

การจัดการองค์กรในภาวะวิกฤต

กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)



นโยบาย

การให้บริการอย่างถึงที่สุด แม้ในพื้นที่ที่ประสบกับภาวะน้ำท่วมแล้วก็ตาม โดยพิจารณาปิดสาขาเฉพาะบริเวณที่มีน้ำท่วมสูงจริงๆ เท่านั้น เพื่อให้กระทบกับการให้บริการแก่ลูกค้าน้อยที่สุด พร้อมกันนี้ยังมีการสำรองเงินสดในตู้เอทีเอ็มเพิ่มขึ้นกว่าภาวะปกติ

การจัดการธุรกิจ	ธนาคารได้จัดวางระบบการให้บริการให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง โดยธนาคารมีศูนย์ระบบคอมพิวเตอร์ 2 ศูนย์ และหากศูนย์ใดมีปัญหา ระบบสำรองข้อมูลของอีกศูนย์จะสามารถทำงานได้ทันที สำหรับการป้องกันพื้นที่สำนักงานใหญ่ที่ตั้งอยู่รัชโยธิน ได้มีการวางกระสอบทรายและปิดกั้นน้ำในทุกจุดเสี่ยงรอบอาคารอย่างแน่นหนา อีกทั้งตัวอาคารตั้งอยู่พื้นที่สูงกว่าระดับถนน 2.7 เมตร จึงมั่นใจถึงความปลอดภัยและยังได้เตรียมความพร้อมของสำนักงานชุดลมในกรณีฉุกเฉิน
สินค้าและบริการ	มีนโยบายให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าของธนาคาร เพื่อช่วยเหลือลูกค้าผู้ประสบภัยน้ำท่วมทั้งลูกค้าที่ได้รับผลกระทบทั้งแบบทางตรงคือที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ประกอบการโดนน้ำท่วมไม่สามารถ ดำเนินการได้ หรือทางอ้อมที่ได้รับผลกระทบเกี่ยวกับ Supply chain ต่างๆ หรือทางด้านการคมนาคม ขนส่งวัตถุดิบ โดยเฉพาะในเขตนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยออกมาตรการช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ด้วยการพักชำระหนี้ ลดดอกเบี้ย และเพิ่มวงเงินสินเชื่อ โดยครอบคลุมทั้งลูกค้ารายย่อย เช่น สินเชื่อบ้าน, บัตรเครดิต, Speedy loan และลูกค้า SME/SSME ที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากธนาคาร
พนักงาน	พนักงานจำนวนกว่า 22,000 คน ในกลุ่มนี้ 2,000 คนเป็นพนักงาน Outsource แต่บริษัทก็ดูแลอย่างเท่าเทียมกัน สำหรับพนักงานที่ประสบภัยธนาคารได้อนุญาตให้หยุดงานได้โดยไม่ต้องนับเป็นวันลาและจ่ายค่าจ้างรายละ 5,000 บาท ในกรณีที่บ้านและทรัพย์สินได้รับความเสียหาย 10,000 บาทแรกจ่าย 100% และถ้ามากกว่าถึง 1 หมื่น-5 หมื่นบาท จ่ายให้ 50% โดยมีผู้จัดการสาขาเป็นผู้พิจารณา อีกทั้งยังมีการจัดหาที่พักฉุกเฉิน และบริษัทได้จัดหาห้องพักในโรงแรมมารายการเดินและห้องเช่าใน อพาร์ทเมนต์ใกล้สำนักงานใหญ่ให้พนักงานแล้ว 300-400 ห้อง แต่สำหรับพนักงานที่ไม่สะดวกมาพักในที่ที่บริษัทจัดให้ สามารถหาที่พักและนำมาเบิกได้เริ่มต้นที่ 900 บาท ตามระดับตำแหน่งงาน
คู่ค้า	-
ชุมชน	-

การขยายผล

ประชาสัมพันธ์	การประชาสัมพันธ์ด้านการจัดการองค์กรของ SCB ผ่านไปยังสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เว็บไซต์ต่างๆ และการจัดส่งข้อความ sms เพื่อแจ้งสถานะให้แก่พนักงาน ตลอดจนประสานงานพนักงานอาสาผ่านทางมูลนิธิสยามกัมมาจลด้วย
โฆษณา	-
Social Network	มีการให้ข้อมูลสถานการณ์และความรู้เกี่ยวกับภัยพิบัติผ่านสมาชิกแฟนเพจทาง Facebook และ Twitter ของ SCB

ที่มาข้อมูล

http://www.scbfoundation.com/main_th.php

http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1319718772&grpid=&catid=no&subcatid=0000


IMAGEPLUS
ก้าวที่กล้าแกร่ง ก้าวแห่งประสบการณ์