



คู่มือการจัดการและการสื่อสารในภาวะวิกฤต
(Crisis Communication Management Handbook)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

ฉบับ พ.ศ. 2561

จัดทำโดย

กองสื่อสารองค์กร ฝ่ายประชาสัมพันธ์

สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
Chapter 1 เมื่อเกิดเหตุวิกฤต	3
การปฏิบัติเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน หรือรับรู้วิกฤตการณ์	4
ข้อมูลสำหรับการติดต่อฉุกเฉิน	5
แบบรายงานวิกฤตการณ์	6
Chapter 2 การจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤต	7
ขั้นตอนปฏิบัติที่ 1	8
A คำถามช่วยประเมินสถานการณ์เบื้องต้น	9
ขั้นตอนปฏิบัติที่ 2	10
B การประเมินสถานการณ์	11
C แบบประเมินผลกระทบจากวิกฤตการณ์	12
D ประเมินระดับความรุนแรง	13
ขั้นตอนปฏิบัติที่ 3	14
E คำถามเพื่อช่วยพิจารณาแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์	15
F ระบุกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ	16
Chapter 3 สำหรับ Crisis Communication Team	17
หน้าที่และขั้นตอนการทำงานของ CCT	18
ศูนย์บัญชาการการสื่อสาร	19
การจัดเตรียมเอกสาร	20
การสื่อสารภายในองค์กร	21
วิธีการดูแลและบริหารจัดการสื่อมวลชน	22
คำแถลงการณ์	22
ตัวอย่างข้อความในการสื่อสาร	23
ข้อปฏิบัติเรื่องผู้ให้ข่าว (โฆษก)	25
รายการดำเนินงานสำหรับการจัดแถลงข่าว	27

Chapter 1

เมื่อเกิดเหตุวิกฤต

เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน หรือวิกฤตการณ์ ให้รีบแจ้ง Crisis Manager โดยเร็วที่สุด

ข้อปฏิบัติที่ 1 แจ้ง Crisis Manager โดยเร็วที่สุด

กรอกแบบฟอร์มรายงานวิกฤตการณ์ (หน้า 6) เพื่อใช้ใน CCT

ข้อปฏิบัติที่ 2 เมื่อพบเห็นสื่อมวลชนมาทำข่าว โปรดปฏิบัติดังนี้

1. ให้การต้อนรับสื่อมวลชนอย่างเป็นกันเอง จัดหาสถานที่พักและน้ำดื่มให้ตามความเหมาะสม
2. ระมัดระวังในการพูดและสื่อสาร เพราะสื่อมวลชนอาจนำไปอ้างเป็นแหล่งข่าว ควรใช้คำพูดว่า “โปรดรอสักครู่ ผู้บริหารจะเป็นคนให้รายละเอียดในเรื่องเหล่านี้”
3. ไม่ควรเอ่ยถึงความรุนแรงของเหตุการณ์ จำนวนและชื่อของผู้บาดเจ็บ เสียชีวิต หรือได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์
4. ไม่ควรห้ามสื่อมวลชนในการถ่ายภาพหรือทำข่าว แต่สามารถขอความร่วมมือให้อยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมเพื่อความปลอดภัยได้
5. รอรับคำแนะนำจาก Crisis Manager

ข้อปฏิบัติที่ 3 เข้าสู่กระบวนการและขั้นตอนของ Business Continuity Plan (BCP) ตามที่กำหนด

หน่วยงาน

Crisis Manager

ผู้จัดการ ชื่อ-สกุล.....โทร.....

ผู้อำนวยการ กองอาคาร ชื่อ-สกุล.....โทร.....

ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ชื่อ-สกุล.....โทร.....

ผู้รับผิดชอบระดับเขต

ผู้อำนวยการเขต ชื่อ-สกุล.....โทร.

ผู้รับผิดชอบระดับองค์กร

ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ ชื่อ-สกุล.....โทร.....

ผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร ชื่อ-สกุล.....โทร.....

วันที่รับรายงาน

เวลาที่รับรายงาน

เหตุการณ์ / วิกฤตการณ์

วันที่ / เวลา

สถานที่เกิดเหตุ

การรับรู้ (โปรดทำเครื่องหมาย ☒ หน้าตัวเลือก)

.....รับรู้เป็นการภายในรับรู้ถึงชุมชนรอบข้าง แต่ยังไม่ขยายวงกว้าง

.....มีการโพสต์ลง Social Mediaมีการโพสต์ลง Social Media และเกิดการส่งต่อ

.....รับรู้ถึงสื่อมวลชนรับรู้ถึงลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ

รายละเอียดความเสียหาย

ความเสียหายต่ออาคาร

ความเสียหายต่อทรัพย์สิน.....

ความเสียหายต่อข้อมูล

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

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

เสียชีวิต จำนวน.....ราย ได้แก่

ผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน

.....ไม่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน ยังคงปฏิบัติงานได้ตามปกติ

.....ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานไม่ต้องหยุดงานต้องหยุดงาน (เข้าแผน BCP)

.....ส่งผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง ระบุ

ผลกระทบอื่น ๆ ระบุ.....

ผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดกับภายนอก.....

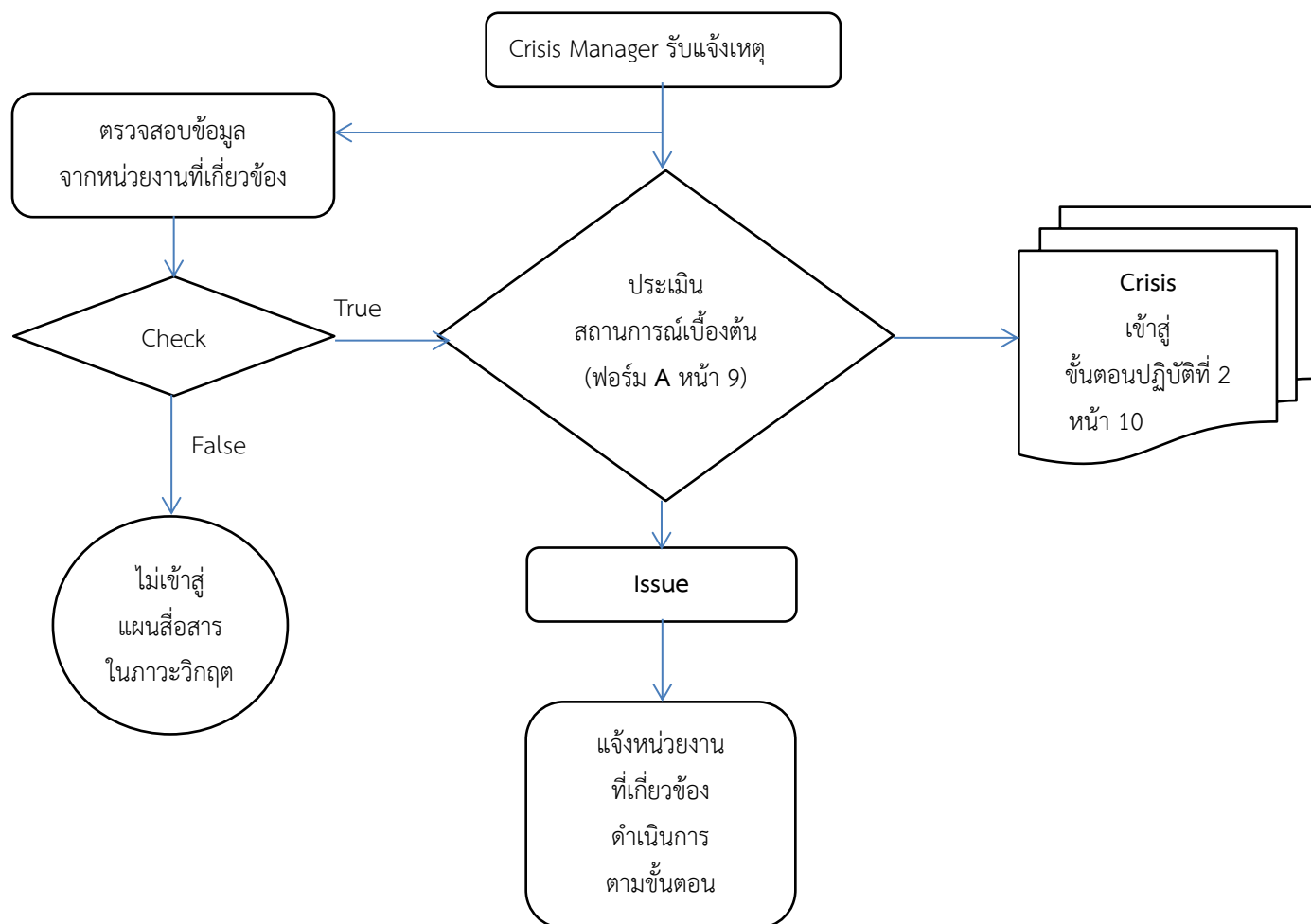
.....

.....

.....

Chapter 2

การจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤต



หมายเหตุ

Issue คือ ประเด็นปัญหาที่มักเกิดขึ้นเป็นประจำ โดยมากสามารถแก้ไขและควบคุมได้

Crisis คือ วิกฤตการณ์ มักเป็นเหตุการณ์ที่มีความรุนแรง จนอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน หรือกระทบความเชื่อมั่นต่อองค์กรและผู้บริหารได้

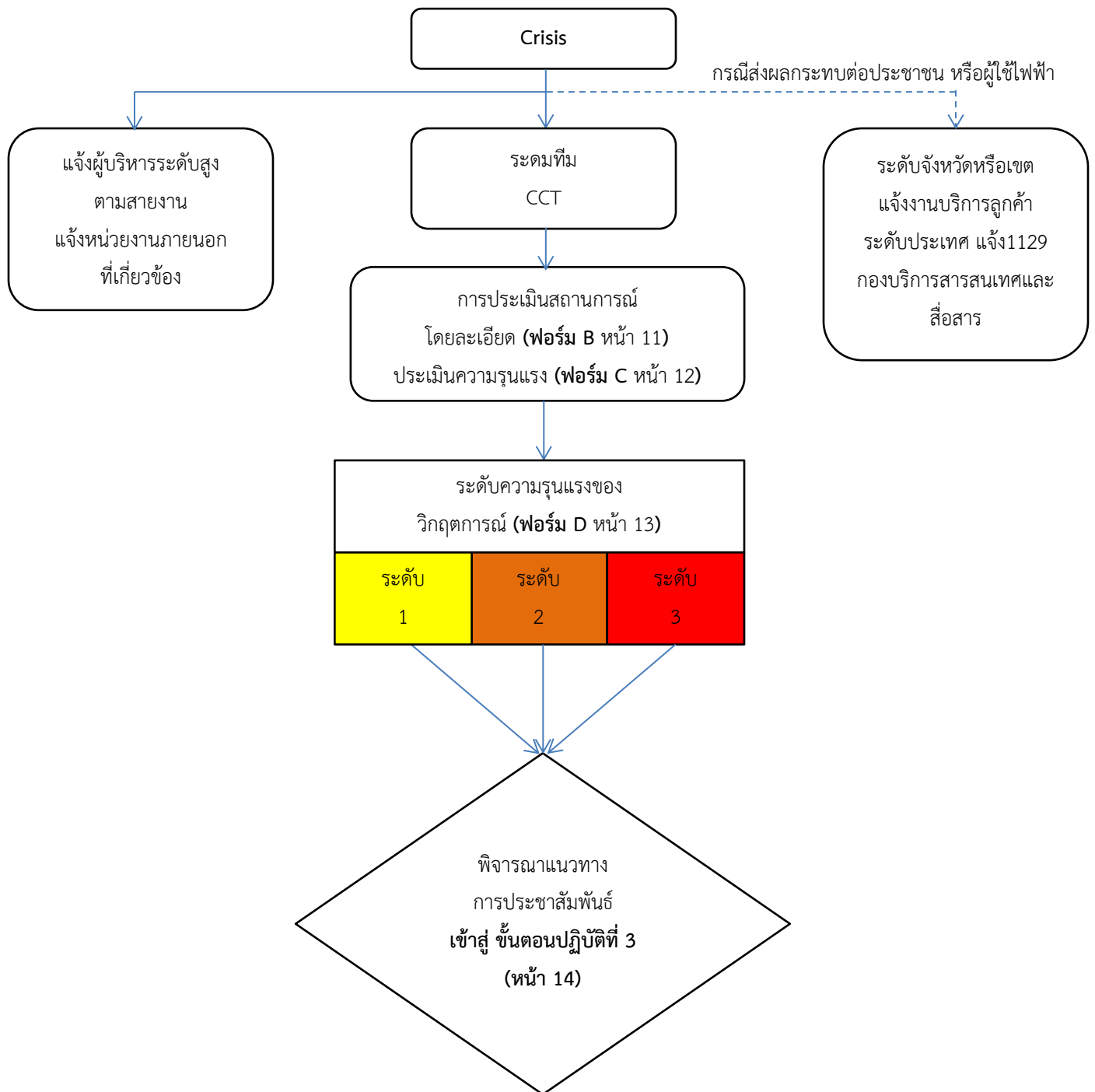


คำถามช่วยประเมินสถานการณ์เบื้องต้น

(โปรดทำเครื่องหมาย  หน้าลักษณะเหตุการณ์)

	คำถามช่วยประเมิน	
	1. เหตุการณ์ลักษณะนี้ เคยเกิดขึ้นหรือไม่	Issue
	2. เกิดขึ้นเป็นประจำหรือไม่	
	3. เคยแก้ปัญหาเหตุการณ์ลักษณะนี้ได้หรือไม่	
	4. จะเกิดการขยายผล หรือยกระดับความรุนแรงหรือไม่	Crisis
	5. ส่งผลกระทบต่อความรู้สึก และความเชื่อมั่นของลูกค้าหรือไม่	
	6. เป็นที่สนใจของสาธารณชนในวงกว้างหรือไม่	
	7. ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรหรือไม่	
	8. ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของผู้บริหารหรือไม่	

ถ้ามีข้อใดข้อหนึ่งที่อยู่ในข้อ 4-8 ถือว่าเป็น “สถานการณ์วิกฤต” ให้เข้าสู่ขั้นตอนปฏิบัติที่ 2 ในหน้า 10



การประเมินสถานการณ์ในมุมมองของประชาชน หรือผู้ใช้ไฟ

1. ความกังวลของผู้ได้รับผลกระทบ ของประชาชนหรือผู้ใช้ไฟอยู่ตรงไหน

.....

.....

.....

2. ผู้ได้รับผลกระทบ อยากได้ยื่นอะไร

.....

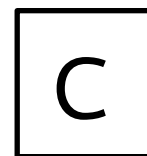
.....

.....

3 สิ่งที่ต้องประเมิน

การรับรู้	ความเสียหาย	ผลกระทบ
รับรู้เป็นการภายใน หรือภายนอก ขยายวงกว้างมาก-น้อยแค่ไหน	เกิดความเสียหายต่อบุคคล สินทรัพย์ หรือข้อมูลอย่างไร	ผลกระทบต่องาน ผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือขององค์กร

แบบประเมินความรุนแรงของวิกฤตการณ์



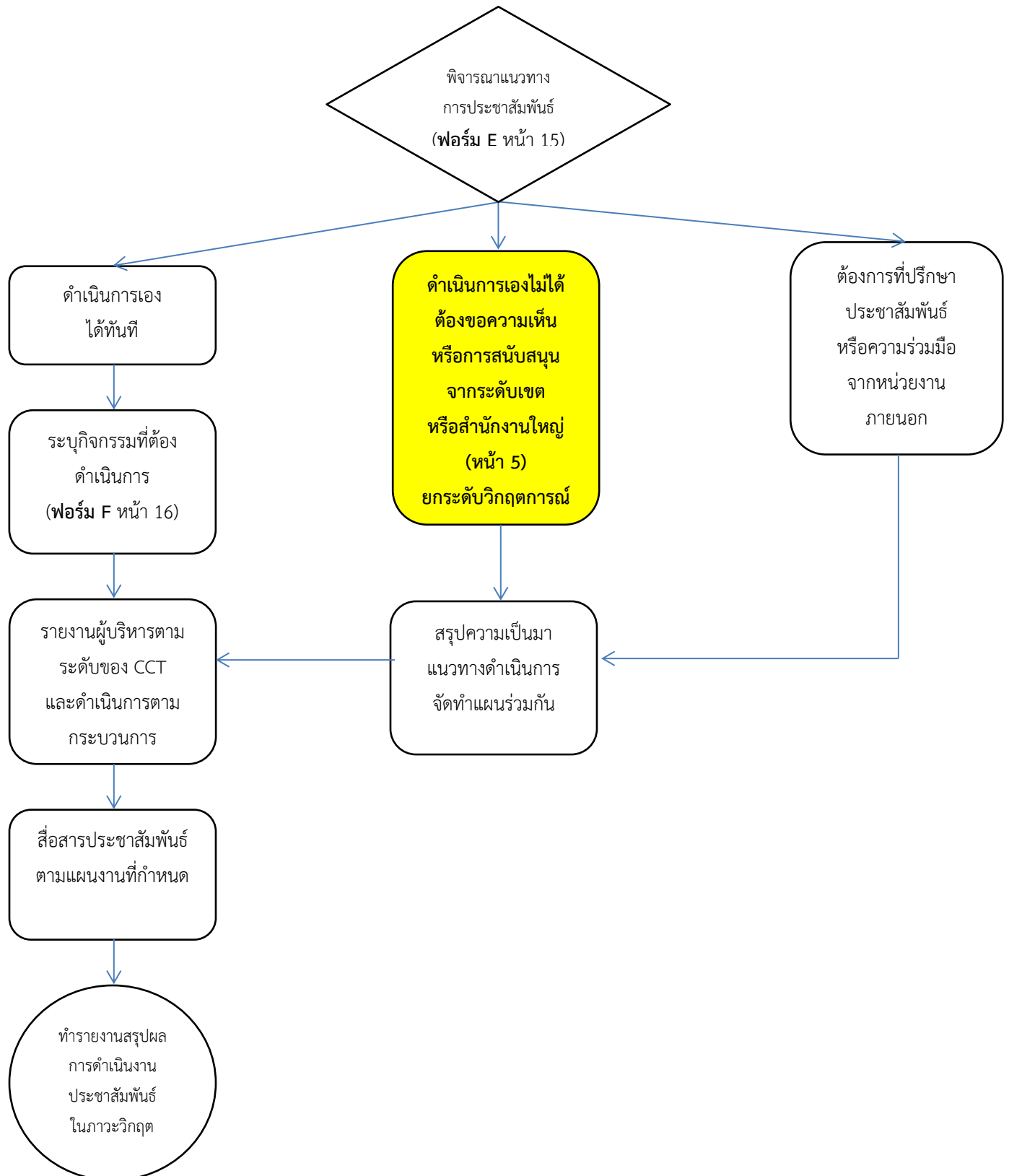
เหตุการณ์ / วิกฤตการณ์เมื่อวันที่.....เวลา.....

การรับรู้ (ใส่เลข 1 ในช่องให้ตรงกับสิ่งที่เกิดขึ้น)	ใส่เลข 1	ตัวคูณ	คะแนนความรุนแรง	ประเมินผล	
รับรู้เป็นการภายใน		$\times 1 =$		$< 3 =$ ระดับ 1 $3 - 7 =$ ระดับ 2 $> 8 =$ ระดับ 3	
รับรู้ถึงชุมชนรอบข้าง แต่ยังไม่ขยายวงกว้าง		$\times 2 =$			
มีการโพสต์ลง Social Media		$\times 2 =$			
มีการโพสต์ลง Social Media และเกิดการส่งต่อ		$\times 3 =$			
รับรู้ถึงสื่อมวลชน		$\times 3 =$			
เป็นกระแสข่าว รับรู้ถึงลูกค้า คู่ค้า พันธมิตรทางธุรกิจ		$\times 5 =$			
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	
ส่งผลกระทบต่อการทำงาน - ไม่ต้องหยุดงาน		$\times 1 =$		$< 3 =$ ระดับ 1 $3 - 7 =$ ระดับ 2 $> 8 =$ ระดับ 3	
ส่งผลกระทบต่อการทำงาน - ต้องหยุดงาน		$\times 2 =$			
ส่งผลกระทบต่อชุมชนรอบข้าง		$\times 3 =$			
ส่งผลกระทบต่อคนในวงกว้าง		$\times 5 =$			
คะแนน รวม					

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

หมายเหตุ: แบบประเมินผลกระทบฉบับนี้ เป็นเพียงเครื่องช่วยในการประเมินเท่านั้น การพิจารณาระดับความรุนแรงและผลกระทบควรกระทำควบคู่กันไป ซึ่งอาจจะคลาดเคลื่อนจากตัวเลขที่กำหนดในแบบประเมินชุดนี้ได้

วิกฤต ระดับ	สถานการณ์
1 (เหลือง)	วิกฤตการณ์เป็นการภายใน สื่อมวลชนยังไม่เกิดการรับรู้ หรือ เกิดข่าวลือแบบปากต่อปากหรือทางสื่อสังคมออนไลน์ แต่ยังไม่มีข่าวในสื่อกระแสหลัก ไม่มีผู้บาดเจ็บ หรือบาดเจ็บเล็กน้อย เพียงปฐมพยาบาล ไม่เกิดการตื่นตระหนก สามารถดำเนินงานได้ตามปกติ เอกสาร ข้อมูล ระบบ IT ไม่เสียหาย
2 (ส้ม)	มีการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อมวลชน ประชาชนเกิดความสงสัย และคาดเดาไปต่าง ๆ นานา มีคนบาดเจ็บต้องเข้ารับการรักษาจากแพทย์ หรือต้องดูอาการใกล้ชิด สถานที่ทำงาน หรืออาคารได้รับความเสียหายไม่สามารถปฏิบัติงานได้ชั่วคราว (เข้าสู่แผน BCP) เอกสารหรือข้อมูลสูญหายบางส่วน
3 (แดง)	มีการโหมกระแสเรื่องเหตุฉุกเฉินที่เกิดขึ้นในสื่อสังคมออนไลน์ และ สื่อมวลชนสายหลัก ในวงกว้าง เกิดผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรและผู้บริหาร เกิดผลกระทบ หรือมีโอกาสดังผลกระทบรุนแรงต่อชีวิตและทรัพย์สิน เกิดความกลัว ตื่นตระหนก เกิดผลกระทบต่อทรัพย์สิน หรือ ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติต้องย้ายที่ทำการชั่วคราว (เข้าสู่แผน BCP) ข้อมูลเสียหาย





คำถามเพื่อช่วยพิจารณาแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์

ข้อพิจารณา	คำถามเพื่อพิจารณา	คำตอบ / แนวทางการสื่อสาร
เนื้อหา	■ ใคร คือผู้รับสารเป้าหมายของการสื่อสาร ■ ความกังวลของผู้ได้รับผลกระทบ คืออะไร ■ อะไรควรพูด ■ อะไรไม่ควรพูด ■ เราได้ทำอะไรไปแล้วบ้าง ■ เราจะทำอะไรต่อไป ■ จะใช้เวลาเท่าไรจึงจะแก้ไขวิกฤตการณ์ได้แล้วเสร็จ	
ช่องทางการสื่อสาร	■ สื่อหรือช่องทางใดสามารถเข้าถึงผู้รับสารเป้าหมายได้ดีที่สุด	
รูปแบบวิธีการ	■ ต้องมีการแถลงข่าวหรือไม่ ใครจะเป็นผู้แถลง ■ ควรใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) คนกลาง หรือบุคคลที่สาม ในการพูดแทนหรือไม่ / คนคนนั้นคือใคร	

แนวความคิดในการสื่อสารประชาสัมพันธ์

1. อาจไม่มีความจำเป็นต้องสื่อสารใด ๆ ควรปล่อยให้เรื่องเงียบไป
2. อาจจำเป็นต้องสื่อสารกับคนภายในองค์กร เพื่อให้มีความเข้าใจ และช่วยกันบรรเทาปัญหา
3. อาจจำเป็นต้องสื่อสารโดยตรงกับผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง เพื่อป้องกันปัญหาลุกลามใหญ่โตขึ้น
4. อาจต้องสื่อสารออกไปภายนอกองค์กรในวงกว้าง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ป้องกันการตื่นตระหนก และรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร

☐ ดำเนินการเองได้ - สรุปแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต หน้า 16

☐ ดำเนินการเองไม่ได้ – กลับไปหน้า 14



ระบุกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ

(โปรดทำเครื่องหมาย ☒ หน้าตัวเลือกกิจกรรมสื่อสารที่ควรดำเนินการ)

☒	กิจกรรมสื่อสาร	ผู้รับผิดชอบ
	เข้าพบผู้ได้รับผลกระทบ	
	ติดต่อขอเข้าพบ.....เพื่อชี้แจงข้อเท็จจริง	
	สื่อสารภายในองค์กร โดยใช้ไลน์กลุ่ม (ชื่อกลุ่ม)	
	โทรหาลูกค้ารายสำคัญ	
	ไลน์กลุ่มผู้ใช้ไฟรายใหญ่ (ชื่อกลุ่ม) (ชื่อกลุ่ม)	
	ไลน์กลุ่มอื่น ๆ เช่น ผู้นำชุมชน กลุ่มราชการในจังหวัด (ชื่อกลุ่ม) (ชื่อกลุ่ม) (ชื่อกลุ่ม)	
	โพสต์หน้าเฟซบุ๊ก	
	โพสต์ทางทวิตเตอร์	
	ทำหนังสือชี้แจง (ชี้แจงใคร)	
	ส่งคำแถลงการณ์ให้สื่อมวลชน	
	เปิดแถลงข่าว เชิญสื่อมวลชนมาร่วมทำข่าว หรือสัมภาษณ์	
	ส่งผลการดำเนินงานสื่อสารในภาวะวิกฤต ให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์รับทราบ เป็นรายไตรมาส	

Chapter 3

สำหรับ Crisis Communication Team

หน้าที่	ขั้นตอนดำเนินการ
1. ประเมินสถานการณ์	● ตรวจสอบข้อมูลกับหน่วยงานที่เกิดเหตุวิกฤต ● ศึกษาการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ดูว่ากลุ่มเป้าหมายมีความกังวลเรื่องอะไร และจะคลี่คลายหรือบรรเทาความกังวลนั้นได้อย่างไร
2. กำหนดทิศทางการสื่อสาร	● กำหนดข้อความหลักในการสื่อสาร (key message) ● วางกลยุทธ์ในการสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
3. กำหนด/ร่างข้อมูลที่ใช้ในการสื่อสารแบบต่าง ๆ	● จัดทำเนื้อหา (Content) ต่าง ๆ เช่น หนังสือถึงผู้ได้รับผลกระทบ คำแถลงการณ์ ข่าวแจก รูปภาพ VDO ● ตรวจสอบความถูกต้อง แม่นยำ และความสมบูรณ์ของข้อมูล ก่อนนำเสนอต่อผู้ให้ข่าว ผู้บริหาร และสื่อมวลชน
4. เลือกผู้แทนในการให้ข่าว	● คัดเลือกผู้ให้ข่าว (Spokesperson) ที่เหมาะสม ● เตรียมพร้อมและซักซ้อมกับผู้ให้ข่าวก่อน
5. บริหารจัดการช่องทางการสื่อสารทั้งหมด	● ตรวจสอบรายนามสื่อมวลชน (Media list) ● สื่อที่มีอยู่แล้ว ● สื่อที่เผยแพร่โดยไม่เสียเงิน

ศูนย์บัญชาการ CCT ควรสามารถเข้าปฏิบัติการด้านการสื่อสารได้ แม้การปฏิบัติงานตามหน้าที่ในสภาวะปกติต้องหยุดชะงัก โดยศูนย์บัญชาการ CCT ควรมีอุปกรณ์ดังนี้

- โต๊ะประชุม หรือ War Room
- กระดาษ ปากกา/ดินสอ
- กระดานและอุปกรณ์สำนักงานอื่น ๆ
- คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและ Printer
- โทรศัพท์
- วิทยุ - โทรศัพท์ที่สามารถรับชมช่องข่าวต่าง ๆ ได้
- เครื่องถ่ายเอกสาร

ให้ดำเนินการจัดเตรียมเอกสาร ตามความจำเป็นและความเหมาะสมของแต่ละสถานการณ์ ดังนี้

1. ข้อความ และแนวทางปฏิบัติสำหรับแจ้งให้พนักงานภายในองค์กรถือปฏิบัติตาม
2. คำแถลงการณ์ (Media Statement)
3. จดหมายแจ้งหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง และ สื่อมวลชน
4. ข่าวเผยแพร่ (News 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

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

1. ตรวจสอบรายชื่อและหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อสื่อมวลชน (Media list) และคัดเลือกสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้อง
2. หากมีความจำเป็น ให้แจ้งสื่อมวลชน ว่าจะมีการแถลง หรือประชาสัมพันธ์ออกมาเมื่อไหร่
3. รับข้อสอบถามจากสื่อมวลชน เพื่อนำมาเตรียมข้อมูลสำหรับการชี้แจงรายละเอียดเพิ่มเติม
4. ให้การต้อนรับสื่อมวลชนอย่างเป็นกันเอง จัดหาสถานที่พักรอและน้ำดื่มให้ตามความเหมาะสม
5. ระวังในการพูดและสื่อสาร เพราะสื่อมวลชนอาจนำไปอ้างเป็นแหล่งข่าว ควรตอบกลาง ๆ ว่า โปรดรอสักครู่ เดี่ยวผู้บริหารจะเป็นคนให้รายละเอียดในเรื่องเหล่านี้
6. ไม่ควรเอ่ยถึงความรุนแรงของเหตุการณ์ จำนวนและชื่อของผู้บาดเจ็บ เสียชีวิต หรือได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์
7. ไม่ควรห้ามสื่อมวลชนในการถ่ายภาพหรือทำข่าว แต่สามารถขอความร่วมมือให้อยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมเพื่อความปลอดภัยได้

คำแถลงการณ์

คำแถลงการณ์ หรือ Media Statement เป็นการสื่อสารทางเดียวเพื่อบอกเล่าในสิ่งที่ต้องการสื่อสาร ด้วยใจความสั้น ๆ ใช้ภาษาที่เป็นกลาง ไม่ควรเกิน 1 หน้า เป็นสิ่งที่มักใช้เป็นอันดับต้น ๆ เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน หรือวิกฤต ที่อาจส่งผลกระทบในทางลบต่อองค์กร หากเป็นความผิดของเรา ให้ขอโทษ และแสดงถึงความตั้งใจจริงที่จะรับผิดชอบต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แสดงความเห็นอกเห็นใจ ห่วงใย ให้คิดถึงว่าหากเป็นผู้ได้รับผลกระทบ เราต้องการได้ยินเรื่องอะไร และเห็นการกระทำอย่างไรต่อไป และสรุปถึงแผนที่จะดำเนินการในอนาคต ปิดท้ายด้วยการระบุเลขหมายในการติดต่อ หรือ Call Center

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 ข้อเสนอจากบุคคลภายนอกหรือสื่อมวลชน โปรดตอบว่า ท่าน ผวก.จะเป็นผู้แถลงรายละเอียดด้วยตนเอง สอบถามความคืบหน้าได้ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ หมายเลขโทรศัพท์.....”

แนวทางคำพูด ในการต้อนรับสื่อมวลชน

- พี่ครับ/คะ กรณารอตรงนี้สักครู่ เดี่ยวผู้จัดการจะเป็นผู้ให้ข่าวเองครับ/ค่ะ
- ต้องขอประทานโทษด้วยครับ/ค่ะ ผม/ดิฉัน ไม่สามารถให้รายละเอียดได้จริง ๆ เดี่ยวผู้จัดการจะเป็นผู้ให้ข่าวเองครับ/ค่ะ
- พี่ครับ/คะ พื้นที่ตรงนี้ เป็นเขตที่ช่างกำลังปฏิบัติหน้าที่ ขออนุญาตให้พี่เปิดทางให้เจ้าหน้าที่ หรือขยับไปตรงนั้นจะปลอดภัยกว่านะครับ/คะ ต้องขอโทษด้วย เพราะเป็นกฎทางด้านความปลอดภัยครับ/ค่ะ

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.....(แก้ไขปัญหา).....อย่างเร่งด่วนที่สุด

วิธีการเขียนคำแถลงการณ์ (กรณีไฟฟ้าดับจากหน่วยงานอื่น)

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

ผู้ให้ข่าวหรือโฆษก คือตัวแทนขององค์กรที่มีหน้าที่ในการให้ข่าวกับสื่อมวลชน ชี้แจงข้อเท็จจริง ตอบข้อซักถาม สื่อมวลชน อำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นผู้ช่วยให้สื่อมวลชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้เกี่ยวข้อง ได้เข้าใจและสัมผัสเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริง อาจเป็นผู้บริหารสูงสุด หรือผู้บริหารระดับสูง ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ หรือในกรณีไม่ใช่ผู้บริหารสูงสุด จะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่เป็นกั้นคนให้ผู้บริหารสูงสุดด้วย

คุณสมบัติของผู้ให้ข่าว

- เป็นที่น่าเชื่อถือของคนในองค์กร
- สามารถให้สัมภาษณ์และตอบคำถามได้ดี ไม่ว่าจะเป็นกับกลุ่มสื่อมวลชน ผู้เกี่ยวข้อง และ/หรือ พนักงานขององค์กร
- สามารถพูดเป็นภาษาง่าย ๆ ที่คนทั่วไปเข้าใจ ไม่ใช่ศัพท์เฉพาะในวงการ หรือศัพท์เทคนิค
- เคารพในบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน
- รอบรู้เรื่องขององค์กรและธุรกิจ
- รอบรู้ในวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น
- มีบุคลิกภาพดี สามารถสร้างความเชื่อถือและมั่นใจให้กลุ่มผู้รับสารได้
- จริงใจ ตรงไปตรงมา
- เป็นผู้มีความประพฤติดี สามารถควบคุมอารมณ์ความรู้สึกได้ภายใต้สถานการณ์ที่อ่อนไหว

ข้อปฏิบัติ

พูดทั้งหมด สื่อสารอย่างรวดเร็ว พูดความจริง
อย่าพยายามปกปิด ซ่อนเร้น หรือปิดบังความจริง

ข้อควรปฏิบัติ สำหรับผู้ให้ข่าว (ต่อ)

- ตอบให้ตรงประเด็น
- หากมีข้อมูลไม่จริง เป็นข่าวลือ ให้ปฏิเสธ
- ถ้าสื่อใช้คำผิดให้แก้ไขทันที
- ต่อย้ำข้อความหลักที่ต้องการสื่อสาร
- พยายามตอบคำถามสื่อมวลชนที่อยู่ในขอบเขตหน้าที่ที่ตอบได้ แต่ต้องพยายามวกกลับมายังข้อความหลักที่ต้องการสื่อสารด้วย
- ตอบให้ครบถ้วน อย่าให้สื่อมวลชนตบตบในกรณีที่จะทำให้ข้อมูลที่ต้องการสื่อสารไม่ครบถ้วน
- แยกแยะระหว่างข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น
- ระมัดระวังในการแสดงความคิดเห็น
- ระมัดระวังการพูดคุยกับสื่อมวลชนเวลาสนทนานอกรอบ

ข้อควรหลีกเลี่ยง ไม่ควรปฏิบัติ ของผู้ให้ข่าว

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

รายการ	✓	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
งานเอกสาร			
คำแถลงการณ์			
ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เอกสารนำเสนอ			
สคริปต์พิธีกร			
คำแถลงข่าว และ Bullet Point			
ข่าวแจก			
เอกสารข้อเท็จจริง (Fact sheet)			
เอกสาร หรือ ข้อมูลประกอบอื่น ๆ			
งานสถานที่			
สถานที่แถลงข่าว			
เวที ข้อความบนเวที โต๊ะแถลง ป้ายชื่อ			
เครื่องขยายเสียง จอภาพ เครื่องฉายภาพ			
การจัดเก้าอี้ที่นั่ง			
มุมให้สัมภาษณ์			
โต๊ะลงทะเบียนสื่อมวลชน			
อาหาร เครื่องดื่ม			
งานสื่อมวลชน			
Media list			
เชิญสื่อมวลชน			
โทรยืนยัน			
แฟ้มลงทะเบียน ป้ายสื่อมวลชน			
บุคลากร			
ผู้แถลงข่าว และผู้ให้ข้อมูลรายละเอียด			
พิธีกร			
เจ้าหน้าที่ต้อนรับสื่อมวลชน			
ช่างภาพ			
ผู้ประสานงาน			