



คู่มือการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต  
(Crisis Communication Management Handbook)  
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

พ.ศ. 2567

จัดทำโดย  
กองสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายบริหารความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร

## สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
<b>Chapter 1 บททั่วไป</b>	
นิยามศัพท์	5
<b>Chapter 2 แนวทางการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต</b>	
วัตถุประสงค์	7
ความเชื่อมโยงระหว่างแผนสื่อสารในภาวะวิกฤตกับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management : BCM)	7
โครงสร้างคณะทำงานจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต	9
การกำหนดบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในคณะทำงานจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT)	11
หน้าที่และขั้นตอนดำเนินการของคณะทำงานจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT)	13
คณะทำงานจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT) ประเมินสถานการณ์	14
คำถามช่วยประเมินสถานการณ์เบื้องต้น A	15
การประเมินสถานการณ์ B	15
แบบประเมินผลกระทบจากวิกฤตการณ์ C	16
ระดับความรุนแรง D	17
คำถามเพื่อช่วยพิจารณาแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ E	18
การประยุกต์ใช้กระบวนการ Design Thinking ในการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต	19
<b>Chapter 3 การจัดการด้านการสื่อสารเมื่อเกิดเหตุวิกฤต</b>	
ขั้นตอนการจัดการด้านการสื่อสารเมื่อเกิดเหตุวิกฤต	21
ข้อมูลสำหรับการติดต่อฉุกเฉิน	22
แบบรายงานวิกฤตการณ์	23
ขั้นตอนปฏิบัติการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต	24
ศูนย์บัญชาการคณะทำงานจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT)	27
การจัดเตรียมเอกสาร	27
การสื่อสารภายในองค์กร	28
วิธีการดูแลและบริหารจัดการสื่อมวลชน	29
คำแถลงการณ์	30
ตัวอย่างข้อความในการสื่อสาร	31
ข้อปฏิบัติเรื่องผู้ให้ข่าว (โฆษก)	31
รายการดำเนินงานสำหรับการจัดแถลงข่าว	33

## Chapter 1

บททั่วไป

ภาวะวิกฤต เป็นเหตุการณ์ทันทีทันใด เกิดขึ้นโดยไม่คาดฝัน อาจอยู่เหนือการควบคุม แต่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตหรือการดำเนินงานตามปกติ ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าว อาจเกิดจากธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว หรือเกิดจากฝีมือมนุษย์ เช่น เหตุจลาจล ก่อการร้าย จับตัวประกัน โดยอาจเกิดขึ้นครั้งเดียว วันเดียว หรือหลายวัน ติดต่อกัน อาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน หรือส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่นและศรัทธา

สถานะของวิกฤต ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่สิ่งสำคัญคือความคิดของผู้คนที่คิดว่าเกิดอะไรขึ้น (For a crisis is not what has happened, it is what people think has happened) และ ผู้มีส่วน รับผิดชอบหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจะบริหารเหตุการณ์นั้นอย่างไร

**การบริหารจัดการวิกฤตโดยเฉพาะในเรื่องของการสื่อสาร จึงต้องเข้าใจว่ากลุ่มเป้าหมายมองว่า อย่างไร ต้องการเห็นสิ่งใด เพื่อวางกลยุทธ์ในการจัดการบริหารวิกฤตนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ**

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ในฐานะองค์กรรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ของประเทศ มีพนักงานและลูกจ้างรวมกว่า 34,000 คน และมีสำนักงานสาขาตั้งอยู่ทั่วประเทศ รับผิดชอบด้านการให้บริการพลังงานไฟฟ้าแก่ลูกค้ากว่า 20 ล้านราย ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตและการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ จึงมีความ จำเป็นต้องมีแผนการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต เพื่อให้ผู้บริหารในองค์กรเข้าใจถึงสภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นและ สามารถสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ อันจะเป็นการธำรงไว้ซึ่ง ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงที่ดี และความเชื่อมั่นจากประชาชน

## นิยามศัพท์

**Issue** หรือ ประเด็นร้อน คือ เหตุการณ์ ข่าวลือ หรือเรื่องที่เกิดขึ้น ซึ่งประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ อาจเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นเป็นประจำ สามารถบริหารจัดการได้ไม่ยาก แต่หากไม่มีการจัดการและการแก้ไขที่ดี ก็อาจส่งผลเชิงลบต่อชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่น และลุกลามใหญ่โตไปเป็นวิกฤตด้านภาพลักษณ์ขององค์กรได้

**Crisis** หรือวิกฤตการณ์ คือ เหตุการณ์ที่สามารถสร้างอันตราย ต่อองค์กร สถานที่ ทรัพยากร และชื่อเสียง ภายในเวลาอันสั้น ต้องการได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อภารกิจขององค์กร

**Crisis management** คือ การจัดการ โครงสร้าง บุคลากร และกระบวนการ ตลอดจนศิลปะในการวางแผน และการตัดสินใจ ในการขยับยั้ง วิกฤตการณ์ ก่อนจะลุกลามเสียหายมากขึ้น

**Crisis Communication Team (CCT)** บุคลากรที่เข้ามามีส่วนร่วมในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์สถานการณ์ วางแผนการสื่อสาร และดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต

**Crisis Manager** คือ บุคคล ที่ทำหน้าที่เป็น “ผู้ประสานงานหลัก” ในการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต

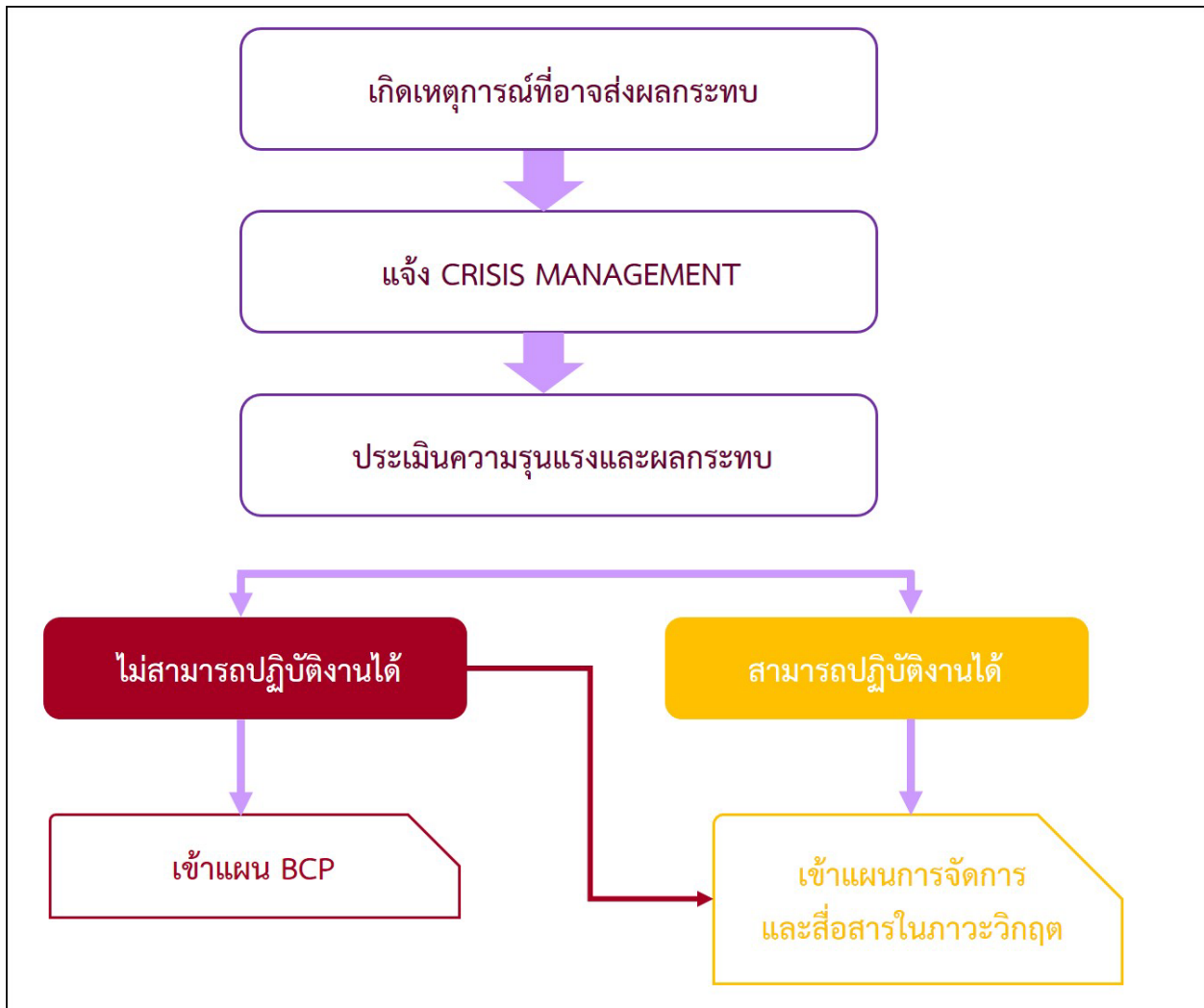
## Chapter 2

### แนวทางการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อเตรียมให้บุคลากรในองค์กรมีความพร้อมต่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต
2. เพื่อจำกัดขอบเขตความเสียหายให้อยู่ในวงจำกัด
3. เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร

### ความเชื่อมโยงระหว่างแผนการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤตกับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management : BCM)



การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) เพื่อกำหนดขั้นตอนการดำเนินการเพื่อสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจในกรณีที่มีความจำเป็นต้องย้ายสถานที่ปฏิบัติงานในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤตขึ้นกับองค์กร แผน BCP กำหนดให้ผู้ที่มิบทบาทหน้าที่สูงสุดตามโครงสร้างการจัดการปฏิบัติการเป็นผู้มีอำนาจในการพิจารณาการประกาศใช้และยุติการใช้แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยหลักเกณฑ์ในการพิจารณาประกาศใช้แผนอาจพิจารณาจากระดับความรุนแรงของผลกระทบความเสียหาย และโอกาสที่การดำเนินงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจะเกิดการหยุดชะงักภายหลังจากการดำเนินการแก้ไขสถานการณ์เบื้องต้นตามขั้นตอนการปฏิบัติที่อยู่ในแผนการจัดการปฏิบัติการ (Incident Management Plan: IMP) แล้วเสร็จ<sup>1</sup>

ส่วนแผนการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต เป็นการจัดโครงสร้างการดำเนินงานที่เหมาะสมของคณะทำงานสื่อสารในภาวะวิกฤต พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพ ความเข้าใจ และมีความพร้อมต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามคู่มือการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการประเมินความรุนแรง และความเสียหาย จากกรณีวิกฤต มีกำหนดอยู่แล้วในคู่มือการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจเพื่อเข้าสู่แผน BCP ได้

ดังนั้น แผนการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต จึงสามารถดำเนินไปได้โดยเอกเทศ แต่หากวิกฤตนั้นส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินงาน จึงเข้าสู่ขั้นตอนปฏิบัติของ BCP ต่อไป

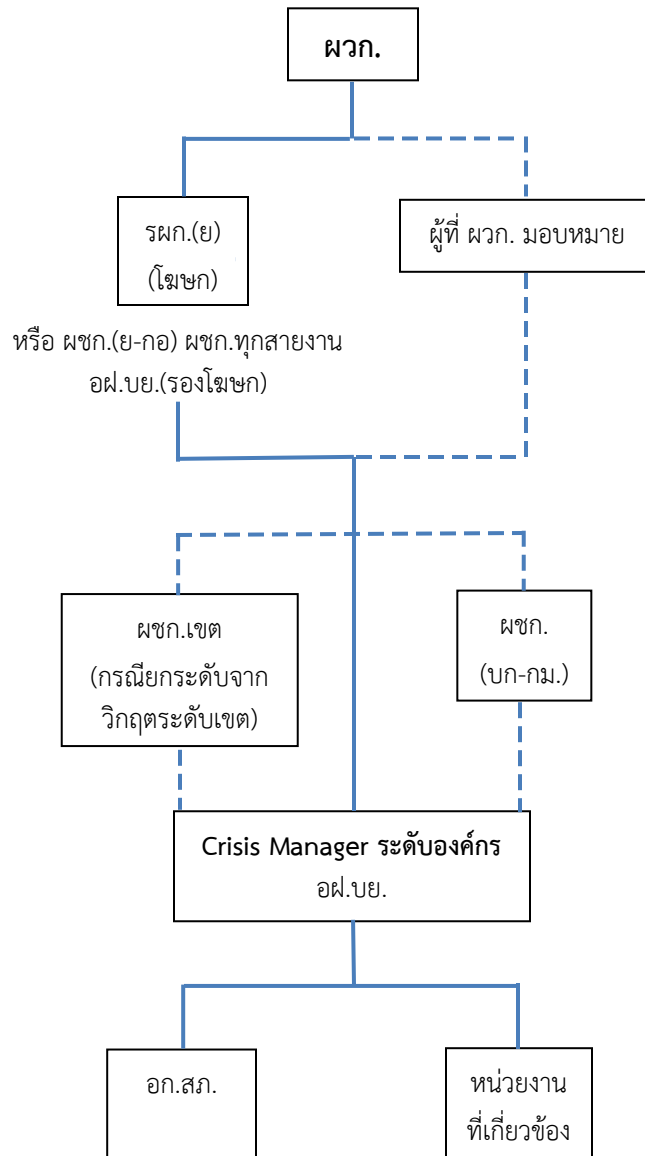
---

<sup>1</sup> แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ กรณีย้ายสถานที่ปฏิบัติงาน รหัสเอกสาร : BCMS-BC-HQ-กผบ-001เวอร์ชัน: 1, การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค



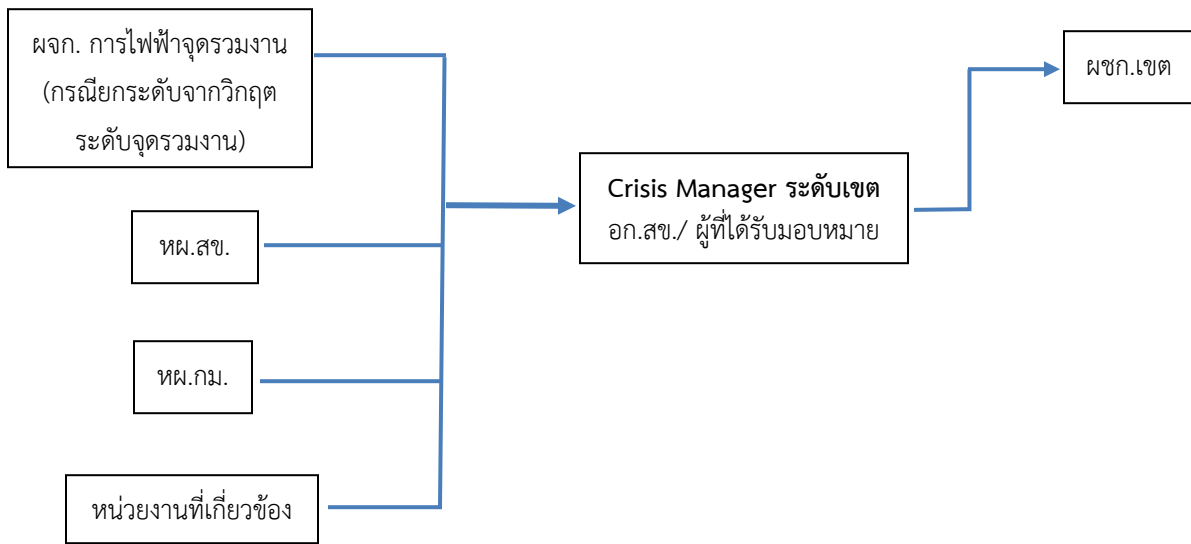
# โครงสร้างคณะกรรมการและสื่อสารในภาวะวิกฤต

## ระดับองค์กร Crisis Communication Team (CCT)

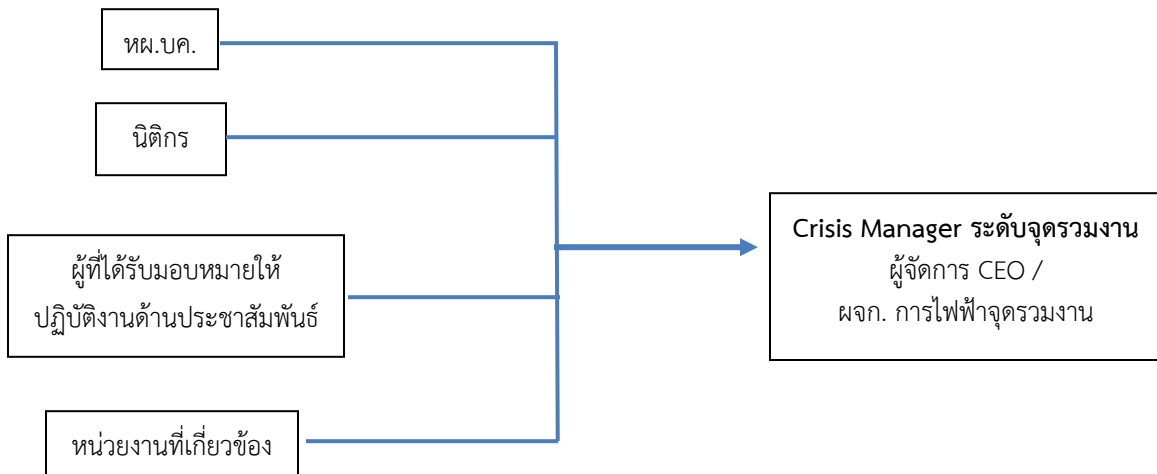


----- กรณีที่ไม่เป็นไปตามขั้นตอนปกติหรือต้องการคำปรึกษาด้านกฎหมายหรือการยกระดับวิกฤต

### ระดับการไฟฟ้าเขต Crisis Communication Team (CCT)



### ระดับการไฟฟ้าจตุรรมงาน Crisis Communication Team (CCT)



การกำหนดบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT)

ตำแหน่งงาน	ตำแหน่งใน Crisis Communication Team	ภาระ หน้าที่ ขอบเขตความรับผิดชอบ
ผวก.	หัวหน้าคณะกรรมการ จัดการและสื่อสารใน ภาวะวิกฤต ระดับองค์กร	มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดในการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต ในระดับองค์กร
รผก.(ย) ผชก.(ย-กอ) ผชก.(ย) ผชก.ทุกสายงาน อฝ.บย.	โฆษก กฟผ. รองโฆษก กฟผ. คนที่ 1 รองโฆษก กฟผ. คนที่ 2 รองโฆษก กฟผ. คนที่ 3 รองโฆษก กฟผ. คนที่ 4	เป็นตัวแทนขององค์กรที่มีหน้าที่ในการให้ข่าวกับสื่อมวลชน ชี้แจง ข้อเท็จจริง ตอบข้อซักถามสื่อมวลชน อำนวยความสะดวกในการให้ ข้อมูลข่าวสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ผชก.เขต	หัวหน้าคณะกรรมการ จัดการและสื่อสารใน ภาวะวิกฤต ระดับการไฟฟ้าเขต	มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดในการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤตใน ระดับการไฟฟ้าเขต
ผชก.(บก-กม.)/ นิติกร	ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย	ให้ความเห็นในด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
อฝ.บย.	Crisis Manager ระดับ องค์กร	1. รับแจ้งเหตุวิกฤต 2. ตรวจสอบข้อมูล
อก.สข.	Crisis Manager ระดับ เขต	3. ประเมินสถานการณ์เบื้องต้น 4. รายงานเหตุวิกฤตต่อหัวหน้าส่วนงานที่เกี่ยวข้องในด้าน ปฏิบัติการ
ผจก. CEO ผจก. การไฟฟ้า ชั้น 1 – 3  ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 ต.ค.2567 ให้ใช้เป็น ผจก. CEO ผจก.กฟส.	Crisis Manager ระดับ จังหวัด	5. รายงานเหตุวิกฤตต่อ ศอศ. และตัดสินใจ ว่ามีความจำเป็นต้อง ระดมทีมสื่อสารหรือไม่ หรืออาจมีความจำเป็นต้องประสานงานกับ CCT ระดับเขต หรือสำนักงานใหญ่เพื่อกำหนดแนวทางดำเนินการ ร่วมกัน 6. นำเสนอแนวทางประชาสัมพันธ์แก่ผู้บริหาร 7. คัดเลือกผู้ให้ข่าว (Spokesperson) ที่เหมาะสมตลอดจน เตรียมพร้อมและซักซ้อมกับผู้ให้ข่าวก่อน 8. ตัดสินใจดำเนินการสื่อสารตามอำนาจตัดสินใจในแต่ละระดับชั้น

ตำแหน่งงาน	ตำแหน่งใน Crisis Communication Team	ภาระ หน้าที่ ขอบเขตความรับผิดชอบ
อก.สภ./ หผ.สข./ หผ.บค./ ผู้ปฏิบัติงานด้าน ประชาสัมพันธ์	ผู้ปฏิบัติงานบริการลูกค้า  ผู้ปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>ประเมินสถานการณ์ ตรวจสอบข้อมูลกับหน่วยงานที่เกิดเหตุ วิกฤต ศึกษาการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ดูว่ากลุ่มเป้าหมายมีความ กังวลเรื่องอะไร และจะคลี่คลายหรือบรรเทาความกังวลนั้นได้ อย่างไร</li> <li>กำหนดทิศทางการสื่อสาร กำหนดข้อความหลักในการสื่อสาร (key message) วางกลยุทธ์ในการสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>กำหนด/ร่างข้อมูลที่ใช้ในการสื่อสารแบบต่าง ๆ จัดทำเนื้อหา (Content) ต่าง ๆ เช่น จดหมาย คำแถลงการณ์ ข่าวแจก รูปภาพ VDO ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง แม่นยำ และ ความสมบูรณ์ของข้อมูล ก่อนนำเสนอต่อผู้ให้ข่าว ผู้บริหาร และ สื่อมวลชน</li> <li>บริหารจัดการช่องทางการสื่อสารทั้งหมดตรวจสอบรายนาม สื่อมวลชน (Media list) ทั้งสื่อที่มีอยู่แล้ว สื่อที่เผยแพร่โดยขอ ความอนุเคราะห์ (ไม่เสียค่าใช้จ่าย) หรือการซื้อพื้นที่ประชาสัมพันธ์</li> <li>สรุปและประเมินผลการสื่อสาร พร้อมทั้งปรับแผน ประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป</li> </ol>
อก.สภ.	ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น รูปภาพ VDO</li> <li>เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ เช่น YouTube Poster TV ภายในองค์กร</li> <li>บันทึกภาพนิ่งและวิดีโอที่ค้นเพื่อทำข่าว</li> </ol>

## หน้าที่และขั้นตอนดำเนินการของคณะทำงานจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT)

หน้าที่	ขั้นตอนดำเนินการ
1. ประเมินสถานการณ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ตรวจสอบข้อมูลกับหน่วยงานที่เกิดเหตุวิกฤต</li> <li>● ศึกษาการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ดูว่ากลุ่มเป้าหมายมีความกังวลเรื่องอะไร และจะคลี่คลายหรือบรรเทาความกังวลนั้นได้อย่างไร</li> </ul>
2. กำหนดทิศทางการสื่อสาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>● กำหนดข้อความหลักในการสื่อสาร (key message)</li> <li>● วางกลยุทธ์ในการสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย</li> </ul>
3. กำหนด/ร่างข้อมูลที่ใช้ในการสื่อสารแบบต่าง ๆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จัดทำเนื้อหา (Content) ต่าง ๆ เช่น หนังสือถึงผู้ได้รับผลกระทบ คำแถลงการณ์ ข่าวแจก รูปภาพ VDO</li> <li>● ตรวจสอบความถูกต้อง แม่นยำ และความสมบูรณ์ของข้อมูล ก่อนนำเสนอต่อผู้ให้ข่าว ผู้บริหาร และสื่อมวลชน</li> </ul>
4. เลือกผู้แทนในการให้ข่าว	<ul style="list-style-type: none"> <li>● คัดเลือกผู้ให้ข่าว (Spokesperson) ที่เหมาะสม</li> <li>● เตรียมพร้อมและซักซ้อมกับผู้ให้ข่าวก่อน</li> </ul>
5. บริหารจัดการช่องทางการสื่อสารทั้งหมด	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ตรวจสอบรายนามสื่อมวลชน (Media list)</li> <li>● สื่อที่มีอยู่แล้ว</li> <li>● สื่อที่เผยแพร่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย</li> </ul>

คณะกรรมการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT) ประเมินสถานการณ์

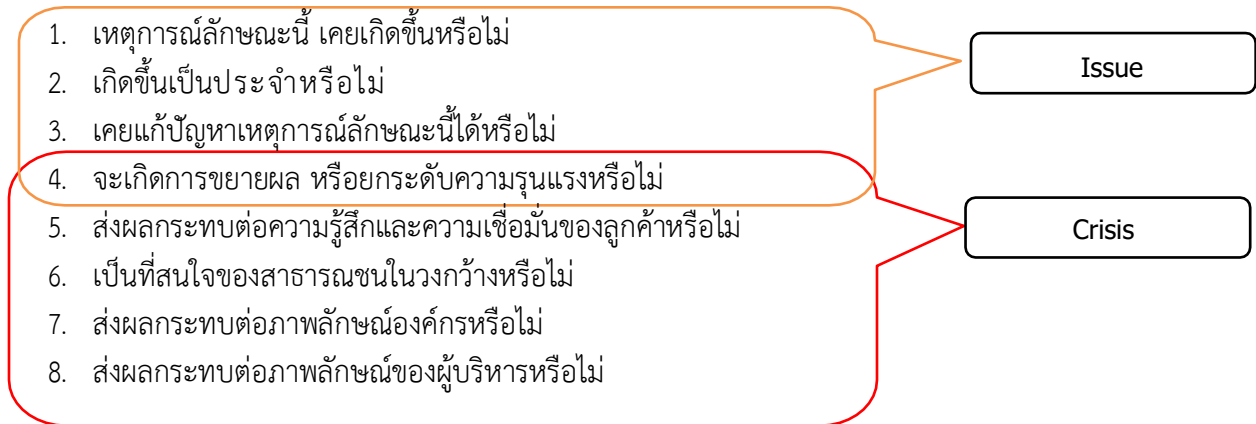
Check list เพื่อประเมินสถานการณ์		
การรับรู้	ความรุนแรง	ผลกระทบ
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ รับรู้เป็นการภายใน</li> <li>○ รับรู้ถึงภายนอกองค์กร (ชุมชนรอบข้าง ลูกค้า คู่ค้า พันธมิตร)</li> <li>○ มีผู้เอ่ยถึงบนโลกออนไลน์ (มีการโพสต์ กด Like กด Share, Retweet)</li> <li>○ ปรากฏเป็นข่าวทางสื่อมวลชน</li> <li>○ เกิดการส่งต่อบนโลกออนไลน์อย่างกว้างขวาง</li> </ul>	<p><u>ความเสียหายต่อบุคคล</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ไม่มีผู้บาดเจ็บ</li> <li>○ บาดเจ็บเล็กน้อย จำนวน.....ราย</li> <li>○ บาดเจ็บสาหัส จำนวน.....ราย</li> <li>○ มีผู้เสียชีวิต จำนวน.....ราย</li> </ul> <p><u>ความเสียหายต่อสินทรัพย์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ความเสียหายต่ออาคาร ได้แก่ .....</li> <li>.....</li> <li>.....</li> <li>○ ความเสียหายต่อทรัพย์สิน ได้แก่ .....</li> <li>.....</li> <li>.....</li> <li>○ ความเสียหายต่อฐานข้อมูล หรือระบบคอมพิวเตอร์ ได้แก่ .....</li> <li>.....</li> <li>.....</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน</li> <li>○ ส่งผลกระทบต่อการทำงาน ต้องหยุด หรือย้ายสถานที่ ปฏิบัติงาน (เข้าสู่แผน BCP)</li> <li>○ ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงของ องค์กร</li> </ul>

หมายเหตุ

Issue คือ ประเด็นปัญหาที่มักเกิดขึ้นเป็นประจำ โดยมากสามารถแก้ไขและควบคุมได้

Crisis คือ วิกฤตการณ์ มักเป็นเหตุการณ์ที่มีความรุนแรง จนอาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน หรือกระทบความเชื่อมั่นต่อองค์กรและผู้บริหารได้

## คำถามช่วยประเมินสถานการณ์เบื้องต้น A



## การประเมินสถานการณ์ B

1. ความกังวลของผู้ได้รับผลกระทบ หรือความสนใจของประชาชนอยู่ตรงไหน
2. สถานการณ์จะทวีความรุนแรงมากขึ้นหรือไม่
3. เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นที่สนใจของสื่อมวลชน หรือหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องหรือไม่
4. เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จะขัดขวางการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันหรืออนาคต หรือไม่
5. เหตุการณ์นั้น ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ ขององค์กรและผู้บริหารหรือไม่

3 สิ่งที่ต้องประเมิน		
การรับรู้	ความเสียหาย	ผลกระทบ
รับรู้เป็นการภายในหรือภายนอก ขยายวงกว้างมาก-น้อยแค่ไหน	เกิดความเสียหายต่อบุคคล สินทรัพย์หรือข้อมูลอย่างไร	ผลกระทบต่อการดำเนินงาน ผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือขององค์กร

## แบบประเมินผลกระทบจากวิกฤตการณ์ C

เหตุการณ์ / วิกฤตการณ์ .....เมื่อวันที่.....เวลา.....

การรับรู้ (ใส่เลข 1 ในช่องให้ตรงกับสิ่งที่เกิดขึ้น)	ใส่เลข 1	ตัวคูณ	คะแนนความรุนแรง	ประเมินผล	
รับรู้เป็นการภายใน		x 1 =	}	< 3 = ระดับ 1 3 - 7 = ระดับ 2 > 8 = ระดับ 3	
รับรู้ถึงชุมชนรอบข้าง แต่ยังไม่ขยายวงกว้าง		x 2 =			
มีการโพสต์ลง Social Media		x 2 =			
มีการโพสต์ลง Social Media และเกิดการส่งต่อ		x 3 =			
รับรู้ถึงสื่อมวลชน		x 3 =			
เป็นกระแสข่าว รับรู้ถึงลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ		x 5 =			
รายละเอียดความเสียหาย (วงกลมรอบตัวเลข)	น้อย	กลาง	มาก	คะแนนความรุนแรง	ประเมินผล
ความเสียหายต่ออาคาร	1	2	3	}	< 3 = ระดับ 1 3 - 7 = ระดับ 2 > 8 = ระดับ 3
ความเสียหายต่อทรัพย์สิน	1	2	3		
ความเสียหายต่อข้อมูล	1	2	3		
ความเสียหายต่อบุคคล - บาดเจ็บเล็กน้อย			3		
ความเสียหายต่อบุคคล - บาดเจ็บสาหัส			5		
ความเสียหายต่อบุคคล - เสียชีวิต			10		
ผลกระทบ (ใส่เลข 1 ในช่องให้ตรงกับสิ่งที่เกิดขึ้น)	ใส่เลข 1	ตัวคูณ	คะแนนความรุนแรง	ประเมินผล	
ผลกระทบต่อการดำเนินการทางธุรกิจ- ไม่ต้องหยุดงาน		x 1 =	}	< 3 = ระดับ 1 3 - 7 = ระดับ 2 > 8 = ระดับ 3	
ผลกระทบต่อการดำเนินการทางธุรกิจ- ต้องหยุดงาน		x 2 =			
ผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง		x 3 =			
ผลกระทบต่อคนในวงกว้าง		x 5 =			
คะแนน รวม					

คะแนนรวม      ไม่เกิน 9 = วิกฤต ระดับ 1  
 10 - 21      = วิกฤต ระดับ 2  
 22 ขึ้นไป = วิกฤต ระดับ 3

หมายเหตุ: แบบประเมินผลกระทบฉบับนี้ เป็นเพียงเครื่องช่วยในการประเมินเท่านั้น การพิจารณาระดับความรุนแรงและผลกระทบควรกระทำควบคู่กันไปซึ่งอาจจะคลาดเคลื่อนจากตัวเลขที่กำหนดในแบบประเมินชุดนี้ได้



ระดับความรุนแรง D

วิกฤต ระดับ	สถานการณ์
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิกฤตการณ์ภายใน</li> <li>- สื่อมวลชนยังไม่เกิดการรับรู้ หรือ เกิดข่าวลือแบบปากต่อปากหรือทางสื่อสังคมออนไลน์ แต่ยังไม่มีการในสื่อกระแสหลัก</li> <li>- ไม่มีผู้บาดเจ็บหรือบาดเจ็บเล็กน้อย เพียงปฐมพยาบาล ไม่เกิดการตื่นตระหนก สามารถดำเนินงานได้ตามปกติ</li> <li>- เอกสาร ข้อมูล ระบบ IT ไม่เสียหาย</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อมวลชน</li> <li>- ประชาชนเกิดความสงสัย และคาดเดาไปต่างๆ นานา มีคนบาดเจ็บ</li> <li>- ต้องเข้ารับการรักษาจากแพทย์ หรือต้องดูอาการใกล้ชิด</li> <li>- สถานที่ทำงานหรืออาคารได้รับความเสียหายไม่สามารถปฏิบัติงานได้ชั่วคราว เอกสารหรือข้อมูลสูญหายบางส่วน</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการโหมกระแสเรื่องเหตุฉุกเฉินที่เกิดขึ้นในสื่อสังคมออนไลน์ และ สื่อมวลชนสายหลักในวงกว้าง</li> <li>- เกิดผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรและผู้บริหาร</li> <li>- เกิดผลกระทบหรือมีโอกาสเกิดผลกระทบรุนแรงต่อชีวิตและทรัพย์สิน เกิดความกลัว ตื่นตระหนก</li> <li>- เกิดผลกระทบต่อทรัพย์สิน หรือ ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติต้องย้ายที่ทำการชั่วคราว ข้อมูลเสียหาย</li> </ul>

## คำถามเพื่อช่วยพิจารณาแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ E

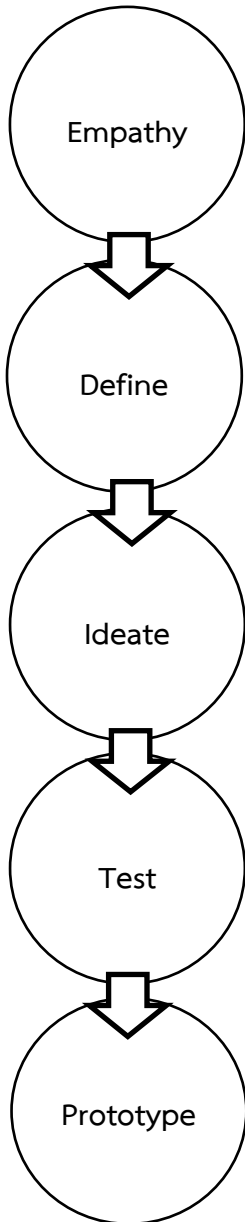
ข้อพิจารณา	คณะทำงานจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT) ต้องตอบคำถามต่อไปนี้
เนื้อหา	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ใคร คือผู้รับสารเป้าหมายของการสื่อสาร</li> <li>▪ ความกังวลของผู้ได้รับผลกระทบ คืออะไร</li> <li>▪ อะไรควรพูด อะไรไม่ควรพูด เพราะอะไร</li> <li>▪ เราได้ทำอะไรไปแล้วบ้าง</li> <li>▪ เราจะทำอะไรต่อไป</li> <li>▪ จะใช้เวลาเท่าไรจึงจะแก้ไขวิกฤตการณ์ได้แล้วเสร็จ</li> </ul>
ช่องทาง การสื่อสาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ เรามีสื่ออะไรบ้าง</li> <li>▪ สื่อหรือช่องทางใดสามารถเข้าถึงผู้รับสารเป้าหมายได้ดีที่สุด (ประสิทธิภาพ + ประสิทธิผล)</li> <li>▪ ช่องทางไหน ที่ไม่จำเป็นต้องใช้</li> </ul>
รูปแบบวิธีการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ต้องมีการแถลงข่าวหรือไม่ ใครจะเป็นผู้แถลง</li> <li>▪ ใครคือ ผู้นำอิทธิพลทางความคิด (Influencer)</li> <li>▪ ใครคือ คนกลาง หรือบุคคลที่สาม</li> <li>▪ จะสื่อสารทางเดียว หรือสื่อสารสองทาง</li> </ul>

### แนวความคิดในการสื่อสารประชาสัมพันธ์

1. อาจไม่มีความจำเป็นต้องสื่อสารใดๆ ควรปล่อยให้เรื่องเงียบไป
2. ต้องสื่อสารกับคนภายในองค์กร ให้มีความเข้าใจ และช่วยกันบรรเทาปัญหา
3. ต้องสื่อสารออกไปภายนอกองค์กรในวงกว้าง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ป้องกันการตื่นตระหนก และรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร

## การประยุกต์ใช้กระบวนการ Design Thinking ในการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต

คณะทำงานจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT) ร่วมกันตอบคำถามต่อไปนี้ เพื่อทบทวนความเข้าใจต่อสถานการณ์วิกฤต



- ใครคือผู้ได้รับผลกระทบ
- พวกเขาอยากรู้เรื่องอะไรจากเรา
- พวกเขาอยากได้ยินอะไรจากเรา
- พวกเขากำลังคาดหวังอะไรจากเรา

- กฟภ. จำเป็นต้องออกมาแถลงในเรื่องนี้หรือไม่ (แถลง/ไม่แถลง)
- จำเป็นต้องขอโทษหรือไม่ (เป็นความผิดของเราหรือไม่)
- อารมณ์ความรู้สึกในการสื่อสาร 1) นุ่มนวล ขอความร่วมมือ 2) จริงจัง หนักแน่น 3) ดุดัน เด็ดขาด

กำหนดใจความในการสื่อสาร

- เรากำลังแก้ไขสถานการณ์อย่างไร
- จะแล้วเสร็จเมื่อไหร่
- ผู้ใช้ไฟ / ประชาชน ต้องปฏิบัติตัวอย่างไรบ้าง

ร่างคำแถลงการณ์

- คำแถลงการณ์แบบเป็นทางการส่งสื่อมวลชน หรือเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- ข้อความแบบไม่เป็นทางการ ส่งทางไลน์กลุ่ม หรือสื่อสารกับชาวบ้าน

ขออนุมัติและสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย  
ตรวจสอบผลสะท้อนกลับ (Feedback)

## Chapter 3

### การจัดการด้านการสื่อสารเมื่อเกิดเหตุวิกฤต

ขั้นตอนการจัดการด้านการสื่อสารเมื่อเกิดเหตุวิกฤต

<p><b>ภาระงานที่ 1</b> แจ้ง Crisis Manager</p>	<p>กรอกแบบฟอร์มรายงานวิกฤตการณ์ (ถ้าเป็นไปได้) แล้วส่งให้ Crisis Manager</p>
<p><b>ภาระงานที่ 2</b> วิธีปฏิบัติต่อสื่อมวลชน</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ให้การต้อนรับสื่อมวลชนอย่างเป็นกันเอง จัดหาสถานที่พักและน้ำดื่มให้ตามความเหมาะสม</li> <li>2. ระมัดระวังในการพูดและสื่อสารเพราะสื่อมวลชนอาจนำไปอ้างเป็นแหล่งข่าว ควรตอบกลางๆ ว่า โปรดรอสักครู่ เดี่ยวผู้บริหารจะเป็นคนให้รายละเอียดในเรื่องเหล่านี้</li> <li>3. ไม่ควรเอ่ยถึงความรุนแรงของเหตุการณ์ จำนวนและชื่อของผู้บาดเจ็บ เสียชีวิต หรือได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์</li> <li>4. ไม่ควรห้ามสื่อมวลชนในการถ่ายภาพหรือทำข่าว แต่สามารถขอความร่วมมือให้อยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมเพื่อความปลอดภัยได้</li> <li>5. รอรับคำแนะนำจาก Crisis Manager</li> </ol>
<p><b>ภาระงานที่ 3</b> เข้าสู่ BCP</p>	<p>เข้าสู่กระบวนการและขั้นตอนของ Business Continuity Plan (BCP) ตามที่กำหนด</p>

ข้อมูลสำหรับการติดต่อฉุกเฉิน

หน่วยงาน .....

**Crisis Manager**

ผู้จัดการ ..... ชื่อ-สกุล..... โทร.....

ผู้อำนวยการกองสนับสนุนงานเขต ..... ชื่อ-สกุล..... โทร.....

**ผู้รับผิดชอบระดับเขต**

ผู้ช่วยผู้ว่าการเขต ..... ชื่อ-สกุล..... โทร.....

**ผู้รับผิดชอบระดับองค์กร**

ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารความยั่งยืน ..... ชื่อ-สกุล..... โทร.....

**และสื่อสารองค์กร**

ผู้อำนวยการกองสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร ..... ชื่อ-สกุล..... โทร.....

แบบรายงานวิกฤตการณ์

วันที่รับรายงาน .....

เวลาที่รับรายงาน .....

เหตุการณ์ / วิกฤตการณ์ .....

วันที่ / เวลา .....

สถานที่เกิดเหตุ .....

**การรับรู้**

.....รับรู้เป็นการภายใน.....รับรู้ถึงชุมชนรอบข้างแต่ยังไม่ขยายวงกว้าง

.....มีการโพสต์ลง Social Media.....มีการโพสต์ลง Social Media และเกิดการส่งต่อ

.....รับรู้ถึงสื่อมวลชน.....รับรู้ถึงลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ

**รายละเอียดความเสียหาย**

ความเสียหายต่ออาคาร .....

ความเสียหายต่อทรัพย์สิน .....

ความเสียหายต่อข้อมูล .....

**ความเสียหายต่อบุคคล** บาดเจ็บเล็กน้อย จำนวน.....ราย ได้แก่.....

บาดเจ็บสาหัส จำนวน.....ราย ได้แก่.....

เสียชีวิต จำนวน.....ราย ได้แก่.....

**ผลกระทบ**

.....ไม่ส่งผลกระทบ

.....ส่งผลกระทบต่อการทำงาน .....ไม่ต้องหยุดงาน .....ต้องหยุดงาน

.....ส่งผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง ระบุ.....

ผลกระทบอื่นๆ ระบุ.....

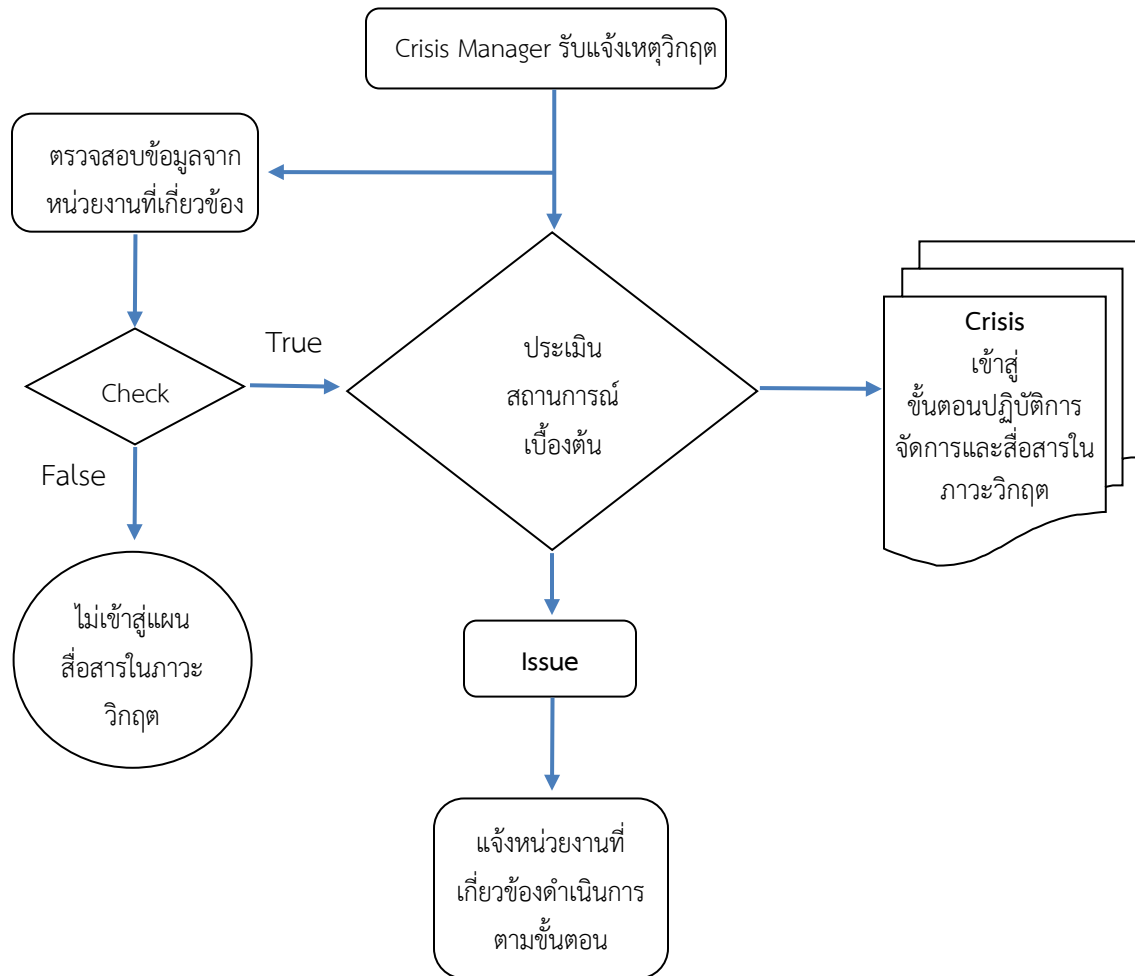
**ผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดกับภายนอก**.....

.....

.....

## ขั้นตอนปฏิบัติการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต

### ขั้นตอนปฏิบัติที่ 1



#### ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

##### ภายในองค์กร

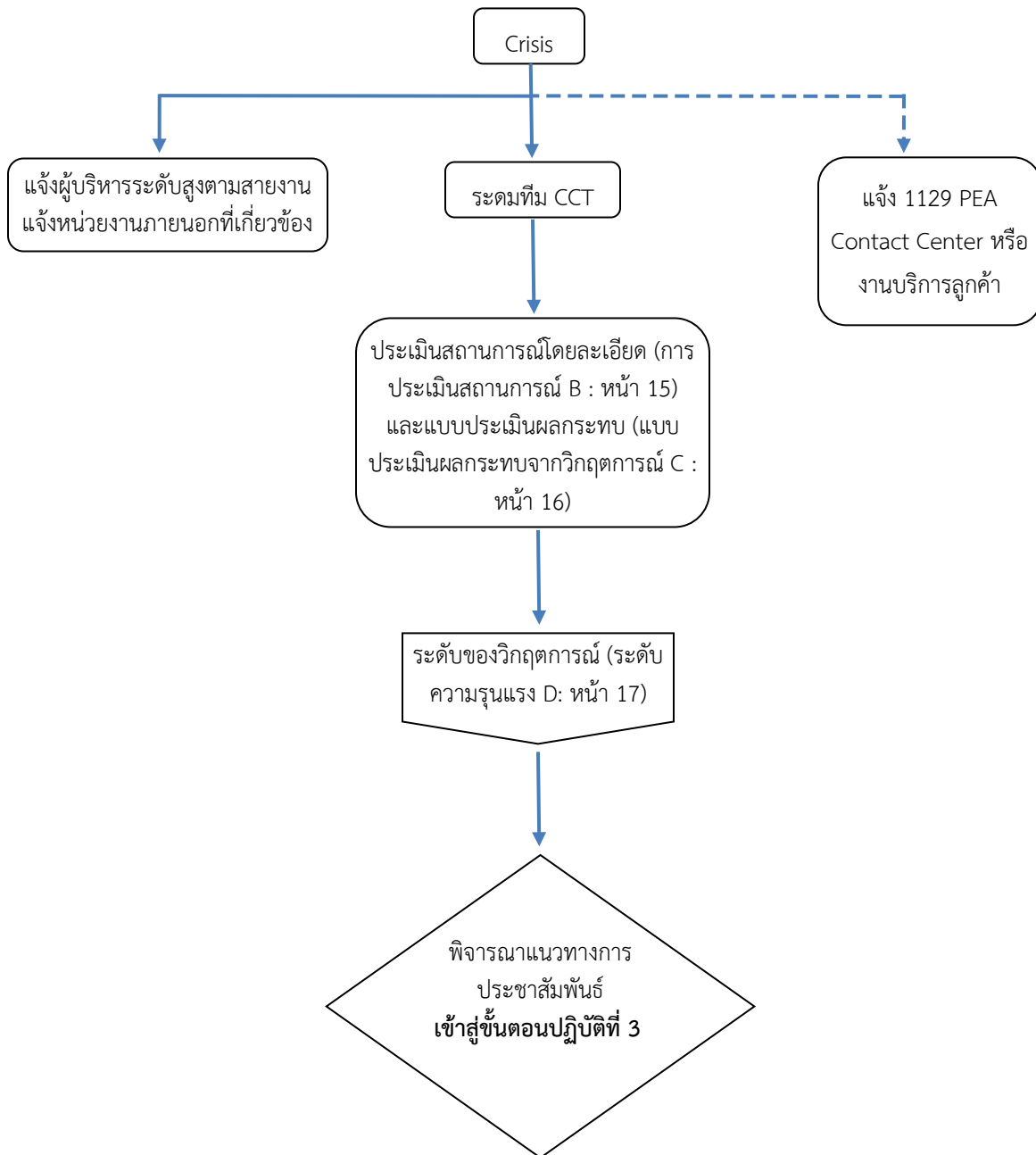
- ผู้บังคับบัญชาตามสายงาน
- ฝ่าย. กสภ.
- กบล. กสข. ผสส.
- 1129 PEA Contact Center

##### ภายนอกองค์กร

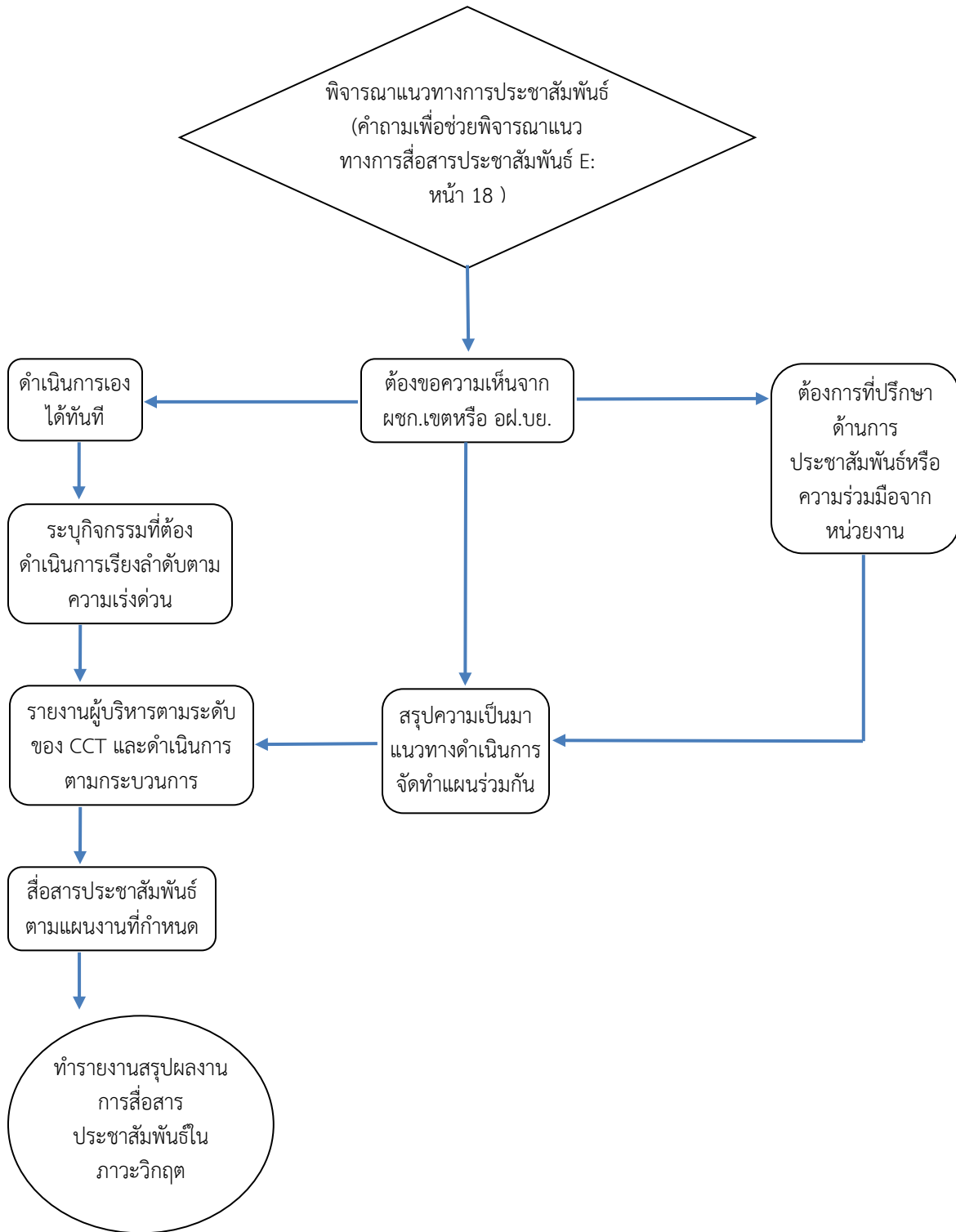
- ตำรวจ
- ฝ่ายปกครอง
- อปพร.
- อปท.
- มูลนิธิ



## ขั้นตอนปฏิบัติที่ 2



### ขั้นตอนปฏิบัติที่ 3



## ศูนย์บัญชาการคณะกรรมการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT)

ศูนย์บัญชาการคณะกรรมการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT) ควรสามารถเข้าปฏิบัติการด้านการสื่อสารได้ แม้การปฏิบัติงานตามหน้าที่ในสภาวะปกติต้องหยุดชะงัก โดยศูนย์บัญชาการคณะกรรมการและสื่อสารในภาวะวิกฤต (CCT) ควรมีอุปกรณ์ดังนี้

1. โต๊ะประชุม หรือ War Room
2. กระดาษ ปากกา/ดินสอ
3. กระดานและอุปกรณ์สำนักงานอื่น ๆ
4. คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและ Printer
5. โทรสาร
6. วิทยุ - โทรศัพท์ที่สามารถรับชมช่องข่าวต่าง ๆ ได้
7. เครื่องถ่ายเอกสาร
8. อุปกรณ์ระบบสารสนเทศและเครือข่าย

## การจัดเตรียมเอกสาร

ให้ดำเนินการจัดเตรียมเอกสาร ตามความจำเป็นและความเหมาะสมของแต่ละสถานการณ์ ดังนี้

1. ข้อความ และแนวทางปฏิบัติสำหรับแจ้งให้พนักงานภายในองค์กรถือปฏิบัติตาม
2. คำแถลงการณ์ (Media Statement)
3. จดหมายแจ้งหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง และ สื่อมวลชน
4. ข่าวเผยแพร่ (Press release)
5. เอกสารข้อเท็จจริง (Fact sheet)
6. แนวทางคำถาม-คำตอบ (Q&A)
7. ภาพถ่ายผู้บริหาร ใส่ CD หรือ Thumb drive
8. VDO Footage (ถ้ามี)
9. ข้อมูลการติดต่อ แผนที่ หากต้องดำเนินงาน ณ สถานที่สำรอง

## การสื่อสารภายในองค์กร

1. แจ้งเหตุ ประเมินสถานการณ์ และแนวโน้มของสถานการณ์ผ่านสื่อที่รวดเร็ว เช่น โทรศัพท์ LINE กลุ่ม Email หรือเสียงตามสาย
2. ในเนื้อความที่จะสื่อสาร ควรระบุวัน/เดือน/ปี และเวลาในส่วนต้นของข้อความไว้ด้วย เพื่อการอ้างอิงในอนาคต
3. ในส่วนท้ายของเนื้อความ ให้ลงชื่อ หรืออ้างอิงหน่วยงานภายในพร้อมหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อไว้ด้วย เพื่อการตรวจสอบข้อมูลของผู้รับสาร
4. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติตนขั้นต้น เช่น
  - อย่าตื่นตระหนกและให้เดินทางออกจากสถานที่เกิดเหตุอย่างเป็นระเบียบ
  - อย่าเพิ่งให้ข่าว หรือความเห็นใด ๆ กับสื่อมวลชน
  - อย่าเผยแพร่ภาพความเสียหาย ผู้บาดเจ็บ หรือเสียชีวิตผ่านสื่อสังคมออนไลน์
5. ชี้แจงแนวทางดำเนินการ
6. อาจขอให้พนักงานมีส่วนร่วมเผยแพร่ข้อความประชาสัมพันธ์ตามที่ CCT กำหนด

## วิธีการดูแลและบริหารจัดการสื่อมวลชน

1. ตรวจสอบรายชื่อและหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อสื่อมวลชน (Media list) และคัดเลือกสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้อง
2. หากมีความจำเป็น ให้แจ้งสื่อมวลชนว่าจะมีการแถลง หรือประชาสัมพันธ์ออกมาเมื่อไหร่
3. รับข้อสอบถามจากสื่อมวลชน เพื่อนำมาเตรียมข้อมูลสำหรับการชี้แจงรายละเอียดเพิ่มเติม
4. ให้การต้อนรับสื่อมวลชนอย่างเป็นกันเอง จัดหาสถานที่พักรอและน้ำดื่มให้ตามความเหมาะสม
5. ระวังระมัดระวังในการพูดและสื่อสาร เพราะสื่อมวลชนอาจนำไปอ้างเป็นแหล่งข่าว ควรตอบกลางๆ ว่าโปรดรอสักครู่ เดี่ยวผู้บริหารจะเป็นคนให้รายละเอียดในเรื่องเหล่านี้
6. ไม่ควรเอ่ยถึงความรุนแรงของเหตุการณ์ จำนวนและชื่อของผู้บาดเจ็บ เสียชีวิต หรือได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์
7. ไม่ควรห้ามสื่อมวลชนในการถ่ายภาพหรือทำข่าว แต่สามารถขอความร่วมมือให้อยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมเพื่อความปลอดภัยได้

## แนวทางคำพูด ในการต้อนรับสื่อมวลชน

- พี่ครับ/คะ กรุณาอรอดตรงนี้สักครู่ เดี่ยวผู้จัดการจะเป็นผู้ให้ข่าวเองครับ/คะ
- ต้องขอประทานโทษด้วยครับ/คะ ผม/ดิฉัน ไม่สามารถให้รายละเอียดได้จริง ๆ เดี่ยวผู้จัดการจะเป็นผู้ให้ข่าวเองครับ/คะ
- พี่ครับ/คะ พื้นที่ตรงนี้ เป็นเขตที่ช่างกำลังปฏิบัติหน้าที่ ขออนุญาตให้พี่เปิดทางให้เจ้าหน้าที่ หรือขยับไปตรงนั้นจะปลอดภัยกว่านะครับ/คะ ต้องขอโทษด้วย เพราะเป็นกฎหมายด้านความปลอดภัยครับ/คะ

## คำแถลงการณ์

คำแถลงการณ์ หรือ Media Statement เป็นการสื่อสารทางเดียวเพื่อบอกเล่าในสิ่งที่ต้องการสื่อสาร ด้วยใจความสั้น ๆ ใช้ภาษาที่เป็นกลาง ไม่ควรเกิน 1 หน้า เป็นสิ่งที่มักใช้เป็นอันดับต้น ๆ เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน หรือวิกฤต ที่อาจส่งผลกระทบต่อในทางลบต่อองค์กร หากเป็นความผิดของเรา ให้ขอโทษ และแสดงถึงความตั้งใจจริงที่จะรับผิดชอบต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แสดงความเห็นอกเห็นใจ ห่วงใย ให้คิดถึงว่าหากเป็นผู้ได้รับผลกระทบ เราจะต้องการไต่ถามเรื่องอะไร และเห็นการกระทำอย่างไรต่อไป และสรุปถึงแผนที่จะดำเนินการในอนาคต ปิดท้ายด้วยการระบุเลขหมายในการติดต่อ

### วิธีการเขียนคำแถลงการณ์ (เบื้องต้น)

ตามที่ได้เกิดเหตุ .....(ระบุเหตุการณ์)..... เมื่อ...(ระบุวันที่ – เวลา)..... นั้น

จากการตรวจสอบข้อเท็จจริง พบว่า .....(ข้อเท็จจริง).....

ในเบื้องต้น .....(มีหรือไม่มี ผู้ได้รับบาดเจ็บ/เสียชีวิต จำนวน.....คน และ ได้นำผู้บาดเจ็บส่งโรงพยาบาล เพื่อรับการรักษาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว)

ทั้งนี้ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค มีแผนสำรองฉุกเฉินสำหรับเหตุการณ์ในลักษณะนี้ และจะดำเนินการ.....(ขั้นตอนการดำเนินการ).... ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จ.....(วันเวลาที่แล้วเสร็จ)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ต้องขออภัยในความไม่สะดวกมา ณ โอกาสนี้ และขอยืนยันว่าจะดำเนินการ.....(แก้ไข ปัญหา).....อย่างเร่งด่วนที่สุด

### วิธีการเขียนคำแถลงการณ์ (กรณีไฟฟ้าดับจากหน่วยงานอื่น)

ตามที่ได้เกิดเหตุกระแสไฟฟ้าดับเป็นบริเวณกว้าง ในพื้นที่ .....(ระบุพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ.....ตั้งแต่...(ระบุวันที่ – เวลา)..... นั้น การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ตรวจสอบพบว่าสาเหตุขัดข้องดังกล่าวเกิดจากระบบสายส่งไฟฟ้าแรงสูง ซึ่งการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคกำลังประสานงานใกล้ชิดกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อติดตามผลการแก้ไข สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่สายด่วน 1129 PEA Contact Center ตลอด 24 ชั่วโมง

## ตัวอย่างข้อความในการสื่อสาร

### ตัวอย่างข้อความสื่อสารภายในองค์กร ทางไลน์

“(ว/ด/ป) เวลา xx.xx น. เกิดเหตุไฟฟ้าดับทั่วเกาะสมุย สาเหตุเกิดจากเคเบิลใต้น้ำขาด ซึ่ง กฟต.2 ได้รับแจ้งและกำลังเร่งดำเนินการแก้ไข คาดว่าจะแล้วเสร็จในเวลา 15.00 น. ของวันที่..... จึงขอความกรุณาผู้บริหารและพนักงานงดเผยแพร่ภาพ หรือข้อความใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

หากมีคำถาม ข้อเสนอแนะจากบุคคลภายนอกหรือสื่อมวลชน โปรดตอบว่า ท่าน ผวก.จะเป็นผู้แถลงรายละเอียดด้วยตนเอง สอบถามความคืบหน้าได้ที่ฝ่ายบริหารความยั่งยืนและสื่อสารองค์กร หมายเลขโทรศัพท์ .....

## ข้อปฏิบัติเรื่องผู้ให้ข่าว (โฆษก)

ผู้ให้ข่าวหรือโฆษก คือตัวแทนขององค์กรที่มีหน้าที่ในการให้ข่าวกับสื่อมวลชน ชี้แจงข้อเท็จจริง ตอบข้อซักถามสื่อมวลชน อำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นผู้นำให้สื่อมวลชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้เกี่ยวข้อง ได้เข้าใจและสัมผัสเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริง อาจเป็นผู้บริหารสูงสุด หรือผู้บริหารระดับสูง ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ หรือในกรณีไม่ใช่ผู้บริหารสูงสุด จะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่เป็นกันชนให้ผู้บริหารสูงสุดด้วย

## คุณสมบัติของผู้ให้ข่าว

- เป็นที่น่าเชื่อถือของคนในองค์กร
- สามารถให้สัมภาษณ์และตอบคำถามได้ดี ไม่ว่าจะอยู่กับกลุ่มสื่อมวลชน ผู้เกี่ยวข้อง และ/หรือพนักงานขององค์กร
- สามารถพูดเป็นภาษาง่าย ๆ ที่คนทั่วไปเข้าใจ ไม่ใช่ศัพท์เฉพาะในวงการ หรือศัพท์เทคนิค
- เคารพในบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน
- รอบรู้เรื่องขององค์กรและธุรกิจ
- รอบรู้ในวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น
- มีบุคลิกภาพดี สามารถสร้างความเชื่อถือและมั่นใจให้กลุ่มผู้รับสารได้
- จริงใจ ตรงไปตรงมา
- เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจทางอารมณ์ สามารถควบคุมอารมณ์ความรู้สึกได้ภายใต้สถานการณ์ที่อ่อนไหว

**ข้อความปฏิบัติ**  
**พูดทั้งหมด สื่อสารอย่างรวดเร็ว พูดความจริง**  
**อย่าพยายามปกปิด ซ่อนเร้น หรือปิดบังความจริง**

**ข้อควรปฏิบัติ สำหรับผู้ให้ข่าว (ต่อ)**

- ตอบให้ตรงประเด็น
- หากมีข้อมูลไม่จริง เป็นข่าวลือ ให้ปฏิเสธ
- ถ้าสื่อใช้คำผิดให้แก้ไขทันที
- ตอกย้ำข้อความหลักที่ต้องการสื่อสาร
- พยายามตอบคำถามสื่อมวลชนที่อยู่ในขอบเขตหน้าที่ที่ตอบได้ แต่ต้องพยายามวกกลับมายังข้อความหลักที่ต้องการสื่อสารด้วย
- ตอบให้ครบถ้วน อย่าให้สื่อมวลชนตัดบทในกรณีที่จะทำให้ข้อมูลที่ต้องการสื่อสารไม่ครบถ้วน
- แยกแยะระหว่างข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น
- ระมัดระวังในการแสดงความคิดเห็น
- ระมัดระวังการพูดคุยกับสื่อมวลชนเวลาสนทนานอกรอบ

**ข้อควรหลีกเลี่ยง ไม่ควรปฏิบัติของผู้ให้ข่าว**

- สื่อมวลชนเก็บข้อมูลอยู่ตลอดเวลา แม้จะบอกว่าไม่ได้บันทึกเสียง แต่พร้อมจะนำมาใช้เมื่อมีโอกาส
- ไม่ตอบคำถามที่อยู่นอกเหนือหน้าที่ความรับผิดชอบ ให้ตอบปฏิเสธอย่างสุภาพว่า “เรื่องนี้ไม่สามารถให้ข้อมูลได้เนื่องจากอยู่นอกเหนือความรับผิดชอบ”
- อย่าตอกย้ำเรื่องที่เป็นลบ
- อย่าโกหก การพูดความเท็จแม้เพียงเล็กน้อย อาจสร้างความเสียหายได้อย่างใหญ่หลวง ทำลายความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น และศรัทธา
- อย่าสาธยายนอกเรื่อง
- อย่าเผลอพูดในสิ่งที่ไม่ควรพูด ทั้งในเรื่องความลับ วิจารณ์ผู้อื่น หรือพูดในสิ่งที่กระทบอารมณ์ผู้ฟัง
- เลี่ยงการตอบคำถามสมมุติ



## รายการดำเนินงานสำหรับการจัดแถลงข่าว

รายการ	✓	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
<b>งานเอกสาร</b>			
คำแถลงการณ์			
ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เอกสารนำเสนอ			
สคริปต์พิธีกร			
คำแถลงข่าว และ Bullet Point			
ข่าวแจก			
เอกสารข้อเท็จจริง (Fact sheet)			
เอกสาร หรือ ข้อมูลประกอบอื่น ๆ			
<b>งานสถานที่</b>			
สถานที่แถลงข่าว			
เวที ข้อความบนเวที โต๊ะแถลง ป้ายชื่อ			
เครื่องขยายเสียง จอภาพ เครื่องฉายภาพ			
การจัดเก้าอี้ที่นั่ง			
มุมให้สัมภาษณ์			
โต๊ะลงทะเบียนสื่อมวลชน			
อาหาร เครื่องดื่ม			
<b>กรณีแถลงข่าวผ่านระบบ online</b>			
Computer/ Notebook			
Microphone			
ระบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต			
Platform การแถลงข่าว online เช่น Webex/ Google Meet/ Zoom/ Microsoft Teams/ Streamyard			
Link/ QR Code การเข้าร่วมแถลงข่าว online			
<b>งานสื่อมวลชน</b>			
Media list			
เชิญสื่อมวลชน			
โทรยืนยัน			
แฟ้มลงทะเบียน ป้ายสื่อมวลชน			
<b>บุคลากร</b>			
ผู้แถลงข่าว และผู้ให้ข้อมูลรายละเอียด			
พิธีกร			
เจ้าหน้าที่ต้อนรับสื่อมวลชน			
ช่างภาพ			
ผู้ประสานงาน			

ประวัติการปรับปรุงเอกสาร

เวอร์ชัน	มีผลบังคับใช้	ผู้ดำเนินการ	ผู้อนุมัติ	รายละเอียด
1	12 เมษายน 2565	กสอ.	ผวก.	จัดทำคู่มือการจัดการและสื่อสารในภาวะวิกฤต
2	31 มีนาคม 2566	กสภ.	ผวก.	ทบทวนปรับปรุงคู่มือตามโครงสร้างฯ ครั้งที่ 1