

สมรรถนะหลัก (Core Competency)

๑. แนวคิดการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing)
 - ๑.๑ ความเข้าใจในทรัพยากรท่องเที่ยวของประเทศไทย
 - ๑.๒ ความสามารถในการนำเสนอจุดเด่นหรือจุดแตกต่างของทรัพยากรท่องเที่ยวของไทย
 - ๑.๓ ความสามารถในการสร้าง Branding และการบูรณาการ
 - ๑.๔ ความเข้าใจด้านการตลาดและสถานการณ์การตลาด

๒. ความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ (Flexible and Adaptive)
 - ๒.๑ ความสามารถในการประยุกต์ใช้ข้อมูลในการปรับเปลี่ยนแนวทางการปฏิบัติงาน
 - ๒.๒ ความคิดสร้างสรรค์ในการปรับเปลี่ยน
 - ๒.๓ ภาวะผู้นำในการปรับเปลี่ยน
 - ๒.๔ ความเข้าใจในกระบวนการงาน

๓. ความเป็นเลิศในการให้บริการลูกค้า (Customer Service Excellence)
 - ๓.๑ ความสัมพันธ์ลูกค้าสัมพันธ์
 - ๓.๒ ความสามารถในการระบุความต้องการของลูกค้า
 - ๓.๔ ความสามารถในการตอบสนอง

๔. มุ่งพัฒนาความเป็นเลิศในการสร้างคุณค่าจากการปฏิบัติงาน (Value Creation Excellence)
 - ๔.๑ ความเข้าใจในการสร้างคุณค่า
 - ๔.๒ ความมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
 - ๔.๓ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการสร้างคุณค่า
 - ๔.๔ ความเข้าใจในกระบวนการงาน
 - ๔.๕ การใช้งบประมาณอย่างเหมาะสมและคุ้มค่า

๕. การเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Concerns)
 - ๕.๑ ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย
 - ๕.๒ การสื่อสารและการปฏิสัมพันธ์
 - ๕.๓ ความสามารถในการบริหารกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๖. การดำเนินงานเพื่อมุ่งประโยชน์องค์กร (Focus for Organization Best Interests)
 - ๖.๑ การทำงานเป็นทีม
 - ๖.๒ ความร่วมมือ
 - ๖.๓ ความสัมพันธ์



สมรรถนะหลัก (Core Competency)

๑. แนวคิดการตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing)
 - ๑.๑ ความเข้าใจในทรัพยากรท่องเที่ยวของประเทศไทย
 - ๑.๒ ความสามารถในการนำเสนอจุดเด่นหรือจุดแตกต่างของทรัพยากรท่องเที่ยวของไทย
 - ๑.๓ ความสามารถในการสร้าง Branding และการบูรณาการ
 - ๑.๔ ความเข้าใจด้านการตลาดและสถานการณ์การตลาด

๒. ความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ (Flexible and Adaptive)
 - ๒.๑ ความสามารถในการประยุกต์ใช้ข้อมูลในการปรับเปลี่ยนแนวทางการปฏิบัติงาน
 - ๒.๒ ความคิดสร้างสรรค์ในการปรับเปลี่ยน
 - ๒.๓ ภาวะผู้นำในการปรับเปลี่ยน
 - ๒.๔ ความเข้าใจในกระบวนการงาน

๓. ความเป็นเลิศในการให้บริการลูกค้า (Customer Service Excellence)
 - ๓.๑ ความสัมพันธ์ลูกค้าสัมพันธ์
 - ๓.๒ ความสามารถในการระบุความต้องการของลูกค้า
 - ๓.๔ ความสามารถในการตอบสนอง

๔. มุ่งพัฒนาความเป็นเลิศในการสร้างคุณค่าจากการปฏิบัติงาน (Value Creation Excellence)
 - ๔.๑ ความเข้าใจในการสร้างคุณค่า
 - ๔.๒ ความมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
 - ๔.๓ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการสร้างคุณค่า
 - ๔.๔ ความเข้าใจในกระบวนการงาน
 - ๔.๕ การใช้งบประมาณอย่างเหมาะสมและคุ้มค่า

๕. การเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Concerns)
 - ๕.๑ ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย
 - ๕.๒ การสื่อสารและการปฏิสัมพันธ์
 - ๕.๓ ความสามารถในการบริหารกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๖. การดำเนินงานเพื่อมุ่งประโยชน์องค์กร (Focus for Organization Best Interests)
 - ๖.๑ การทำงานเป็นทีม
 - ๖.๒ ความร่วมมือ
 - ๖.๓ ความสัมพันธ์

