

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบริหารทรัพยากรอัตรานั้นมีปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้อง 3 ประการ คือ คน (People) , สถานที่ (Place) และกระบวนการต่างๆ(Process) ซึ่งผู้บริหารทรัพยากรอัตรจะต้องทำการบริหารจัดการให้ปัจจัยเหล่านี้ทำงานได้อย่างสอดคล้องกันมากที่สุด เนื่องจากแต่ละปัจจัยมีความเกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งหากปัจจัยใดเกิดความบกพร่องแล้วย่อมส่งผลกระทบต่อปัจจัยที่เหลืออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้จนอาจทำให้การบริหารทรัพยากรอัตรเกิดความล้มเหลว

ปัจจัยทางด้าน “คน” (People) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและยากต่อการควบคุม ดังเช่น ปัจจัยทางด้านสถานที่ (Place) และปัจจัยทางด้านกระบวนการต่างๆ (Process) ที่มีความแน่นอนมากกว่า เนื่องจาก “คน” มีความรู้สึกนึกคิดที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ผู้บริหารอัตรจึงต้องให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ใช้อัตร ทั้งที่เป็นบุคคลภายในองค์กรเอง และบุคคล ภายนอก ซึ่งหมายถึง “ลูกค้า” อยู่ตลอดเวลา ซึ่งการบริหารทรัพยากรอัตรนั้นมีลักษณะคล้ายกับการบริหารผลิตภัณฑ์ในธุรกิจประเภทอื่นๆ ตรงที่ความสำเร็จของการบริหาร ณ ปัจจุบันมิได้วัดผลหรือให้ความสำคัญกับปริมาณของกลุ่มลูกค้ามาเป็นอันดับแรกเหมือนในอดีตอีกต่อไป เพราะ ในวันนี้ผู้บริหารเปลี่ยนมาให้ให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก โดยทำการสำรวจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าหรือการค้นหาข้อมูลลูกค้าในเชิงลึก (Customer Insight) ทำการรวบรวมข้อมูล ความเข้าใจในตัวลูกค้ามากยิ่งขึ้น ตลอดจนการคาดคะเนหรือทำนายความต้องการของลูกค้าในอนาคต แล้วจึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมารองรับกับความต้องการนั้นๆ หรืออาจเรียกว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)

(ชลิต ลิ้มปนะเวช , 2545) โดยมุ่งเน้นการสร้างความจริงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีความเชื่อว่าค่าใช้จ่ายในการหาลูกค้ารายใหม่นั้นมากกว่าค่าใช้จ่ายในการรักษาลูกค้าเดิมหลายเท่า ดังนั้นการสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีกับลูกค้าเดิมเพื่อรักษาลูกค้าเอาไว้และแสวงหาลูกค้ารายใหม่เพิ่มเติมจึงกลายมาเป็นแนวทางในการบริหารปัจจุบัน ซึ่งหลักในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์สามารถใช้ได้กับการบริหารผลิตภัณฑ์ทุกประเภท ไม่เว้นแม้แต่การบริหารอสังหาริมทรัพย์ ประเภทอาคารสำนักงานให้เช่า ซึ่งธุรกิจประเภทนี้รายได้หลักย่อมมาจากค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน ดังนั้น ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าซึ่งเป็นผู้เช่าจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารอาคารจะต้องคำนึงถึงเสมอ เพื่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของทั้งฝ่ายบริหารอาคารและของลูกค้าผู้เช่า

การดำเนินธุรกิจอาคารสำนักงานให้เช่นนั้น สิ่งสำคัญในการบริหารทรัพยากรอาคารของฝ่ายบริหารอาคาร คือ การเตรียมความพร้อมในเรื่องของทรัพยากร ทั้งสถานที่ บุคลากร และกระบวนการทำงานให้เหมาะสมสามารถสนองต่อหรือตอบรับกับความต้องการของลูกค้าซึ่งก็คือ “ผู้เช่า” โดยมีผลตอบแทนจากค่าเช่ากลับมาเป็นกำไรให้กับบริษัท แต่สิ่งที่สำคัญมากไปกว่านั้นที่ ต้องคำนึงถึงในการดำเนินธุรกิจ คือ ทั้งสองฝ่าย หมายถึง ฝ่ายบริหารอาคาร กับลูกค้าผู้เช่า สามารถมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบได้ประโยชน์ร่วมกัน (win-win strategy) ได้ เพราะผลกำไรของฝ่ายบริหารอาคารไม่ได้สิ้นสุดแค่เพียงค่าเช่าที่ลูกค้าผู้เช่าจ่ายมาให้เท่านั้น แต่มากกว่านั้นคือ หากฝ่ายบริหารอาคารสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่าได้อย่างดีแล้ว ความพึงพอใจของลูกค้าที่เกิดขึ้นย่อมก่อให้เกิดความ สัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรที่ถือเป็นผลตอบแทนที่มีค่ามากกว่าผลตอบแทนที่อยู่ในรูปของตัวเงิน

โดยธรรมชาติของธุรกิจประเภทการให้เช่าพื้นที่สำนักงานย่อมมีบริษัทย้ายเข้า – ออก แต่หากภาพลักษณ์ของอาคารและองค์กรอยู่ในระดับที่ดีแล้ว ย่อมส่งผลดีต่อการรักษาลูกค้าผู้เช่าเดิม และแสวงหาลูกค้าผู้เช่าใหม่ เพราะองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือก็ย่อมจะมีแต่องค์กรที่อยากจะเข้ามาทำธุรกิจด้วยเพียงแต่ฝ่ายบริหารอาคารจะต้องลงทุนในด้านการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าผู้เช่าอย่างจริงจัง อีกทางหนึ่งหากฝ่ายบริหารอาคารมีนโยบายและกระบวนการบริหารดี ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีย่อมส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ธุรกิจของลูกค้าผู้เช่าดีตามไปด้วย ในทางกลับกันหากฝ่ายบริหารอาคารสามารถหาลูกค้าผู้เช่าที่เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักก็ย่อม

ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของอาคารดีไปด้วยเช่นกัน ประกอบกับการที่ลูกค้าผู้เช่ามีความสุข ลูกค้าของ ลูกค้าก็มีความพึงพอใจในการเข้ามาใช้อาคารตามไปด้วย ดังนั้นผลประโยชน์ที่ได้รับจึงเกิดขึ้น มากกว่าสองฝ่าย

จากความสำเร็จดังกล่าวการวิจัยในครั้งนี้จึงเกิดขึ้น โดยผู้วิจัยต้องการจะศึกษารวบรวม ข้อมูลเพื่อสร้างแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์สำหรับฝ่ายบริหารอาคาร อาคารรวิวัฒน์ซึ่งเป็น อาคารประเภทสำนักงานให้เช่า ขนาด 22 ชั้น พื้นที่อาคารรวมประมาณ 39,000 ตารางเมตร ใน ปัจจุบันอาคารรวิวัฒน์มีผู้เช่าพื้นที่ เพียงร้อยละ 70 ของพื้นที่เช่าทั้งหมดที่มีประมาณ 27,000 ตารางเมตร โดยพื้นที่เช่าของอาคารบางส่วนยังไม่เคยมีการใช้งานเลยตั้งแต่อาคารเริ่มเปิด ดำเนินการ ในปี พ.ศ.2540 ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงศักยภาพทางด้านทำเลที่ตั้งและสภาพของอาคาร โดยรวมแล้วพบว่ายังอยู่ในระดับที่ดี เพราะอาคารยังมีอายุการใช้งานที่ไม่นานอีกทั้งตั้งอยู่บนถนน สีลม ซึ่งเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ (CBD : Central Business District) ที่สำคัญของ กรุงเทพมหานคร แต่ปัญหาที่พบ ณ ปัจจุบัน คือ การทำธุรกิจของฝ่ายบริหารอาคาร กับธุรกิจของ ลูกค้าผู้เช่าเป็นไปอย่างแยกส่วน อาจมีความสัมพันธ์กันบ้างตามกระบวนการทำงาน แต่ไม่ได้มีความสัมพันธ์ไปในด้านของการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจซึ่งกันและกัน ทำให้ฝ่ายบริหารอาคารไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง ตัวลูกค้าผู้เช่าก็ไม่เกิดความพึงพอใจเพราะไม่ได้รับการ สนองตอบความต้องการอย่างเหมาะสม ส่งผลให้ลูกค้าผู้เช่ามีทัศนคติที่ไม่ดี อีกทั้งทำให้พื้นที่เช่าที่เหลืออยู่ก็ยังคงว่างไม่สามารถก่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้นกับฝ่ายบริหารอาคารอันเนื่องมาจากขาด การวางแผนทางการตลาดที่เหมาะสม จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการที่จะเสนอทาง แก้ปัญหาโดยการสร้างแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) สำหรับฝ่ายบริหารอาคาร อาคารรวิวัฒน์เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิม ให้กับองค์กร

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระบบการบริหารลูกค้าของฝ่ายบริหารอาคาร อาคารรวิวัฒน์ พร้อมทั้งประเมินสถานะขององค์กร ณ ปัจจุบัน เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการนำหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มาใช้
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ แล้วสร้างแนวทางในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นกับฝ่ายบริหารอาคาร อาคารรวิวัฒน์ในเบื้องต้น โดยมุ่งการรักษาลูกค้าเดิมเป็นสำคัญ
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้กับฝ่ายบริหารอาคาร อาคารรวิวัฒน์ ไปใช้ปฏิบัติได้จริง

1.3 สมมติฐานการศึกษา

การสร้างแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นกับฝ่ายบริหารอาคาร อาคารรวิวัฒน์ จะทำให้ทัศนคติของผู้เช่าที่มีต่อฝ่ายบริหารอาคารดีขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้ได้

1.4 คำถามของการศึกษา

การสร้างแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ให้กับฝ่ายบริหารอาคาร อาคารรวิวัฒน์สามารถทำได้อย่างไร

1.5 กรอบแนวคิดในการศึกษา



แผนภาพ 1-1 กรอบแนวคิดการศึกษา

1.6 ขอบเขตของการศึกษา

1. การศึกษาจะศึกษาเฉพาะกระบวนการบริหารลูกค้าของฝ่ายบริหารอาคาร อาคารर्वวัฒน์ เท่านั้น
2. แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์นี้พัฒนาขึ้นสำหรับกระบวนการบริหารของฝ่ายบริหารอาคาร อาคารर्वวัฒน์ ในเบื้องต้น

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงสถานะและตำแหน่งของฝ่ายบริหารอาคาร อาคารर्वวัฒน์ ในการบริหารลูกค้า ณ ปัจจุบัน
2. สามารถสร้างแนวทางที่จะนำไปสู่การบริหารลูกค้าสัมพันธ์(CRM)ให้กับฝ่ายบริหารอาคาร อาคารर्वวัฒน์ ในเบื้องต้น
3. ฝ่ายบริหารอาคาร อาคารर्वวัฒน์ เปลี่ยนมุมมองในการบริหารอาคารโดยเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

