



ประกาศคณะกรรมการบริหารงานบุคคลมหาวิทยาลัยแม่โจ้  
เรื่อง มาตรฐานกำหนดตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย (ฉบับที่ ๓)

โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติมมาตรฐานกำหนดตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย ในส่วนของการกำหนดตำแหน่ง ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่ง และคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งของพนักงานมหาวิทยาลัย เพิ่มเติม ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๗ (๗) ข้อ ๑๐ ข้อ ๑๑ ข้อ ๑๒ และข้อ ๑๕ แห่งข้อบังคับมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ว่าด้วยการบริหารงานบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๖ ประกอบกับมติที่ประชุมคณะกรรมการบริหารงานบุคคลมหาวิทยาลัยแม่โจ้ (ก.บ.ม.) ในการประชุมครั้งที่ ๓/๒๕๖๙ เมื่อวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๙ จึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้เรียกว่า “ประกาศคณะกรรมการบริหารงานบุคคลมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เรื่อง มาตรฐานกำหนดตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย (ฉบับที่ ๓)”

ข้อ ๒ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้เพิ่มบัญชีต่อไปนี้ เป็นบัญชีชื่อตำแหน่ง ประเภทตำแหน่ง และมาตรฐานกำหนดตำแหน่งแต่ละตำแหน่ง เพิ่มเติม (ฉบับที่ ๓) ท้ายประกาศคณะกรรมการบริหารงานบุคคลมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เรื่อง มาตรฐานกำหนดตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย ฉบับลงวันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๗

ประกาศ ณ วันที่ ๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๙

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพล ทองมา)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ประธานกรรมการบริหารงานบุคคลมหาวิทยาลัยแม่โจ้

พนักงานมหาวิทยาลัยประเภทสนับสนุน ตำแหน่งประเภทเชี่ยวชาญเฉพาะ

๑	นักการตลาดปฏิบัติการ	๑
	นักการตลาดชำนาญการ	๓
	นักการตลาดชำนาญการพิเศษ	๕
	นักการตลาดเชี่ยวชาญ	๗



## นักรตลาด

- |                        |                |
|------------------------|----------------|
| ๑. ประเภทตำแหน่ง       | เชี่ยวชาญเฉพาะ |
| ๒. ชื่อสายงาน          | การตลาด        |
| ๓. ชื่อตำแหน่งในสายงาน | นักรตลาด       |
| ๔. ระดับตำแหน่ง        | ปฏิบัติการ     |

### ๕. ลักษณะงานโดยทั่วไป

ปฏิบัติงานด้านการตลาดภายใต้การกำกับดูแลของผู้บังคับบัญชา มีหน้าที่รับผิดชอบในการศึกษา วิเคราะห์ วางแผน ดำเนินงาน และติดตามประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาดของหน่วยงานหรือองค์กร เพื่อสนับสนุนการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร โดยมีลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติ ดังนี้

๑. ศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการของตลาด แนวโน้มทางการตลาด และข้อมูลคู่แข่ง เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและตัดสินใจทางการตลาด

๒. มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการตลาด แผนปฏิบัติการด้านการตลาด และแผนกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ให้สอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ของหน่วยงานหรือองค์กร

๓. สนับสนุนการพัฒนา ปรับปรุง และบริหารสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานของสินค้าและบริการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตสินค้า

๔. ดำเนินการและประสานงานในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการสื่อสารการตลาด ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร

๕. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น หน่วยงานขาย หน่วยงานผลิต ผู้ให้บริการภายนอก หรือพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๖. รวบรวม ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาด โดยใช้ตัวชี้วัดที่เหมาะสม วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนด และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานเสนอผู้บังคับบัญชา

๗. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการตลาดตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา

### ๖. หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก

ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานระดับต้น ที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถทางวิชาการในการทำงาน ปฏิบัติงานด้านการตลาด ภายใต้การกำกับ แนะนำ ตรวจสอบ และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### ๑. ด้านการปฏิบัติการ

(๑) สำรอง รวบรวม รับฟังความคิดเห็นของบุคลากร นิสิตนักศึกษา และประชาชน รวบรวมข้อมูลข่าวสาร เอกสารความรู้ต่าง ๆ พิจารณาเสนอแนะเพื่อประกอบการวางแผนการตลาด

(๒) ดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการขาย และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อโปรโมทสินค้า

(๓) ให้บริการวิชาการด้านต่าง ๆ เช่น ให้คำปรึกษาแนะนำในการปฏิบัติงานแก่เจ้าหน้าที่ระดับรองลงมาและแก่นักศึกษาที่มาฝึกปฏิบัติงาน ตอบปัญหาและชี้แจงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับงานในหน้าที่ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพ และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง



## ๒. ด้านการวางแผน

วางแผนการทำงานที่รับผิดชอบ ร่วมวางแผนการทำงานของหน่วยงานหรือโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

## ๓. ด้านการประสานงาน

(๑) ประสานการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกทีมงานหรือหน่วยงาน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

(๒) ชี้แจงและให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล ข้อเท็จจริง แก่บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในการดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย

## ๔. ด้านการบริการ

(๑) ให้คำปรึกษา แนะนำเบื้องต้น เผยแพร่ ถ่ายทอดความรู้ทางการตลาด รวมทั้งตอบปัญหา และชี้แจงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับงานในหน้าที่ เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับทราบข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์

(๒) จัดเก็บข้อมูลเบื้องต้นและให้บริการข้อมูลทางวิชาการ เกี่ยวกับด้านการตลาด เพื่อให้บุคลากรทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน นักศึกษา ตลอดจนผู้รับบริการได้รับทราบข้อมูลและความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ สอดคล้องและสนับสนุนภารกิจของหน่วยงาน และใช้ประกอบการพิจารณากำหนดนโยบาย แผนงาน หลักเกณฑ์ มาตรการต่าง ๆ

## ๗. คุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

มีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

๑. ได้รับปริญญาตรีหรือคุณวุฒิอย่างอื่นที่เทียบได้ในระดับเดียวกัน ในสาขาวิชาการตลาด หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับทางการตลาด

๒. ได้รับปริญญาโทหรือคุณวุฒิอย่างอื่นที่เทียบได้ในระดับเดียวกัน ในสาขาวิชาการตลาด หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับทางการตลาด

๓. ได้รับปริญญาเอกหรือคุณวุฒิอย่างอื่นที่เทียบได้ในระดับเดียวกัน ในสาขาวิชาการตลาด หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับทางการตลาด

๔. ได้รับปริญญาหรือคุณวุฒิ/สาขาวิชา ที่เรียกชื่ออย่างอื่น ที่ ก.พ.อ. รับรองให้เทียบได้ในระดับเดียวกันกับคุณวุฒิที่กำหนดเป็นคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

## ๘. สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่ง

๑. ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด

๒. ทักษะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด

๓. สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด ตามแบบประเมินที่ ก.บ.ม. กำหนด ประกอบด้วย Core Competency และ Functional Competency

๔. คุณสมบัติอื่นตามที่ ก.บ.ม. กำหนด



## น้การตลาด

- |                        |                |
|------------------------|----------------|
| ๑. ประเภทตำแหน่ง       | เชี่ยวชาญเฉพาะ |
| ๒. ชื่อสายงาน          | การตลาด        |
| ๓. ชื่อตำแหน่งในสายงาน | น้การตลาด      |
| ๔. ระดับตำแหน่ง        | ชำนาญการ       |

### ๕. ลักษณะงานโดยทั่วไป

ปฏิบัติงานด้านการตลาดภายใต้การกำกับดูแลของผู้บังคับบัญชา มีหน้าที่รับผิดชอบในการศึกษา วิเคราะห์ วางแผน ดำเนินงาน และติดตามประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาดของหน่วยงานหรือองค์กร เพื่อสนับสนุนการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร โดยมีลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติ ดังนี้

๑. ศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการของตลาด แนวโน้มทางการตลาด และข้อมูลคู่แข่ง เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและตัดสินใจทางการตลาด

๒. มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการตลาด แผนปฏิบัติการด้านการตลาด และแผนกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ให้สอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ของหน่วยงานหรือองค์กร

๓. สนับสนุนการพัฒนา ปรับปรุง และบริหารสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานของสินค้าและบริการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตสินค้า

๔. ดำเนินการและประสานงานในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการสื่อสารการตลาด ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร

๕. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น หน่วยงานขาย หน่วยงานผลิต ผู้ให้บริการภายนอก หรือพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๖. รวบรวม ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาด โดยใช้ตัวชี้วัดที่เหมาะสม วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนด และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานเสนอผู้บังคับบัญชา

๗. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการตลาดตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา

### ๖. หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก

ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์ โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ทักษะ และประสบการณ์สูงในงานด้านการตลาด ปฏิบัติงานที่ต้องทำการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ สังเคราะห์ หรือวิจัยเพื่อการปฏิบัติงานหรือพัฒนางาน หรือแก้ไขปัญหาในงานที่มีความยุ่งยากและมีขอบเขตกว้างขวาง และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### ๑. ด้านการปฏิบัติการ

(๑) ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย ประมวลผล แผน วิจารณ์เสนอแนะ เพื่อประกอบการวางแผนการตลาด

(๒) ศึกษา วิเคราะห์ ปัญหา สภาพการตลาดโดยรวม เพื่อเสนอแนะ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงานการตลาดให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

(๓) ศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ สังเคราะห์ หรือวิจัยด้านการตลาด จัดทำเอกสารวิชาการ คู่มือเกี่ยวกับงานในความรับผิดชอบ และเผยแพร่ผลงานทางด้านการตลาด เพื่อพัฒนางานวิชาการ และพัฒนา



มาตรฐานการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

(๔) ให้บริการวิชาการด้านต่าง ๆ เช่น ฝึกอบรม เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและวิธีการของงานการตลาด ให้คำปรึกษา แนะนำ ตอบปัญหาและชี้แจงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับงานในหน้าที่ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการต่าง ๆ ที่ได้รับแต่งตั้ง เพื่อให้ข้อมูลทางวิชาการประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

## ๒. ด้านการวางแผน

ร่วมกำหนดนโยบายและแผนงานของหน่วยงานที่สังกัด วางแผนหรือร่วมวางแผนการทำงานตามแผนงานหรือโครงการของหน่วยงาน แก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

## ๓. ด้านการประสานงาน

(๑) ประสานการทำงานร่วมกันโดยมีบทบาทในการให้ความเห็นและคำแนะนำเบื้องต้นแก่สมาชิกในทีมงาน หรือหน่วยงานอื่น เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนดไว้

(๒) ให้ข้อคิดเห็นหรือคำแนะนำเบื้องต้นแก่สมาชิกในทีมงานหรือบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในการดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย

## ๔. ด้านการบริการ

(๑) ให้คำปรึกษา ฝึกอบรม ถ่ายทอดความรู้ทางการตลาดแก่เจ้าหน้าที่ระดับรองลงมาจากนักศึกษา ผู้รับบริการทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน รวมทั้งตอบปัญหาและชี้แจงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับงานในหน้าที่เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจ และสามารถดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง

(๒) พัฒนาข้อมูล จัดทำเอกสารวิชาการ สื่อเอกสารเผยแพร่ ให้บริการวิชาการด้านการการตลาดที่ซับซ้อน เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สอดคล้องและสนับสนุนภารกิจของหน่วยงาน

## ๗. คุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

๑. มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งนักการตลาด ระดับปฏิบัติการ และ

๒. เคยดำรงตำแหน่งประเภทเชี่ยวชาญเฉพาะ ระดับปฏิบัติการ มาแล้วไม่น้อยกว่า ๖ ปี

กำหนดเวลา ๖ ปี ให้ลดเป็น ๔ ปี สำหรับผู้มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งนักการตลาด ระดับปฏิบัติการ ข้อ ๒

กำหนดเวลา ๖ ปี ให้ลดเป็น ๒ ปี สำหรับผู้มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งนักการตลาด ระดับปฏิบัติการ ข้อ ๓

หรือตำแหน่งประเภทอื่นตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ ก.บ.ม. กำหนด

และ

๓. ปฏิบัติงานด้านการตลาด หรืองานอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ มาแล้วไม่น้อยกว่า ๑ ปี

## ๘. สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่ง

๑. ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด

๒. ทักษะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด

๓. สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด ตามแบบประเมินที่ ก.บ.ม. กำหนด ประกอบด้วย Core Competency และ Functional Competency

๔. คุณสมบัติอื่นตามที่ ก.บ.ม. กำหนด



## น้กการตลาด

- |                        |                |
|------------------------|----------------|
| ๑. ประเภทตำแหน่ง       | เชี่ยวชาญเฉพาะ |
| ๒. ชื่อสายงาน          | การตลาด        |
| ๓. ชื่อตำแหน่งในสายงาน | น้กการตลาด     |
| ๔. ระดับตำแหน่ง        | ชำนาญการพิเศษ  |

### ๕. ลักษณะงานโดยทั่วไป

ปฏิบัติงานด้านการตลาดภายใต้การกำกับดูแลของผู้บังคับบัญชา มีหน้าที่รับผิดชอบในการศึกษา วิเคราะห์ วางแผน ดำเนินงาน และติดตามประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาดของหน่วยงานหรือองค์กร เพื่อสนับสนุนการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร โดยมีลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติ ดังนี้

๑. ศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการของตลาด แนวโน้มทางการตลาด และข้อมูลคู่แข่ง เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและตัดสินใจทางการตลาด

๒. มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการตลาด แผนปฏิบัติการด้านการตลาด และแผนกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ให้สอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ของหน่วยงานหรือองค์กร

๓. สนับสนุนการพัฒนา ปรับปรุง และบริหารสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานของสินค้าและบริการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตสินค้า

๔. ดำเนินการและประสานงานในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการสื่อสารการตลาด ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร

๕. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น หน่วยงานขาย หน่วยงานผลิต ผู้ให้บริการภายนอก หรือพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๖. รวบรวม ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาด โดยใช้ตัวชี้วัดที่เหมาะสม วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนด และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานเสนอผู้บังคับบัญชา

๗. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกังานด้านการตลาดตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา

### ๖. หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก

ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์ โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ทักษะ และประสบการณ์สูงมากในงานด้านการตลาด ปฏิบัติงานที่ต้องทำการศึกษา ค้นคว้า ทดลอง วิเคราะห์ สังเคราะห์ หรือวิจัย เพื่อการปฏิบัติงานหรือพัฒนางาน ต้องตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาในงานที่มีความยุ่งยากมากและมีขอบเขตกว้างขวาง และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### ๑. ด้านการปฏิบัติการ

(๑) ปฏิบัติการด้านการตลาดขั้นสูงที่ยุ่งยากซับซ้อน ควบคุม ตรวจสอบการปฏิบัติงานด้านการตลาดเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

(๒) ศึกษา ค้นคว้า ทดลอง วิเคราะห์ สังเคราะห์ หรือวิจัยที่ยุ่งยากซับซ้อน พัฒนาเอกสารวิชาการ คู่มือเกี่ยวกับงานในความรับผิดชอบ และเผยแพร่ผลงานทางด้านการตลาด เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนา



วิชาการ เทคนิควิธีการ กำหนดแนวทาง พัฒนาระบบและมาตรฐานของงานให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพยิ่งขึ้น หรือเพื่อหาวิธีการในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับงานด้านการตลาด

(๓) ให้บริการวิชาการด้านต่าง ๆ เช่น ฝึกอบรม เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและวิธีการของงานการตลาด ให้คำปรึกษา แนะนำ ตอบปัญหาและชี้แจงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับงานในหน้าที่ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการต่าง ๆ ที่ได้รับแต่งตั้ง เพื่อให้ข้อมูลทางวิชาการประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

## ๒. ด้านการวางแผน

ร่วมกำหนดนโยบาย แผนงานหรือโครงการของหน่วยงานที่สังกัด วางแผนหรือร่วมวางแผนการทำงานตามนโยบาย แผนงานหรือโครงการของหน่วยงาน แก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน และติดตามประเมินผล เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

## ๓. ด้านการประสานงาน

(๑) ประสานการทำงานภายในมหาวิทยาลัย หรือองค์กรอื่น โดยมีบทบาทในการเจรจาโน้มน้าว เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนดไว้

(๒) ให้ข้อคิดเห็น และคำแนะนำ แก่หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย รวมทั้งที่ประชุมทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นประโยชน์และเกิดความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกัน

## ๔. ด้านการบริการ

(๑) ให้คำปรึกษา แนะนำ ถ่ายทอดความรู้ทั้งด้านการตลาดที่ยุ่ยากซับซ้อนแก่เจ้าหน้าที่ระดับรองลงมา นักศึกษา ผู้รับบริการทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน รวมทั้งตอบปัญหาและชี้แจงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับงานในหน้าที่ เพื่อพัฒนาความรู้ เทคนิค และทักษะให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาและดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๒) กำหนดแนวทางรูปแบบ วิธีการเผยแพร่ ประยุกต์เทคโนโลยีระดับสากล เพื่อให้สอดคล้องสนับสนุนภารกิจขององค์กร

(๓) จัดทำฐานข้อมูลระบบสารสนเทศที่เกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาองค์กร

## ๗. คุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

๑. มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งนักการตลาด ระดับปฏิบัติการ และ

๒. ดำรงตำแหน่งประเภทเชี่ยวชาญเฉพาะ ระดับชำนาญการ มาแล้วไม่น้อยกว่า ๔ ปี หรือดำรงตำแหน่งประเภทอำนวยการ ไม่ต่ำกว่าระดับตำแหน่งหัวหน้างาน/หัวหน้าฝ่าย มาแล้วไม่น้อยกว่า ๔ ปี หรือ ตำแหน่งประเภทอื่นตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ ก.บ.ม. กำหนด

และ

๓. ปฏิบัติงานด้านการตลาด หรืองานอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ มาแล้วไม่น้อยกว่า ๑ ปี

## ๘. สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่ง

๑. ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด

๒. ทักษะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด

๓. สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด ตามแบบประเมินที่ ก.บ.ม.

กำหนด ประกอบด้วย Core Competency และ Functional Competency

๔. คุณสมบัติอื่นตามที่ ก.บ.ม. กำหนด



## น้การตลาด

- |                        |                |
|------------------------|----------------|
| ๑. ประเภทตำแหน่ง       | เชี่ยวชาญเฉพาะ |
| ๒. ชื่อสายงาน          | การตลาด        |
| ๓. ชื่อตำแหน่งในสายงาน | น้การตลาด      |
| ๔. ระดับตำแหน่ง        | เชี่ยวชาญ      |

### ๕. ลักษณะงานโดยทั่วไป

ปฏิบัติงานด้านการตลาดภายใต้การกำกับดูแลของผู้บังคับบัญชา มีหน้าที่รับผิดชอบในการศึกษา วิเคราะห์ วางแผน ดำเนินงาน และติดตามประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาดของหน่วยงานหรือองค์กร เพื่อสนับสนุนการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร โดยมีลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติ ดังนี้

๑. ศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการของตลาด แนวโน้มทางการตลาด และข้อมูลคู่แข่ง เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและตัดสินใจทางการตลาด

๒. มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการตลาด แผนปฏิบัติการด้านการตลาด และแผนกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ให้สอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ของหน่วยงานหรือองค์กร

๓. สนับสนุนการพัฒนา ปรับปรุง และบริหารสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานของสินค้าและบริการในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตสินค้า

๔. ดำเนินการและประสานงานในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการสื่อสารการตลาด ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร

๕. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น หน่วยงานขาย หน่วยงานผลิต ผู้ให้บริการภายนอก หรือพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๖. รวบรวม ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาด โดยใช้ตัวชี้วัดที่เหมาะสม วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนด และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานเสนอผู้บังคับบัญชา

๗. ปฏิบัติงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการตลาดตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา

### ๖. หน้าที่ความรับผิดชอบหลัก

ปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานที่มีความเชี่ยวชาญในงานการตลาด โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์สูง ปฏิบัติงานเชิงพัฒนาระบบหรือมาตรฐานของงาน หรืองานพัฒนาทฤษฎี หลักการ ความรู้ใหม่ ปฏิบัติงานวิจัยด้านการตลาด และนำมาประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนงาน โครงการสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ตลอดจนเสนอแนะและประเมินผลแผนงาน โครงการ และแก้ไขปัญหาในงานที่มีความยุ่งยาก และมีขอบเขตกว้างขวางมาก หรือถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับงาน ตลอดจนให้คำปรึกษา แนะนำ หรือปรับปรุงผสมผสานเทคนิคระดับสูงระหว่างสาขาที่เกี่ยวข้อง และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติในด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### ๑. ด้านการปฏิบัติการ

(๑) ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะผู้เชี่ยวชาญงานการตลาด พัฒนาและประยุกต์ใช้ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ วิธีการและเทคนิคต่าง ๆ เพื่อพัฒนาระบบและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน



(๒) เป็นผู้คิดริเริ่มการดำเนินการวิจัยต่าง ๆ ในงานการตลาด และเผยแพร่ผลงานที่ก่อให้เกิดความรู้ใหม่หรือเทคนิควิธีการใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่องานการตลาด วางหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์วิจัย ประเมินผล รวมทั้งกำหนดวิธีการและระเบียบปฏิบัติทางด้านวิเคราะห์การตลาด เพื่อพัฒนาระบบหรือมาตรฐานในการปฏิบัติงานการตลาด เสนอความเห็นเกี่ยวกับปัญหาและหาวิธีการแก้ไขปัญหาที่มีความยุ่งยากและมีขอบเขตกว้างขวางมากทางด้านการตลาด ติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการด้านการตลาด และด้านที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะงานของหน่วยงาน เป็นที่ปรึกษาในโครงการวิจัยทางด้านการตลาด เพื่อให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

(๓) ให้บริการวิชาการด้านต่าง ๆ เช่น ฝึกอบรม ให้บริการและเผยแพร่ความรู้ทางด้านการตลาด ตอบปัญหาและชี้แจงเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับงานในหน้าที่ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการต่าง ๆ ที่ได้รับแต่งตั้ง เป็นผู้แทนมหาวิทยาลัยหรือของรัฐบาล ในการเข้าร่วมหรือเจรจาปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับงานการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้ข้อมูลทางวิชาการ ประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

## ๒. ด้านการวางแผน

ร่วมกำหนดนโยบาย แผนงาน หรือโครงการของหน่วยงานที่สังกัด วางแผนหรือร่วมวางแผนการทำงาน โดยเชื่อมโยงหรือบูรณาการแผนงาน โครงการ ในระดับกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย มอบหมายงานแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน ติดตามและประเมินผลเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด

## ๓. ด้านการประสานงาน

(๑) ประสานการทำงานโครงการต่าง ๆ กับบุคคล หน่วยงาน หรือองค์กรอื่น โดยมีบทบาทในการจูงใจ โน้มน้าว เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

(๒) ให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำแก่หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย รวมทั้งที่ประชุมทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นประโยชน์และเกิดความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกัน

## ๔. ด้านการบริการ

(๑) ให้คำปรึกษา แนะนำวินิจฉัย ชี้แจง และตอบปัญหาที่สำคัญหรือยุ่งยากซับซ้อนมาก เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานการตลาด ให้บุคคลหรือหน่วยงานสามารถดำเนินงานได้คล่องเป็นไปตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้ หรือเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจและสนับสนุนภารกิจของหน่วยงาน

(๒) เผยแพร่ ถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาด เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้รับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และเป็นประโยชน์

## ๗. คุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง

๑. มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งนักการตลาด ระดับปฏิบัติการ และ

๒. ดำรงตำแหน่งประเภทเชี่ยวชาญเฉพาะ ระดับชำนาญการพิเศษ มาแล้วไม่น้อยกว่า ๓ ปี หรือดำรงตำแหน่งประเภทอำนวยการ ไม่ต่ำกว่าระดับตำแหน่งผู้อำนวยการกอง หรือผู้อำนวยการสำนักงานคณบดี มาแล้วไม่น้อยกว่า ๓ ปี หรือ ตำแหน่งประเภทอื่นตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ ก.บ.ม. กำหนด

และ

๓. ปฏิบัติงานด้านการตลาด หรืองานอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติ มาแล้วไม่น้อยกว่า ๑ ปี

## ๘. สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่ง

๑. ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด

๒. ทักษะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด



๓. สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักการตลาด ตามแบบประเมินที่ ก.บ.ม. กำหนด ประกอบด้วย Core Competency และ Functional Competency
๔. คุณสมบัตือื่นตามที่ ก.บ.ม. กำหนด

