

กลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤตของสถาบันอุดมศึกษาในสถานการณ์ แพร่ระบาด COVID-19 กรณีศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Crisis Communication Strategies of Higher Education Institution in the Covid-19 Epidemic A Case Study of Dhurakij Pundit University

วันที่ได้รับบทความ 5 กุมภาพันธ์ 2564

วันที่แก้ไขบทความ 10 เมษายน 2564

วันที่ตอบรับบทความ 10 เมษายน 2564

ทันทกานต์ ดวงรัตน์*

Thanthakarn Duangratana

การดา ร่มพุ่ม**

Karada Ruampum

ณัทรสิริ สิริปัญญาธนกิจ***

Natthasith Siripunyathanakij

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งเสนอการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤต
ของสถาบันอุดมศึกษา กรณีศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ซึ่งมีความเสี่ยงสูง

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่
กรุงเทพฯ 10210 โทร. 02-954-7300 ต่อ 278

Assistant Professor, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, 110/1-4 Pracha-
chuen Road, Laksi, Bangkok, Thailand. Tel: 02-954-7300 ext. 278 e-mail thanthakarn@dpu.ac.th

** อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ
10210 โทร. 02-954-7300 ต่อ 327

Lecturer, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, 110/1-4 Prachachuen
Road, Laksi, Bangkok, Thailand. Tel: 02-954-7300 ext. 327 e-mail karada.rua@dpu.ac.th

*** อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ
10210 โทร. 02-954-7300 ต่อ 749

Lecturer, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, 110/1-4 Prachachuen
Road, Laksi, Bangkok, Thailand. Tel: 02-954-7300 ext. 749 e-mail natthasith.sir@dpu.ac.th

ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัยที่มีสัดส่วนนักศึกษาชาวเงินมากที่สุดในประเทศไทย ทั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ภายใต้แนวทางการสื่อสารภาวะวิกฤต 8 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเข้าควบคุมสถานการณ์ 2) การรวบรวมข้อมูลให้มากที่สุด 3) การจัดตั้งศูนย์การจัดการภาวะวิกฤต 4) การสื่อสารให้ทันเหตุการณ์และสม่ำเสมอ 5) การเข้าใจพันธกิจของสื่อมวลชนในช่วงภาวะวิกฤต 6) การสื่อสารโดยตรงกับผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ 7) การตระหนักว่าธุรกิจต้องดำเนินต่อ และ 8) การเตรียมแผนเพื่อป้องกันหรือหลีกเลี่ยงวิกฤตอื่นที่เกิดขึ้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่ามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้ดำเนินการทั้ง 8 ขั้นตอนครบถ้วน โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1. การตัดสินใจที่รวดเร็วฉับไวภายใต้ฐานข้อมูลที่ครบถ้วน 2. การใช้เนื้อหาเดียวผ่านผู้ให้ข้อมูลเพียงบุคคลเดียว และ 3. การใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม นำมาซึ่ง

ผลสัมฤทธิ์ในการสื่อสารภาวะวิกฤต โดยมีข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้ ดังนี้ 1. ผู้มีหน้าที่สื่อสารหลักควรเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสารอย่างดีเยี่ยม และเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ 2. กำหนดเนื้อหาสารให้ชัดเจน และนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจ 3. ใช้ช่องทางการสื่อสารแบบผสมผสานเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม 4. ควรจัดเก็บข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นกลุ่มผู้รับสารอย่างเป็นระบบ สำหรับข้อเสนอแนะเชิงวิชาการในการศึกษาครั้งต่อไปมีดังนี้ 1. ควรศึกษาองค์กรประเภทอื่นๆ ที่หลากหลาย 2. นำแนวคิดการสื่อสารร่วมสมัย เช่น การเล่าเรื่องข้ามสื่อ วารสารศาสตร์ข้อมูล ฯลฯ มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ และ 3. ศึกษาผลที่เกิดกับผู้รับสาร

คำสำคัญ: การสื่อสารภาวะวิกฤต / สถาบันอุดมศึกษา / โควิด 19 / ไวรัสโคโรนา 2019

Abstract

This academic article focuses on the analysis of crisis communication strategies of Dhurakij Pundit University, which is at high risk during the 2019 coronavirus epidemic as it is the university with the most Chinese students in Thailand. An analysis based on the concept of crisis communication in 8 steps: 1) getting control of the situation, 2) gathering as much information as possible, 3) setting up a centralized crisis management center, 4) communicating early and often, 5) understanding the media's mission in crisis, 6) communicating directly with affected constituents, 7) remembering that business must continue, and 8) making plans to avoid another crisis immediately. The study found that Dhurakij Pundit University has followed all 8 steps completely. There are three important strategies: speedy decision making under a complete database, use of single content through a single contributor, and using various communication channels to reach all target groups, bring success in crisis communication. Suggestions for educational institutions are; 1. Key communicators should be those with excellent communication skills and those who have the ability to make quick and effective decisions. 2. Determine the substance content clearly and present it in an interesting format. 3. Use integrated communication channels to reach all target groups. 4. The information of the stakeholders should be systematically stored. Recommendations for the next study are as follows: 1. Should study a variety of other organizations

2. Adopt contemporary communication concepts such as transmedia storytelling, data journalism and data journalism. Etc., as a framework for analysis and 3. Study the effects on the receivers.

Keywords: crisis communication / higher education institution / COVID-19 / coronavirus disease 2019

บทนำ

เมื่อปลายเดือนธันวาคม พ.ศ.2562 มีรายงานผู้ป่วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ซึ่งเป็นไวรัสสายพันธุ์ใหม่มีต้นกำเนิดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ต่อมามีการแพร่ระบาดไปยังประเทศอื่นๆ อย่างรวดเร็ว และองค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ประกาศให้เป็นการระบาดใหญ่ทั่วโลก (pandemic) เมื่อวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ.2563 (สุขสันต์ จิตติมณี, 2563)

สำหรับในประเทศไทยนั้น เริ่มมีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มาตั้งแต่ช่วงต้นเดือนมกราคม พ.ศ.2563 โดยในระยะแรกกระแสความน่ากลัวยังไม่ถูกกล่าวถึงในสื่อไทยสักเท่าไรนัก ส่วนใหญ่เป็นการกล่าวถึงบนอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ (กอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช, ศิวารถ หงส์ประยูร, และพันธกานต์ ทานนท์, 2563) อย่างไรก็ตาม หลังจากตรวจพบผู้ป่วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นอกประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นรายแรกของโลกในประเทศไทย เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ถูกตรวจพบในวันที่ 12 มกราคม พ.ศ.2563 กระแสความสนใจจากสื่อมวลชนและการรายงานข่าวก็เพิ่มสูงขึ้น จากนั้นได้ตรวจพบผู้ติดเชื้อคนไทยคนแรกมีอาชีพขับแท็กซี่รับนักท่องเที่ยวในวันที่ 31 มกราคม พ.ศ.2563 การระบาดเริ่มต้นในกรุงเทพมหานคร ในแหล่งที่มีกลุ่มเสี่ยง

เช่น นักท่องเที่ยว ย่านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับคนต่างชาติ กลุ่มคนที่เดินทางระหว่างประเทศ ฯลฯ ก่อนจะมีการติดเชื้อครั้งใหญ่จากสนามมวย และนำไปสู่การกระจายไปในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ

จากกรณีการแพร่ระบาดดังกล่าวนับเป็นหนึ่งในสถานการณ์ที่ยกระดับความรุนแรงสู่ “ภาวะวิกฤต” ตามที่ Covello (อ้างถึงใน ฉัตรปวีณ์ จรสุรวัฒน์, 2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ภาวะวิกฤต หมายถึงการเข้าสู่ภาวะที่จำเป็นต้องเข้าไปจัดการเพื่อหลีกเลี่ยงหรือแก้ไขความเสียหายที่เกิดขึ้น หรือวิกฤตทางด้านความปลอดภัยสิ่งแวดล้อมหรือสุขภาพซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้าก่อให้เกิดภาวะคุกคามโดยไม่ว่าจะเป็นความจริงหรือทำให้รับรู้ว่าเป็นความไม่ปลอดภัยในด้านต่าง ๆ มีผลต่อภาพลักษณ์หรือความเชื่อถือในองค์กรหรือก่อให้เกิดการฟ้องร้องทางกฎหมาย ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และภาพลักษณ์

สอดคล้องกับที่เสรี วงษ์มณฑา (อ้างถึงใน วิภคฉนัญญ์ นิมิตรพันธ์ และศิริ จันทรา พลกนิษฐ, 2560) ได้ระบุไว้ว่า สำหรับองค์กรธุรกิจ ภาวะวิกฤตคือเหตุการณ์ใดก็ตามที่ส่งผลเสียหายอย่างรวดเร็วและรุนแรงต่อกระบวนการ การดำเนินงาน ผลประกอบการ พนักงาน ตลอดจนชื่อเสียงขององค์กร หรือส่งผลกระทบทางใดทางหนึ่งต่อองค์กร ผู้บริหารขององค์กรที่ตกอยู่ในภาวะวิกฤต ต้องเป็นผู้ดำเนินการและตัดสินใจอย่างถูกต้อง รวดเร็ว เพื่อหาสาเหตุ ควบคุมสถานการณ์ และแก้ไขปัญหาให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุด

ทั้งนี้ เมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้นแล้ว แม้ว่าผู้บริหารองค์กรต้องรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ที่มาพร้อมกับวิกฤตนั้นอย่างเต็มที่ แต่ผู้บริหารต้องระลึกว่ายังคงต้องบริหารงานให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้ต่อไปอย่างต่อเนื่องด้วย (Welch & Welch, 2005 อ้างถึงใน อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์, 2552)

สถาบันอุดมศึกษาซึ่งเป็นแหล่งรวมของนักวิชาการ นักบริหารจัดการ

ภาวะวิกฤตได้ตระหนักถึงภาวะวิกฤตนี้และในแต่ละสถาบันต่างมีรูปแบบการสื่อสารในภาวะวิกฤตตามบริบทของแต่ละองค์กรซึ่งเป็นการบริหารจัดการภาวะวิกฤตที่ไม่เคยเกิดขึ้นในโลก และแต่ละมหาวิทยาลัยได้สื่อสารภาวะวิกฤตภายใต้แนวทางที่แตกต่างกันตามบริบทของแต่ละองค์กร อาทิ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล ฯลฯ ทำการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยอย่างเท่าทันสถานการณ์

นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนต่าง ๆ ก็ได้ดำเนินการในเรื่องนี้อย่างทันท่วงที เป็นผู้นำในการสร้างความตระหนักรู้และเตรียมความพร้อมให้กับผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญส่งผลให้ประเทศไทยสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ระลอกแรก ได้ดีในลำดับต้น ๆ ของโลก

ขั้นตอนการสื่อสารภาวะวิกฤต

ภายใต้แนวคิดที่หลากหลายเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤต Argenti (2009) ได้เสนอขั้นตอนการสื่อสารในภาวะวิกฤต (crisis communication) ไว้ในหนังสือ Corporate Communication ประกอบไปด้วยการดำเนินการ 8 ขั้นตอน ดังนี้

1) การเข้าควบคุมสถานการณ์ (get control of the situation) เป็นขั้นตอนแรกที่ต้องดำเนินการ ผู้บริหารการสื่อสารต้องบ่งชี้ปัญหาให้เร็วที่สุดภายใต้ข้อมูลที่เชื่อถือได้ วางแนวทางการสื่อสารว่าจะไปในทิศทางใด กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการสื่อสารที่ชัดเจน

2) การรวบรวมข้อมูลให้มากที่สุด (gather as much information as possible) ทำความเข้าใจปัญหาด้วยการรวบรวมข้อมูลจากหลากหลายแหล่งในเวลาอันรวดเร็ว คัดกรอง และเลือกใช้ให้เหมาะสม

3) การจัดตั้งศูนย์การจัดการภาวะวิกฤต (set up a centralized crisis management center) เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการบริหารการสื่อสารเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารและส่งสารออกสู่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรมีพื้นที่สำหรับสื่อมวลชน รวมทั้งอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็น

4) การสื่อสารให้ทันเหตุการณ์และสม่ำเสมอ (communicate early and often) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเปิดเผยได้ให้เร็วที่สุดเท่าที่ทำได้ หลีกเลี่ยงข้อมูลที่จะทำให้ผู้เกี่ยวข้องเกิดความตระหนก

5) การเข้าใจพันธกิจของสื่อมวลชนในช่วงภาวะวิกฤต (understand the media's mission in crisis) องค์กรต้องเข้าใจว่าสื่อมวลชนปฏิบัติงานในภาวะการแข่งขันสูง จำเป็นต้องอำนวยความสะดวกด้วยการให้ข้อมูลที่ครบถ้วน ชัดเจน

6) การสื่อสารโดยตรงกับผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ (communicate directly with affected constituents) องค์กรต้องสื่อสารโดยตรงกับผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่จะถูกส่งต่อออกไปมีความถูกต้องไม่คลาดเคลื่อน

7) ตระหนักว่าธุรกิจต้องดำเนินต่อ (remember that business must continue) ผู้บริหารองค์กรต้องตระหนักว่า แม้จะเกิดภาวะวิกฤตขึ้นกับองค์กร แต่ในขณะเดียวกันธุรกิจก็ต้องดำเนินต่อไป กิจกรรมต่างๆ ที่วางแผนไว้แต่เดิมจะต้องถูกประเมินว่ากิจกรรมใดยังคงต้องทำต่อ กิจกรรมใดจะต้องชะลอไว้ ทั้งนี้ผู้บริหารต้องการประเมินสถานการณ์อย่างรวดเร็วฉับไว

8) การเตรียมแผนเพื่อป้องกันหรือหลีกเลี่ยงวิกฤตอื่นที่เกิดขึ้นทันที (make plans to avoid another crisis immediately) แม้วิกฤตที่เกิดขึ้นจะจบลง หน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องไม่นิ่งนอนใจ ต้องเรียนรู้จากประสบการณ์เพื่อวางแผนทางป้องกัน แก้ไข วิกฤตครั้งใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

จากแนวคิดข้างต้น หากองค์กรได้ดำเนินการรับมือกับภาวะวิกฤตอย่าง

ครบถ้วนทั้ง 8 ขั้นตอน องค์กรจะสามารถสื่อสารภาวะวิกฤตอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในมุมมองการสื่อสาร การเตรียมการรับมือ และการพัฒนาไปสู่การป้องกันไม่ให้เกิดการดำเนินการที่ผิดพลาดในอนาคต (อิสริย์ อัครสุพิชญ, 2556)

นอกจากนี้ Argenti (อ้างถึงใน กุลทิพย์ ศาสตรระจุ และทัศนทานต์ ดวงรัตน์ 2557) ได้กล่าวว่ากลยุทธ์การสื่อสารองค์กรจะต้องคำนึงถึงปัจจัย 3 องค์ประกอบ คือ 1) องค์กรเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งข้อมูล 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหมายถึงคนหรือกลุ่มคนที่เป็นผู้รับสาร และ 3) สารหรือภาพลักษณ์ที่ส่งออก จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ทั้ง 3 องค์ประกอบมีส่วนสำคัญและเกี่ยวข้องในการสื่อสารภาวะวิกฤตอย่างมีอาจหลีกเลี่ยง

เมื่อพิจารณาองค์กรการศึกษาในระดับอุดมศึกษา อันได้แก่มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในประเทศไทย ซึ่งเป็นสถานที่ซึ่งมีความเสี่ยงต่อการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เนื่องจากเป็นสถานที่ซึ่งบุคลากรทางการศึกษาและนักศึกษาจำนวนมากต้องมารวมตัวกันในการเรียนการสอน อีกทั้งยังมีบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นที่มาของบทความวิชาการนี้ที่จะวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษาในภาวะวิกฤตที่เผชิญร่วมกันเป็นครั้งแรกของโลกอย่างวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019

กรณีศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทความวิชาการนี้มุ่งวิเคราะห์การสื่อสารภาวะวิกฤตของสถาบันอุดมศึกษา ในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 กรณีศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยเหตุผลที่เป็นมหาวิทยาลัยที่มีภาวะความเสี่ยงสูง เนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนให้ความสำคัญกับตลาดนักศึกษาจีน โดยร่วมกับมหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีคุนหมิงก่อตั้งวิทยาลัยนานาชาติจีนขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2553 รับนักศึกษาไทย จีน และนานาชาติเข้าศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรี โท และเอก โดยใช้ภาษาจีนเป็นหลัก มีหอพักสำหรับนักศึกษาจีนโดยเฉพาะ และมีอาจารย์ชาว

จีนจำนวนมากเพื่อรองรับการจัดการเรียนการสอนในทุกระดับ

ทั้งนี้จากคำสัมภาษณ์ของ ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวง การอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) (ในขณะนั้น) ระบุว่า มีสถาบัน อุดมศึกษาไทยที่มีนักศึกษาสัญชาติจีนศึกษาอยู่ 87 แห่ง แบ่งเป็น สถาบันอุดมศึกษา รัฐ 52 แห่ง และสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 35 แห่ง มีนักศึกษาจีน 11,738 คน แบ่ง เป็น สถาบันอุดมศึกษา รัฐ 3,192 คน และสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 8,541 คน และ สถาบันอุดมศึกษานอกสังกัด 5 คน ส่วนสถาบันอุดมศึกษาที่มีนักศึกษาจีนศึกษาอยู่ มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2,884 คน มหาวิทยาลัย อัสสัมชัญ 978 คน และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 756 คน (ทีมข่าวการศึกษา, 2563)

ตั้งแต่เริ่มมีการแพร่ระบาดมหาวิทยาลัยได้ดำเนินการสื่อสารกับอาจารย์ และนักศึกษาชาวจีนให้เฝ้าระวังและตรวจเช็คสุขภาพให้มีความปลอดภัยและ ดำเนินการในขั้นตอนการออกเอกสารรับรองการตรวจสุขภาพให้ตลอดเวลา 14 วัน ในช่วงแรกของการแพร่ระบาดกับนักศึกษาและอาจารย์ชาวจีนทุกคน จน ทำให้สามารถควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ตั้งแต่ในช่วงแรก ของการระบาด จนสื่อมวลชนและหน่วยงานต่าง ๆ ได้ทำการเผยแพร่ข้อมูลออกสู่ สาธารณชนเป็นจำนวนมาก

คณะผู้เขียนบทความได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง สื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร ตลอดจนการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ในช่วงเดือน มกราคม – ธันวาคม 2563 โดยใช้แนวคิดการสื่อสารในภาวะวิกฤต 8 ขั้นตอน ของ Argenti (2009) เป็นกรอบในการศึกษา ปรากฏผลดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเข้าควบคุมสถานการณ์

จากการศึกษาพบว่า มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้เริ่มการเข้าควบคุม สถานการณ์ได้อย่างรวดเร็วโดยประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ระดับอธิการบดี รอง

อธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้บริหารสายงานด้านการสื่อสารในช่วงกลางเดือน มกราคม พ.ศ.2563 ที่เริ่มมีข้อมูลข่าวสารว่ามีการตรวจพบผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย ทำให้สามารถระบุปัญหาที่กำลังจะเกิดกับมหาวิทยาลัยจน ทำให้กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเพื่อรับมือกับภาวะวิกฤตที่จะเกิดขึ้นและ จะทำให้สามารถประเมินสถานการณ์ได้ดี

ทั้งนี้ มีการแต่งตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจ เรื่อง การเฝ้าระวังการระบาดของ ไวรัสโคโรนา 2019 ตั้งแต่วันที่ 29 มกราคม พ.ศ.2563 โดยรองอธิการบดีสายงาน สื่อสารแบรนด์เป็นหัวหน้าคณะทำงานเฉพาะกิจฯ นี้ มีหน้าที่ในการดำเนินการตาม แผน 3 ประการ คือ 1. แผนการเฝ้าระวัง 2. แผนการสื่อสาร และ 3. แผนการเผชิญ เหตุ รวมถึงบทบาทด้านการแก้ไขปัญหา การกำหนดมาตรการป้องกัน บรรเทา และเยียวยาต่าง ๆ ตลอดจนควบคุมดูแลการสื่อสารทุกช่องทางให้สอดคล้องตาม สถานการณ์ นอกจากนี้ในด้านการสื่อสารสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของ ไวรัสโคโรนา 2019 ให้คณะทำงานเฉพาะกิจมีหน้าที่สื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล เพียงหน่วยงานเดียว ดังแผนภูมิที่ 1

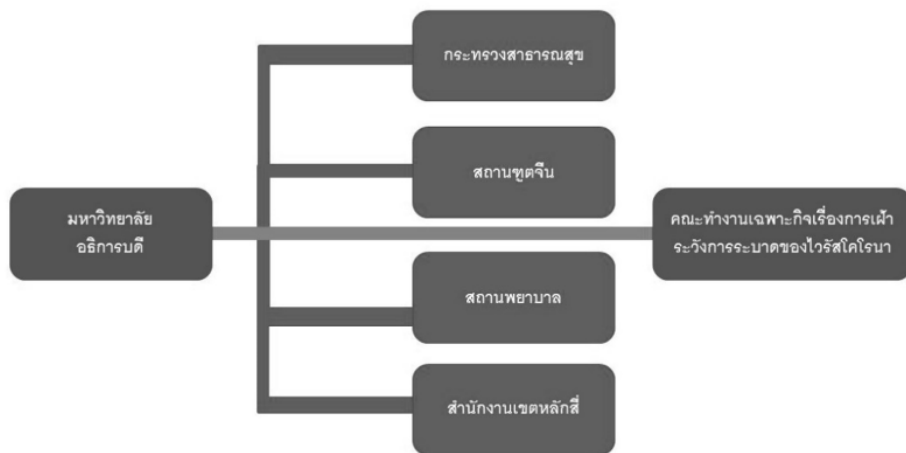


แผนภูมิที่ 1 การดำเนินงานของคณะทำงานเฉพาะกิจเรื่องการเฝ้าระวัง การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

ขั้นตอนที่ 2 การรวบรวมข้อมูลให้มากที่สุด

การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต จำเป็นต้องมีฐานข้อมูลที่มากพอจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้ทำการรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร จากทั้งในประเทศและจากต่างประเทศ อาทิ กระทรวงสาธารณสุข สื่อมวลชนด้านสาธารณสุข สถานทูต องค์การอนามัยโลก ตลอดจนภาคีจากประเทศจีน จนทำให้เข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อมูลเหล่านี้

อธิการบดีและคณะทำงานเฉพาะกิจฯ ได้เข้าพบ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข และรองอธิบดีกรมควบคุมโรค เพื่อรับคำแนะนำเพิ่มเติมในการบริหารจัดการการเฝ้าระวังการแพร่ระบาด รวมถึงการขอความร่วมมือกับสถานพยาบาลที่มีความพร้อมสำหรับการรับตัวผู้มีความเสี่ยง การตรวจหาเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และนำส่งไปยังโรงพยาบาลหากพบผู้ติดเชื้อ การประสานความร่วมมือกับสถานทูตจีนเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ในการเดินทางของนักศึกษาจีน การให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่เขตหลักสี่ด้านข้อมูลข่าวสารและความเชื่อมั่นในการป้องกันระงับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ให้แก่ชุมชน รวมถึงการแจ้งข่าวสารให้ความเชื่อมั่นแก่ชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัย การประสานความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่หอพักเพื่อทราบการเคลื่อนย้ายและการพักอาศัยของนักศึกษา และนำมาปรับการบริหารจัดการและทำการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม



แผนภูมิที่ 2 การประสานงานเพื่อการรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 การจัดตั้งศูนย์การจัดการภาวะวิกฤต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้จัดตั้งศูนย์ควบคุมสุขภาพ (Health Control Center) เพื่อเฝ้าระวัง ดูแลป้องกันการแพร่ระบาด ตั้งแต่วันที่ 30 มกราคม 2563 ที่อาคารของมหาวิทยาลัยซึ่งตั้งอยู่ตรงข้ามกับพื้นที่แคมปัสใหญ่ของมหาวิทยาลัย และได้ประสานกับคลินิกมิตรไมตรีที่เป็นเครือข่ายสาธารณสุขของจังหวัดนนทบุรี จัดบุคลากรทางการแพทย์มาช่วยดำเนินการมาตรการการคัดกรอง และการตรวจวัดอุณหภูมิของนักศึกษาจีน นักศึกษาต่างชาติ นักศึกษาไทย และบุคลากร เมื่อนักศึกษา/ บุคลากรกลุ่มเสี่ยงได้ผ่านการตรวจครบ 14 วัน และจัดทำบัตรบันทึกสุขภาพรายบุคคล (Health Passport) เพื่อใช้แสดงตนในการเข้ามาใช้สถานที่ของมหาวิทยาลัย และต่อมาเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 รุนแรงขึ้นในเดือนมีนาคม 2563 ศูนย์เฝ้าระวังฯ ได้รับอนุมัติจากอธิการบดีเพิ่มหน้าที่เป็น “ศูนย์ภาวะฉุกเฉิน ไวรัสโคโรนา 2019” เพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์การระบาดที่รุนแรงขึ้น



ภาพที่ 1 การจัดตั้งศูนย์ควบคุมสุขภาพ ศูนย์ภาวะฉุกเฉิน COVID-19



ภาพที่ 2 การปรับภูมิทัศน์เพื่อการป้องกันการแพร่ระบาด
และทีมดูแลความสะอาดฆ่าเชื้อ COVID-19

ขั้นตอนที่ 4 การสื่อสารให้ทันเหตุการณ์และสม่ำเสมอ

คณะทำงานเฉพาะกิจ เรื่อง การเฝ้าระวังการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มีหน้าที่ในการแจ้งข่าว และสื่อสารในเรื่องสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และได้ปรับเปลี่ยนชื่อเรียกไวรัสให้ทันต่อสถานการณ์ที่ใช้โดยปรับเป็นโรคติดเชื้อ COVID-19 ตามการแถลงของศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และจากสื่อมวลชน หน้าที่ในการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรทางมหาวิทยาลัยได้มอบหมายให้คณะทำงานเฉพาะกิจฯ ทำหน้าที่สื่อสารแต่เพียงหน่วยงานเดียวโดยกระทำภายใต้ฉันทานุมัติของอธิการบดีทุกข่าวสาร และครอบคลุมถึงการจัดทำข่าวสารจากอธิการบดีเป็นระยะเพื่อป้องกันการสื่อสารที่สับสน และหรือข่าวสารที่ไม่บูรณาการ รวมถึงป้องกันข่าวลือต่าง ๆ และการจัดทำสื่อเพื่อการสื่อสารทุกรูปแบบในการรณรงค์พฤติกรรมต่างๆ ของบุคลากรและนักศึกษาอย่างสม่ำเสมอสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ตลอดระยะเวลาของการเฝ้าระวังตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ – ธันวาคม 2563 โดยจัดทำเป็น 3 ภาษา คือ ไทย อังกฤษ และจีน เพื่อมั่นใจในการเข้าถึงข่าวสารของทุกคนในมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ฝ่ายสื่อสารของคณะทำงานเฉพาะกิจฯ ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้ทำการสื่อสารข้อมูลที่ได้รับจากคณะทำงานเฉพาะกิจฯ อย่างรวดเร็วโดยแบ่งการสื่อสารในส่วนของเนื้อหาสารในรูปแบบ Online และ Onsite ดังภาพที่ 3-5

[illegible][illegible]

ภาพที่ 3 ประกาศมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ผ่านสื่อต่าง ๆ

[illegible][illegible][illegible]

ภาพที่ 4 ประกาศมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 3 ภาษา



ภาพที่ 5 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การเตรียมความพร้อม
เพื่อ Work from Home ของบุคลากร

ขั้นตอนที่ 5 การเข้าใจพันธกิจของสื่อมวลชนในช่วงภาวะวิกฤต

ในช่วงเกิดภาวะวิกฤตอันเกิดจากการแพร่ระบาดของโรคที่เกิดขึ้นทั่วโลก สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการรายงานความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องในทุกมิติ ดังนั้นมหาวิทยาลัยจำเป็นต้องเข้าใจและพร้อมเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับสื่อมวลชนในการที่จะสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ไปสู่สังคมโดยรวม

จากการศึกษาพบว่า มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้ให้ข้อมูลข่าวสารแก่สื่อมวลชนที่แจ้งขอข้อมูลรวมทั้งการให้สัมภาษณ์ ให้ข้อมูลรายละเอียดกับสื่อมวลชนทั้งสื่อหลักและสื่อโซเชียลมีเดียหลายช่องทางอย่างรวดเร็ว โดยอนุญาตให้สื่อมวลชนเข้ามาถ่ายทำและสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมทั้งนักศึกษาไทยและต่างชาติที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ภาวะวิกฤตนี้ (ภายใต้การรักษา

ระยะห่างและการป้องกันอย่างเคร่งครัด) ทั้งนี้มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้รับการชื่นชมจากสื่อหลัก อาทิ ช่อง PPTV HD 36 ว่าในแวดวงการศึกษาแล้วมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเป็นตัวอย่างของการบริหารจัดการที่ดี แม้จะมีจำนวนนักศึกษาเงินมากที่สุดในประเทศไทย แต่การตัดสินใจอย่างเด็ดขาดและลงมือปฏิบัติอย่างทันท่วงทีทำให้การคัดกรองมีประสิทธิภาพ และรักษาบรรยากาศการเรียนการสอนที่ดีของนักศึกษาไทยและจีนได้



ภาพที่ 6 การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนเกี่ยวกับการดูแลนักศึกษาเงิน
ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ออกอากาศช่อง PPTV HD 36
ในรายการเที่ยงทันข่าวเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2563

ขั้นตอนที่ 6 การสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์

จากการศึกษาพบว่า มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้สื่อสารกับกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ โดยใช้สื่อที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

สำหรับกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ภายในองค์กร ได้แก่ บุคลากร นักศึกษา และผู้ประกอบการให้เกิดความเข้าใจถึงการปรับการบริหารจัดการเรียนการสอนในแบบผสมผสานระหว่างการสอนกลุ่มย่อย สลับวันและเวลาเข้า

ชั้นเรียน และการสอนออนไลน์เพิ่มเติม นอกจากนี้ยังสื่อสารในประเด็นสุขภาพ วิธีการดูแลรักษาตนเองให้ลดความเสี่ยงจากโรคที่กำลังระบาดผ่านสื่อหลักของมหาวิทยาลัย อาทิ เว็บไซต์ เฟซเพชบุ๊ก ไลน์ อีเมล ป้ายปิดประกาศทุกบริเวณในมหาวิทยาลัย

ส่วนกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบจากภายนอกองค์กร ได้แก่ กลุ่มผู้อาศัยในชุมชนใกล้เคียง โดยสื่อสารไปยังผู้นำชุมชนให้เกิดความเข้าใจและกระจายข่าวไปยังสมาชิกในชุมชนร่วมกับการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย สื่อสารไปยังกลุ่มธุรกิจหอพัก และร้านค้าในบริเวณใกล้เคียงมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น ในการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยผ่านสื่อโปสเตอร์และสื่อบุคคลโดยเฉพาะผู้นำชุมชนที่จะสามารถนำข้อมูลข่าวสารไปเผยแพร่ต่อชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ยังได้สื่อสารไปถึงผู้เชี่ยวชาญที่ต้องการข้อมูลในการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยไปใช้ประโยชน์ อาทิ หน่วยงานของรัฐ องค์กรเอกชนด้านสาธารณสุข สถานพยาบาล และได้จัดทำสรุปข้อมูลดังกล่าวนี้รายงานต่อสภามหาวิทยาลัย

ขั้นตอนที่ 7 ตระหนักว่าธุรกิจต้องดำเนินต่อ

การดำเนินงานของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแม้เป็นสถาบันการศึกษา แต่ก็ต้องตระหนักว่ามหาวิทยาลัยเอกชนเป็นองค์กรธุรกิจ ซึ่งต้องสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ภายใต้ภาวะวิกฤต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญมาก ได้แก่ นักศึกษาและผู้ปกครอง ซึ่งได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ภายใต้ช่วงเวลาที่เกิดการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยเฉพาะวิถีชีวิตและสถานะทางเศรษฐกิจจากมาตรการควบคุมโรค ทั้งนี้ มีงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่า ความกังวลของนักศึกษาในช่วงเวลาที่ต้องเผชิญสถานการณ์แพร่ระบาดดังกล่าว แบ่งเป็น 2 ประเด็นหลัก

ได้แก่ 1) ความกังวลด้านการเรียน และ 2) ความกังวลด้านการเงิน (อภิญญา อิง
อาจ, ญัฐพร กาญจนภูมิ, และพรพรรณ เขยจิตร, 2563)

จากการศึกษาพบว่า มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มีมาตรการในการช่วยเหลือและดูแลนักศึกษาให้สอดคล้องกับความจำเป็น ดังนี้

1) นักศึกษาไทย ได้รับการลดค่าบำรุงการศึกษาในภาคฤดูร้อน 30% และสามารถผ่อนชำระค่าเทอมโดยไม่มีดอกเบี้ย



**ประกาศมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
เรื่อง มาตรการให้ความช่วยเหลือนักศึกษา
ในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19
(ฉบับที่ 2)**

ตามที่ ได้มีประกาศ เรื่อง มาตรการให้ความช่วยเหลือนักศึกษาใน
สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ลงวันที่ 2 เมษายน
พ.ศ. 2563 แล้ว นั้น

เพื่อส่วนหนึ่งและบรรเทาความเดือดร้อนของนักศึกษาในสถานการณ์
การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จึงได้กำหนด
มาตรการให้ความช่วยเหลือนักศึกษาที่ลงทะเบียนในการศึกษาที่ 3
ปีการศึกษา 2562 ดังต่อไปนี้

1. ลดเงินค่าบำรุงการศึกษาให้นักศึกษาทุกคน ที่ระดับปริญญาตรี
และระดับบัณฑิตศึกษา เป็นจำนวน ร้อยละ 30
2. ให้นักศึกษาที่ประสบปัญหาทางการเงิน เนื่องจากสถานการณ์
การระบาดของโรคดังกล่าว สามารถขอผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ โดย
ไม่เสียค่าธรรมเนียมการชำระ

ทั้งนี้ มาตรการให้ความช่วยเหลือดังกล่าว สำหรับปีการศึกษา 2563
มหาวิทยาลัยกำลังพิจารณาปรับเป็นสถานการณ์ และประกาศให้ทราบ ต่อไป

ประกาศ ณ วันที่ 9 เมษายน 2563
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต



มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มอบส่วนลดค่าบำรุงการศึกษา
ภาคเรียนที่ 3 ปีการศึกษา 2562
ให้นักศึกษาทุกคน
30%
นักศึกษาที่ประสบปัญหาทางการเงิน เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส
สามารถขอผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้โดย ไม่เสียค่าธรรมเนียมการชำระ
(ประกาศฉบับที่ 2)

ภาพที่ 7 ประกาศมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเรื่องมาตรการให้ความช่วยเหลือ
นักศึกษา ในสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19

2) นักศึกษาจีน ดำเนินการดังนี้

- จัดให้มีการเรียนการสอนระบบออนไลน์ สำหรับนักศึกษาจีนส่วนใหญ่
ที่เดินทางกลับประเทศไปในช่วงตรุษจีน และไม่สามารถเดินทางกลับเข้ามาใน
ประเทศไทยได้ โดยมีอาจารย์ผู้สอนชาวจีนอยู่ที่ประเทศไทย

- ลดค่าเช่าหอพักของมหาวิทยาลัยให้กับนักศึกษาจีนที่อยู่ในไทย ส่วนนักศึกษาที่ไม่ได้พำนักอยู่ในประเทศไทยให้สามารถใช้ฝากของโดยไม่ต้องย้ายหอพัก และประสานความร่วมมือกับเจ้าของหอพักภายนอกมหาวิทยาลัยดำเนินการลดค่าเช่าหอพักให้นักศึกษา

นอกจากนี้ ยังได้สร้างเพจเฟซบุ๊ก DPU Online Market place เพิ่มช่องทางให้นักศึกษาปัจจุบัน ศิษย์เก่า อาจารย์และชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องสามารถนำสินค้าในธุรกิจของตนเองมาจำหน่าย เป็นการช่วยเหลือทางเศรษฐกิจอีกช่องทางหนึ่ง

ในส่วนของนักศึกษาใหม่ ดำเนินการรับสมัครและปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ออนไลน์เพื่อให้นักศึกษาได้รับข้อมูลข่าวสารสำคัญอย่างต่อเนื่อง

ขั้นที่ 8 เตรียมแผนเพื่อป้องกันหรือหลีกเลี่ยงวิกฤตอื่นที่เกิดขึ้น

จากการดำเนินการสื่อสารภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้ทำแผนรองรับการสื่อสารภาวะวิกฤตที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งจากไวรัสโคโรนา 2019 ระลอกใหม่และภาวะวิกฤตที่จะเกิดขึ้นจากสาเหตุอื่นๆ โดยมีการเตรียมแผนความเสี่ยงเข้าไปในแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย

การบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตของแต่ละองค์กรอาจมีรูปแบบที่เหมือนหรือแตกต่างกันไป ตามวัฒนธรรมองค์กรและบริบทแวดล้อมขององค์กรนั้น ๆ จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตใช้กลยุทธ์ที่สำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) การตอบสนองกับสถานการณ์อย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ก่อนที่จะมีเหตุลุกลาม โดยมีการประเมินสถานการณ์ภายใต้พื้นฐานของข้อมูลที่ครบถ้วน รอบด้าน กำหนดผู้ปฏิบัติงานอย่างชัดเจน

2) สื่อสารจากศูนย์กลางเพียงจุดเดียว เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งออกไปมีเนื้อหาเดียว ถูกต้อง เชื่อถือได้ ทุกข้อความที่สื่อสารออกไปต้องได้รับการตรวจสอบจากคณะทำงานฯ ทำให้ควบคุมสารที่ส่งออกไปยังผู้เกี่ยวข้องได้ ทำให้เกิดความเข้าใจที่สอดคล้องกัน

3) ใช้สื่อทุกประเภททุกช่องทาง เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอันได้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังจะเห็นได้จากการสื่อสารภายในองค์กรใช้สื่อดั้งเดิม เช่น โปสเตอร์ ประกาศต่างๆ ฯลฯ สื่อสังคมออนไลน์ ทั้งเฟซบุ๊ก ไลน์ ฯลฯ เพื่อการสื่อสารที่รวดเร็วทันเหตุการณ์ เมื่อผสมผสานกับการสื่อสารจากสื่อบุคคลที่ได้รับการมอบหมายจากองค์กรอย่างชัดเจน ทำให้กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและเชื่อถือได้ ขณะที่การสื่อสารภายนอกองค์กร ใช้สื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชนในการสื่อสารกับประชาสังคมโดยทั่วไป นอกจากนี้ ในการสื่อสารกับชุมชน ใช้สื่อบุคคลคือการประสานกับผู้นำชุมชน อีกทั้งยังมีสื่อกิจกรรม เช่น การจัดทำ “ตู้ปันสุข” แบ่งปันอาหารและของใช้จำเป็นให้กับคนในชุมชนที่ขาดแคลน เป็นสื่อที่เชื่อมโยงความรู้สึกห่วงใยและใส่ใจชุมชนโดยรอบ แสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชนด้วย



กระบวนการสื่อสารกลับโดยคณะทำงานได้นำข้อมูลจากผลการปฏิบัติงานมาสรุปเพิ่ม เพื่อนำมาปรับใช้
ในกระบวนการวางแผนการทำงานในครั้งต่อไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

แผนภูมิที่ 3 กระบวนการสื่อสารภาวะวิกฤตในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในขณะที่ทุกประเทศทั่วโลกได้ผ่านการเผชิญกับการระบาดครั้งใหญ่ของโรค COVID-19 ระลอกแรกไปแล้วในปี พ.ศ. 2563 และได้เกิดการเรียนรู้จากวิกฤตที่เกิดขึ้นซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้ที่สำคัญของทุกองค์กรที่จะนำไปสู่การบริหารจัดการภาวะวิกฤตที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมาหลายองค์กรจะสามารถบริหารจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤต COVID-19 ได้เป็นอย่างดี แต่สิ่งที่ผู้บริหารจะต้องดำเนินการต่อเนื่อง คือการประเมินว่าสิ่งที่ได้ดำเนินการไปแล้วนั้น มีจุดใดของแผนงานและการดำเนินงานของหน่วยงานใดมีปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขที่เหมาะสมเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่จะทำให้คณะทำงานที่รับผิดชอบโดยตรงสามารถตรวจสอบปัจจัยเสี่ยงว่ามีเรื่องใดที่อาจก่อให้เกิดปัญหามาไปสู่วิกฤต ซึ่งจากการศึกษาที่ผ่านประสบการณ์ร่วมจะทำให้หากพบปัญหาแล้วและประเมินว่ามีความเสี่ยงสูงก็ต้องดำเนินการขจัดปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวให้หมดไปโดยเร็ว รวมทั้งจะต้องมีการการพัฒนาบุคลากรให้สามารถจัดการการสื่อสารทั้งภายนอกและภายในองค์กรให้สอดคล้องกับนโยบายหลักขององค์กรที่ผู้นำองค์กรเป็นผู้กำหนดทิศทางการส่งข้อมูลไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ให้ข้อมูลหรือสารเหล่านั้นแสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในการจัดการกลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤตของสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้เมื่อเกิดวิกฤตในครั้งใหม่ ทุกองค์กรจะสามารถบริหารจัดการภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลสรุปของการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤตของสถาบันอุดมศึกษาในสถานการณ์แพร่ระบาด COVID-19 กรณีศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต นำมาสู่ข้อเสนอแนะเพื่อการประยุกต์ใช้สำหรับองค์กรต่างๆ ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (sender) บุคคลที่จะได้รับมอบหมายให้เป็นผู้มีหน้าที่สื่อสารหลักควรเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสารอย่างดีเยี่ยม และเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2. สาร (message) สารที่จะทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตนอกจากจะสื่อสารเนื้อหาที่ชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายแล้ว จะต้องมีการใช้รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจสามารถเข้าถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้รับสารเพื่อกระตุ้นการติดตามข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

3. ช่องทาง (channel) การเลือกช่องทางในการสื่อสารควรใช้แบบผสมผสานทั้งสื่อหลักที่องค์กรใช้เป็นปกติร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายและเข้าถึงคนได้ง่ายในทุกกลุ่ม

4. ผู้รับสาร (receiver) องค์กรจะต้องมีข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มผู้รับสาร และจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ เมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้นองค์กรจะสามารถนำข้อมูลมาใช้ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

สำหรับข้อเสนอเชิงวิชาการ ควรศึกษาตามองค์ประกอบของการสื่อสารในมิติต่างๆ ดังนี้

1. มิติผู้ส่งสาร ควรศึกษากลยุทธ์การสื่อสารภาวะวิกฤตขององค์กรประเภทอื่นๆ ที่มีลักษณะแตกต่างออกไปจากสถาบันอุดมศึกษา

2. มิติการออกแบบสารและช่องทางการสื่อสาร ควรศึกษาโดยนำแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารอื่นๆ เช่น การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (transmedia storytelling) การทำวารสารศาสตร์ข้อมูล (data journalism) ฯลฯ มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่ทันสมัยเพิ่มมากขึ้น

3. มิติผู้รับสาร ควรศึกษาผลของการสื่อสารที่เกิดขึ้นกับผู้รับสาร การเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ภายหลังจากเปิดรับสารเป็นอย่างไร

บรรณานุกรม

- กอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช, ศิวารถ หงส์ประยูร, และพันธกานต์ ทานนท์. (2563). การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร รูปแบบ และลักษณะการรายงานข่าวเกี่ยวกับไวรัสโควิด-19 จากสำนักข่าวจีนหัวของเว็บไซต์ในประเทศไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 14(1), 12-47.
- กุลทิพย์ ศาสตรระจุ, และทัศนทกานต์ ดวงรัตน์. (2557). การสื่อสารณรงค์พื้นที่สุขภาวะในชุมชนเมือง ในมิติของการสื่อสารเพื่อความรับผิดชอบต่อทางสังคม. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 8(2), 33-51.
- ฉัตรปวิณ จรัสราวัฒน์. (2556). การบริหารงานในองค์กรในช่วงเหตุการณ์ที่วิกฤต. *วารสารบัณฑิตศึกษา มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 2(1), 1-14.
- ทีมข่าวการศึกษา. (2563, 28 มกราคม). สุวิทย์ เผย น.ศ. จีนเรียนมหาวิทยาลัยไทยกว่าหมื่น สั่ ม.ดังแจงข้อเท็จจริงหลังถูกร้องเปิดให้ นทท.จีนเข้าพัก หอน.ศ.. *มติชน*. สืบค้น 7 เมษายน 2564, จาก https://www.matichon.co.th/education/news_1926453
- วิภาคนันท์ นิมิตรพันธ์, และศิริจินตรา พลกนิษฐ. (2560). การจัดการภาวะวิกฤต. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 7(1), 45-51.
- สุขสันต์ จิตติมณี. (2563.). การจัดการความเสี่ยงในช่วงแรกของการระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสถาบันป้องกันควบคุมโรคเขตเมือง*, 5(1), 128-145.
- อภิญา อิงอาจ, ญัษฐพร กาญจนภูมิ, และพรพรรณ เขยจิตร. (2563). ความกังวลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี, *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 17(2), 94-113.

อภิสิทธิ์ วัฒนานนท์. (2552). กลยุทธ์การบริหารภาวะวิกฤตสำหรับผู้นำองค์กร,
วารสารบริหารธุรกิจ, 32(122), 8-18.

อิสริย์ อัครสุพิชญ์. (2556). การสื่อสารภาวะวิกฤตของบริษัท ปตท.: กรณีน้ำมัน
รั่วที่อ่าวพร้าว จ.ระยอง. [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. [http://
library1.nida.ac.th/termpaper6/lang/2556/20017.pdf](http://library1.nida.ac.th/termpaper6/lang/2556/20017.pdf)

Argenti, P. A. (2009). *Corporate Communication*. McGraw-Hill.