



Crisis Management

อาจารย์สุวิตา พฤษภากรณ์

Crisis Management

ภาวะวิกฤติ

คือ สภาพของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่เป็นปกติทั่วไป และสถานการณ์วิกฤติจะเป็นตัวบ่งชี้ว่าองค์กรจะมีความพร้อมในการรับมือและจัดการกับวิกฤติให้ผ่านพ้นไปได้อย่างไรโดยไม่เกิดความวุ่นวายหรือเกิดผลเสียหายต่อองค์กร

คำแนะนำในการจัดการกับภาวะวิกฤติ คือ เตรียมแผนฉุกเฉินไว้ล่วงหน้า ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง มีการประสานอย่างทันทีและชัดเจน เมื่อจะต้องดำเนินการตัดสินใจ ไม่เพียงแค่พิจารณาแต่การสูญเสียในระยะสั้น แต่มุ่งเน้นไปยังผลกระทบในระยะยาวด้วย



พิชิตวิกฤตอย่างไร...ให้ได้ใจลูกค้า

ไม่เพียงแต่เร็ว แต่ต้องสามารถเรียกความเชื่อมั่นจากลูกค้าให้กลับคืนมาให้ได้

ที่มาของวิกฤตสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. วิกฤตที่เกิดขึ้นแบบฉับพลันทันด่วน
2. วิกฤตที่เกิดจากเหตุการณ์เล็กๆ แต่ไม่ควบคุมให้ดีจนลุกลามกลายเป็นปัญหาใหญ่



Tipping Point

ตัวอย่างของกรณีศึกษา

ไม่ว่าข้อเท็จจริงของปัญหาจะเกิดจากความผิดพลาดของบริษัทผู้ผลิตเอง หรือเป็นความเข้าใจผิดของผู้บริโภค หรือถูกกลั่นแกล้งจากใครก็ตาม แต่เมื่อปัญหาได้แปรเปลี่ยนเป็นวิกฤตแล้ว คนแรกๆ ที่ควรออกมาแล้วมีน้ำหนักต่อการให้ข่าวมากที่สุด คือ **ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร**

ขั้นตอนการเตรียมการ ก่อนเกิด Crisis

1. Risk Awareness – รับทราบความเสี่ยง
2. Risk Assessment – ประเมินความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับเหตุการณ์โดยการใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้น
3. Planing – วางแผนรับมือ คิดผลที่จะเกิดขึ้นแต่ละกรณีและวิธีรับมือเป็นลำดับขั้น
4. Organization – จัดทีมรับมือดำเนินการตามแผนที่วางไว้
5. Command & Control – มีระบบบัญชาการ ควบคุม ประสานงาน เมื่อถึงเวลาต้องมีหัวหน้าหรือผู้นำทีมที่ดี
6. Implement of Plan – ซักซ้อมสถานการณ์



4 ขั้นตอนแก้ไขวิกฤต



1. Quick Response

การตอบสนองต่อสังคมอย่างรวดเร็วที่สุด โดยเฉพาะการกระทำในลักษณะกล่าวขอโทษ ต่อผู้ได้รับความเสียหาย ลูกค้า และประชาชน ทั่วไป



2. Care Voice



หรือการใส่ใจในทุกเสียงของผู้บริโภค ควรรับฟังทุกคำเสนอแนะที่มาจากผู้บริโภค



3. Control Game

การควบคุมสถานการณ์ให้ได้ การควบคุมสถานการณ์ไม่ใช่การควบคุมสื่อมวลชน แต่ควรมีจังหวะที่ถูกต้องในการนำเสนอข่าวสารอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

DATA JOURNALISM

- กระบวนการการนำเสนอข้อเท็จจริงเชิงประจักษ์
- ใช้ข้อมูลเป็นแกนหลักในการเล่าเรื่อง
- ใช้ระเบียบวิธีจัดการข้อมูลแบบมีโครงสร้าง



4. Solution Oppose

Honda ทุบเพื่อสร้างแบรนด์

By admin - January 25, 2012

Share on Facebook

Tweet on Twitter

G+

Pin



การทุบทำลายรถยนต์ยี่ห้อ Honda ในปี 2554 มีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับเหตุการณ์ทุบรถยนต์ยี่ห้อ Honda CR-V รุ่น 2 ที่เจ้าของรถใช้ค้อนกระหน่ำไปที่กระจกรถจนกระจกรถแตกยับเยิน ด้วยอาการโกรธและผิดหวังที่รถยนต์ยี่ห้อ Honda ไม่ได้รับผิดชอบปัญหาของรถที่เกิดขึ้น

Add a footer

เสนอแนวทางแก้ไขวิกฤต ต้องเร่งสร้างความเข้าใจกับสื่อมวลชน และผู้บริโภค และผู้บริหาร ควรแสดงความรับรู้เมื่อมีปัญหาใดๆ เกิดขึ้น ดังนั้น การติดตามข่าวสารทุกวันในช่วงวิกฤต จึงเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อรับมือกับปัญหาได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด

คุณสมบัติของผู้นำที่จะพาองค์กรพ้นวิกฤต



1. ผู้นำจะต้องมีสติ

ผู้นำที่ดีนั้นจะมีสติสามารถควบคุมตนเองให้สงบเยือกเย็นซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นสู่ปัจจัยอื่นๆ ที่ผู้นำต้องทำในภาวะวิกฤต



2. ผู้นำต้องรู้จักใช้การสื่อสารให้เป็นประโยชน์

ภาพที่ผู้นำจะต้องสื่อออกไป คือภาพของควมมีสติและเยือกเย็น ผู้นำจะต้องสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน ตรงประเด็น และภายใต้เวลาที่เหมาะสม (เร็วเกินไปก็ไม่ดี ช้าเกินไปก็ไม่ได้)



3. ผู้นำต้องมีการตัดสินใจ และการกระทำที่รวดเร็วแต่ไม่ร้อนรน

ผู้นำจะต้องเป็นผู้ชี้แนะถึงแนวทางในการแก้ไขหรือก้าวข้ามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น การตัดสินใจและการกระทำต่างๆ นั้นจะต้องเป็นไปด้วยความรวดเร็วให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ขณะเดียวกัน ความรวดเร็วดังกล่าวก็ไม่ใช่การตัดสินใจที่ร้อนรนขาดการไตร่ตรองที่รอบคอบ



4. บริหารความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ผู้นำย่อมไม่ต้องการทำให้ทุกคนตกใจ หรือตื่นกลัวจนเกินเหตุ แต่ขณะเดียวกันก็ไม่ได้ต้องการให้ทุกคนสบายใจจนประมาท ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้นำที่จะรู้จักที่จะสื่อสารและบริหารความคาดหวังของทุกๆ คน ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของขนาด ขอบเขตของความรุนแรง หรือความเสียหายที่จะเกิดขึ้น



5. ผู้นำต้องเปิดหูและเปิดใจรับฟังข้อมูลอย่างรอบด้าน

ผู้นำควรรับฟังปัญหาจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา มากที่สุด ซึ่งไม่ใช่ผู้อยู่สูงสุดขององค์กรแต่เป็น ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในแนวหน้า ดังนั้นการที่ผู้นำ สามารถเปิดใจรับฟังความคิดเห็นและข้อมูล จากรอบด้าน จึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็น เพื่อ ประกอบการตัดสินใจเพราะในสถานการณ์ วิกฤต และต้องอาศัยความร่วมมือจากหลาย ฝ่ายที่มีความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกันในการ แก้ไขปัญหา



6. ปรับตัวอย่างรวดเร็ว

เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนไป หรือมีข้อมูลใหม่มากขึ้น ผู้นำจะต้องเปลี่ยนและปรับการตัดสินใจได้ตลอดเวลา

จับตา “โจทย์หนัก” ธุรกิจไทยปี 2563



ปี 2563
เงินบาทมีค่าเฉลี่ยรายปี

แข็งค่า

กว่าปี 2562



ภัยแล้งปี 2563 จะมีภาวะ
แล้งรุนแรง กว่าปี 2562

การปรับขึ้น **ค่าจ้างขั้นต่ำ**

จะเพิ่มต้นทุนแรงงานเฉลี่ย **0.3%**



จำนวน
นักท่องเที่ยวต่างชาติ
จะ **ลดลง**
2-3%



ธุรกิจท่องเที่ยว

จะกระทบจาก
**ภาวะเศรษฐกิจ
การแข่งขัน
และค่าเงิน**



ธุรกิจเกษตร

จะกระทบทั้ง
**ค่าเงินบาทแข็ง
ภัยแล้ง
และค่าแรง**



7. ผู้นำต้องเป็นผู้ให้มุมมอง และตัดสินใจในภาพใหญ่ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งองค์กรได้

ความหมายของการตัดสินใจ

- การตัดสินใจ(Decision Making) – การพิจารณาเลือกทางเลือกที่มีอยู่มากกว่า 1 ทางเลือก
- การตัดสินใจสามารถจำแนกได้เป็น 3 ชนิด คือ
 - การตัดสินใจภายใต้ความแน่นอน
(Decision making under condition of certainty)
 - การตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง
(Decision making under condition risk)
 - การตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน
(Decision making under uncertainty)



องค์กรอยู่ได้ เราอยู่รอด



Thank You