



**การบริหารประเด็นและภาวะวิกฤติ:
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารภาวะวิกฤติ**

II Crisis Response

III Post-crisis

การบริหารภาวะวิกฤติ

กระบวนการดังกล่าวประกอบด้วยกระบวนการย่อย 3
กระบวนการ ได้แก่

I. Pre-crisis phase

II. Crisis Response

III. Post-crisis phase



แนวทางการตอบโต้วิกฤติอย่างได้ผล

- 1. Be quick and try to have initial response within the first hour.**
- 2. Be accurate by carefully checking all facts.**
- 3. Be consistent by keeping spokespeople informed of crisis events and key message points.**
- 4. Make public safety the number one priority.**



แนวทางการตอบโต้วิกฤติอย่างได้ผล

- 5. Use all of the available communication channels including the social media, websites, Intranet, and mass notification systems.**
- 6. Provide some expression of concern/sympathy for victims**
- 7. Remember to include employees in the initial response.**
- 8. Be ready to provide stress and trauma counseling to victims of the crisis and their families, including employees.**

(Coombs, 2014)



Master List of Reputation Repair Strategies

1. กลยุทธ์การตอบโต้กลับไปที่ผู้กล่าวหา (attack the accuser) ในกรณีที่ต้องรับการถูกกล่าวหาหรือถูกให้ร้ายเพื่อทำลายชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ
2. กลยุทธ์การปฏิเสธ (denial) โดยการยืนยันว่าไม่มีภาวะวิกฤติเกิดขึ้นในองค์กร
3. กลยุทธ์แพะรับบาป (scapegoat) โดยการกล่าวโทษว่าบุคคลหรือกลุ่มบุคคลภายนอกองค์กรคือต้นเหตุของวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น



Master List of Reputation Repair Strategies

4. กลยุทธ์การขออภัยโดยใช้ข้ออ้าง (excuse) เพื่อลดความรับผิดชอบขององค์กรที่ต้องมีต่อภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้น เช่น องค์กรพยายามอธิบายว่า องค์กรไม่ตั้งใจให้เกิดภาวะวิกฤติหรือไม่สามารถควบคุมเหตุการณ์ซึ่งเป็นเหตุนำไปสู่วิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นได้

**Provocation: crisis was a result of response to someone else's actions.*

**Defeasibility: lack of information about events leading to the crisis situation.*

**Accidental: lack of control over events leading to the crisis situation.*

**Good intentions: organization meant to do well*



Master List of Reputation Repair Strategies

5. กลยุทธ์การอ้างเหตุผลแก้ตัว/การแก้ตัว/การทำให้สังคมรับรู้
ว่าภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้นไม่รุนแรงเพื่อทำให้องค์การ
ดูดีขึ้น (justification) มักใช้ในกรณีวิกฤติไม่รุนแรง
6. กลยุทธ์การเตือนความทรงจำ (reminder) โดยการทำให้กลุ่ม
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระลึกถึงความตั้งใจดีหรือสิ่งดีที่องค์กร
เคยกระทำ
7. การทำให้องค์การเป็นที่ชื่นชม (ingratiation) ด้วยวิธีการหรือ
แนวปฏิบัติขององค์กรในการบริหารภาวะวิกฤติ



Master List of Reputation Repair Strategies

8. การชดเชยหรือการให้สิ่งตอบแทน (compensation) เป็นเงิน ของขวัญ ฯลฯ
9. กลยุทธ์การแก้ไขหรือการกระทำให้ถูกต้อง (correction action) โดยการแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนแนวทางการปฏิบัติงานให้ถูกต้อง เพื่อบรรเทา ฟื้นฟู และป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายจาก ภาวะวิกฤติซ้ำอีก
10. กลยุทธ์การขอโทษอย่างเต็มรูปแบบ (apology) โดยการแสดงความรับผิดชอบต่อผลที่เกิดจากภาวะวิกฤติอย่างเต็มที่ และ ขอให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยกโทษในเรื่องที่เกิดขึ้น



III. Post-Crisis Phase

ในช่วงระยะที่สามนี้ ภาวะวิกฤติยังคงอยู่หรือไม่
องค์กรควรทำสิ่งใด



III. Post-Crisis Phase

ในช่วงระยะที่สามนี้ องค์การเข้าสู่การบริหารงานในภาวะปกติ
ภาวะวิกฤติที่เคยเผชิญจบสิ้นลง ดังนั้นความวิตกกังวลและความ
ระแวงระวังจึงสิ้นสุดลง

แต่..... ผู้บริหารยังคงต้องให้ความใส่ใจไม่ควรละเลยโดยสิ้นเชิง

เพราะเหตุใด?

เพราะ....การฟื้นฟูภาพลักษณ์ขององค์การยังคงต้องดำเนินการ
อย่างต่อเนื่องเนื่อง

หรืออาจเป็นช่วงเริ่มต้น สำหรับบางองค์การซึ่งตัดสินใจ
ว่าจะดำเนินการในช่วงเวลานี้



III. Post-Crisis Phase

ในช่วงระยะเวลาี้ การสื่อสารเพื่อการให้ข้อมูล การติดตาม หรือ การประเมินสถานการณ์ยังคงเป็นภารกิจสำคัญ โดย

Post-Crisis Phase Best Practices

- 1. Deliver all information promised to stakeholders as soon as that information is known.**
- 2. Keep stakeholders updated on the progression of recovery efforts including any corrective measures being taken and the progress of investigations.**



III. Post-Crisis Phase

ในช่วงระยะเวลานี้ การสื่อสารเพื่อการให้ข้อมูล การติดตาม หรือ การประเมินสถานการณ์ยังคงเป็นภารกิจสำคัญ โดย

Post-Crisis Phase Best Practices

- 3. Analyze the crisis management effort for lessons and integrate those lessons in to the organization's crisis management system.***
- 4. Scan the Internet channels for online memorials.***
- 5. Consult with victims and their families to determine the organization's role in any anniversary events or memorials***

