

ISSUE & STAKEHOLDER ENGAGEMENT

1

IMAGE PLUS EXPERIENCES

2 ทศวรรษของสื่อสารที่อิงการจัดการวิกฤติ-การเปลี่ยนผ่านทางสังคม

INTRODUCTION



Stakeholder Engagement
Government Relations
Community Relations

งานสนับสนุน
เครื่องมือ /
ความรู้ที่ช่วย
การพัฒนา

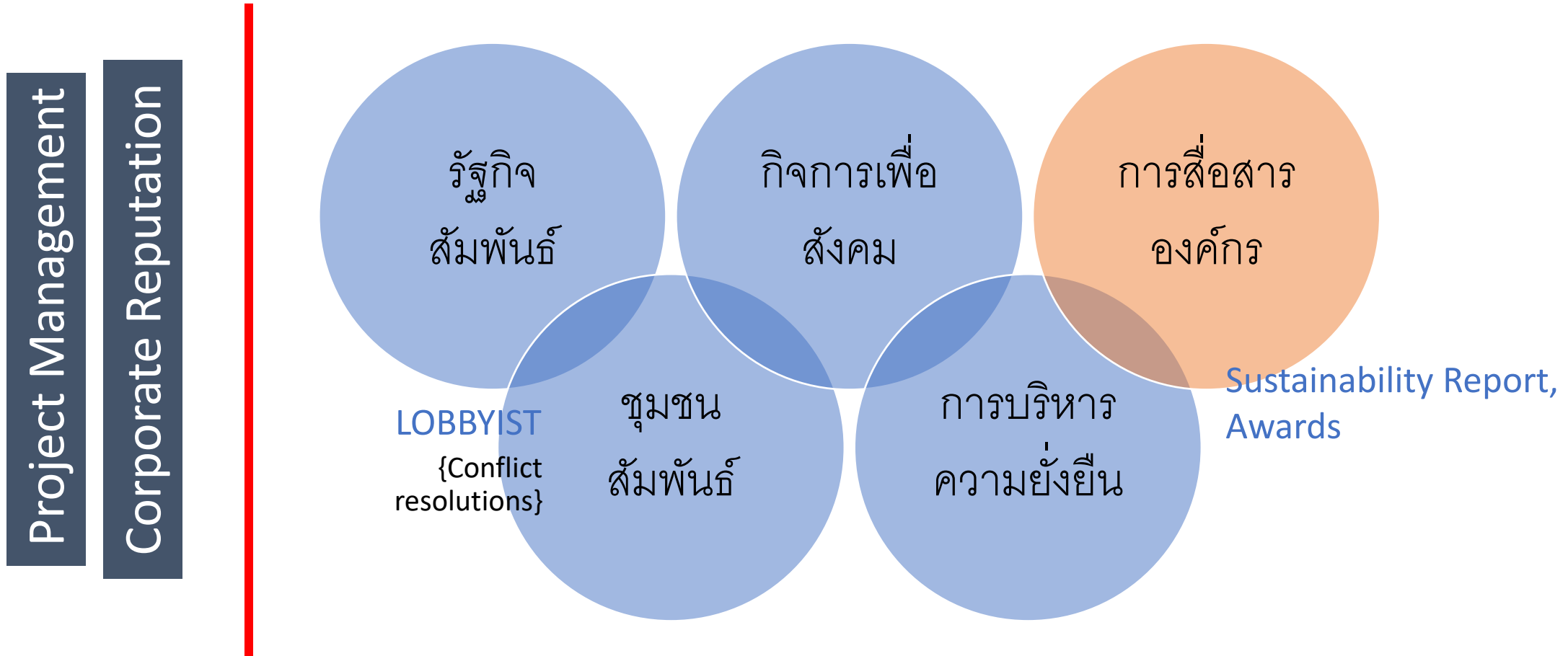
งานพัฒนา
ห่วงโซ่กิจการ
สัมพันธ์-การ
มีส่วนร่วม

งานบริหาร
ประเด็น
วิกฤติ

Community Enterprise
Social Entrepreneurship
Value Creation & Social Impact

Issues Management
Conflict Resolutions

THE CHAIN OF RELATIONS MANAGEMENT



21st CENTURY JOURNEY

{Social Transformation}

ประชาสัมพันธ์
(ภายใน/ภายนอก)

สื่อหนังสือพิมพ์
คอลัมนิสต์ โทรทัศน์
และวิทยุ

Agent &
Gatekeeper

The Challenge
of **Participatory
Democracy**
1932

วิกฤติทางการเงินของ
เอเชีย 1997

21st CENTURY

รัฐธรรมนูญ 2540

การเปลี่ยนแปลงเชิง
โครงสร้างของการบริหาร
ภาครัฐ และแนวคิดที่
ด้วยการบริหารที่ขยาย
ความสำคัญจาก “ผู้ถือ
หุ้น” ไปยัง “ภาคส่วนตาม
ความเกี่ยวข้อง”

2539

ท่อส่งก๊าซไทย-พม่า

2544

การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ

2548

พันธมิตรประชาชนเพื่อ
ประชาธิปไตย

แปรรูป-ศาลปกครอง

2550

มาบตาพุด-สิ่งแวดล้อม

2557

ขบวนเสื้อเหลือง-กปปส.

ISSUE MANAGEMENT-PTT GROUP

{The ROLE of IMAGE PLUS} ภายใต้การกำกับงานของฝ่ายสื่อสารองค์กร / ฝ่าย CSR

Who r they?

การจัดตั้งองค์กร

แนวคิด ทิศทางการ
เคลื่อนไหว เครือข่าย
และแนวร่วม

แผนการจัดการเชิงยุทธศาสตร์

แผนเชิง
รับ-เจรจา

แผนเชิงรุก-เชิง
ประเด็น และ
ตอบโต้กลับ

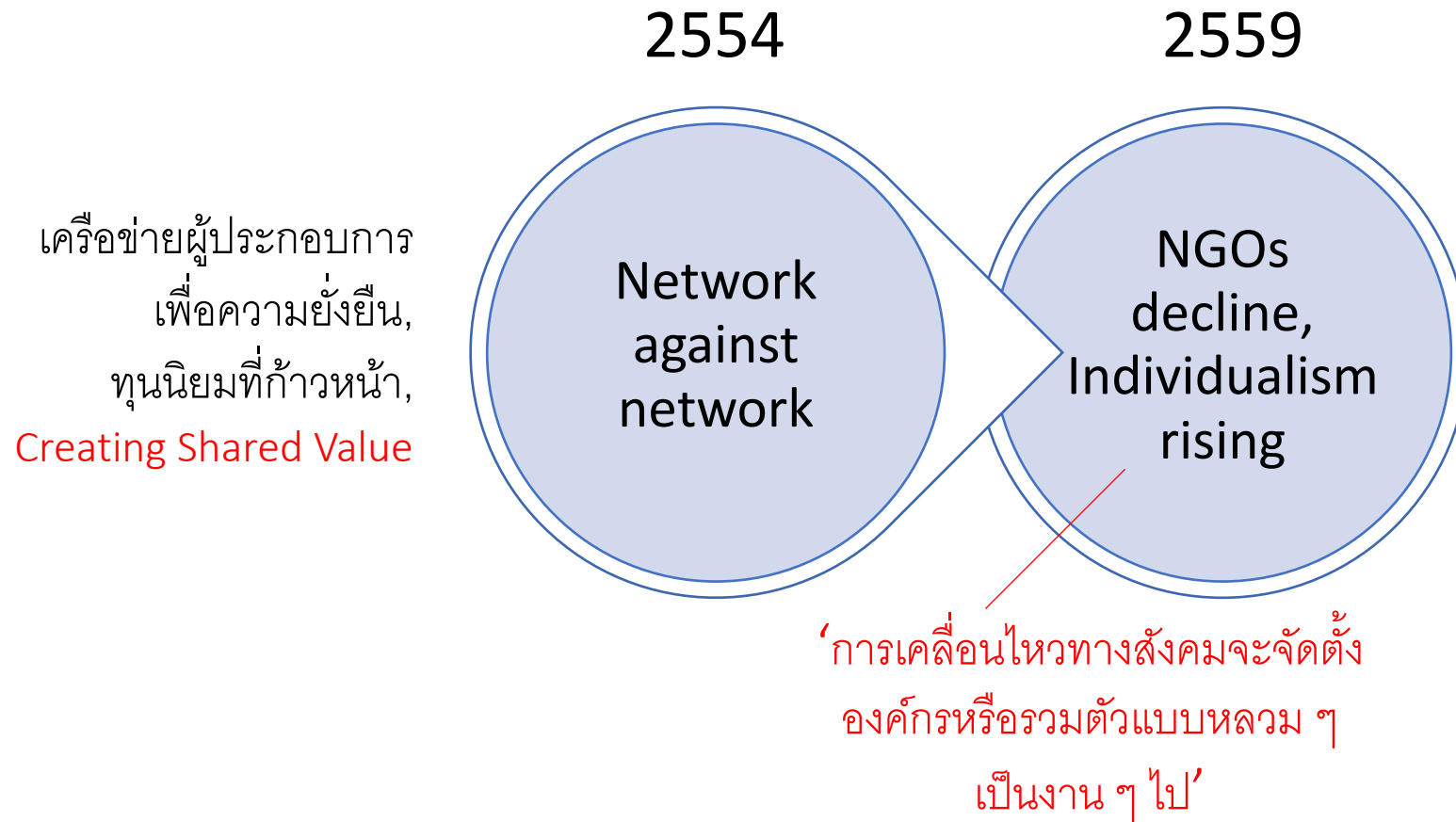
งาน
มอนิเตอร์
ข้อมูลการ
เคลื่อนไหว

'จัดทำ
ข้อเสนอแนะเป็น
เรื่อง ๆ '

กิจกรรมเชิงรุกเพื่อ
ลดทอนเงื่อนไขของ
สังคม (ขบวนการ
เคลื่อนไหวทาง
สังคม-การเมือง
ภาคพลเมือง)

Network
against network

THE LAST 2 SUGGESTION



ไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมหลัง
อุตสาหกรรมแบบเต็มตัว
พร้อม ๆ กับการใช้งานอย่าง
กว้างขวางของเครือข่าย
อินเทอร์เน็ต

กระแสความพึงพอใจของ
สังคมจะแสดงบทบาทสำคัญ
มากกว่าช่วง **NGOs**
ต่อต้าน (จะส่งผลกระทบต่อหุ้นและ
การตลาด ในขณะที่ช่วงก่อน
จะเป็นไปในทางตรงกันข้าม)

Social media has created a historical shift from the historically **powerful** to the historically **powerless**. Now **everyone has a voice**.

Sheryl Sandberg
Chief Operating Officer
and Member of the Board, Facebook, USA





Sean Illing

ผู้คนในสังคม

เลือกที่จะอ่าน จะฟังข่าวสารและข้อมูล และปิดทึ่สิ่งที่ไม่อยากจะได้ยินออกไป สิ่งเหล่านี้ ไม่ใช่ปรากฏการณ์ใหม่ เพียงแต่มันเพิ่มขึ้นตามผลพวงด้านลบที่ตามมาของ Facebook, Twitter

Post-Truth

เป็นปรากฏการณ์วิพากษ์ทางสังคมที่สะท้อนตามความเชื่อถือและอารมณ์ร่วมของสังคม ที่มีต่อชุดความจริงหนึ่ง ๆ อันมีสถานะเป็นความคิดสาธารณะและยึดถือกันมาก่อนหน้านี้ว่า เป็นความจริง

OXFORD
UNIVERSITY PRESS

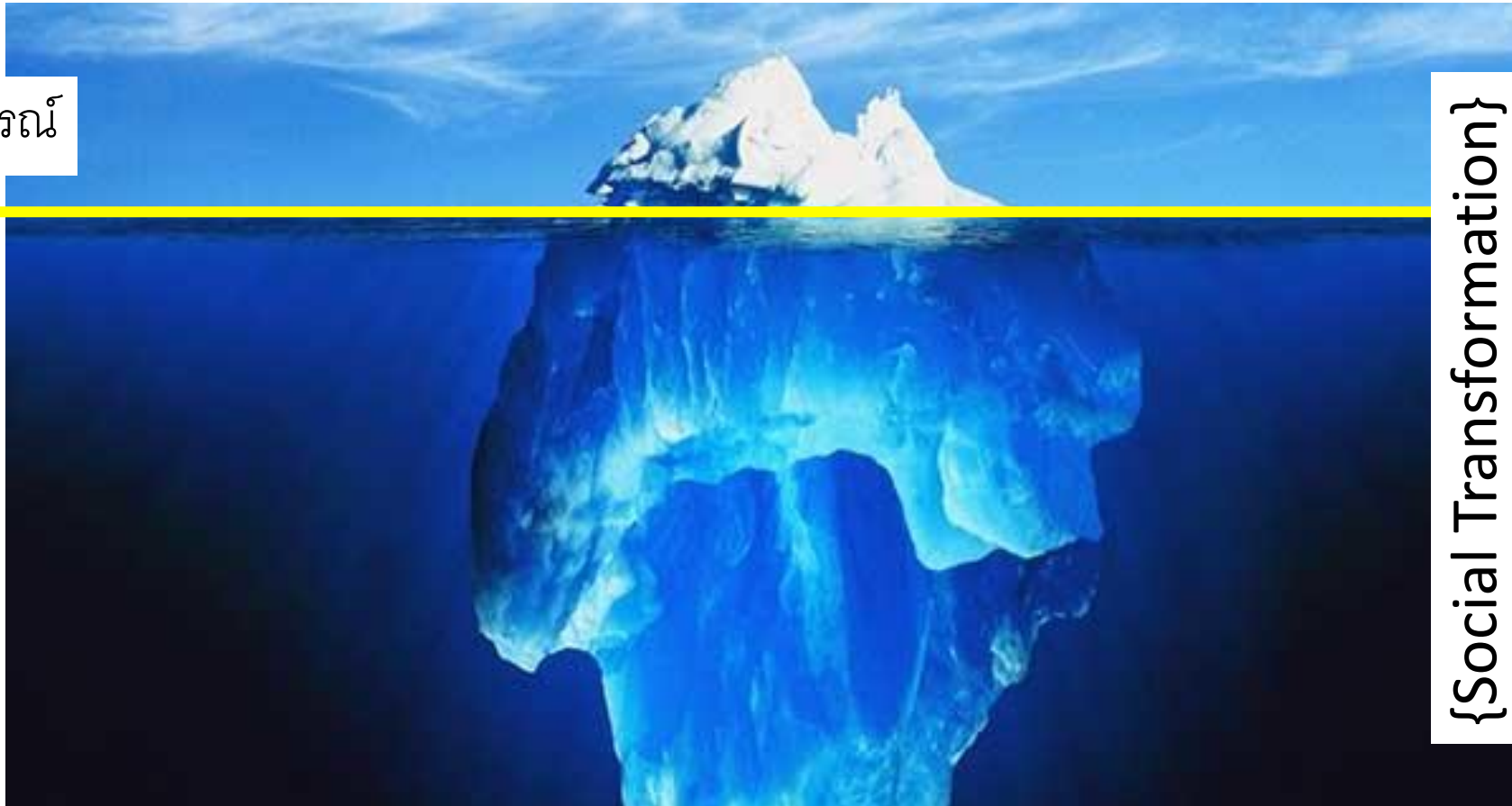


Lee McIntyre



Silvio Waisbord

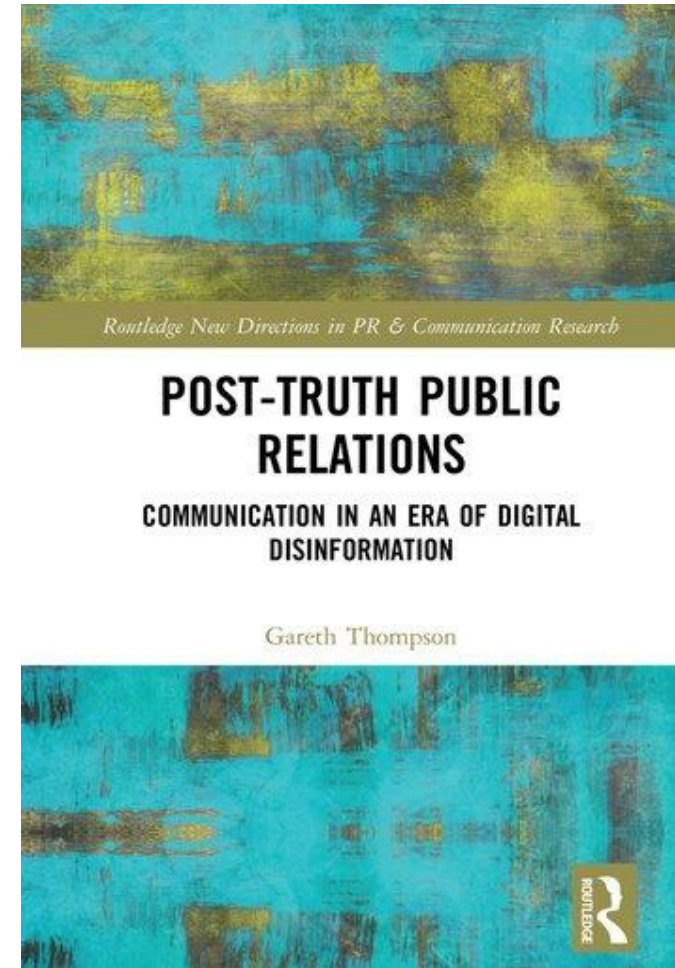
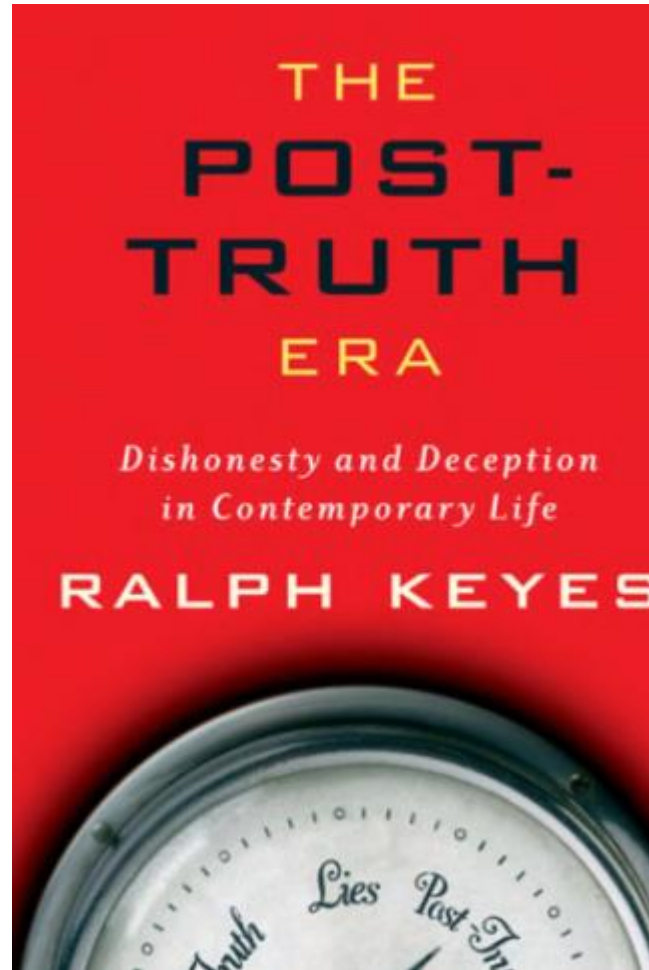
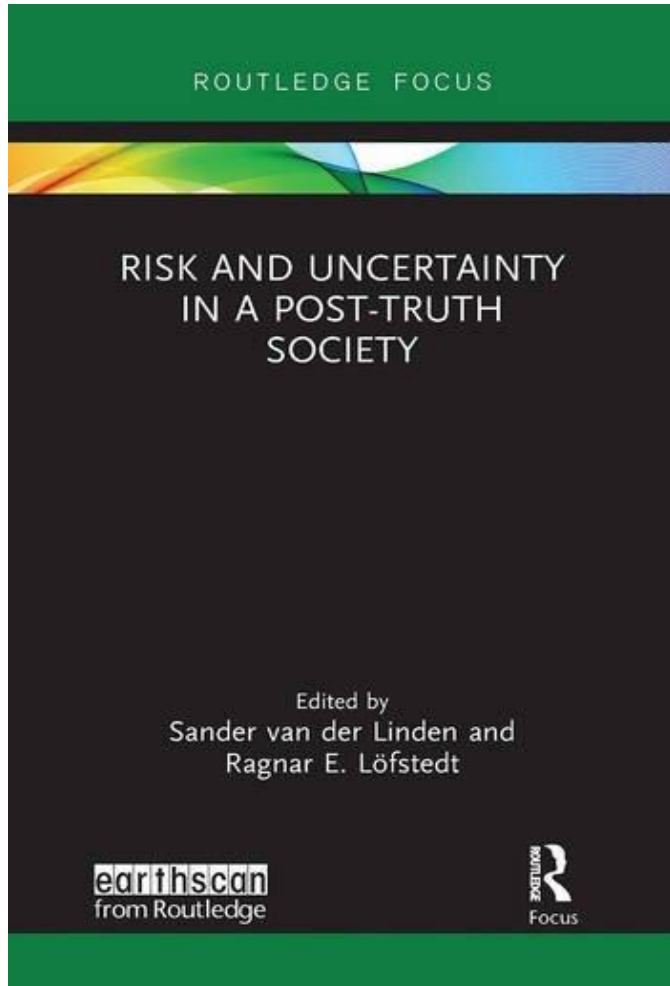
ปรากฏการณ์



{Social Transformation}

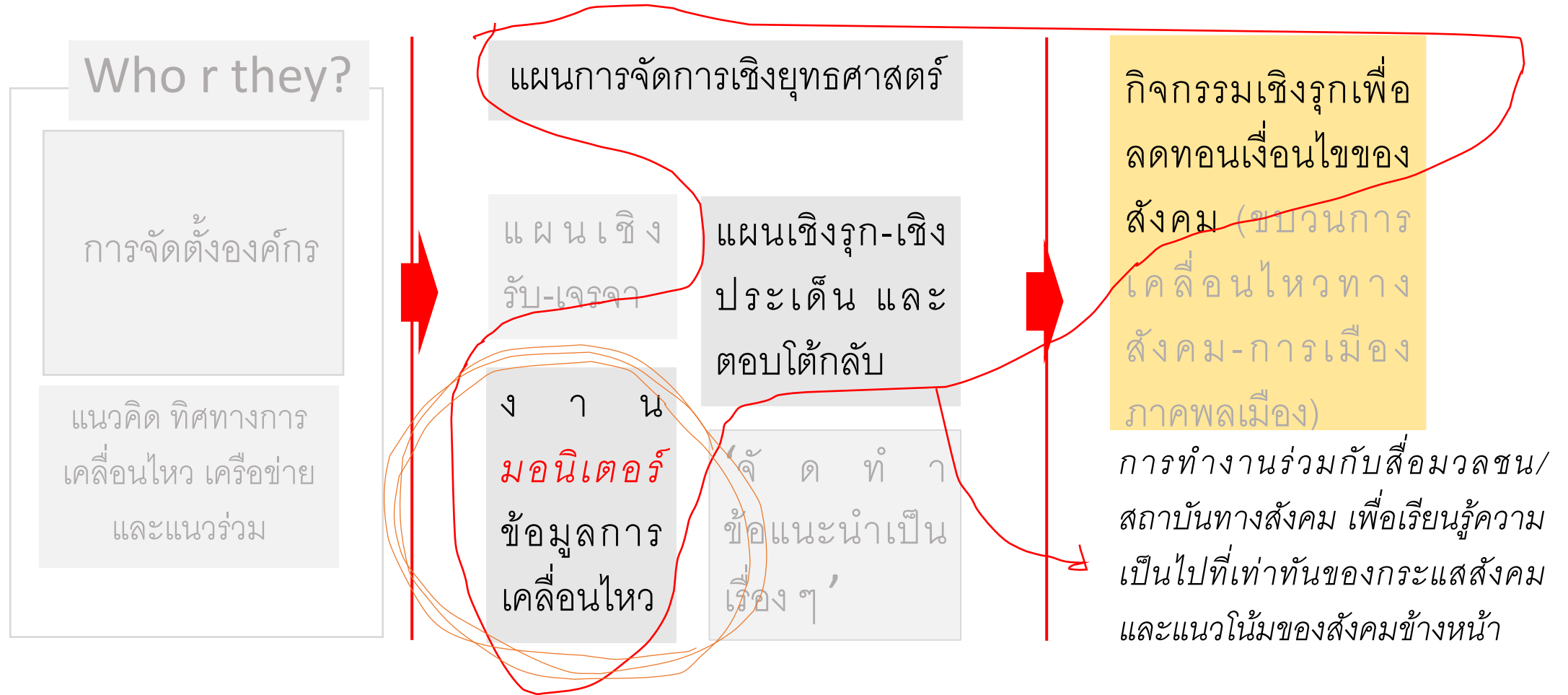
โครงสร้างและ
รูปร่างของ
ความสัมพันธ์
ทางสังคม

ส่วนที่อยู่ใต้น้ำ เปรียบเสมือนการเดินทางของข้อมูลข่าวสาร (จริง/ไม่จริง, ฯลฯ) ที่มีความเข้มข้น ไปตามความก้าวหน้าของ **social media**



การทำความเข้าใจ **Post-Truth** และการจัดระบบการสื่อสารองค์กร/สังคมแบบใหม่ (เพื่อปะทะกับการเดินทางของข้อมูลข่าวสารแบบผิดๆ) - เป็นเรื่องที่เราควรจัดทำเป็นหลักสูตรระยะสั้นสำหรับการจัดการต่อองคาพยพขนาดใหญ่ของกิจการชั้นนำ

ISSUE MANAGEMENT-PUBLIC SPACE

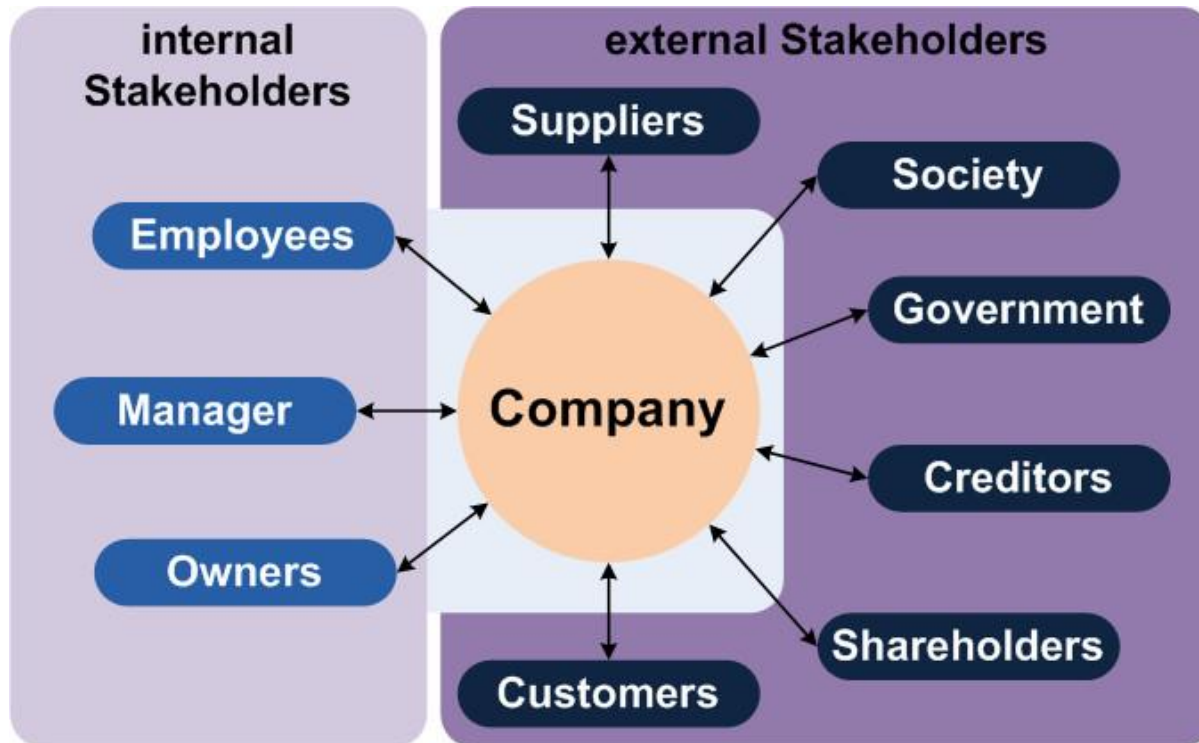


2

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

GROUP OF STAKEHOLDER

Inside / outside boundary of the company



การจัดการในระดับกลุ่มบริษัท

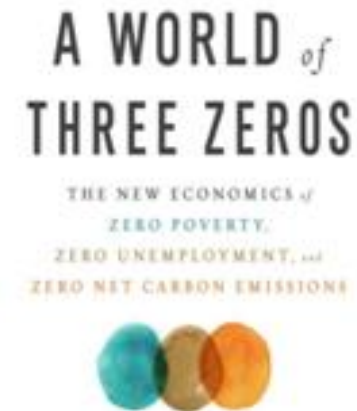
1. จัดกลุ่มรวบยอดต่อจาก **BU**
2. จัดกลุ่มประเด็นสำคัญ/
แผนงาน เพื่อสนับสนุนการ
ดำเนินงานของ **BU** และการ
นำพาไปสู่เป้าหมายร่วมของ
กลุ่ม

STAKEHOLDER

BU Supporting to 'development'

Stakeholder
engagement
from BU
projects

GROUP of Company
Project
{CIPP Model & Social Impact
Measurement}

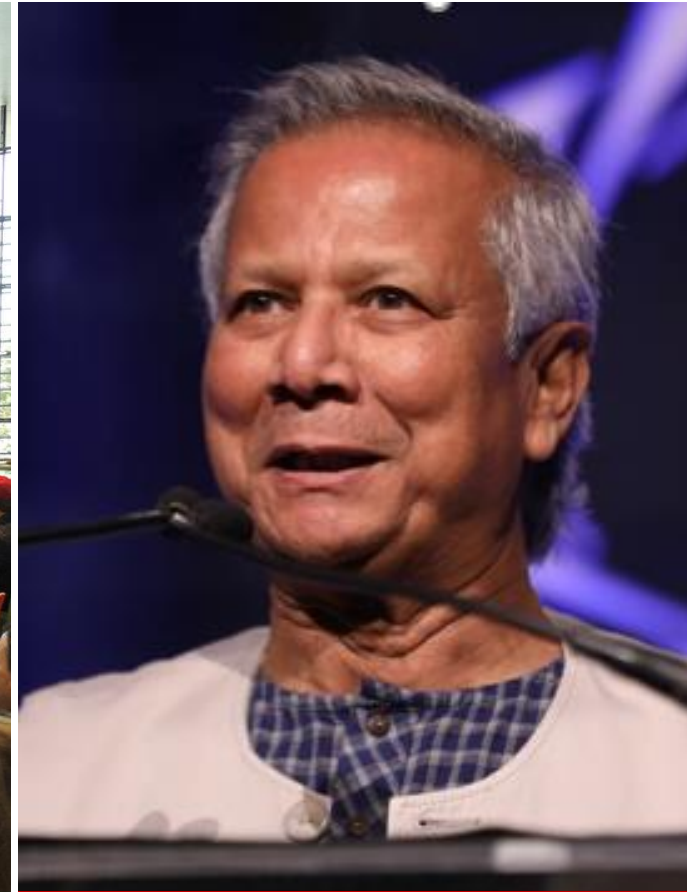


Scaling to Public as 'Stakeholder Engagement'



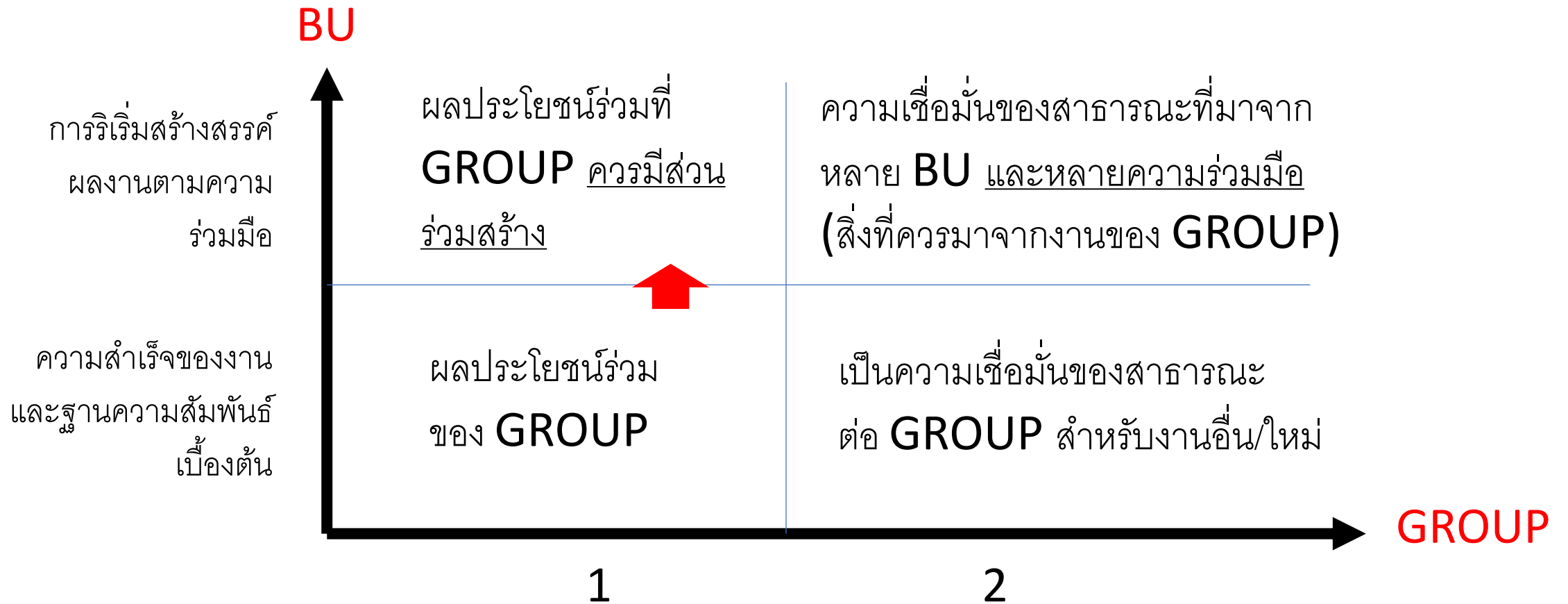
Academic Papers

Present to Public



Network

GROUP & BU COLLABORATION



Mass Communication

พื้นที่ของการสื่อสารองค์กร-การจัดการที่ขยาย
ออกไปจากพื้นที่ “สื่อมวลชน”



Manuel Castells

Mass-Self Communication

Digital communication structure

ที่ที่อัลกอริทึม มีบทบาทต่อการสร้างช่องทาง-ประเด็น

Journalism decline,
Citizen journalism increase

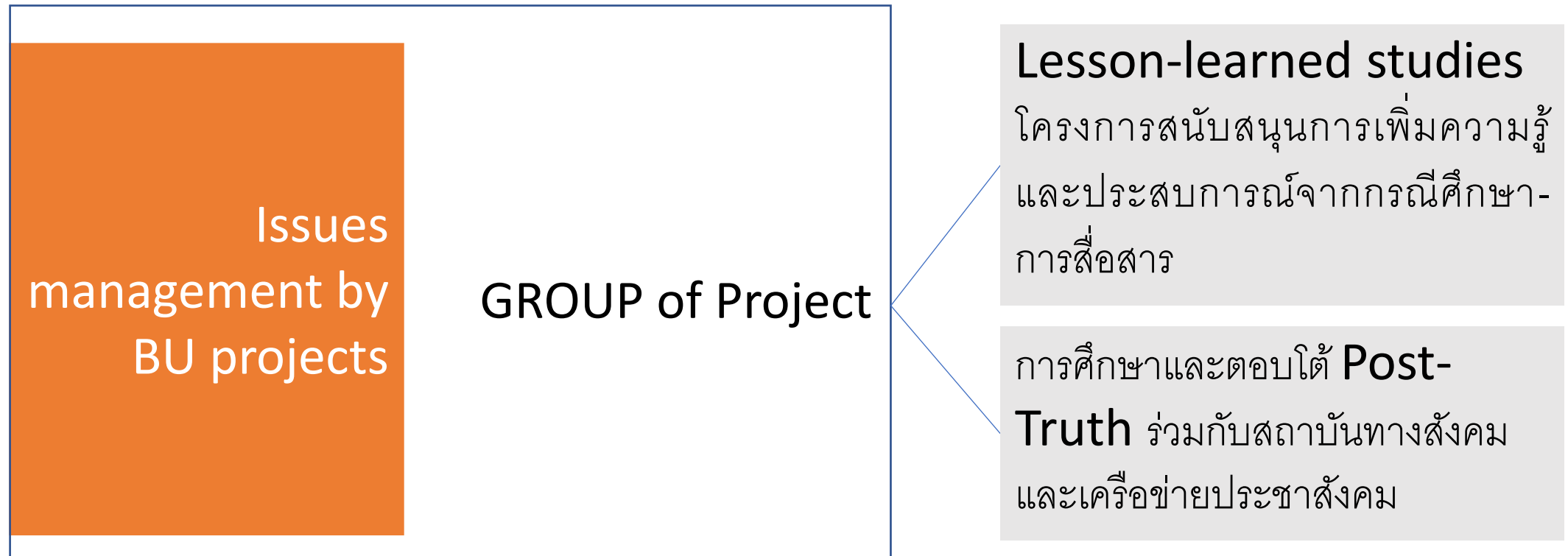
Promotional culture

ที่ที่ให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทาง
สังคม มากกว่า **public intellectual**

Professional political communication

ISSUES & STAKEHOLDER MANAGEMENT

BU Supporting to 'solving the post-truth issue'



GROUP & BU COLLABORATION

