

หลักสูตรอบรมระยะสั้น

INNO4Tourism - การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว (Digital Marketing for Tourism)

1. ข้อมูลทั่วไป

ประกอบไปด้วย

- 1.1 ชื่อหลักสูตร** INNO4Tourism - การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว (Digital Marketing for Tourism)
- 1.2 ดำเนินการโดย**
- 1) สำนักวิชาการศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี สาขาวิชาการจัดการสมัยใหม่ และเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี
 - 2) ภาควิชาการท่องเที่ยว สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์
- 1.3 ผู้รับผิดชอบหลักสูตร**
- 1) ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริวิชย์ ถิ่นนุกูล
ตำแหน่ง ผู้ปฏิบัติหน้าที่ช่วยคณบดี
เบอร์โทร 081-0990090
อีเมล orawit.t@cmu.ac.th
 - 2) ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุธศักดิ์ ฉัตรแก้วนภานนท์
ตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชา
เบอร์โทร 053-943297
อีเมล yuthasak.c@cmu.ac.th
 - 3) ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร คุวุฒยากร
ตำแหน่ง อาจารย์
เบอร์โทร 085-5231568
อีเมล pattaraporn.khuwuth@cmu.ac.th
- 1.4 จำนวนรับสมัคร** 30 คน (เปิดอบรมเมื่อมีจำนวนผู้ลงทะเบียนขั้นต่ำ 15 คน)
- 1.5 กลุ่มเป้าหมาย** วิทยากรกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ

2. ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

2.1 หลักการและเหตุผล

ในยุคดิจิทัล การท่องเที่ยวไม่เพียงแต่พึ่งพาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเท่านั้น แต่ยังต้องอาศัยการสื่อสารและการตลาดที่มีประสิทธิภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแม่นยำและสร้างความประทับใจตั้งแต่ก่อนเดินทางจนถึงหลังบริการ การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างยั่งยืน

จากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป และการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดท่องเที่ยว ธุรกิจจำเป็นต้องมีความรู้ในการสร้างเนื้อหาดิจิทัล การวางกลยุทธ์บนโซเชียลมีเดีย การออกแบบประสบการณ์ลูกค้าออนไลน์ การใช้ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรม และการประเมินผลของแคมเปญการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ การเสริมสร้างทักษะเหล่านี้ให้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมจึงเป็นสิ่งจำเป็น

หลักสูตร INNO4Tourism - การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว (Digital Marketing for Tourism) ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในแนวคิดพื้นฐานของการตลาดดิจิทัล และสามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลต่าง ๆ ในการวางแผนและดำเนินแคมเปญที่เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจท่องเที่ยว ผู้เรียนจะได้

ฝึกรวิเคราะห์กรณีศึกษา พัฒนาแผนการตลาดออนไลน์ สร้างเนื้อหาบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ และใช้เครื่องมือ CRM เพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า พร้อมทั้งมีโอกาสเรียนรู้การวัดผลและปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง

หลักสูตรนี้จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้ผู้เรียนและผู้ประกอบการสามารถแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืนในอนาคต

2.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิดพื้นฐานและความสำคัญของการตลาดดิจิทัลในบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 2) เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย คอนเทนต์มาร์เก็ตติ้ง และ CRM ในการพัฒนาแคมเปญการตลาดเพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว
- 3) เพื่อพัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติในการวางแผน ดำเนินการ และประเมินผลการตลาดดิจิทัลในสถานการณ์จริง
- 4) เพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และการใช้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อออกแบบประสบการณ์ลูกค้าออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพและตรงกลุ่มเป้าหมาย
- 5) เพื่อเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนสามารถสร้างกลยุทธ์และแนวทางการโปรโมตแหล่งท่องเที่ยวหรือธุรกิจบริการด้วยวิธีการที่ทันสมัยและยั่งยืน

2.3 โครงสร้างหรือเนื้อหาของหลักสูตร

หลักสูตรอบรมนี้มีจำนวนชั่วโมงการเรียนรู้รวม 45 ชั่วโมง โดยแบ่งเนื้อหาเป็น 2 โมดูล (2 Modules) รายละเอียดหัวข้อการอบรม ดังนี้

หัวข้อหลักสูตรอบรมฯ	รูปแบบการอบรม	จำนวนชั่วโมง
Module 1: กลยุทธ์พื้นฐานการตลาดดิจิทัลเพื่อธุรกิจท่องเที่ยว (รวม 22 ชั่วโมง) เน้นความรู้พื้นฐานและเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่จำเป็นสำหรับการทำความเข้าใจและพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในภาคการท่องเที่ยว โดยเน้นเนื้อหาทางทฤษฎี แนวโน้ม และการสร้างเนื้อหาและแผนการตลาด		
1. การประเมินตนเองด้านการตลาดดิจิทัล	- การบรรยายแบบฟอร์มการประเมินตนเองด้านการตลาดดิจิทัล	4
2. สมาร์ททัวริซึม – ธุรกิจการท่องเที่ยวอัจฉริยะ	- การบรรยาย - การอภิปรายกลุ่ม - การนำเสนอกลุ่ม	4
3. ภาพรวมของการตลาดดิจิทัล	- การบรรยาย และการอภิปราย	1
4. บทบาทของคอนเทนต์ในการตลาดดิจิทัล	- การบรรยายและอภิปราย - การทำงานกลุ่ม - การนำเสนอกลุ่ม	3
5. กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	- การบรรยาย - การอภิปรายกลุ่ม - การเขียนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	4
6. การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์	- การบรรยาย - การฝึกปฏิบัติ	3

หัวข้อหลักสูตรอบรม	รูปแบบการอบรม	จำนวนชั่วโมง
	- กรณีศึกษาความสำเร็จในธุรกิจ ท่องเที่ยว	
7. ส่วนผสมทางการตลาดแบบดิจิทัล (Digital-based Marketing Mix)	- การบรรยาย และการอภิปราย	3
Module 2: การประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลและการสร้างประสบการณ์ลูกค้า (รวม 23 ชั่วโมง) เน้นการพัฒนาทักษะเชิงลึกในการใช้เครื่องมือดิจิทัล การประเมินผลแคมเปญ และการออกแบบประสบการณ์ของลูกค้า โดยสามารถเรียนรู้ได้อย่างอิสระในรูปแบบหลักสูตรที่เน้นการปฏิบัติและการใช้เครื่องมือ เหมาะสำหรับผู้ปฏิบัติงานในภาคสนาม		
8. เว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบดิจิทัล	- การฝึกอบรมวิธีการเก็บข้อมูล การใช้แบบสอบถาม และเครื่องมือต่าง ๆ - การออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ - การปรับปรุงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดีย	3
9. ประสบการณ์ลูกค้าออนไลน์ (The Online Customer Experience)	- ฝึกอบรมเกี่ยวกับการสร้างประสบการณ์ลูกค้าออนไลน์ - การอภิปรายกลุ่ม - การฝึกปฏิบัติกลุ่ม	4
10. ผลกระทบของการตลาดผ่านสื่อสังคมต่อกิจกรรมและจุดหมายปลายทาง	- การบรรยาย - การอภิปรายกลุ่ม - การนำเสนอกลุ่ม	3
11. การประเมินและประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดดิจิทัล	- การอบรม - การออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ - การประเมินและวิเคราะห์ประสิทธิภาพ	4
12. 8 องค์ประกอบสำคัญของการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว	- การบรรยาย - การอภิปรายกลุ่ม - การนำเสนอกลุ่ม	4
13. วิธีเพิ่มนักท่องเที่ยวผ่านการตลาดดิจิทัลด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น - การประกวดภาพถ่าย - การแข่งขันแฮชแท็กบน Instagram - แสดงความคิดเห็นเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม - คิวความรู้ - คิวชอล์กขณะนินฮือ - ลุ้นรางวัลจากรายการที่อยากไป - เกมล่าขุมทรัพย์ออนไลน์	- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว	5
รวม		45 ชั่วโมง

หมายเหตุ ผู้เรียนสามารถลงทะเบียนเพื่อเข้าอบรมเนื้อหาครบทั้ง 2 โมดูล หรือเลือกลงทะเบียนเพื่อเข้าอบรมเฉพาะโมดูลที่สนใจได้ในขั้นตอนการลงทะเบียน

2.4 การวัดและประเมินผล (Course Evaluation)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes) ของหลักสูตร

LO1 เข้าใจแนวคิดพื้นฐานของการตลาดดิจิทัล

LO2 ประยุกต์ใช้แนวคิดการตลาดดิจิทัลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้

LO3 วางแผน/ประเมินผลแคมเปญดิจิทัลในสถานการณ์จริง

LO4 ออกแบบประสบการณ์ลูกค้าออนไลน์ / ใช้ข้อมูลเพื่อการปรับกลยุทธ์

LO5 วิเคราะห์ผลกระทบ/พฤติกรรมลูกค้าในมาร์เก็ตติ้งดิจิทัล

Module	หัวข้อการเรียนรู้	ผลลัพธ์การเรียนรู้ (LO)	วิธีการประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (โมดูล 1)	สัดส่วนการประเมิน (ตลอดหลักสูตร: 2 โมดูล)
Module 1	1. การประเมินตนเองด้านการตลาดดิจิทัล	LO1	Weekly Quizzes, Assignment	16%	8%
	2. สมาร์ททัวร์ริซึม – ธุรกิจการท่องเที่ยวอัจฉริยะ	LO2	Group Activity, Discussion	16%	8%
	3. ภาพรวมของการตลาดดิจิทัล	LO1	Quiz	8%	4%
	4. บทบาทของคอนเทนต์ในการตลาดดิจิทัล	LO2, LO4	Group Presentation, Peer Feedback	16%	8%
	5. กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	LO2, LO3	Campaign Plan Writing, Peer Review	16%	8%
	6. การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์	LO2	Case Study Discussion, Midterm Exam	16%	8%
	7. Digital Marketing Mix	LO1	Quiz, Group Analysis	12%	6%
รวม โมดูล 1				100%	50%
Module	หัวข้อการเรียนรู้	ผลลัพธ์การเรียนรู้ (LO)	วิธีการประเมินผล	สัดส่วนการประเมิน (โมดูล 2)	สัดส่วนการประเมิน (ตลอดหลักสูตร: 2 โมดูล)
Module 2	8. เว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบดิจิทัล	LO3	Hands-on Practice, Tool Design	16%	8%
	9. ประสบการณ์ลูกค้าออนไลน์	LO4	Simulation, Workshop	16%	8%

	10. ผลกระทบของการตลาดผ่านสื่อสังคม	LO5	Group Discussion & Presentation	12%	6%
	11. การประเมินและประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดดิจิทัล	LO3	Final Project Plan, Assessment Tool Design	16%	8%
	12. 8 องค์ประกอบของการตลาดดิจิทัล	LO2	Group Activity + Presentation	20%	10%
	13. วิธีเพิ่มนักท่องเที่ยวผ่านการตลาดดิจิทัล	LO5, LO4	Group Campaign Activities, Game-based Learning, Quiz	20%	10%
รวม โมดูล 2				100%	50%
รวมตลอดหลักสูตร (2 โมดูล)					100%

หมายเหตุ ผู้เรียนจะต้องได้คะแนนรวมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 และต้องเข้าชั้นเรียนโดยมีระยะเวลาไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 จึงจะถือว่าผ่านการอบรม

สรุปการประเมินผลรวม 2 โมดูล

No.	Assessment	Description	สัดส่วนการประเมิน
1	Quiz / Weekly Quiz / Midterm Exam	สอบวัดความเข้าใจเนื้อหาโดยใช้แบบทดสอบราย ข้อสอบกลางภาค	20%
2	Group Activity & Group Presentation	การอภิปรายกลุ่ม, การนำเสนอกลุ่ม, Peer Feedback	30%
3	Assignment / Writing / Campaign Plan / Tool Design	การเขียนแผนกลยุทธ์, การออกแบบเครื่องมือประเมิน, รายงาน	25%
4	Workshop / Simulation / Hands-on Practice	การฝึกปฏิบัติกลุ่ม, กิจกรรมจำลองสถานการณ์	15%
5	Game-based Learning / Creative Activities	เกม, กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว, คิวซลักษณะนิสัย, แคมเปญสร้างสรรค์	10%
รวม			100%

3. คำสำคัญสำหรับการสืบค้น (keyword) และคำอธิบายหลักสูตรอย่างย่อ

3.1 คำสำคัญสำหรับการสืบค้น (keyword)

- INNO4Tourism
- การตลาดดิจิทัลการท่องเที่ยว (Digital Tourism Marketing)
- โซเชียลมีเดียเพื่อธุรกิจท่องเที่ยว (Social Media for Tourism)
- ประสบการณ์ลูกค้าออนไลน์ (Online Customer Experience)

3.2 คำอธิบายหลักสูตรอย่างย่อ

หลักสูตรนี้มุ่งเน้นการให้ความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลในการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดและเพิ่มจำนวนผู้มาเยือนในภาคการท่องเที่ยว ผ่านการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับวิธีการเผยแพร่ข้อมูลของผู้ประกอบการในช่องทางต่าง ๆ นอกจากนี้ ภายใต้โครงการการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้เข้าร่วมจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) และฝึกฝนการใช้เครื่องมือดิจิทัลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมแก่ลูกค้า

This course focuses on providing insight into the use of digital media in tourism marketing. To achieve marketing goals and to increase the numbers of visitors in tourism sectors by raising awareness on spreading information methods of entrepreneurs in various channels. In addition, under this social media marketing project, participants will be able to learn more about technologies available in customer relationship management (CRM) and practice using digital tools in tourism to create exceptional experiences for customers.

4. ช่วงวัน-เวลาของการรับสมัคร

<u>เปิดรับสมัคร</u>	วันที่ 1 กรกฎาคม 2568	เวลา 08.30 น.
<u>ปิดรับสมัคร</u>	วันที่ 31 พฤษภาคม 2569	เวลา 16.30 น.

5. ช่วงวัน-เวลาของการชำระค่าธรรมเนียมในการอบรม

ตั้งแต่วันที่ทำการสมัคร ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2569 เวลา 16.30 น.

6. ช่วงวัน-เวลาของการอบรม รูปแบบการอบรม และสถานที่ในการอบรม

<u>ช่วงวันอบรม</u>	ระหว่างวันที่ 2 สิงหาคม 2568 - 31 พฤษภาคม 2569
<u>รูปแบบการอบรม</u>	อบรมรูปแบบ Onsite และ LMS: MANGO Canvas
<u>สถานที่ในการอบรม</u>	วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

7. ช่วงวันของการส่งผลการอบรม/วันประกาศผลการศึกษา

ภายใน 15 วันทำการหลังผู้เรียนสำเร็จการอบรมและเข้ารับการประเมินผล

8. ประเภทของหลักสูตร

เป็นหลักสูตรเพื่อการรับรองสมรรถนะ

ผู้เรียนที่ผ่านการอบรมตลอดหลักสูตร (2 โมดูล)

ชื่อสมรรถนะ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการออกแบบประสบการณ์ลูกค้าออนไลน์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
(Strategic Planning of Digital Marketing and Designing Online Customer Experiences for the Tourism Industry)

สำหรับผู้เรียนที่ผ่านการอบรมโมดูล 1

ชื่อสมรรถนะ การวางแผนกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
(Strategic Planning of Digital Marketing for the Tourism Industry)

สำหรับผู้เรียนที่ผ่านการอบรมโมดูล 2

ชื่อสมรรถนะ การออกแบบประสบการณ์ลูกค้าออนไลน์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
(Designing Online Customer Experiences for the Tourism Industry)

9. ค่าธรรมเนียมในการอบรม

- 4,500 บาท/คน (ไม่รวมค่าบำรุงมหาวิทยาลัย 600 บาท/คน)
- สำหรับปีการศึกษา 2568 ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการอบรมจากผู้เรียนเนื่องจากการได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากโครงการพัฒนาหลักสูตรนวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (INNO4Tourism) สนับสนุนจากคณะกรรมการยุโรป (European Commission) **ทั้งนี้ค่าบำรุงมหาวิทยาลัย 600 บาท/คน ทางโครงการ ฯ จะชำระผ่านระบบของวิทยาลัยการศึกษาตลอดชีวิต เมื่อผู้สมัครลงทะเบียนครบตามจำนวน**

10. แหล่งที่มาของงบประมาณการเปิดหลักสูตร

- 1) ได้รับงบประมาณภายใต้โครงการพัฒนาหลักสูตรนวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (INNO4Tourism) สนับสนุนจากคณะกรรมการยุโรป (European Commission) ในปีแรก (พ.ศ.2568)
- 2) ดำเนินการจัดหลักสูตรโดยใช้งบประมาณจากค่าลงทะเบียนของผู้เรียน

11. ข้อมูลในการติดต่อสอบถาม

- 1) ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร คุณุฒยากร
เบอร์โทร 085-5231568
อีเมล pattaraporn.khuwuth@cmu.ac.th
- 2) ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรวิชย์ ถิ่นนุกูล
เบอร์โทร 081-0990090
อีเมล orawit.t@cmu.ac.th
- 3) ชื่อ-สกุล น.ส.สิริน โตเขียว
เบอร์โทร 083-9491914
อีเมล sirin.tokhiaw@cmu.ac.th

12. เงื่อนไขคุณสมบัติของผู้สมัคร

เป็นผู้เรียนวัยทำงาน (กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการที่เข้าร่วมโครงการ INNO4Tourism)

13. เอกสารหลักฐานที่ใช้ประกอบการพิจารณาคัดเลือกผู้สมัคร

- 1) หนังสือรับรองการทำงานจากสถานที่ทำงาน
- 2) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน

14. ส่วนลดค่าธรรมเนียมการอบรม/ค่าบำรุงมหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2568 ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการอบรมจากผู้เรียนเนื่องจากได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากโครงการพัฒนาหลักสูตรนวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (INNO4Tourism) สนับสนุนจากคณะกรรมการยุโรป (European Commission) **ทั้งนี้ค่าบำรุงมหาวิทยาลัย 600 บาท/คน ทางโครงการ ฯ จะชำระผ่านระบบของวิทยาลัยการศึกษาตลอดชีวิต เมื่อผู้สมัครลงทะเบียนครบตามจำนวน**

15. หมวดหมู่การเรียนรู้

- | | |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> วิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี/นวัตกรรม | <input type="checkbox"/> การงาน/การอาชีพ |
| <input type="checkbox"/> วิทยาศาสตร์สุขภาพ | <input type="checkbox"/> ภาษา/การพัฒนาตนเอง |
| <input type="checkbox"/> การวิจัย/วิชาการ/ศึกษาต่อ | <input type="checkbox"/> ดนตรี/ศิลปะ/กราฟิก/การถ่ายภาพ/งานอดิเรก |
| <input checked="" type="checkbox"/> มนุษยศาสตร์/สังคมศาสตร์ | <input type="checkbox"/> เกษตรกรรม/ธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม |
| <input type="checkbox"/> การเงิน/การบัญชี/การตลาด/การลงทุน | <input type="checkbox"/> ความรู้ทั่วไป |