



มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ
Occupational Standard and Professional Qualifications

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร
สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

จัดทำโดย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

1. ชื่อมาตรฐานอาชีพ

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

2. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐาน

N/A

3. ทะเบียนอ้างอิง (Imprint)

N/A

4. ข้อมูลเบื้องต้น

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

บทบาทครอบคลุมขอบเขตอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเฉพาะในท้องถิ่นเป็นหลักเท่านั้น โดยประกอบด้วย 6 อาชีพ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่พักท้องถิ่น

ผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่น ผู้ประกอบการของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น นักเล่าเรื่องท้องถิ่น นักออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวท้องถิ่น

และนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

5. ประวัติการปรับปรุงมาตรฐานในแต่ละครั้ง

N/A

6. ครั้งที่

2/2568

7. คุณวุฒิวิชาชีพที่ครอบคลุม (Professional Qualifications included)

สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ระดับ 5

8. คุณวุฒิวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง (Related Professional Qualifications)

N/A

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

รหัสหน่วยสมรรถนะ	เนื้อหา
060201	กำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์
060202	กำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน
060301	วางระบบโครงสร้างและเครือข่ายการตลาดท่องเที่ยว
060302	ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นผ่านสื่อต่างๆ

10. ระดับคุณวุฒิ

10.1 สาขาวิชาชีพการท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ระดับ 5

คุณลักษณะของผลการเรียนรู้ (Characteristics of Outcomes)

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

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

การเลื่อนระดับคุณวุฒิวิชาชีพ (Qualification Pathways)

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

หลักเกณฑ์การต่ออายุหนังสือรับรองมาตรฐานอาชีพ

N/A

กลุ่มบุคคลในอาชีพ (Target Group)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น บุคคลในกลุ่มอาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น ซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติงานในการทำการตลาดท่องเที่ยวให้แก่ท้องถิ่นทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ พนักงาน นักพัฒนาในหน่วยงาน องค์กรที่ทำงาน ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน
หมายเหตุ: ผู้ที่จะเข้ารับการประเมินในอาชีพการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นจะต้องเป็นผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่น

หน่วยสมรรถนะ (หน่วยสมรรถนะทั้งหมดของคุณวุฒิวิชาชีพนี้)

- 060201 กำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์
- 060202 กำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน
- 060301 วางระบบโครงสร้างและเครือข่ายการตลาดท่องเที่ยว
- 060302 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นผ่านสื่อต่างๆ

ตารางแผนผังแสดงหน้าที่

1. ตารางแสดงหน้าที่ 1

ประกาศใช้ ณ

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

ความมุ่งหมายหลัก Key Purpose	บทบาทหลัก Key Roles		หน้าที่หลัก Key Function	
	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
ยกระดับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีคุณภาพ และยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ และวิถีไทยโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน	06	สร้างกิจกรรมการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น	0602	กำหนดกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น
			0603	สร้างระบบการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นดิจิทัล

คำอธิบาย ตารางแผนผังแสดงหน้าที่เป็นแผนผังที่วิเคราะห์หน้าที่งานเพื่อให้ได้หน้าที่หลัก (Key Function)

2. ตารางแสดงหน้าที่ 1 (ต่อ)

ประกาศใช้ ณ

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

หน้าที่หลัก Key Function		หน่วยสมรรถนะ Unit of Competence		หน่วยสมรรถนะย่อย Element of Competence	
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
0602	กำหนดกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น	060201	กำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์	060201.1	วางแผนทางการสร้างประสบการณ์ตรงให้กับนักท่องเที่ยว
				060201.2	วางแผนการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมท้องถิ่น
				060201.3	วางแผนการติดตามผลและประเมินความสำเร็จของแผนการตลาด
		060202	กำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน	060202.1	กำหนดการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะสมกับชุมชน
				060202.2	ออกแบบเนื้อหาในการทำตลาดผ่านเครื่องมือดิจิทัล
				060202.3	ออกแบบ โพสต์เตอร์ ภาพถ่าย และสื่อเคลื่อนไหวให้ดึงดูดและสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างชัดเจน
0603	สร้างระบบการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นดิจิทัล	060301	วางระบบโครงสร้างและเครือข่ายการตลาดท่องเที่ยว	060301.1	พัฒนาเครือข่ายพันธมิตรและความร่วมมือในพื้นที่
				060301.2	ออกแบบภาพรวมการเชื่อมโยงระหว่างออนไลน์และออฟไลน์
				060301.3	พัฒนาแพลตฟอร์มสื่อกลางชุมชน
		060302	ประชาสัมพันธ์การตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่นผ่านสื่อต่างๆ	060302.1	กำหนดช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
				060302.2	สร้างเนื้อหาเรื่องเล่า เพื่อโปรโมตการตลาดท่องเที่ยวชุมชน
				060302.3	ติดตาม ประเมินผล การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ

คำอธิบาย

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

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ

060201
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ

กำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์
3. ทบทวนครั้งที่

2 / 2568
4. สร้างใหม่

☐

ปรับปรุง

☒

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

หน่วยสมรรถนะนี้อธิบาย ความสามารถของนักการตลาดหรือผู้ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในการออกแบบและกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้น ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลาง โดยนำอัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และทรัพยากรของชุมชนมาผสานเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความรู้สึกร่วม ความประทับใจ และความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ผู้ที่มีสมรรถนะนี้สามารถวางแผนทางในการสร้างประสบการณ์ตรงให้นักท่องเที่ยว วางแผนกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจริง และสามารถออกแบบวิธีติดตามผลและประเมินความสำเร็จของกลยุทธ์ที่ดำเนินการไป เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวชุมชนให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากขึ้น

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
060201.1 วางแผนทางการสร้างประสบการณ์ตรงให้กับนักท่องเที่ยว	1. ออกแบบแนวคิด (Concept) ของประสบการณ์ที่ต้องการมอบให้นักท่องเที่ยว 2. เชื่อมโยงทรัพยากรและเรื่องราวของชุมชนเข้ากับประสบการณ์ท่องเที่ยว	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
060201.2 วางแผนการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมท้องถิ่น	1. ออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมโดยตรง 2. กำหนดบทบาทของชุมชนและนักท่องเที่ยวในแต่ละกิจกรรมอย่างชัดเจน	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
060201.3 วางแผนการติดตามผลและประเมินความสำเร็จของแผนการตลาด	1. กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์ 2. ออกแบบวิธีการติดตามและประเมินผลหลังจบกิจกรรมหรือแคมเปญ	ข้อสอบข้อเขียน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการออกแบบกิจกรรมและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน
2. ทักษะการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
3. ทักษะการวิเคราะห์และสรุปผลลัพธ์ของกิจกรรมทางการตลาด

(ข) ความต้องการด้านความรู้

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

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ผลสอบสัมภาษณ์

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ผลการสัมภาษณ์
2. ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร

(ง) วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

N/A

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์ หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์ วางแผน

และออกแบบกิจกรรมหรือประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สินค้า หรือชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกัน

ความประทับใจ และความผูกพันระยะยาว อันนำไปสู่ความพึงพอใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อเชิงบวก

หรืออีกนัยหนึ่ง การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์ หมายถึง การออกแบบกิจกรรมและการสื่อสารทางการตลาดที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้

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

เช่น เวิร์กช็อปทอผ้า ทำอาหารพื้นบ้าน ปลูกข้าว ดำนา เก็บหอย เล่าเรื่องประวัติชุมชน ฯลฯ

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ060202
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน
3. ทบทวนครั้งที่2 / 2568
4. สร้างใหม่

☐

ปรับปรุง

☒

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

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

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
060202.1 กำหนดการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะสมกับชุมชน	1. วิเคราะห์ความพร้อมและศักยภาพของชุมชนในการใช้เครื่องมือดิจิทัล 2. เลือกเครื่องมือดิจิทัลที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด	ข้อสอบข้อเขียน
060202.2 ออกแบบเนื้อหาในการทำการตลาดผ่านเครื่องมือดิจิทัล	1. วางแผนหัวข้อและรูปแบบเนื้อหาที่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชน 2. สร้างเนื้อหาที่ตอบโจทย์และดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย	ข้อสอบข้อเขียน การสาธิตการปฏิบัติงาน
060202.3 ออกแบบ โพสต์เตอร์ ภาพถ่าย และสื่อเคลื่อนไหวดึงดูดและสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างชัดเจน	1. ผลิตสื่อภาพและสื่อเคลื่อนไหวที่มีความสวยงามและสื่อความหมายชัดเจน 2. ตรวจสอบความสอดคล้องของสื่อกับอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของชุมชน	ข้อสอบข้อเขียน การสาธิตการปฏิบัติงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

- 1.ทักษะการเลือกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลให้เหมาะกับชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย
- 2.ทักษะการออกแบบเนื้อหาและสื่อดิจิทัลที่น่าสนใจ (ภาพ/วิดีโอ/ข้อความ)
- 3.ทักษะการวิเคราะห์ผลตอบรับพื้นฐาน เช่น ยอดเข้าชม ยอดมีส่วนร่วม เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์

(ข) ความต้องการด้านความรู้

- 1.ความรู้เกี่ยวกับหลักการตลาดดิจิทัลและการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว
- 2.ความรู้เกี่ยวกับลักษณะอัตลักษณ์ชุมชนและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป้าหมาย
3. ความรู้เกี่ยวกับ
- 4.หลักการออกแบบสื่อ (ภาพ-ข้อความ-วิดีโอ) สำหรับการสื่อสารการตลาด

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ผลสอบสัมภาษณ์
2. ผลสอบปฏิบัติ

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ผลการสัมภาษณ์
2. ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร

(ง) วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. สอบปฏิบัติ

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

N/A

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

- 1) ขอบเขตด้านเครื่องมือดิจิทัลที่ใช้ในการท่องเที่ยวชุมชน
ครอบคลุมการใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มที่เหมาะสม เช่น

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

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

2) ขอบเขตด้านเนื้อหาการสื่อสาร (Content Marketing)

ครอบคลุมการออกแบบและจัดทำเนื้อหาประเภทต่าง ๆ เช่น

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

ประเภทของเนื้อหาที่ใช้ ได้แก่

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

3) ขอบเขตด้านการออกแบบสื่อดิจิทัล

ครอบคลุมการออกแบบสื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน โดยคำนึงถึง

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

4) ขอบเขตด้านกลยุทธ์และการวางแผนการตลาด

ครอบคลุมการดำเนินการดังนี้

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

5) ขอบเขตด้านการติดตามผลและการปรับปรุง

ครอบคลุมตัวชี้วัดเบื้องต้น เช่น

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

รวมถึงการนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อ

- ปรับเนื้อหาให้ตรงกลุ่มมากขึ้น
- ปรับเวลาในการโพสต์
- พัฒนาแนวทางการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพขึ้น

16. หน่วยสมรรถนะร่วม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ

060301
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ

วางระบบโครงสร้างและเครือข่ายการตลาดท่องเที่ยว
3. ทบทวนครั้งที่

2 / 2568
4. สร้างใหม่

☐

ปรับปรุง

☒

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

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

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
060301.1 พัฒนาเครือข่ายพันธมิตรและความร่วมมือในพื้นที่	1. ระบุและคัดเลือกพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน 2. ออกแบบแนวทางความร่วมมือและบทบาทของแต่ละภาคส่วนอย่างชัดเจน	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
060301.2 ออกแบบภาพรวมการเชื่อมโยงระหว่างออนไลน์และออฟไลน์	1. วางแผนจุดเชื่อมต่อ (Touchpoints) ระหว่างช่องทางออนไลน์และการท่องเที่ยวจริงในพื้นที่ 2. เชื่อมโยงกิจกรรมออฟไลน์กับการสื่อสารออนไลน์อย่างเป็นระบบ	ข้อสอบข้อเขียน
060301.3 พัฒนาแพลตฟอร์มสื่อกลางชุมชน	1. เลือกหรือกำหนดรูปแบบแพลตฟอร์มสื่อกลางของชุมชน 2. วางระบบการเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม เส้นทางท่องเที่ยว และเรื่องราวของชุมชนอย่างสม่ำเสมอ	ข้อสอบข้อเขียน การสาธิตการปฏิบัติงาน

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

(ก) ความต้องการด้านทักษะ

1. ทักษะการประสานงานและสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายหลายภาคส่วน
2. ทักษะการออกแบบระบบการเชื่อมโยงช่องทางสื่อสารระหว่างออนไลน์ ออฟไลน์
3. ทักษะการวางแผนและจัดระบบแพลตฟอร์มข้อมูลกลางของชุมชน

(ข) ความต้องการด้านความรู้

1. ความรู้เกี่ยวกับหลักการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและพันธมิตรทางการท่องเที่ยว
2. ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการตลาดแบบบูรณาการและการเชื่อมโยงออนไลน์ ออฟไลน์
3. ความรู้เกี่ยวกับหลักการจัดการแพลตฟอร์มสื่อกลางและการสื่อสารชุมชน

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

(ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)

1. ผลสอบสัมภาษณ์
2. ผลสอบปฏิบัติ

(ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)

1. ผลการสัมภาษณ์
2. ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

(ค) คำแนะนำในการประเมิน

การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร

(ง) วิธีการประเมิน

1. สอบข้อเขียน
2. สอบสัมภาษณ์
3. สอบปฏิบัติ

15. ขอบเขต (Range Statement)

(ก) คำแนะนำ

N/A

(ข) คำอธิบายรายละเอียด

การวางระบบโครงสร้างและเครือข่ายการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง

กระบวนการออกแบบโครงสร้างความร่วมมือและระบบการทำงานระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

รวมถึงการจัดระบบช่องทางการสื่อสารออนไลน์และออฟไลน์ให้เชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการส่งเสริมการตลาด การเผยแพร่ข้อมูล และการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

ในบริบทการท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง

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

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน

1. รหัสหน่วยสมรรถนะ

060302
2. ชื่อหน่วยสมรรถนะ

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นผ่านสื่อต่างๆ
3. ทบทวนครั้งที่

2 / 2568
4. สร้างใหม่

☐

ปรับปรุง

☒

5. สำหรับชื่ออาชีพและรหัสอาชีพ (Occupational Classification)

อาชีพนักการตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

6. คำอธิบายหน่วยสมรรถนะ (Description of Unit of Competency)

หน่วยสมรรถนะนี้อธิบาย ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานในการวางแผน ดำเนินการ และติดตามผลการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ อย่างเหมาะสม โดยเน้นการสื่อสารอัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และกิจกรรมเด่นของท้องถิ่นไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้ ความสนใจ และกระตุ้นการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

ผู้ที่มีสมรรถนะนี้จะสามารถเลือกช่องทางประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สร้างเนื้อหาเชิงเรื่องราว (Storytelling) ที่สะท้อนความเป็นชุมชนและสร้างความประทับใจ และสามารถติดตามประเมินผลการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7. สำหรับระดับคุณวุฒิ

1	2	3	4	5	6	7	8
☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐

8. กลุ่มอาชีพ (Sector)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

9. ชื่ออาชีพและรหัสอาชีพอื่นที่หน่วยสมรรถนะนี้สามารถใช้ได้ (ถ้ามี)

N/A

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

N/A

11. สมรรถนะย่อยและเกณฑ์การปฏิบัติงาน (Elements and Performance Criteria)

สมรรถนะย่อย (Element)	เกณฑ์ในการปฏิบัติงาน (Performance Criteria)	วิธีการประเมิน (Assessment)
060302.1 กำหนดช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	1. วิเคราะห์อายุ ความสนใจ พฤติกรรมการใช้สื่อ และรูปแบบการรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการเลือกช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม 2. เลือกช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและบริบทชุมชน	ข้อสอบข้อเขียน การสัมภาษณ์
060302.2 สร้างเนื้อหาเรื่องราว เพื่อโปรโมทการท่องเที่ยวชุมชน	1. วางโครงเรื่องและประเด็นเนื้อหาที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน 2. สร้างและนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย	ข้อสอบข้อเขียน การสาธิตการปฏิบัติงาน

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

12. ความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น (Pre-requisite Skill & Knowledge)

N/A

13. ทักษะและความรู้ที่ต้องการ (Required Skills and Knowledge)

- (ก) ความต้องการด้านทักษะ
- ทักษะการเลือกช่องทางสื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย
 - ทักษะการสร้างเนื้อหา (ข้อความ-ภาพ-วิดีโอ) ที่ดึงดูดและสื่อสารได้ชัดเจน
 - ทักษะการติดตาม วิเคราะห์ และสรุปผลการประชาสัมพันธ์
- (ข) ความต้องการด้านความรู้
- ความรู้เกี่ยวกับหลักการสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว
 - ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการเล่าเรื่อง (Storytelling) และการถ่ายทอดอัตลักษณ์ชุมชน
 - ความรู้เกี่ยวกับหลักการประเมินผลสื่อและพฤติกรรมตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย

14. หลักฐานที่ต้องการ (Evidence Guide)

- (ก) หลักฐานการปฏิบัติงาน (Performance Evidence)
- ผลสอบสัมภาษณ์
 - ผลสอบปฏิบัติ
- (ข) หลักฐานความรู้ (Knowledge Evidence)
- ผลการสัมภาษณ์
 - ใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงความสามารถในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง
- (ค) คำแนะนำในการประเมิน
- การประเมินควรให้ความสำคัญกับบริบทเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การโรงแรม และ ภัตตาคาร
- (ง) วิธีการประเมิน
- สอบข้อเขียน
 - สอบสัมภาษณ์
 - สอบปฏิบัติ

15. ขอบเขต (Range Statement)

- (ก) คำแนะนำ
- N/A
- (ข) คำอธิบายรายละเอียด
- ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นผ่านสื่อต่าง ๆ คือ
- การสื่อสารอัตลักษณ์และเรื่องราวของชุมชน
- ผู้ปฏิบัติงานต้องสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และจุดเด่นของชุมชนผ่านสื่อต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และไม่บิดเบือน เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจความเป็นตัวตนของชุมชนอย่างแท้จริง
- การเลือกใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม
- ต้องสามารถพิจารณาและเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม เช่น สื่อออนไลน์ (Facebook, TikTok, YouTube, เว็บไซต์) และสื่อออฟไลน์ (แผ่นพับ บ้ายประชาสัมพันธ์ สื่อท้องถิ่น) ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ และบริบทของชุมชน

3. การสร้างเนื้อหาเชิงเรื่องเล่า (Storytelling)

ผู้ปฏิบัติงานต้องสามารถออกแบบและสร้างเนื้อหาในรูปแบบเรื่องเล่า เช่น ประวัติชุมชน เรื่องราวของคนในพื้นที่ กิจกรรมพื้นบ้าน และประสบการณ์นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมและความน่าสนใจ

4. การผลิตสื่อที่ดึงดูดและน่าสนใจ

ต้องสามารถผลิตหรือออกแบบสื่อ เช่น ภาพถ่าย วิดีโอ โปสเตอร์ อินโฟกราฟิก ที่มีความสวยงาม ชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้

5. การสื่อสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว

นอกจากการสร้างภาพลักษณ์แล้ว ต้องสามารถสื่อสารข้อมูลจำเป็น เช่น เส้นทางเดินทาง เวลาเปิด-ปิด กิจกรรมที่มีให้เข้าร่วม จุดเด่น และข้อควรรู้ เพื่อช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

6. การสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) กับผู้รับสาร

ต้องสามารถกระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วม เช่น การกดไลค์ แสดงความคิดเห็น แชร์ หรือสอบถามข้อมูล ซึ่งช่วยเพิ่มการมองเห็นและการบอกต่อของแหล่งท่องเที่ยว

7. การติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์

ผู้ปฏิบัติงานต้องสามารถติดตามผลการเผยแพร่สื่อ เช่น ยอดเข้าถึง ยอดมีส่วนร่วม จำนวนผู้สนใจ และการมาท่องเที่ยวจริง เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการประเมินประสิทธิภาพ

8. การปรับปรุงและพัฒนาการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ต้องสามารถนำผลการประเมินมาปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบสื่อ และช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย เหมาะสม และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

16. หน่วยสมรรถนะรวม (ถ้ามี)

N/A

17. อุตสาหกรรมร่วม/กลุ่มอาชีพร่วม (ถ้ามี)

N/A

18. รายละเอียดกระบวนการและวิธีการประเมิน (Assessment Description and Procedure)

กระบวนการและวิธีการประเมินให้ดูในคู่มือประเมิน