเภทผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ

2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ

2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน

2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้

เพื่อให้สามารถเลือกวิธีการในการสร้างการมีส่วนร่วมให้เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

นิยามของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคล ชุมชน หรือองค์การที่ให้ ความสนใจต่อผลการดำเนินการและกิจกรรมขององค์การ แผนงาน ซึ่งผลการดำเนินงานขององค์การและแผนงานนั้นสามารถส่งผลบวกและผลลบต่อผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย โดยตัวอย่างของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ลูกค้า ผู้ส่งมอบ ผู้ถือหุ้น ผู้แทนจำหน่าย ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนผู้บริโภค สื่อสารมวลชน หรือองค์การมูลนิธิที่ไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs)

ดังนั้นสามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็น 3 กลุ่ม ได้ดังนี้ คือ

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (key stakeholders) คือ ผู้ซึ่งสามารถมีอิทธิพลที่สำคัญ หรือมีความสำคัญต่อความสำเร็จของ กิจกรรม เช่น ลูกค้า ผู้ส่งมอบ มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญต่อการผลิต และ/หรือการบริการตลอดจนการปรับปรุง

2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นพื้นฐาน (primary stakeholders) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ผู้ซึ่งได้รับผลกระทบจากกิจกรรม ซึ่ง อาจจะได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบได้ โดยทั่วไปจะเป็นองค์การที่เป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เช่น ผู้บริโภค (consumer) ตัวแทนทางการค้า (dealer) ผู้ผลิตในขั้นต้น (primary production) จะได้รับผลกระทบจากการ เปลี่ยนแปลงราคาขาย การปรับเปลี่ยนนโยบายทางการค้าทั้งการจัดซื้อและการขาย เป็นต้น

3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นรอง (secondary stakeholders) คือ ทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อองค์การโดยตรง เช่น กิจกรรมบางประเภทที่เป็นที่เฝ้าติดตามจากหน่วยงานภายนอก เช่น กิจกรรม โรงพยาบาล องค์การสื่อสารมวลชนจะให้ความสนใจต่อคุณภาพการรักษาพยาบาล การบริการตามระบบที่เป็นมาตรฐาน การ ป้องกันความเสี่ยง เป็นต้น หรือกิจกรรมการค้าสินค้าโภคภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ เช่น อาหาร น้ำมัน ยารักษาโรค องค์การภายนอกย่อมให้ความสนใจต่อการกำกับดูแลกิจกรรมขององค์การ เช่น การโฆษณาเกินจริง คุณภาพและความปลอดภัยของการ ใช้ผลิตภัณฑ์ การควบคุมด้านกลไกราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค กิจกรรมขององค์การเหล่านี้จึงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลกิจการ ที่ดี (good governance)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาจแบ่งเป็น 2 ระดับใหญ่ ๆ คือ

ระดับปฐมภูมิ เป็นกลุ่มที่ มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กรในการ แลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ คู่ค้าลูกค้าผู้แทนจำหน่าย

ระดับทุติยภูมิ เป็นกลุ่มที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ แต่ได้รับ ผลกระทบจากการดำ เนินงานขององค์กรธุรกิจ ได้แก่ ชุมชน รัฐบาล กลุ่มกิจกรรมสื่อมวลชน กลุ่มสนับสนุนธุรกิจ และ กลุ่มสาธารณชนทั่วไป (Lawrence & Weber, 2016) โดยแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอธิบายว่า การที่องค์กรธุรกิจจะประสบความสำเร็จในระยะยาวได้นั้น องค์กร ต้องมีการบริหารโดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กร (Freeman, 2010)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03102

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ จัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(Identification and prioritization) ซึ่งเป็นขั้นตอนในการแบ่งประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยทำการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย ว่ากลุ่มใดสำคัญมากน้อยกับธุรกิจ โดยกำหนดจากสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียต้องการจากธุรกิจ กับสิ่งที่ธุรกิจต้องการจากผู้มีส่วนได้เสีย โดยทำการจัดลำดับความสำคัญจากการพึ่งพากัน โดยกำหนดให้ความสัมพันธ์ที่สำคัญอยู่ในลำดับต้น ๆในกระบวนการเชื่อมโยง หากพึ่งพากันมากก็จะให้ลำดับสูง

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03102.01 ทำความเข้าใจสถานการณ์ของผู้มีส่วนได้เสียปัจจุบัน	1. ระบุจุดมุ่งหมายของการจัดลำดับได้ 2. วิเคราะห์ผลกระทบจากการจัดลำดับได้ 3. ระบุตัวชี้วัดของการจัดลำดับได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03102.02 วิเคราะห์สถานการณ์ของผู้มีส่วนได้เสียปัจจุบัน	1. สามารถกำหนดแผนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ 2. สามารถกำหนดประเด็นที่ให้ความสำคัญได้ 3. สามารถจำแนก บทบาทและอำนาจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักที่มีต่อภาระกิจที่ได้รับมอบหมายได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03102.03 จัดวางตำแหน่งผู้มีส่วนได้เสีย	1. สามารถระบุเกณฑ์การจัดลำดับได้ 2. สามารถระบุลำดับก่อนหลังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะด้านการเรียงลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ทักษะการวิเคราะห์

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้ในการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการพึ่งพากัน
2. มีความรู้ในการจัดลำดับความสำคัญของประเด็นของผู้มีส่วนได้เสีย
3. มีความรู้ในเรื่องระดับความสำคัญของประเด็น มีส่วนสำคัญในการกำหนดว่าธุรกิจควรตอบสนองต่อประเด็นนั้นๆอย่างไร

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย(Identification and prioritization) ซึ่งเป็นขั้นตอนในการแบ่งประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยทำการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย ว่ากลุ่มใดสำคัญมากน้อยกับธุรกิจ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่ม หรือ3 ระดับ ดังนี้ คือ

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (key stakeholders) คือ ผู้ซึ่งสามารถมีอิทธิพลที่สำคัญ หรือมีความสำคัญต่อความสำเร็จของ กิจกรรม เช่น ลูกค้า ผู้ส่งมอบ มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญต่อการผลิต และ/หรือการบริการตลอดจนการปรับปรุง
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นพื้นฐาน (primary stakeholders) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ผู้ซึ่งได้รับผลกระทบจากกิจกรรม ซึ่ง อาจจะได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบได้ โดยทั่วไปจะเป็นองค์การที่เป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) เช่น ผู้บริโภค (consumer) ตัวแทนทางการค้า (dealer) ผู้ผลิตในขั้นต้น (primary production) จะได้รับผลกระทบจากการ เปลี่ยนแปลงราคาขาย การปรับเปลี่ยนนโยบายทางการค้าทั้งการจัดซื้อและการขาย เป็นต้น
3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขั้นรอง (secondary stakeholders) คือ ทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อองค์การโดยตรง เช่น กิจกรรมบางประเภทที่เป็นที่เฝ้าติดตามจากหน่วยงานภายนอก เช่น กิจกรรม โรงพยาบาล องค์การสื่อสารมวลชนจะให้ความสนใจต่อคุณภาพการรักษาพยาบาล การบริการตามระบบที่เป็นมาตรฐาน การ ป้องกันความเสี่ยง เป็นต้น หรือกิจกรรมการค้าสินค้าโภคภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ เช่น อาหาร น้ำมัน ยารักษาโรค องค์การภายนอกย่อมให้ความสนใจต่อการกำกับดูแลกิจกรรมขององค์การ เช่น การโฆษณาเกินจริง คุณภาพและความปลอดภัยของการ ใช้ผลิตภัณฑ์ การควบคุมด้านกลไกราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค กิจกรรมขององค์การเหล่านี้จึงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลกิจการ ที่ดี (good governance)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาจแบ่งเป็น 2 ระดับใหญ่ ๆ คือ

ระดับปฐมภูมิ เป็นกลุ่มที่ มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กรในการ แลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ คู่ค้าลูกค้าผู้แทนจำหน่าย

ระดับทุติยภูมิ เป็นกลุ่มที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ แต่ได้รับ ผลกระทบจากการดำ เนินงานขององค์กรธุรกิจ ได้แก่ ชุมชน รัฐบาล กลุ่มกิจกรรมสื่อมวลชน กลุ่มสนับสนุนธุรกิจ และ กลุ่มสาธารณชนทั่วไป (Lawrence & Weber, 2016) โดยแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอธิบายว่า การที่องค์กรธุรกิจจะประสบความสำเร็จในระยะยาวได้นั้น องค์กร ต้องมีการบริหารโดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กร (Freeman, 2010)

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03203

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเลือกใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03203.01 ให้คำปรึกษาด้านการสื่อสารแก่ผู้บริหารระดับสูง	1. สรุปผลการวิเคราะห์การตอบสนองของสื่อต่อกิจการขององค์กรได้ 2. รายงานสถานการณ์ความเคลื่อนไหวที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อองค์กรได้ 3. อำนวยความสะดวกด้านทรัพยากรด้านการสื่อสารตามที่ผู้บริหารต้องการได้ 4. สามารถจัดทำข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาระบบการสื่อสารทั้งภายนอกและภายในองค์กรได้ 5. สามารถผลิตเนื้อหาสารทุกประเภทสำหรับผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในกิจกรรมการสื่อสารตามวาระต่างๆได้ 6. สามารถเสนอแนวทางและข้อเสนอแนะในการเข้าร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03203.02 ประสานงานเป็นสื่อกลางภายในองค์กร	1. สามารถจัดทำสื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่างๆที่เกี่ยวข้องแก่บุคลากรได้ 2. สามารถถ่ายทอดนโยบายของผู้บริหารแก่หน่วยงานในสังกัดได้ 3. สามารถสร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสารจากตัวแทนของหน่วยงานต่างๆในองค์กรได้ 4. สามารถจัดทีมงานให้บริการข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรได้ 5. สามารถสำรวจความคิดเห็นด้านการสื่อสารภายในองค์กรได้ 6. สามารถจัดทำแบบฟอร์มแสดงความคิดเห็นจากทุกฝ่ายโดยไม่ระบุตัวตนได้ 7. สามารถติดตามและบริหารจัดการทุกข้อร้องเรียนภายในองค์กรได้ 8. สามารถใช้เทคโนโลยีสื่อสารแบบใหม่ช่วยให้การประสานงานระหว่างกันเป็นไปอย่างรวดเร็วและง่ายดาย	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03203.03 จัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในองค์กร	1. ระบุกิจกรรมประเภทพบปะสังสรรค์ได้ 2. ระบุกิจกรรมประเภทส่งเสริมสุขภาพได้ 3. ระบุกิจกรรมประเภทสืบสานศิลปะ วัฒนธรรมไทยได้ 4. ระบุกิจกรรมประเภทเสริมสร้างความเข้าใจในงานประชาสัมพันธ์ได้ 5. ระบุกิจกรรมประเภททักษะและความรู้เพื่อพัฒนาการทำงานในองค์กรได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1.ทักษะด้านการสื่อสารภายในองค์กรผ่านช่องทางต่างๆ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. มีความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร
2. มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ

2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ

2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน

2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร รวมถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถเลือกใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การสื่อสารในองค์กร คือ เครื่องสร้างความเข้าใจ และสร้างวัฒนธรรมตลอดจนสามารถสร้างความมั่นคงให้กับองค์กรนั้นๆ เป็นศูนย์รวมให้องค์กรนั้นๆ ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิผล โดยผู้ใช้จะต้องเข้าใจและเข้าถึงกระบวนการสื่อสารเป็นอย่างดี เป็นการติดต่อระหว่างบุคคลในองค์การ มีลักษณะเป็นเครือข่าย (Network) ซึ่งอาจกระทำได้โดยใช้เครื่องมือในการสื่อความหมายด้วยการพูด การเขียน การใช้สัญลักษณ์ เพื่อให้ผู้อื่นรับทราบได้

วัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสาร

1) เพื่อแจ้งให้ทราบ คือ การรับและส่งข่าวสารด้านต่างๆ การนำเสนอเรื่องราว ความรู้สึกนึกคิด ความรู้ หรือสิ่งอื่นใด ที่ต้องการให้ผู้รับสารรู้และเข้าใจข้อมูลนั้นๆ โดยมุ่งให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

2) เพื่อความบันเทิงใจ คือ การรับส่งความรู้สึกที่ดี และมุ่งรักษามิตรภาพต่อกัน เป็นการนำเสนอเรื่องราวหรือสิ่งอื่นใดที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ

3) เพื่อชักจูงใจ คือ การนำเสนอเรื่องราวหรือสิ่งอื่นใดเพื่อจูงใจให้เกิดความร่วมมือ สร้างกำลังใจ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความคิดคล้อยตาม หรือปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารต้องการ และนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไข

ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

1. เป็นเครื่องมือของผู้บริหารในการบริหารงาน เพราะการสื่อสารภายในองค์กรจะช่วยทำให้สามารถทำงานได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากการทำงานต้องอาศัยหลายฝ่าย หลายส่วนงานเข้ามาช่วยเสริมสร้างศักยภาพให้กับองค์กร

2. เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับบุคลากรต่างๆ ภายในองค์กรเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และสร้างความไว้วางใจต่อกัน โดยเฉพาะการเปิดโอกาสให้บุคลากรในระดับต่างๆได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานของผู้บริหาร

3. การช่วยกันปฏิบัติภารกิจขององค์กรและมีการประสานงานระหว่างกัน พร้อมทั้งทำงานสอดคล้องกันแม้ว่าจะต่างฝ่ายกันก็ตาม แต่เพื่อองค์กรเดียวกัน ผู้บริหารสามารถใช้การสื่อสารให้เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวภายในองค์กรให้ได้

4. การช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ จากปัจจัยต่างๆ ข้างต้นเมื่อผสมผสานเข้ากันแล้ว สามารถช่วยทำให้เกิดการพัฒนาองค์กรได้ โดยเฉพาะพลังขับเคลื่อนที่นำโดยผู้บริหารที่รู้จักการสื่อสารภายในองค์กรเป็นอย่างดี

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การสื่อสารคือเครื่องมืออย่างหนึ่งของผู้บริหาร ที่จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร

ถ้าผู้บริหารเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกระดับบริหารมีส่วนในการบริหาร

ถ้าขาดการสื่อสารก็ไม่สามารถที่จะทำให้การงานมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีแก่บุคลากรได้

กระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

การติดต่อสื่อสารเป็นกิจกรรมที่ทุกคนจะต้องปฏิบัติอยู่เสมอไม่ว่าจะต้องตำแหน่งใดในองค์กร ทั้งในแง่ส่วนตัว บุคคลต่างๆ ก็ต้องมีการสื่อสารกันเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลการทำงาน หรือเพื่อการประสานงานและความเข้าใจต่างๆ อย่างเหมาะสม และในแง่องค์กรการสื่อสารจะช่วยสร้างและจรรโลงวัฒนธรรมขององค์กรให้ยาวสืบต่อไป และสร้างองค์กรให้ก้าวไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ด้วย

การติดต่อสื่อสารขององค์กรประกอบด้วย 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร และการติดต่อสื่อสารภายนอก การสื่อสารภายในองค์กรซึ่งสรุปได้อยู่ 4 ทิศทางใหญ่ๆ คือ

1. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) ซึ่งเป็นการติดต่อจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นลักษณะของการสั่งงาน บอกเป้าหมายวัตถุประสงค์ การมอบหมายงาน การให้ข้อมูลย้อนกลับในการทำงาน (Performance Feedback) รวมทั้งการประชุม (Meeting) ก็เป็นวาระที่ดีต่อกันได้

ในปัจจุบันการติดต่อจากบนมาล่างที่ผู้บริหารนิยมใช้มากคือ การประชุมงาน การจัดทำวารสารภายใน ตลอดจนพยายามให้บุคลากรเห็นความสัมพันธ์ว่างานของเขามีความสำคัญและมีผลต่อแผนงานโครงการขององค์กรอย่างไรบ้าง เพื่อจะได้ช่วยกันสร้างสรรค์ผลงานให้สูงขึ้น

2. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากบุคลากรไปยังผู้บริหาร เช่น การขอคำแนะนำ การรายงานผลการปฏิบัติงานให้ผู้บริหารได้ทราบ ซึ่งการสื่อสารแบบนี้มักจะสั้นและไม่ค่อยเกิดขึ้น เพราะบุคลากรไม่กล้าพอที่จะติดต่อกับผู้บริหารเพราะกลัวว่าผู้บริหารจะประเมินตนเองว่า ไม่มีความสามารถ ไม่เก่ง หรือกลัวว่าจะได้รับผลในทางลบกลับคืนมา หรือถ้าจะสื่อก็อาจจะสื่อข้อมูลที่เป็นเรื่องดีเพื่อเอาใจผู้บริหารจะอย่างไรก็ตามองค์กรควรต้องส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบนให้มากขึ้น จากงานวิจัยของแกรีแครพ (1990) พบว่า การสื่อสารจากล่างขึ้นบนจะก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการดังนี้

2.1 ทำให้ผู้บริหารได้ข้อมูลย้อนกลับจากการทำงาน เช่น ปัญหาจากการปฏิบัติงานซึ่งผู้บริหารจะได้ใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นฐานในการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย และทิศทางขององค์กรด้วย

2.2 ทำให้ผู้บริหารได้รับทราบประสิทธิผลและปัญหาอุปสรรคจากบนลงล่าง

2.3 ทำให้พนักงานลดความกดดัน และความเครียดต่างๆ ลงได้ระดับหนึ่ง เพราะได้โอกาสสื่อสารให้ผู้บริหารได้รับทราบข้อมูลและปัญหา

2.4 ทำให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมและมีความผูกพันกับองค์กรมากขึ้น จึงเพิ่มแรงยึดเหนี่ยวขององค์กรให้สูงขึ้นได้

ดังนั้นผู้บริหารจึงควรส่งเสริมให้บุคลากรมีการสื่อสารกับผู้บริหารมากขึ้นในรูปแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้ เช่น จัดให้มีกล่องรับความคิดเห็น จัดสำรวจทัศนคติของบุคลากรในเรื่องต่างๆ เช่น สำรวจความคิดเห็นด้านการสื่อสาร , ประกาศนโยบายเปิดประตูกว้างให้สามารถเข้าพบผู้บริหารได้สะดวกขึ้น ,การประชุมนัดพิเศษ ,การพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ

3. การสื่อสารในแนวนอน (Later หรือHorizontal Communication) เป็นการสื่อสารในแนวทางเดียวกัน กลุ่มงานเดียวกัน หรือในระดับเดียวกันจะมีความเป็นมิตรเป็นกันเอง จะช่วยให้การประสานงานได้ดีขึ้น ซึ่งช่วยลดเวลาการสื่อสารตามสายงาน และยังเป็นช่องทางในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในองค์กรเพราะได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารข้อมูลระหว่างกันทำให้เห็นโอกาสต่างๆ มากขึ้น

4. การติดต่อสื่อสารในแนวทแยง (Diagonal Communication) มักเป็นการสื่อสารข้ามแผนกและข้ามระดับ โดยปกติมักจะเป็นการสื่อสารของฝ่ายให้คำแนะนำ (Staff) กับฝ่ายปฏิบัติการ (Line) เช่น ผู้จัดการฝ่ายบุคคลติดต่อไปยังพนักงานฝ่ายการผลิตเพื่อแจ้งข้อมูลด้านกฎระเบียบที่ประกาศให้ใช้ ไพนักงานได้ทราบ

อาจสรุปได้ว่าผู้บริหารคือบุคคลที่สำคัญที่สุดในองค์กร ที่จะเลือกใช้กระบวนการสื่ออย่างใด อย่างหนึ่งให้มีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กรและสามารถเห็นความแตกต่างของบุคลากรโดยเฉพาะองค์กรที่มีบุคลากรจำนวนมากและต่างสาขาวิชาชีพ และจะต้องใส่ใจในรายละเอียดส่วนนี้ด้วย เนื่องจากการทำงานต้องอาศัยส่วนงานหลายๆ ฝ่าย จึงจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่สามารถสื่อให้เข้าใจถึงภารกิจแต่ละด้านได้เป็นอย่างดี และเป็นการช่วยลดทอนปัญหาภายในองค์กร ซึ่งผู้บริหารจะต้องรู้จักบุคคลกรในแต่ละฝ่ายให้มากขึ้น รู้จักสภาพที่แท้จริงขององค์กรเป็นอย่างดี จึงจะเอื้อประโยชน์ให้กับองค์กรได้อย่างสมบูรณ์

ช่องทางการติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารในองค์การ สามารถจำแนกช่องทางออกเป็น 2 ช่องทางคือ

1. ช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ (formal communication channels) เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับโครงสร้างการบริหารขององค์การ โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง หรือล่างขึ้นบน หรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่ง และผู้รับข่าวสาร ดังนี้

- การติดต่อสื่อสารนั้นต้องสร้างความเข้าใจที่ดี และถูกต้องแก่ผู้รับข่าวสาร
- ข่าวสารที่ส่งออกไปต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์การ
- การติดต่อสื่อสารนั้นควรสอดคล้องกับความสนใจของผู้รับข่าวสาร
- ผู้รับข่าวสารต้องสามารถที่จะปฏิบัติ หรือยอมรับข่าวสารนั้นได้ทั้งทางจิตใจ และร่างกาย

การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการจะประสบความสำเร็จ และมีประสิทธิภาพได้ ต่อเมื่อผู้บริหารมีความรอบรู้ และชำนาญในการติดต่อสื่อสาร และระบบการบริหารองค์การที่แตกต่างกันก็ย่อมมีผลต่อการติดต่อสื่อสารด้วย ตัวอย่างการติดต่อสื่อสารลักษณะนี้ เช่น การติดต่อราชการ หรือการกระทำที่ต้องมีลายลักษณ์อักษรตามระเบียบบริหารองค์การ ฯลฯ

2. ช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (informal communication channels) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์การตามกลุ่มสังคม หรือความชอบพอโดยตรง อาศัยความสนิทสนม คุ้นเคย การแนะนำจากเพื่อนฝูง การรู้จักเป็นการส่วนตัว โดยไม่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของการบริหารองค์การ เป็นลักษณะของการพบปะพูดคุยสนทนากัน การระบายความทุกข์ หรือการขอคำปรึกษากันในงานเลี้ยง ซึ่งจะเป็นลักษณะแบบปากต่อปาก ประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารจะมีมาก หรือน้อยขึ้นกับการยอมรับความเข้าใจ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่มที่ไม่เป็นทางการด้วยกัน

การติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีลักษณะการกระจายข่าวแบบพวงองุ่น ซึ่งอาจเป็นบ่อเกิดของข่าวลืออันเป็นการทำลายขวัญ ชื่อเสียง และท้าทายอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่ในองค์การได้ อย่างไรก็ตามถ้านำการติดต่อสื่อสารลักษณะนี้มาใช้เสริมการติดต่อสื่อสารในลักษณะที่เป็นทางการได้นั้น ก็อาจจะช่วยส่งผลให้งานสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การได้

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2.ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 03602

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ประเมินสถานการณ์

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเห็นถึงประเด็นปัญหาที่อาจกลายเป็นภาวะวิกฤตได้ เพื่อให้สามารถจัดการกับประเด็นปัญหาเพื่อไม่ให้ลุกลามต่อไปได้

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
03602.01 ประเมินระดับความรุนแรง	1. ระบุเหตุการณ์ความรุนแรงได้ 2. ระบุระยะเวลาได้ 3. ระบุผู้ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03602.02 จัดประเภทของปัญหา	1. จำแนกประเภทของปัญหาได้ 2. จำแนกช่องทางของการเกิดปัญหาได้ 3. ระบุที่มาของปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03602.03 จัดประเภทของประเด็น	1. จำแนกประเด็นของปัญหาได้ 2. จำแนกช่องทางของปัญหาได้ 3. ระบุที่มาของประเด็นได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
03602.04 วิเคราะห์ผลกระทบ	1. สรุปความรุนแรงได้ 2. สรุปประเด็นได้ 3. สรุปปัญหาได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อติดตามสถานการณ์
2. ทักษะการอ่าน
3. ทักษะการตีความ

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1.ความรู้เกี่ยวกับการประเมินสถานการณ์
2.ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ ประเมินการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ และความสามารถในการประเมินสถานการณ์ สามารถวิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเห็นถึงประเด็นปัญหาที่อาจกลายเป็นภาวะวิกฤตได้ เพื่อให้สามารถจัดการกับประเด็นปัญหาเพื่อไม่ให้ลุกลามต่อไปได้

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

การประเมินความเสี่ยง หมายถึง กระบวนการระบุความเสี่ยง การวิเคราะห์ความเสี่ยงและจัดลำดับความเสี่ยง โดยการประเมินจากโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) และผลกระทบ (Impact)

1) โอกาสที่จะเกิด (Likelihood) หมายถึง ความถี่หรือโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ ความเสี่ยง

2) ผลกระทบ (Impact) หมายถึง ขนาดความรุนแรงของความเสียหายที่จะเกิดขึ้นหากเกิด เหตุการณ์ความเสี่ยง

3) ระดับของความเสี่ยง (Degree of Risk) หมายถึง สถานะของความเสี่ยงที่ได้จากประเมินโอกาสและผลกระทบของแต่ ละปัจจัยเสี่ยงแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ สูงมาก สูง ปานกลาง น้อย และน้อยมาก

การประเมินสถานการณ์ เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพ ขอบเขต ขนาดของปัญหา

1. ความกังวลของผู้ได้รับผลกระทบ
2. สถานการณ์จะทวีความรุนแรงขึ้นหรือไม่
3. เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นที่สนใจของสื่อมวลชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือไม่
4. เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจะขัดขวางการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันหรืออนาคตหรือไม่
5. เหตุการณ์นั้นส่งผลต่อความน่าเชื่อถือหรือไม่

3 สิ่งที่ต้องประเมิน

1. การรับรู้ – การรับรู้เป็นการภายในหรือภายนอก ขยายวงกว้าง มากน้อยเพียงใด
2. ความเสียหาย – ความเสียหายต่อบุคคล ทรัพย์สินหรือข้อมูลอย่างไร
3. ผลกระทบ – ผลกระทบต่อการทำงาน ผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน
18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน
ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ 04202

2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ ต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. ทบทวนครั้งที่ N/A

4. สร้างใหม่ ☑ **ปรับปรุง** ☐

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

ชื่ออาชีพ 1222 Advertising and Public Relations Managers, 2432 Public Relations Professionals

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

ผู้ที่ผ่านสมรรถนะนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มบุคคล องค์กร สถาบัน หรือชุมชน ที่ได้รับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบ จากการตัดสินใจ นโยบาย เป็นการสร้างมิตรให้ให้กับหน่วยงานหรือองค์กร

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☑	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาวิชาชีพธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สาขาประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
04202.01 เข้าใจกระบวนการต่อยอดความสัมพันธ์	1. สามารถจัดลำดับความสัมพันธ์ได้ 2. สามารถเข้าใจวิธีการต่อยอดความสัมพันธ์ได้ 3. สามารถเลือกช่องทางในการต่อยอดความสัมพันธ์ได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
04202.02 วิเคราะห์ช่องทางต่อยอดความสัมพันธ์	1. สามารถวิเคราะห์ช่องทางการต่อยอดความสัมพันธ์ได้ 2. สามารถระบุช่องทางการเข้าถึงสื่อและลูกค้าได้ 3. สามารถประเมินช่องทางการเข้าถึงได้	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการสร้างความเป็นมิตร และความสัมพันธ์ให้กับลูกค้าหรือสื่อ
2. ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสาร
3. ทักษะการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับหน่วยงานหรือองค์กร

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้ ความเข้าใจ ความต้องการของกลุ่มลูกค้าหรือสื่อ
2. ความรู้การคิดวิเคราะห์ความต้องการ ผลประโยชน์ หรือผลกระทบที่ได้รับ

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสังเกต

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ใบรับรองการปฏิบัติงานจากสถานประกอบการ
2. แบบบันทึกรายการจากการสัมภาษณ์

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

1. ผู้ประเมินตรวจประเมินเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยพิจารณาจากร่องรอยหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหลักฐานการปฏิบัติงาน และหลักฐานความรู้

(ง) วิธีการประเมิน

1. พิจารณาตามหลักฐานการปฏิบัติงาน
2. พิจารณาตามหลักฐานความรู้

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

หน่วยสมรรถนะนี้เป็นการทดสอบ การต่อยอดความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วยเสีย โดยในการประเมินต้องคำนึงถึงข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) ผู้เข้ารับการประเมินสามารถแสดงความรู้ ความต้องการ และความเข้าใจในการวิเคราะห์ผลประโยชน์ ผลกระทบที่ส่งผลในการตัดสินใจของลูกค้าหรือองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) หมายถึง กลุ่มคน หน่วยงาน องค์กร ที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ หรือผู้ที่ได้รับผลประโยชน์หรือผลกระทบหรือผู้มีอำนาจตัดสินใจในสถานการณ์ของประเด็นและปัญหาเดียวกันที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ รวมถึงได้มีผู้นิยามว่าหมายถึง บุคคลเดียว กลุ่มบุคคล หน่วยงาน องค์การ หรือมครก็ตามที่มีผลประโยชน์หรือผลกระทบร่วมกันในปัญหาหนึ่ง ๆ หรือผู้มีอิทธิพลโดยตรง ต่อการแก้ไขปัญหานั้น ๆ ผลประโยชน์หรือผลกระทบโดยตรงในการวางแผนและการประเมินผลทรัพยากร ผลประโยชน์หรือผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากการจัดการทรัพยากร

วิมล โรมาและศรีวิภา เลี้ยงพันธุ์สกุล ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นเทคนิคที่ใช้ในการระบุคนสำคัญที่จะต้องมีการวางแผนร่วมกัน การมีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างการสนับสนุนที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยประโยชน์ของการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

1. ผู้มีส่วนได้เสียที่มีประสิทธิภาพเป็นคลังปัญญาของโครงการ เราสามารถใช้ความคิดเห็นประสบการณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อออกแบบโครงการของเราในระยะแรก ซึ่งจะไม่เพียงทำให้มีแนวโน้นมว่า พวกเขาจะสนับสนุนโครงการและยังช่วยพัฒนาคุณภาพของโครงการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยให้เราเข้าถึงแหล่งข้อมูลอื่นๆ อันจะทำให้มีแนวโน้มว่าโครงการจะประสบความสำเร็จ
2. การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่เนิ่นๆ และบ่อยครั้ง จะทำให้เราสามารถมั่นใจได้ว่า พวกเขาเจ้าใจสิ่งที่เรากำลังทำและเข้าใจถึงประโยชน์ของโครงการ หมายความว่าพวกเขาจะสามารถสนับสนุนอย่างแข็งขันให้เราเมื่อจำเป็น
3. เราสามารถประเมินและคาดหวังผลลัพธ์ได้ โดยดูจากผลการวิเคราะห์

โดยทั่วไปแล้วอาจจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) ผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง (Primary Stakeholder) คือ กลุ่มผู้ที่ได้รับผลจากโครงการโดยตรงตามที่กำหนดในวัตถุประสงค์ของโครงการไม่ว่าจะเป็นผลทางบวกหรือผลประโยชน์ (Beneficiaries) หรือผลทางลบหรือเสียผลประโยชน์ โครงการส่วนใหญ่มักมีการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วยเสียโดยตรงตามเพศ ระดับทางสังคม รายได้ อาชีพ หรือกลุ่มผู้ใช้บริการ

2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางอ้อม (Secondary Stakeholder) คือ กลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการดำเนินการ ซึ่งอาจรวมถึงหน่วยงานรัฐบาล องค์กรและสถาบันต่างๆ ซึ่งบ่อยครั้งกลุ่มเหล่านี้ไม่ได้คิดว่าตนเองเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่คิดว่าเป็นเจ้าของโครงการและเป้นผู้ดำเนินการเท่านั้น

ในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมักจะเน้นผู้มีส่วนได้เสียหลัก คือ ผู้ที่มีความสำคัญต่อโครงการ กล่าวคือ การสนับสนุนหรือไม่สนับสนุนของเขาเป็นอิทธิพลที่สำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของโครงการ โดยทั่วไปแล้วการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดำเนินการในลักษณะดังต่อไปนี้

- มีการระบุและให้คำนิยสมคุณลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก
- แสดงหรือเน้นผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามที่ระบุไว้ในวัตถุประสงค์ของโครงการ
- ระบุความขัดแย้งในผลประโยชน์หรือผลประโยชน์ขัดกัน ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อช่วยในการจัดการกับความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินโครงการ
- ระบุความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียความเป็นเจ้าของและความร่วมมือ ร่วมใจ ซึ่งอาจทำให้มีพันธมิตร (Coalition) สนับสนุน
- ประเมินศักยภาพของบุคคลและกลุ่มต่างๆ ในการเข้าร่วม
- ประเมินชนิดของการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมในขั้นตอนต่อเนื่องในวงจรของโครงการ เช่น การให้ข้อมูล (การบอกกล่าว) การปรึกษาหารือ การเป็นหุ้นส่วน ซึ่งมีแบบจำลอง (Model) ที่แตกต่างกันไป

การบวนการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มี 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก วัตถุประสงค์ เพื่อจำกัดขอบเขตหรือขนาดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้แคบลง เฉพาะเจาะจง ผู้ที่มีแนวโน้มได้รับจากโครงการ แผนงาน โดยใช้วิธีการกระดมสมองจากผู้รู้

ขั้นตอนที่ 2 พิจารณาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โครงการที่จะจัดทำขึ้นย่อมต้องมีประโยชน์สำหรับคนหนึ่งๆ อาจเห็นได้ชัดเจนว่าของคนบางคน คำว่าประโยชน์อาจยากต่อการให้คำจำกัดความ ทั้งนี้มิใช่เป็นแต่เพียงสิ่งที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้เท่านั้น เช่น เงิน สิ่งสาธารณูปโภค แต่ยังรวมถึงสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น ความผูกพัน ความกังวลใจ ความห่วงใย ศักดิ์ศรีและหน้าตา เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 พิจารณาอำนาจและอิทธิพลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยอำนาจหมายถึงความสามารถของบุคคลที่สามารถควบคุม หรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลอื่น อำนาจอาจมาจากลักษณะองค์กรของผู้มีส่วนได้ส่วยเสีย หรือมาจากตำแหน่ง สถานภาพของผู้ที่ครองตำแหน่งนั้นในความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น การพิจารณาอำนาจและอิทธิพลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องเชื่อมโยงกับโครงการหรือนโยบายที่จะดำเนินการ นอกจากนั้นควรพิจารณาถึงอำนาจและอิทฑิพลของผู้มีส่วนได้ส่วยเสียที่มีต่อกันและกัน นอกจากการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับโครงการ นโยบาย

ขั้นตอนที่ 4 การจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย โดยพิจารณาจากผลประโยชน์และอำนาจ อิทธิพลที่มีต่อโครงการ ซึ่งการสรุปความสำคัญของผู้มีเสียได้ส่วนเสีย จะใช้วิธีการจัดทำแผนภาพเพื่อให้ง่ายต่อการพิจารณา

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

18.1 เครื่องมือประเมินกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.2 เครื่องมือประเมินการกำหนดโจทย์หรือปัญหาในธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน

18.3 เครื่องมือประเมินการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จของธุรกิจตามข้อกำหนดมาตรฐาน
1. แบบฟอร์มประเมินผลการสัมภาษณ์แบบฟอร์มประเมินผลการสังเกตการณ์
2. ผลข้อสอบข้อเขียน

ดูรายละเอียดจากคู่มือประเมิน