

สถาปนิกกับงานอิสระที่ยั่งยืน



นรินทร์ จารุกิจวณิชย์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
สถาปนิกกับงานอิสระที่ยั่งยืน

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2561

.....
บุริม โอทกานนท์
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมสารนิพนธ์

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ดวงพร อากาศศิลป์
Ph.D.
คณบดี
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
นายนรินทร์ จารุกิจวณิชย์
ผู้วิจัย

.....
พิรยุทธ์ พัฒน์ธัญญานนท์
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
สุเทพ นิ่มสาย
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องสถาปนิกกับงานอิสระที่ยั่งยืน สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของ อาจารย์
บุริม โอทกานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำวิธีการและแนวคิดต่างๆในการทำวิจัยเสมอมา

ขอขอบคุณวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ให้โอกาสในการทำวิจัยในครั้งนี้
นี้ ทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและอาจเป็นประโยชน์ต่อคนรุ่นต่อไปได้

ขอขอบคุณครอบครัว ที่คอยเป็นกำลังใจ และสนับสนุนผู้วิจัยมาอย่างดี

ขอขอบคุณสถานที่ทำงาน และเพื่อนร่วมงานทุกท่าน ที่ได้ให้คำปรึกษาในการทำวิจัย
และอำนวยความสะดวกให้ผู้วิจัยในหลายๆเรื่อง

ขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ที่ได้สละเวลาเพื่อเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้
จนทำให้งานนี้ออกมาเป็นงานวิจัยที่สมบูรณ์

และสุดท้าย ขอขอบคุณเพื่อนๆการตลาดรุ่น 19C ที่เป็นกำลังใจ ทำให้มีความสุขและ
สนุกสนานในทุกๆครั้งที่มาเรียน

นรินทร์ จารุกิจวณิชย์

Abstract

This research is a quality research, which explains the process of an independent work of the architectural profession. This study aims to investigate advantages and disadvantages of gaining the independent career of the architecture profession and the meaning of a sustainable word for architects as well as the factors, which contribute to the architecture field that can be sustainable.

As the research, it was conducted by using in-depth interview method. In the process, the questionnaire was divided into two groups: six independent architects and six architects in an architecture office. Consequently, gathering information in order to analyse them by using Content analysis.

The result of this study can summarise as significant factors that influence the independent work of architects, which have sustainability. There are two main groups: internal factors and external factors. In the internal factors is composed of the sustainability of working life, the quality of works, broadening knowledge as well as a presentation of the works. The external factors include not only the working relationship between architects, laws and regulations but also understanding customer needs and using media to indicate the works.

สถาปนิกกับงานอิสระที่ยั่งยืน

ARCHITECT WITH SUSTAINABLE FREELANCE

นรินทร์ จารุกิจวณิชย์ 5950419

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : บุริม โอทกานนท์, M.B.A., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์, Ph.D., สุเทพ นิมมสาย, Ph.D., พีรยุทธ์ พัฒน์ธนนานนท์, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการรับงานอิสระของวิชาชีพสถาปัตยกรรม ข้อดีและข้อเสียในการรับงานอิสระของวิชาชีพสถาปัตยกรรม ความหมายของคำว่ายั่งยืนสำหรับสถาปนิก และปัจจัยที่มีผลให้วิชาชีพสถาปัตยกรรมสามารถรับงานอิสระได้อย่างยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์รายบุคคล (Individual Interview) จำนวน 12 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบอาชีพสถาปนิกอิสระจำนวน 6 คน และผู้ประกอบอาชีพสถาปนิกในสำนักงานสถาปนิกจำนวน 6 คน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาโดยการทำ Content Analysis

จากผลการวิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับงานอิสระของสถาปนิกให้ยั่งยืน โดยแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ด้าน คือ ปัจจัยภายใน ซึ่งประกอบไปด้วย การรักษาความมั่นคงในชีวิต การรักษาคุณภาพในการทำงาน การพัฒนาความรู้ และการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลงาน ส่วนปัจจัยภายนอก ประกอบไปด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ร่วมสายอาชีพ กฎระเบียบในการประกอบวิชาชีพ การเข้าใจความต้องการของลูกค้า และการมีสื่อกลางในการสื่อสารผลงาน

คำสำคัญ : วิชาชีพสถาปัตยกรรม/ อาชีพอิสระ/ ความยั่งยืน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามงานวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.6 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 บทวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ความหมายของคำหลัก	6
2.1.1 วิชาชีพสถาปัตยกรรม	6
2.1.2 ขอบเขตการทำงานของวิชาชีพสถาปัตยกรรม	7
2.1.3 ผู้ประกอบอาชีพอิสระ	8
2.1.4 ความยั่งยืน	9
2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	10
2.2.1 รุ่งอรุณแห่งการพัฒนาตน	10
2.2.2 ปรัชญาการพัฒนางานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน	11
2.2.3 ทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์	12
2.2.4 การสร้างแบรนด์บุคคล	12
2.2.5 การตลาดสำหรับสำนักงานสถาปนิก	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
2.3.1 กลยุทธ์การตลาดสำหรับสำนักงานสถาปนิก	17
2.3.2 การวางกลยุทธ์ในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม หลังยุคเศรษฐกิจถดถอย	20
2.3.3 ความมั่นคงในการประกอบอาชีพอิสระของเจนเนอเรชันวาย	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	23
3.1 แหล่งข้อมูล	23
3.2 กรอบขั้นตอนงานวิจัย	24
3.3 กลุ่มตัวอย่าง	24
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
3.5 การออกแบบเครื่องมือ	25
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	25
3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	26
บทที่ 4 ผลการวิจัย	27
4.1 ลักษณะงานที่รับและกระบวนการทำงาน	27
4.2 ข้อดีและข้อเสียของการรับงานอิสระสำหรับสถาปนิก	32
4.3 ปัจจัยที่ทำให้การรับงานอิสระของสถาปนิกมีความยั่งยืน	37
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	45
5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	45
5.2 การอภิปรายผล	47
5.3 ข้อเสนอแนะ	50
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	51
บรรณานุกรม	52
ภาคผนวก	55
ประวัติผู้วิจัย	58

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ของลักษณะงานที่รับและกระบวนการทำงาน ของผู้ประกอบอาชีพสถาปนิกอิสระ	29
4.2 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ของลักษณะงานที่รับและกระบวนการทำงาน ของผู้ประกอบอาชีพสถาปนิก ในสำนักงานสถาปนิก	31
4.3 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ของข้อดีและข้อเสียของการรับงานอิสระ ของผู้ประกอบอาชีพสถาปนิกอิสระ	35
4.4 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ของข้อดีและข้อเสียในการรับงานอิสระ ของผู้ประกอบอาชีพสถาปนิก ในสำนักงานสถาปนิก	36
4.5 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ ความหมายของคำว่า”ยั่งยืน”และปัจจัยที่มีผลต่อ การรับงานอิสระได้อย่างยั่งยืน ของผู้ประกอบอาชีพสถาปนิกอิสระ	42
4.6 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ ความหมายของคำว่า”ยั่งยืน”และปัจจัยที่มีผลต่อ การรับงานอิสระได้อย่างยั่งยืนของผู้ประกอบอาชีพสถาปนิก ในสำนักงานสถาปนิก	43

สารบัญรูปร่างภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แสดงองค์ประกอบสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคล	15
2.2	ลำดับขั้นตอนการใช้กลยุทธ์การตลาดสำหรับสำนักงานสถาปนิก	19
3.1	กรอบขั้นตอนงานวิจัย	24
4.1	แสดงความหมายของความยั่งยืนของสถาปนิก	38
5.1	แสดงขั้นตอนการรับงานอิสระของสถาปนิก	46



บทที่ 1

ที่มา ความสำคัญ ปัญหา

1.1 ที่มาของเรื่อง ความสำคัญและปัญหา

“Architecture is life, or at least it is life itself taking form and therefore it is the truest record of life as it was lived in the world yesterday, as it is lived today or ever will be lived.” Frank Lloyd Wright.(1941).

“สถาปัตยกรรมคือชีวิต หรืออย่างน้อยก็เป็นชีวิตของตัวเอง มันเป็นเครื่องมือที่แท้จริงที่สุดในการใช้บันทึกชีวิต ดังที่มันอยู่ในโลกของเราทั้งอดีต ปัจจุบันและอนาคต” คำกล่าวของ แฟรงก์ ลอยด์ ไรต์ สถาปนิกคนสำคัญคนหนึ่งของโลกชาวอังกฤษ ได้กล่าวถึงสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาโดย “สถาปนิก” บุคคลผู้เกี่ยวข้องทั้งในขั้นตอนการออกแบบ และวางแผนการก่อสร้าง โดยเป็นผู้ที่ต้องมีความเข้าใจในหลักของการออกแบบ มาตรฐานการก่อสร้างของอาคาร หน้าที่การใช้สอยของอาคาร กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงวัสดุที่จะนำมาเป็นส่วนประกอบของสิ่งก่อสร้างนั้น

โดยที่สถาปนิกจะทำการบริการวิชาชีพตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. บันทึกรายละเอียดความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ออกแบบงานได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. ออกแบบเบื้องต้น (Schematic Design) คือการออกแบบ คำนวณแบบ เลือกวัสดุที่มีคุณภาพเหมาะสมและให้ประโยชน์สูงสุดกับลูกค้า
3. ออกแบบรายละเอียดต่างๆในงาน (Design Development)
4. คำนวณรายการใช้จ่ายให้เหมาะสมกับเนื้องาน
5. ทำแบบก่อสร้าง (Construction Document) เตรียมแบบ และส่งแบบให้ลูกค้าพิจารณา เพื่อตัดแปลงแก้ไขและตอบข้อซักถามของลูกค้าเกี่ยวกับขั้นตอนการก่อสร้าง ร่วมกับวิศวกร
6. เมื่อแก้ไขแบบให้สมบูรณ์แล้ว จึงส่งแบบให้กับวิศวกรทำการก่อสร้าง

7. ออกปฏิบัติงานร่วมกับวิศวกรระหว่างทำการก่อสร้าง เพื่อให้ใช้วัสดุตามแบบที่วางไว้ ตามเงื่อนไขสัญญา หรือหากมีการปรับเปลี่ยนก็ต้อง ตัดสินใจตามความเหมาะสมของงาน

8. ให้คำปรึกษาต่อวิศวกรและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง ในการแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการก่อสร้าง

จากข้อมูลในเว็บไซต์ a-chieve.org กล่าวถึงเป้าหมายในการทำงานของสถาปนิกไว้ คือ การออกแบบอาคารประเภทต่างๆ ให้มีความสวยงาม สอดคล้องกับสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และกฎหมาย โดยประยุกต์ใช้ความรู้ ความสามารถ ทั้งทางศิลปะและเทคนิคการก่อสร้าง โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและงบประมาณ ทั้งในด้านราคาค่าก่อสร้างและพลังงาน เพื่อสนองความต้องการของผู้อยู่อาศัยและผู้ใช้อาคาร

การทำงานของวิชาชีพสถาปัตยกรรม ต้องมีความเชี่ยวชาญทั้งกรออกแบบและลงพื้นที่ก่อสร้างหน้างาน เพราะต้องเกี่ยวข้องตั้งแต่ขั้นสำรวจพื้นที่ก่อนก่อสร้างจนกระทั่งก่อสร้างเสร็จ ซึ่งอาชีพสถาปนิกก็มีทั้งที่ทำงานแบบอิสระ(ฟรีแลนซ์) ทำงานในสำนักงานสถาปนิก และทำงานในหน่วยงานราชการ แต่สิ่งที่วิชาชีพสถาปัตยกรรมสามารถทำได้คือ การรับงานอิสระ ที่ปฏิบัติตามหลักการของวิชาชีพ

จากข้อมูลในเว็บไซต์ tasknjoy.com ระบุว่า อาชีพสถาปนิก ก็เป็นหนึ่งในอาชีพที่คนนิยมทำเป็นอาชีพอิสระ บ้างก็ทำร่วมกับงานประจำ หรือทำเป็นอาชีพหลัก ซึ่งกล่าวโดยความหมายก็คือ สถาปนิกที่เลือกรับงานเอง เป็นนายของของตัวเองและงานที่รับทำไม่มีความเชื่อมโยงกับบริษัทใดบริษัทหนึ่ง แต่จะทำงานผ่านการฝึกฝนวิชาชีพและทักษะความสามารถ ซึ่งคนส่วนใหญ่เริ่มต้นจากการทำงานในสำนักงานสถาปนิกช่วงหนึ่งก่อน หรือหากมีความสุขกับงานประจำ แต่ต้องการรับงานเสริม ก็ต้องมีความสามารถในการรับมือกับลูกค้า หรืออาจเป็นบุคคลที่สาม ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงาน เช่น ผู้รับเหมา วิศวกรโครงสร้าง ซึ่งในการประกอบอาชีพสถาปนิกอิสระ ต้องมีความรับผิดชอบมากขึ้น เพื่อให้งานประสบผลสำเร็จ

จากข้อมูลในเว็บไซต์ brandbuffet.in.th ระบุว่า อาชีพอิสระ(ฟรีแลนซ์) มีการเติบโตเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก สำหรับในประเทศไทยมีผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระ เป็นส่วนหนึ่งของแรงงานนอกระบบที่มีอยู่กว่า 21 ล้านคน จากการสำรวจปีล่าสุดของสำนักงานสถิติแห่งชาติ คิดเป็น 55.6% ของแรงงานที่มีงานทำทั้งประเทศ

ตามเว็บไซต์ของกระทรวงแรงงานระบุว่า การประกอบอาชีพอิสระเป็น การประกอบกิจการส่วนตัวต่างๆ ในการผลิตสินค้า หรือบริการ ที่ถูกต้องตามกฎหมาย เป็นธุรกิจที่มีอิสระในการกำหนดรูปแบบและวิธีดำเนินงานของตนเอง ในการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพอิสระ ควรพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยเลือกอาชีพที่ตัวเองถนัด และต้องพัฒนาความสามารถของตัวเอง ศึกษา

รายละเอียดของอาชีพ และทำการฝึกอบรม ฝึกปฏิบัติ ให้มีพื้นฐานความรู้ความเข้าใจในการเริ่มประกอบอาชีพที่ถูกต้อง รวมทั้งต้องพิจารณา องค์ประกอบอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ท่าเลที่ตั้งของอาชีพ สภาพแวดล้อม ผู้ร่วมงาน และเงินทุน นอกจากนั้น ผู้ประกอบอาชีพอิสระจะต้องมีความรู้ความสามารถในการจัดการด้านเทคนิคและวิธีการ การวางแผนทางการตลาด ซึ่งต้องมีการเตรียมการอย่างละเอียด การประกอบอาชีพอิสระเป็นงานที่ทำขาย แต่สามารถสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการและครอบครัวได้ไม่ด้อยกว่าอาชีพอื่น

แต่หากมองในมุมของเจ้าของโครงการหรือเจ้าของบ้าน ที่ต้องการใช้สถาปนิกในการออกแบบ ซึ่งบางโครงการต้องใช้การลงทุนในมูลค่ามาก การรับงานอิสระของสถาปนิก อาจขาดความน่าเชื่อถือทั้งในเรื่องของคุณภาพงานและกระบวนการทำงาน หากเทียบกับในรูปแบบของสำนักงานสถาปนิก แต่แท้จริงแล้วสถาปนิกระดับโลกมากมายก็ทำงานแบบอิสระ ขึ้นอยู่กับสภาพปัจจัยในหลายๆด้าน

จากประเด็นที่กล่าวไป ผู้วิจัยมีความสนใจถึงสถานการณ์ปัจจุบันของการรับงานอิสระของสถาปนิกในประเทศไทย ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้กับทั้งสถาปนิกอิสระและที่ทำงานในสำนักงานสถาปนิก ว่าคนกลุ่มนี้มีลักษณะพฤติกรรมการทำงานอย่างไร สามารถรับงานอิสระให้ยั่งยืนได้อย่างไร และด้วยสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ทำให้พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนไปอย่างไร หลากหลาย สถาปนิกเหล่านี้มีวิธีการปรับตัวในสถานการณ์นี้อย่างไร โดยที่ยังคงต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าและปฏิบัติงานตามหลักการของวิชาชีพ เพื่อให้เกิดความมั่นคงในการประกอบอาชีพ และยังคงความ“อิสระ”ไว้ได้อย่างยั่งยืน

1.2 คำถามงานสารนิพนธ์

1. การรับงานอิสระของสถาปนิกมีกระบวนการทำงานอย่างไร?
2. ข้อดีและข้อเสียของการรับงานอิสระของวิชาชีพสถาปัตยกรรมในปัจจุบันคืออะไร?
3. ความยั่งยืนสำหรับสถาปนิกคืออะไร?
4. ทำอย่างไรให้การรับงานอิสระของวิชาชีพสถาปัตยกรรมมีความยั่งยืน?

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการทำงานในการรับงานอิสระของวิชาชีพสถาปัตยกรรม

2. เพื่อศึกษาข้อดีและข้อเสียของการรับงานอิสระของวิชาชีพสถาปัตยกรรม
3. เพื่อศึกษาความหมายของคำว่ายั่งยืนของสถาปนิก
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลให้วิชาชีพสถาปัตยกรรมสามารถรับงานอิสระได้อย่างยั่งยืน

1.4 ประโยชน์

1. มีความเข้าใจพฤติกรรมและกระบวนการทำงานของการรับงานอิสระของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม
2. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม ให้สามารถรับงานอิสระได้ ยากต่อเนื่องและยั่งยืน
3. สามารถนำผลที่ได้ มาเป็นแนวทางในการสร้างสินค้าหรือบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้
4. สามารถนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการสร้างกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

1.5 ขอบเขตของสารนิพนธ์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ด้านประเด็นที่ศึกษา

ศึกษาถึงกระบวนการทำงานของการรับงานอิสระในวิชาชีพสถาปัตยกรรม และปัจจัยที่ทำให้การรับงานอิสระมีความยั่งยืน

1.5.2 ด้านกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม จำนวน 12 คน โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบอาชีพสถาปนิกอิสระจำนวน 6 คน และผู้ทำงานในสำนักงานสถาปนิกจำนวน 6 คน

1.5.3 ด้านขอบเขตพื้นที่

สถาปนิกที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5.4 ด้านระยะเวลา

มกราคม 2561- เมษายน 2561

1.6 นิยามศัพท์

1. วิชาชีพสถาปัตยกรรม
2. ขอบเขตการทำงานของวิชาชีพสถาปัตยกรรม
3. ผู้ประกอบอาชีพอิสระ
4. ความยั่งยืน



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายของคำหลัก

2.1.1 วิชาชีพสถาปัตยกรรม

2.1.2 ขอบเขตการทำงานของวิชาชีพสถาปัตยกรรม

2.1.3 ผู้ประกอบอาชีพอิสระ

2.1.4 ความยั่งยืน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 รุ่งอรุณแห่งการพัฒนาตน

2.2.2 การพัฒนางานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2.2.3 ทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์

2.2.4 การสร้างแบรนด์บุคคล

2.2.5 การตลาดสำหรับสำนักงานสถาปนิก

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 กลยุทธ์การตลาดสำหรับสำนักงานสถาปนิก

2.3.2 การวางกลยุทธ์ในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม หลังยุค

เศรษฐกิจถดถอย

2.3.3 ความมั่นคงในการประกอบอาชีพอิสระของเจนเนอเรชั่นวาย

2.1 ความหมายของคำหลัก

2.1.1 วิชาชีพสถาปัตยกรรม

จากพระราชบัญญัติ สถาปนิก (2543) “วิชาชีพสถาปัตยกรรม” หมายความว่า วิชาชีพสถาปัตยกรรมที่ใช้ศาสตร์และศิลป์สร้างสรรค์สถาปัตยกรรมและสิ่งแวดล้อมในสาขาสถาปัตยกรรมหลัก สาขาสถาปัตยกรรมผังเมือง สาขากฎมีสถาปัตยกรรม สาขาสถาปัตยกรรมภายในและมัณฑนศิลป์ และสาขาสถาปัตยกรรมอื่นๆ ที่กำหนดในกฎกระทรวง

รัชช ชมภูนิช (2549) กล่าวถึงความหมายของสถาปนิกว่า สถาปนิกหรือที่ผู้ออกแบบอาคารบ้านเรือน เป็นผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับทั้งการวางแผน การออกแบบและองค์ประกอบในการก่อสร้างอาคาร โดยบทบาทการทำงานของสถาปนิกจะให้คำแนะนำต่อลูกค้าเพื่อแก้ปัญหาทางกายภาพในประเด็นต่างๆ ที่มีผลต่ออาคารได้แก่ ความสวยงาม องค์ประกอบทางวัฒนธรรมและสังคม ความรู้ด้านกฎหมายอาคารและข้อกำหนดต่างๆ สถาปนิกจะใช้ความรู้ที่ศึกษามาวิเคราะห์และสังเคราะห์ผ่านการทำงานออกแบบตามขั้นตอนจนกลายเป็นแบบอาคารเพื่อใช้ก่อสร้างได้ สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่ากว่าเราจะได้บ้านหรืออาคารขึ้นมาสักหลัง สถาปนิกต้องผสมผสานองค์ความรู้หลายเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของเรา รวมทั้งความรู้ทางเทคนิคในการออกแบบ การประหยัดพลังงาน หรือแม้แต่ประเด็นพิเศษเพิ่มเติม ตามความต้องการของลูกค้า

ชาติรี ประกิตนันทการ (2558) “วิชาชีพสถาปนิกไทย” เป็นเพียงสิ่งประกอบทางวัฒนธรรมเมื่อไม่ถึงหนึ่งร้อยปีที่ผ่านมเท่านั้น ในสมัยก่อนมีบุคคลที่ทำหน้าที่ออกแบบอาคารในนามของ “ช่าง” แต่ช่างในอดีตมีความหมายกว้างและไม่สามารถถูกสวมทับแทนที่ได้ด้วยคำว่า “สถาปนิก” ได้ สถาปนิกเป็นกลุ่มบุคคลที่เกิดขึ้นใหม่ มีบทบาทหน้าที่ใหม่ภายใต้บริบทสมัยใหม่ ที่แม้ว่าจะมีบางด้านที่คล้ายกัน แต่โดยรวมแล้วมีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง

จากบทความในเว็บไซต์ของ Royal Architectural Institute of Canada กล่าวไว้ถึงความหมายของ “สถาปนิก” ว่า คือผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบและให้คำปรึกษาทั้งทางด้านความสวยงามและเทคนิคการก่อสร้าง สำหรับสิ่งก่อสร้างทั้งในพื้นที่ส่วนตัวและสาธารณะ บทบาทของสถาปนิกต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยที่ในการออกแบบต้องมีการผสมผสานระหว่างความต้องการของลูกค้า ระเบียบข้อบังคับ และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสนองประโยชน์ทั้งในด้านสุขภาพและความปลอดภัยแก่พื้นที่สาธารณะ

ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของวิชาชีพสถาปัตยกรรม คือ เป็นวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ของการออกแบบและศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง โดยใช้องค์ความรู้ด้านต่างๆมาวิเคราะห์เพื่อทำการสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดประโยชน์ ตอบสนองความต้องการต่อบุคคลและสังคมให้มากที่สุด โดยมีหน้าที่ต้องแนะนำและให้คำปรึกษาลูกค้าในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ความสวยงาม องค์ประกอบทางวัฒนธรรมและสังคม และความรู้ด้านกฎหมายอาคาร เป็นต้น

2.1.2 ขอบเขตงานบริการในวิชาชีพสถาปัตยกรรม

จากกฎกระทรวง กำหนดวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม (2549) ได้กำหนดให้งานในวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมแต่ละสาขา มีดังต่อไปนี้

1. งานศึกษาโครงการ หมายถึง การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การกำหนดความต้องการและข้อจำกัดเป็นโครงการย่อย การจัดทำสาระความต้องการสำหรับการออกแบบ โครงร่างของโครงการ การจัดทำแผนงาน และการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

2. งานออกแบบ หมายถึง การกำหนดรายละเอียดโครงการ การกำหนดแนวความคิดในการออกแบบและวางผัง การพัฒนารูปแบบ การจัดทำแบบและเอกสารการก่อสร้าง การกำหนดรูปแบบและรายการวัสดุก่อสร้าง การประมาณราคาก่อสร้าง และการตรวจสอบรูปแบบระหว่างการก่อสร้างในงานสถาปัตยกรรมทั้งที่ก่อสร้างใหม่ ดัดแปลง รื้อถอน เคลื่อนย้าย บูรณะ พื้นฟู หรืออนุรักษ์

3. งานบริหารและอำนวยกรก่อสร้าง หมายถึง การบริหารจัดการและจัดทำแผนการบริหารโครงการ การกำหนดหลักเกณฑ์โครงการ การคำนวณราคาและควบคุมค่าก่อสร้าง การควบคุมการก่อสร้างดัดแปลง ซ่อมแซม รื้อถอน หรือเคลื่อนย้ายอาคารหรือสิ่งก่อสร้างให้เป็นไปตามรูปแบบรายการและสัญญา การวินิจฉัยแผนงานและวิธีการก่อสร้าง การรับรองผลการทดสอบวัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในโครงการ และให้หมายความรวมถึงการวางแผนการดำเนินงาน การบำรุงรักษา และการบริหารจัดการทรัพย์สินอาคารในงานสถาปัตยกรรมทั้งที่ก่อสร้างใหม่ ดัดแปลง รื้อถอน เคลื่อนย้าย บูรณะ พื้นฟูหรืออนุรักษ์

4. งานตรวจสอบ หมายถึง การสำรวจ การค้นคว้า การวิเคราะห์ การทดสอบ รวมทั้งการหาข้อมูลและสถิติต่าง ๆ เพื่อเป็นหลักเกณฑ์ประกอบการตรวจสอบรูปแบบ อุปกรณ์ประกอบของอาคาร ระบบสุขอนามัยหรือสิ่งแวดล้อม ระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย ระบบบริหารจัดการเพื่อความปลอดภัยในอาคารหรือสิ่งก่อสร้าง งานตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรง ความปลอดภัยในอาคารในด้านสถาปัตยกรรมควบคุม รวมทั้งงานระบบอาคารที่เกี่ยวข้อง และการออกเอกสารรับรองผลการตรวจสอบ

5. งานให้คำปรึกษา หมายถึง การให้ข้อเสนอแนะหรือการตรวจสอบเพื่อให้คำปรึกษาในงานตาม (1) (2) (3) หรือ (4)

การให้บริการในวิชาชีพสถาปนิกมีระเบียบขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน และมีข้อกำหนดไว้ในทุกๆส่วน สถาปนิกที่ดีจะต้องมีความละเอียดรอบคอบ และรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้กระทำไปแก่ลูกค้าเสมอ

2.1.3 ผู้ประกอบอาชีพอิสระ (Freelance)

กรมสามัญศึกษา (2535) ได้แบ่งอาชีพอิสระออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. อาชีพอิสระด้านการผลิต คือ อาชีพที่ผู้ดำเนินการผลิตชิ้นงานเพื่อจำหน่ายในท้องตลาด ทั้งการขายปลีกและขายส่ง เช่น อาหารไทย ผักผลไม้ งานประดิษฐ์ เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

2. อาชีพอิสระด้านการให้บริการ คือ อาชีพที่ผู้ดำเนินการได้อำนวยความสะดวกหรือให้บริการแก่ผู้บริโภค เป็นอาชีพที่นิยมกันแพร่หลาย เช่น บริการทำความสะอาด ทำนายโชคชะตา การนวดแผนไทย บริการซักรีดเสื้อผ้า ช่างซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอื่น ๆ

Burke (2012), อ้างถึงใน พิราภรณ์ มาลาโรจน์, ชีววรรณ ชีระพงษ์, เพื่อนใจ รัตตากร (2560) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบอาชีพอิสระไว้ว่า คือบุคคลที่ทำงานหรือให้บริการในโครงการที่ผูกพันในระยะยาวหรือระยะสั้น ขึ้นอยู่กับคำตอบแทนที่ตกลงไว้กับผู้จ้างงาน โดยผู้ประกอบอาชีพอิสระ จะได้รับรายได้จากการทำงานรวมถึงความเสี่ยงทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการทำงาน และต้องรับความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจสูงอีกด้วย

Rose & Burke (2014) ให้คำนิยามไว้ว่า โดยปกติแล้วผู้ประกอบอาชีพอิสระจะรับงานเป็นโครงการ และมีระยะเวลาที่กำหนดแน่นอน เพื่อนำรายได้มาบริหารค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงของตนเอง และควรมีความสามารถที่หลากหลายเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันกับผู้ประกอบอาชีพอิสระรายอื่นๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า

สุนิสา บิลสมัท (2543, น. 24) อ้างถึงใน ฐิติวัฒน์ พัฒนสุข (2556) ได้นิยามไว้ว่า อาชีพอิสระคือ การที่บุคคลมีอิสระภาพทางความคิดและสติปัญญา ใช้ความรู้ ความสามารถและทรัพยากรส่วนบุคคลมาสร้างงานให้ตนเองโดยไม่พึ่งการจ้างงานในระบบ เนื่องจากใช้ทุนน้อย สามารถเป็นนายของตนเองและอยู่ด้วยได้ตนเอง ตลอดจนพึ่งพาตนเองได้ในที่สุด

โดยสรุปแล้วการประกอบอาชีพอิสระย่อมมีทั้งข้อดีและข้อเสีย กลางคือ การมีอิสระในการทำงาน ไม่ต้องเป็นลูกจ้างในระบบ ทำให้มีโอกาสในการได้บริหารเวลาและงานของตนเองได้อย่างเต็มที่ มีโอกาสในการทำงานที่ตนเองรักและสร้างรายได้ให้ตนเองได้ แต่มีข้อเสียคือ ความไม่มั่นคงของรายได้และความคุ้มครองในด้านสวัสดิการทางสังคม ซึ่งผู้ประกอบอาชีพอิสระทุกคนต้องยอมรับกับความเสี่ยงนี้ และบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดความมั่นคงในชีวิตต่อไป

2.1.4 ความยั่งยืน

จากพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 อ้างถึงใน ผ่องใส เพ็ชรรักษ์, ศิรัตน์ แจ่มรักษ์สกุล (2558) ให้ความหมายของคำว่ายั่งยืน เป็นคำกริยา หมายถึง “ยืนยง, อยู่นาน, คงทน” ส่วนตามพจนานุกรมภาษาอังกฤษของอ็อกฟอร์ด ระบุว่า ความยั่งยืน หรือ Sustainable เป็น

คำคุณศัพท์ ความหมายแรก หมายถึง สามารถรักษาระดับหรืออัตราหนึ่งๆไว้ได้ ความหมายที่สอง หมายถึง สามารถที่จะรักษาหรือปกป้องไว้ได้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547) อ้างถึงใน ผ่องใส เพ็ชรรักษ์, ศิรินันท์ แจ็งรักษ์สกุล (2558) ให้นิยามคำว่ายั่งยืนไว้ 3 แนวทาง ดังนี้

1. แนวสังคม หมายถึง การตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ก็คือปัจจัยสี่ รวมถึงความต้องการขั้นสูง ความมั่นคง เสรีภาพ การมีงานทำ โดยความยั่งยืนทางสังคมจะเน้นเรื่องความสุขสมบูรณ์ของสังคมส่วนใหญ่ เพื่อรักษาคุณภาพชีวิตในระดับสูงได้อย่างยาวนาน

2. แนวนิเวศ หมายถึง การทำงานที่เน้นการรักษาประสิทธิภาพของระบบนิเวศ ซึ่งจำเป็นต้องคุ้มครองทรัพยากรทางพันธุกรรมและความหลากหลายทางธรรมชาติ ซึ่งเป้าหมายคือการจัดการและรักษาระบบนิเวศ และสนับสนุนให้ชีวิตทั้งหลายอยู่รอด

3. แนวเศรษฐกิจ หมายถึง การเน้นเรื่องการขายตัวของเศรษฐกิจให้ยาวนาน โดยเป็นเศรษฐกิจที่คำนึงถึงระบบนิเวศและโลก ธรรมชาติของคุณค่าทางจิตใจ มากกว่าจะมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว

Dimitrov (2010) ระบุว่าคำจำกัดความของคำว่า ยั่งยืน สามารถมองได้จากหลายมิติ ซึ่งความหมายอาจมีการทับซ้อนกันหรือต่างกันในบางประเด็น ดังนี้

1. ด้านวิทยาศาสตร์ เป็นสิ่งที่มีผลกระทบต่อการดำรงชีวิต ส่งผลต่อความเป็นอยู่ที่ดีของโลก และความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์

2. ด้านการเมือง เน้นการรักษาศีลธรรมอันดีของสังคมและสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งมีความสำคัญมากกว่าการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

3. ด้านเศรษฐกิจ มุ่งเน้นการผลิตที่เหมาะสมที่สุด จากทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ ที่สามารถเชื่อมโยงค่านิยมทางสังคม และเศรษฐกิจได้อย่างลงตัว

4. ด้านพื้นเมือง ให้ความสำคัญกับวิถีจักรของผู้บริโภค ที่ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของแต่ละพื้นที่

โดยสรุปแล้ว ความยั่งยืน หมายถึง การรักษาให้คงอยู่ไว้ได้อย่างยาวนาน โดยต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยในหลายๆด้าน ทั้งปัจจัยทางตัวบุคคลเอง และปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 รุ่งอรุณแห่งการพัฒนาตน

พระเทพเวที (ป.อ.ปยุตโต, 2532) อ้างถึงใน คมกนิต, 2553 เสนอวิธีการที่จะพัฒนาตนไปสู่วิถีชีวิตที่ดั่งงามและยั่งยืน เรียกว่า “รุ่งอรุณแห่งการพัฒนาตน” ไว้ 7 ประการ ดังนี้

1. รู้จักเลือกหาแหล่งความรู้และแบบอย่างที่ดี ได้แก่ การรู้จักใช้สติปัญญาในการวิเคราะห์ พิจารณาในการเลือก เริ่มจากการเลือกคบคนดี เลือกตัวแบบที่ดี เลือกบริโภคนิสัยและข่าวสารข้อมูลที่มีคุณค่า เรียกว่า ความมีกัลยาณมิตร (กัลยาณมิตรตา)

2. รู้จักจัดระเบียบชีวิต มีการวางแผนและจัดการกิจการงานต่างๆ อย่างมีระเบียบ เรียกว่า ถึงพร้อมด้วยศีล (ศีลสัมปทา)

3. ถึงพร้อมด้วยแรงจูงใจให้สร้างสรรค์ มีความสนใจ มีความพึงพอใจ มีความต้องการจะสร้างสรรค์กิจการงานใหม่ๆ ที่เป็นความดีงามและมีประโยชน์ เรียกว่า ถึงพร้อมด้วยฉันทะ (ฉันทสัมปทา)

4. มีความมุ่งมั่นพัฒนาตนให้เต็มศักยภาพ ผู้มีความเชื่อในตนว่าสามารถจะพัฒนาได้ จะมีความงอกงามถึงที่สุดแห่งความสามารถของตน เรียกว่า ทำให้ตนให้ถึงพร้อม (อัตตสัมปทา)

5. ปรับเจตคติและค่านิยมให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตที่ดั่งงาม เอื้อต่อการเรียนรู้ ทำให้สติปัญญางอกงามขึ้น เรียกว่า กระทบความเห็นความเข้าใจให้ถึงพร้อม (ทิวฐิสัมปทา)

6. การมีสติ กระจ้อหรือรู้ทัน ตื่นตัวตลอดเวลา หมายถึง การมีจิตสำนึกแห่งความไม่ประมาท เข้าใจการเปลี่ยนแปลงของชีวิตและสภาพแวดล้อม เห็นคุณค่าของเวลาและใช้เวลาอย่างคุ้มค่า เรียกว่า ถึงพร้อมด้วยความไม่ประมาท (อัปมาทสัมปทา)

7. รู้จักแก้ปัญหาและพึ่งตนเอง จัดการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ มีความคิดวิจารณ์ญาณตามเหตุปัจจัยด้วยตนเอง เรียกการคิดแบบนี้ว่า โยนิโสมนสิการ (โยนิโสมนสิการสัมปทา)

2.2.2 Continuous and Sustainable Working Improvement

สมชาติ โตรักษา(2558) กล่าวถึงปรัชญาการพัฒนางานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (Continuous and Sustainable Working Improvement) หรือ CSWI ซึ่งสามารถจำแนกได้ 7 คำหลักคือ

1. งาน (Task) หมายถึง สิ่งที่ต้องกระทำตามภารกิจ/หน้าที่ ขององค์กร
2. การพัฒนา (Development / Improvement) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่ดีกว่าเดิม
3. อย่างต่อเนื่อง (Continuous) หมายถึง ทุกปีโดยไม่เว้นว่าง

4. ยั่งยืน (Sustainable) หมายถึง มีการดำเนินงานมานานกว่า 5 ปี โดยเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และยังคงเป็น “งาน” ขององค์กร

5. ปัจจุบันยังดำเนินการอยู่ (Active) หมายถึง ยังเป็น “งาน” ขององค์กรที่ยังต้องกระทำอยู่ ตามภาระกิจ/หน้าที่

6. หลักฐานยืนยันที่เชื่อถือได้แน่นอน (Evidence based) หมายถึง สิ่งที่สามารถยืนยันความเป็นจริงของสิ่งที่เกี่ยวข้องแต่ละอย่างที่วงการวิชาการในเรื่องนั้น ให้ความเชื่อถือ อาทิเช่น ข้อมูล ผลงาน เอกสารที่เป็นทางการ ฯลฯ

7. พึ่งพิงตนเองได้ (Self-reliance) หมายถึง สามารถดำเนินการให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ได้ ด้วย “ทีมผู้ปฏิบัติงาน” เอง แม้จะไม่มี การช่วยเหลือสนับสนุนใดๆ จากภายนอกงานหรือองค์กร

2.2.3 ทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์ (Murray's Manifest Needs Theory)

Murray (1938) อ้างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อม (2558) ได้อธิบายถึง ความต้องการที่จำเป็นและสำคัญของคนต่อการทำงาน มีอยู่ 4 ประการ คือ

1. ความต้องการความสำเร็จ หมายถึง ความต้องการที่จะทำอะไรสิ่งหนึ่งให้สำเร็จ
2. ความต้องการมีความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลอื่น โดยคำนึงถึงการยอมรับของเพื่อนร่วมงาน
3. ความต้องการอิสระ เป็นความต้องการที่เป็นตัวของตัวเอง
4. ความต้องการมีอำนาจ ความต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือคนอื่น และต้องการที่จะควบคุมคนอื่นให้อยู่ในอำนาจของตน

2.2.4 การสร้างแบรนด์บุคคล

2.2.4.1 กระบวนการสร้างแบรนด์บุคคล

เสริมยศ ชรรมรักษ์ (2554: 110-113) ได้อธิบายถึงกระบวนการสร้างแบรนด์บุคคลไว้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสำรวจค้นหา (Discover) เป็นการสำรวจว่าอะไรเป็นสิ่งที่เราต้องการทำในชีวิต เป็นการสำรวจว่าเป้าหมายและแรงบันดาลใจของตนเองคืออะไร สำรวจถึงจุด

แข็งของเราที่เหนือกว่าผู้อื่น จากนั้นก็จะเริ่มสร้างแผนในการพัฒนา โดยมีการกำหนดเป้าหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งในการดำเนินการก็ต้องอาศัยแรงขับเคลื่อนจากคนรอบข้าง ในการหาจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง เพื่อที่จะได้นำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงต่อไป

2. การสร้าง (Create) เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะต้องสร้างหรือกำหนดในสิ่งต่อไปนี้

2.1 กลุ่มเป้าหมาย (Target Group/Customer/Stakeholders)

การทำความเข้าใจในความต้องการ (Need) ของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า ผู้ฟัง ผู้ชม หรือ ลูกน้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดแก่นแท้หรือจุดยืนของตนเอง

2.2 แก่นแท้หลักของตนเอง (Brand Core) หรือ การนิยามความเป็นตัวเองออกมาด้วยคำหรือข้อความสั้นๆ โดยมาจากตัวตนของเราอย่างแท้จริงหรือพัฒนาจากจุดแข็งที่มีอยู่ ซึ่งจะต้องมีความแตกต่าง (Differentiation) และมีความสัมพันธ์ (Relevance) หรือ เป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายนั้นต้องการหรืออยากจะพบเห็น

2.3 เหตุผลทำไม (Reason – Why) ควรตอบคำถามให้ได้ว่า “ทำไมต้องเป็นเรา” เพื่อให้ทุกคนมีความเชื่อถือในจุดแข็งของเรา และบ่งบอกถึง คุณค่าของแบรนด์บุคคล

2.4 คุณลักษณะหรือบุคลิกภาพของแบรนด์บุคคล (Brand Character or Brand Personality) การมีบุคลิกที่ชัดเจนว่าเราจะเป็นคนแบบใด มีการตอบสนองต่อเรื่องต่างๆอย่างไร รวมถึงทัศนคติที่มีต่อโลก สังคม สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นพื้นฐานของแบรนด์บุคคลทั้งสิ้น

3. การสื่อสาร (Communicate) เป็นขั้นตอนในการสื่อสารให้บุคคลอื่นเห็นสิ่งที่เรากำหนดไว้ โดยต้องพิจารณาก่อนว่า กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายที่เราต้องการสื่อสารด้วยเป็นใคร ต้องมีช่องทางการสื่อสารแบบไหนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การใช้นามบัตร (Business Card) แฟ้มสะสมผลงาน (Portfolio) ประวัติส่วนบุคคล (Resume) จดหมายและเอกสารอ้างอิงต่างๆ ในแบบดั้งเดิม หรือแนวทางใหม่ในการสร้างแบรนด์บุคคล เช่น การสร้างประวัติบุคคลด้วยการนำเสนอผ่านรูปแบบของวิดีโอ การสร้างเว็บไซต์ส่วนบุคคล (Personal website) บล็อก (Blog) รวมถึง Social Media ต่างๆ อาทิ Twitter , Facebook เป็นต้นจากที่กล่าวไปข้างต้น สิ่งหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทอย่างมากในปัจจุบันก็คือ สื่อสังคม หรือ Social Media สื่อดังกล่าวจะช่วยในการสร้างเครือข่ายทางสังคมอย่างมาก (Social Networking) และมีโอกาสในการนำพาข่าวสารไปสู่เครือข่ายได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว

4. การรักษาให้คงไว้ (Maintain) เมื่อแบรนด์มีความชัดเจนและแข็งแกร่งขึ้น การนำเสนอความเป็นตัวของตัวเอง ต้องให้มีความคงเส้นคงวา (Consistency) อย่าให้เกิดรอยตะขุด (Seamless) เมื่อบุคคลต่างๆ ได้มีโอกาสพบเห็น

2.2.4.2 องค์ประกอบสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคล

Blanco (2010: 120-121) อ้างถึงใน เสริมยศ ธรรมรักษ์ (2554: 113-116) กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคล (Key Elements in Personal Branding Reputation) ประกอบด้วย 10 องค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ความรู้ (Knowledge) แบรนด์บุคคลควรต้องตระหนักถึงการมีองค์ประกอบด้าน “ความรู้” เพราะจะแสดงถึงความชำนาญเฉพาะในขอบเขตที่ตนเองสนใจ แสดงถึงประสบการณ์ ความชำนาญนี้เองจะนำไปสู่ความมีชื่อเสียงในที่สุด

2. ประสบการณ์ (Experience) บุคคลที่มีความชำนาญย่อมจะได้รับการเรียนรู้จากประสบการณ์ ความรู้และความสามารถจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการมีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ

3. ตำแหน่ง (Credentials) สามารถพบเห็นได้ในหลายๆ รูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น ตำแหน่งมหาวิทยาลัย สถาบัน เป็นต้น

4. การสนับสนุนหรือได้รับการแนะนำ (Backing) เช่น ทุนความ หอม สถาปนิก จะได้รับผลประโยชน์จากการแนะนำจากลูกค้าที่มีความพึงพอใจเมื่อใช้บริการ ซึ่งจะมีส่วนช่วยเพิ่มประวัติของบุคคลให้มีชื่อเสียงมากขึ้น

5. ผู้สนับสนุน (Contributors) เช่น ผู้เขียนคำนิยาม ถือเป็นผู้นำให้คำสนับสนุนให้กับผู้แต่งหนังสือ เป็นการทำให้บุคคลที่สร้างแบรนด์จากการเขียนหนังสือ มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

6. การแสดงออกด้วยเครื่องหมาย สัญลักษณ์ (Signals) โดยจะถูกถ่ายทอดออกมาผ่านงานกราฟิกภาพ และมีการต่อยอดซ้ำๆ เตือนบ่อยๆ ผ่านการสื่อสารทางการตลาด เพื่อเชื่อมโยงกับบุคคลนั้นๆ

7. ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) แบรนด์บุคคลไม่สามารถที่จะพิสูจน์ถึงความมีชื่อเสียงของตนเองได้ ชื่อเสียงจะถูกกำหนดโดยความคิดเห็นของสาธารณชน ปฏิกริยาตอบกลับจะเป็นกลไกที่ใช้ในการประมวลความคิดเห็นของสาธารณชนที่มีต่อแบรนด์บุคคล

8. บริบท (Context) ชื่อเสียงของแบรนด์บุคคลจะต้องถูกตีความโดยเชื่อมโยงกับบริบทของสังคมและสภาพแวดล้อมบริบทจะต้องสอดคล้องกับลักษณะทางสังคม เช่น

กฎระเบียบของสังคม ภาษา หากแบรนด์บุคคลนึกแนวออกจากกรอบหรือบริบททางสังคมอาจจะไม่ได้รับการยอมรับ ดังนั้นแบรนด์บุคคลที่ต้องการไปอยู่ในบริบทใหม่หรืออีกบริบทหนึ่งจะต้องไม่ลืมที่จะทำความเข้าใจบริบททางสังคมนั้นๆด้วย

9. ค่านิยมของสังคม (Social Value) กระบวนการในการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคลมีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธอย่างมากกับระบบสังคมซึ่งถูกกำหนดโดยค่านิยม ซึ่งอาจมีความสำคัญมากกว่าบริบทอื่น เช่น ในแวดวงของแพทย์จะถูกให้ความสำคัญกับเรื่องประสบการณ์มากกว่าตำแหน่งทางวิชาการ ความรู้ ประสบการณ์ และการรับรองจากผู้อื่นอาจจะมีผลกระทบต่อการสร้างแบรนด์บุคคลในแนวทางที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับค่านิยมของสังคม

10. การเชื่อมต่อหรือการติดต่อกับกลุ่มเป้าหมาย (Connections) เป็นปัจจัยที่จะช่วยเชื่อมโยงแบรนด์บุคคลเข้ากับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องและนำมาซึ่งชื่อเสียง โดยจะต้องอาศัยกระบวนการของการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ สื่อสังคม (Social Media) การปรากฏตัวต่อสาธารณชนในกิจกรรม การแสดงพฤติกรรม ของบุคคลในทีสาธารณะต่างๆ เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 แสดงองค์ประกอบสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคล

ที่มา: ปรับปรุงจาก Alvarez del Blanco, Roberto. (2010). Personal Brands manage your life with talent and turn it into a unique experience. Great Britain : Palgrave Macmillan

2.2.5 การตลาดสำหรับสำนักงานสถาปนิก

Pressman (1997) อ้างถึงใน กุลธิดา สมอดิศร (2546) อธิบายถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของสำนักงานสถาปนิก ที่จะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.2.5.1 การตลาดเชิงรุก เป็นแนวทางให้ได้มาซึ่งโอกาสใหม่ๆที่ไม่มีในสถานการณ์ปัจจุบัน ที่มีส่วนทำให้เกิดการติดต่อกับลูกค้าใหม่ๆ เพื่อเป็นหนทางสู่ความก้าวหน้า โดยปกตินั้นการทำการตลาดเชิงรุกจะมีบทบาทกับสำนักงานที่มีขนาดเล็กและใหม่ แต่จะต้องเสียงบประมาณและเวลามาก ในการทำวิจัยศึกษาตลาด ซึ่งกลยุทธ์สำหรับการตลาดเชิงรุก ได้แก่

- การขยายตลาดและหาตลาดใหม่ๆ
- การเสนอตัวเข้าทำงานกับลูกค้าที่มีศักยภาพในการทำงานหรือต้องการลงทุน แต่ต้องไม่เป็นลูกค้าที่มีสถาปนิกรายอื่นบริการอยู่แล้ว
- การเปิดสำนักงานสาขาย่อยเพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน
- การเข้าประกวดแบบ
- การเผยแพร่ผลงาน

2.2.5.2 การตลาดเชิงรับ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองการร้องขอ จากความต้องการของโครงการ เช่น การได้รับเชิญจากลูกค้า ให้ไปสัมภาษณ์ หรือได้รับเชิญให้เข้าประกวดแบบ ซึ่งในกรณีนี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อสำนักงานของคุณมีคุณสมบัติที่ดีพร้อม หรือเป็นการตลาดที่เน้นการสร้างภาพพจน์ให้กับลูกค้าที่เข้ามาติดต่อ ได้แก่

- การสร้างความพึงพอใจโดยการให้บริการที่ดี การออกแบบงานที่ดี
- การสร้างภาพลักษณ์ดีให้แก่องค์กร
- การส่งเสริมความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อให้เกิดความแตกต่างให้กับสำนักงาน
- การจัดทำ Proposal ที่ดี

จากเอกสารของ AIA อ้างถึงใน กุลธิดา สมอดิศร (2546) ได้สรุปกลยุทธ์ทางการตลาดของสำนักงานสถาปนิกไว้ดังนี้

1. การสร้างความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นกับลูกค้าเก่า
2. การเสนอบริการเพิ่มเติมหรือเสนอบริการใหม่
3. การขยายขอบเขตการให้บริการ
4. การขยายขนาดของสำนักงาน

5. การรับนวัตกรรมใหม่ๆมาใช้
6. การหาโครงการใหม่ๆหรือลูกค้าใหม่ๆอยู่เสมอ

รวมถึงกลยุทธ์อื่นๆเช่น การประชาสัมพันธ์โดยการเขียนบทความหรือเผยแพร่ผลงานลงในนิตยสาร, การออก Booth แสดงผลงาน, การเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะหรือกิจกรรมทางวิชาชีพ, การเข้าร่วมกิจกรรมกับคณะสถาปัตยกรรมในมหาวิทยาลัย เป็นต้น

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์การตลาดสำหรับสำนักงานสถาปนิก

กุลธิดา สมอดิศร (2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีทางการตลาด เพื่อวิเคราะห์หากกลยุทธ์ที่จะมาประยุกต์ใช้กับสำนักงานสถาปนิก โดยได้ทำการวิจัยกับสำนักงานสถาปนิกทั้งระดับ เล็ก กลาง และใหญ่ รวม 40 แห่ง ได้ข้อสรุปว่า เป้าหมายของการทำงานของสำนักงานสถาปนิกทุกขนาด คือการปฏิบัติตามหลักวิชาชีพและมุ่งสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งจะแตกต่างจากองค์กรอื่นๆที่มุ่งเน้นที่ผลกำไรสูงสุด โดยกลุ่มลูกค้าของสำนักงานขนาดกลางและใหญ่ ส่วนมากจะเป็นลูกค้าเดิม ที่มีความเชื่อถือและเคยร่วมงานกันมาก่อน ส่วนสำนักงานขนาดเล็กจะมุ่งเน้นไปที่ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากกว่า

จากผลการวิจัยสามารถจัดกลุ่มของกลยุทธ์สำหรับสำนักงานสถาปนิกให้ ดังนี้

1. การสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงาน
 - การสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่น หรือ เอกลักษณ์เฉพาะของสำนักงาน
 - การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สำนักงาน
2. การกำหนดลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพ
 - การหาโอกาสในการรับงานจากลูกค้าที่เป็นผู้ลงทุนที่มีงานต่อเนื่อง
3. การเข้าไปติดต่อลูกค้า
 - การเข้าร่วมประกวดแบบ
 - การเข้าไปเสนองานกับลูกค้าเป้าหมาย
 - การใช้ตัวแทนเข้าไปติดต่อลูกค้า หรือ หาข่าวสารของโครงการ
4. การสร้างโอกาสในการรับงานจากลูกค้า
 - การเลือกรับทำโครงการที่น่าสนใจและสามารถสร้างชื่อเสียงให้

สำนักงาน

- การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม
- การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

5. การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลงาน

- การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ผลงานผ่านการเข้าร่วมงานนิทรรศการ
- การเผยแพร่ผลงานของบริษัทฯ ผ่านหนังสือ นิตยสารที่เกี่ยวข้อง

ต่าง ๆ

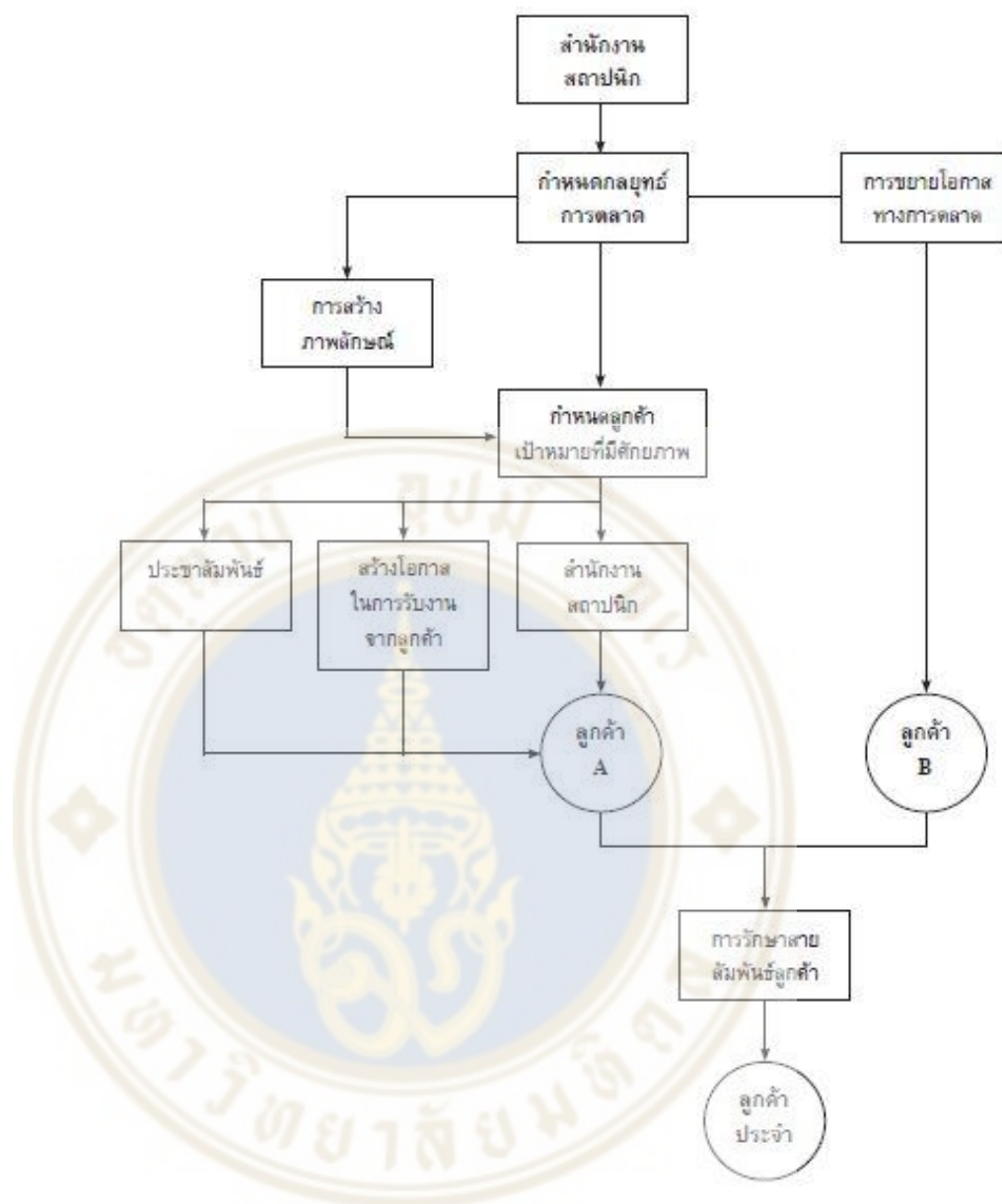
6. การรักษาลูกค้า

- การสร้าง และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- การปรับปรุง และพัฒนาผลงาน หรือ การให้บริการที่ประทับใจลูกค้า

7. การขยายตลาด

- การขยายฐานลูกค้า
- การขยายขอบเขตการให้บริการ
- การเปิดสำนักงานสาขา

กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถแสดงลำดับ ขั้นตอนของการใช้กลยุทธ์การตลาดแต่ละกลุ่ม ตามที่ผู้วิจัย กล่าวมาข้างต้น ได้ผังแผนภาพ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.2 ลำดับขั้นตอนการใช้กลยุทธ์การตลาดสำหรับสำนักงานสถาปนิก

ที่มา: กุลธิดา สมอดิศร (2546)

ทั้งนี้ทางผู้วิจัยได้ให้คำแนะนำว่า หากสำนักงานสถาปนิกต้องการจะทำการตลาดให้มีประสิทธิภาพ อาจจะมีการจ้างบุคลากรด้านการตลาดโดยตรง แต่ควรเป็นบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพสถาปัตยกรรม เนื่องจากลักษณะการทำงานที่ต่างจากองค์กรทั่วไป นอกจากนี้สำนักงานสถาปนิกควรตั้งงบประมาณเพื่อทำการตลาดโดยเฉพาะ เป็นการเปิดโอกาสในการหาเครือข่ายลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การดำเนินการทั้งหมดก็ต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณในวิชาชีพสถาปัตยกรรมด้วย

การวางกลยุทธ์ในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม หลังยุคเศรษฐกิจถดถอย

อาชัญญ์ บุญญานันต์ (2545) ผู้วิจัยเริ่มต้นศึกษาจากปัญหาที่สะสมในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม ซึ่งประกอบไปด้วย สภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย ความรับรู้ที่คลาดเคลื่อนของสังคมต่อบทบาทของสถาปนิก และบทบาทของสถาปนิกไม่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์และสภาพแวดล้อม

ซึ่งจากผลการวิจัยสรุปได้ว่า สามารถอันโดดเด่นในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม คือ การค้นพบแนวทางในการคลี่คลายปัญหาในเรื่อง “สถานภาพ” และ “บทบาท” เริ่มจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในเรื่อง “จุดยืน” หรือ “สถานภาพ” ของสถาปนิก จะสามารถคลี่คลายลงด้วยการปรับแนวทางในการทำงาน โดยให้ความสำคัญมากขึ้นกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในกรอบกำหนดของจรรยาบรรณ เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงในการเป็นมืออาชีพทางด้านสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมของสถาปนิก ส่วนปัญหาเรื่อง “บทบาท” นั้น ควรเปลี่ยนทัศนคติจากการมุ่งแต่จะทำงานออกแบบสถาปัตยกรรมแต่เพียงอย่างเดียว มาเป็นการเลือกทำงานที่ตนเองถนัดและทำได้ดีที่สุด โดยไม่จำเป็นต้องจำกัดตัวเองเพียงแค่การเป็นสถาปนิกออกแบบเท่านั้น เพราะในความเป็นจริงแล้ว สถาปนิกที่มีความถนัดและความสนใจทางด้านอื่นๆ ก็สามารถพัฒนาตนเองเป็นมืออาชีพในการให้บริการวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับงานทางด้านสถาปัตยกรรมได้เช่นเดียวกัน

สำหรับขั้นตอนและกระบวนการในการวางกลยุทธ์เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Strategy) สำหรับการประกอบวิชาชีพอย่างยั่งยืนและประสบความสำเร็จ ในแนวทางที่สถาปนิกแต่ละคนเลือกไว้นั้น จะต้องอาศัยข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงอย่างเป็นขั้นตอน โดยในขั้นตอนแรกสถาปนิกจะต้องเลือกสนามในการแข่งขันที่ได้เปรียบจากจุดเด่นของตนเอง ที่สามารถออกแบบสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางสถาปัตยกรรม อันเป็นจุดแข็งที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้โดยง่าย การประยุกต์ใช้จุดเด่นดังกล่าวเพื่อเพิ่มรายได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถกระทำได้โดยการเลือกนำเสนอบริการนี้ในกลุ่มลูกค้าที่นิยมในรูปแบบของเรา โดยการกำหนดกลยุทธ์ที่สร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันสามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยการกำหนดอัตราค่าบริการและระดับในการให้บริการให้เหมาะสมกับลักษณะงาน มีความแตกต่าง และสามารถแข่งขันกับสถาปนิกคนอื่นๆ ที่ทำงานในลักษณะใกล้เคียงกันได้ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising and Branding) ที่สามารถสื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการและเป็นไปตามจรรยาบรรณของวิชาชีพที่กำหนดไว้ รวมถึงรักษาและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในหมู่พันธมิตรในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นหุ้นส่วน ผู้ลงทุน สถาปนิกผู้

ร่วมวิชาชีพ ตลอดจนช่าง-เขียนแบบ ผู้รับเหมาก่อสร้าง รวมไปถึงเรื่องของ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ชุมชน และความรู้ที่รับผิดชอบต่อธรรมชาติ

วิชาชีพสถาปัตยกรรมในอนาคตจะไม่เพียงตอบสนองวิถีชีวิตแบบวัตถุนิยม แต่ควรจะเป็นวิชาชีพที่ยังประโยชน์ต่อสังคมด้วยการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมโดยยึดหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ และจะเป็นศิลปะอีกแขนงหนึ่งที่ช่วยเติมเต็มจิตวิญญาณของคนในสังคมไทยได้อย่างสมบูรณ์

ความมั่นคงในการประกอบอาชีพอิสระของเจนเนอเรชันวาย

พิชญ์ สวัสดิ์ (2557) วัตถุประสงค์ของผู้วิจัยคือ เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเลือกประกอบอาชีพอิสระ ศึกษาสถานการณ์ด้านความมั่นคง และแนวทางในการสร้างความมั่นคงในอนาคต โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบอาชีพอิสระในสายงานต่างๆกัน จำนวน 10 คน(รวมถึงสถาปนิก) ทั้งนี้มีปัจจัยในด้านความมั่นคงในด้านต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ด้านสุขภาพ ด้านการศึกษา ด้านการมีงานทำและรายได้ ด้านครอบครัว ด้านชุมชนและการสนับสนุนทางสังคม ด้านสิทธิและด้านความเป็นธรรม ซึ่งจากผลการวิจัย ผู้วิจัยสรุปเป็นข้อเสนอแนะในด้านต่างๆได้ดังนี้

1. ด้านสุขภาพ ควรมีการให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น ด้วยการตรวจสุขภาพทุกปี ออกกำลังกาย หรือการซื้อประกันสุขภาพ เนื่องจากอาชีพอิสระมักมีภาวะกดดันจากการทำงานและทะเลาะเรื่องสุขภาพในบางครั้ง
2. ด้านการศึกษา ควรหาความรู้ใหม่ๆโดยตลอดเวลา โดยเฉพาะความรู้ที่จะสร้างจุดเด่นให้ตัวเองได้
3. ด้านการมีงานทำและรายได้ ควรมีการบริหารค่าใช้จ่าย และซื้อทรัพย์สินเพื่อเป็นหลักประกันที่มั่นคง เนื่องจากสถานะรายได้ที่ไม่แน่นอน
4. ด้านครอบครัว การทำงานบางช่วงอาจทำให้ขาดความใกล้ชิดกับครอบครัว เนื่องจากรูปแบบงานที่ไม่แน่นอน ควรบริหารเวลาพูดคุย รับฟังความคิดเห็น เพื่อลดความขัดแย้งกับคนในครอบครัว
5. ด้านชุมชนและการสนับสนุนทางสังคม ควรหาโอกาสในการทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม หรือรวมกลุ่มในสายอาชีพเดียวกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกัน
6. ด้านสิทธิและด้านความเป็นธรรม ควรศึกษาถึงหลักกฎหมายและสิทธิที่ควรได้รับ เพื่อสร้างหลักประกันให้ตนเองในการทำงาน

ทั้งที่ผู้วิจัยได้เพิ่มข้อเสนอแนะสำหรับคนเจนเนอเรชั่นวาย ยังควรปรับทัศนคติและพฤติกรรมของตนเอง ให้มีวินัย รู้จักปรับตัวและประนีประนอม พัฒนาการสื่อสาร รวมถึงการวางแผนค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นการประเมินความมั่นคงด้านรายได้ให้ตนเองด้วย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “สถาปนิกกับงานอิสระที่ยั่งยืน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีขั้นตอน วิธีการนำเสนอ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูล
2. กรอบขั้นตอนงานวิจัย
3. กลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การออกแบบเครื่องมือ
6. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

3.1 แหล่งข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ประกอบด้วย

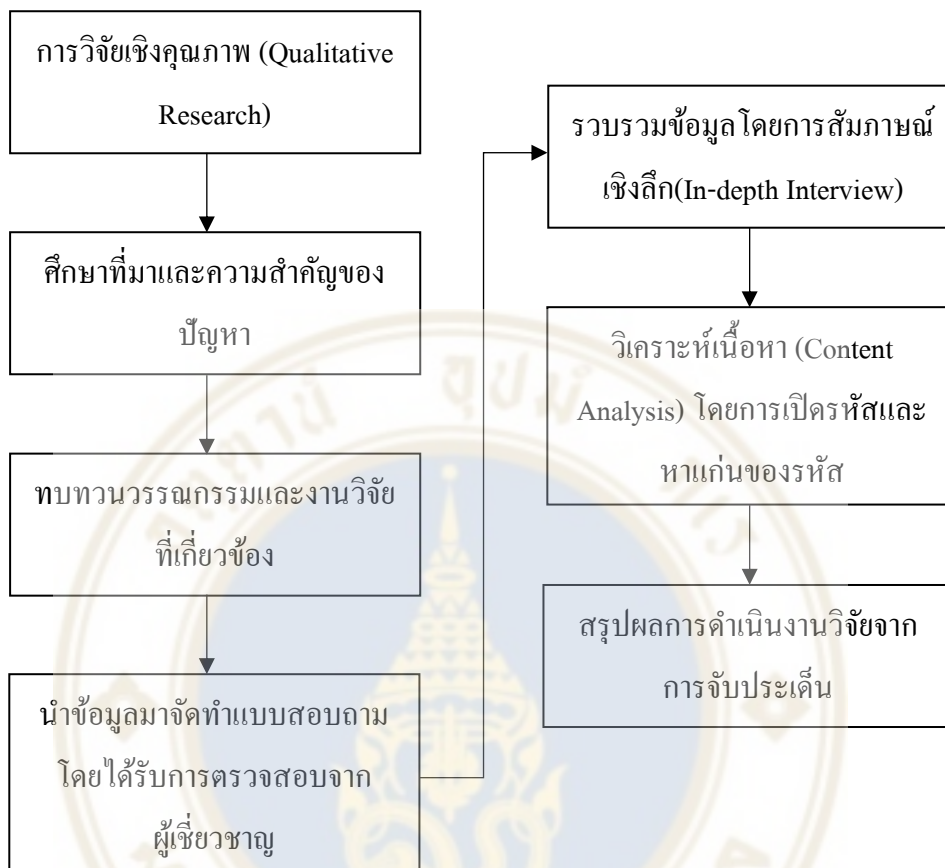
3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ผู้วิจัยมีการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพสถาปนิก ซึ่งมีจำนวนผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์เป็นเพศหญิง 5 ราย และเพศชาย 7 ราย รวม 12 ราย

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลจากบทความวิชาการ, งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบทความที่เกี่ยวข้องในอินเทอร์เน็ต

3.2 กรอบขั้นตอนงานวิจัย



ภาพที่ 3.1 กรอบขั้นตอนงานวิจัย
ที่มา: ผู้วิจัย

3.3 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบอาชีพสถาปนิกที่รับงานอิสระ โดยจะมีทั้งกลุ่มที่ประกอบอาชีพสถาปนิกอิสระ และพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 27 – 47 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และยังคงให้บริการวิชาชีพสถาปัตยกรรมอยู่ในเวลาที่ทำกรวิจัย

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เป็นลักษณะปลายเปิดและมีความยืดหยุ่น เพื่อนำไปใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการอาชีพสถาปนิก จำนวน 12 ราย

แนวคำถามในแบบสัมภาษณ์

1. คำถามส่วนบุคคลและกระบวนการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง
2. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีผลกระทบต่อการทำงานของอาชีพสถาปนิก และแนวทางในการประกอบอาชีพสถาปนิกอิสระอย่างยั่งยืน

3.5 การออกแบบเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือในงานวิจัยครั้งนี้ จะเริ่มต้นจากการศึกษาวัตถุประสงค์ของงานวิจัยให้ชัดเจน และออกแบบคำถามโดยนำเอาองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลมาให้เป็นแนวทางในการสร้างคำถามเพื่อใช้สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในสายอาชีพ เพื่อขอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในงานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยเป็นการสัมภาษณ์รายบุคคล (Individual Interview) ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะถามคำถามแบบเจาะลึก เพื่อค้นหาปัจจัยที่ทำให้สถาปนิกอิสระสามารถประกอบอาชีพได้อย่างยั่งยืน ผ่านทางกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเป็นสถาปนิกอิสระ โดยตลอดการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบสนทนาอย่างเป็นธรรมชาติ และใช้คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถอธิบายเรื่องราวได้อย่างอิสระ โดยในขณะที่สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะใช้การจดบันทึกและบันทึกเสียง จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสรุปผลการวิจัยต่อไป

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ตรวจสอบข้อมูลที่รวบรวมมาอย่างครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) ดังต่อไปนี้

1. สรุปข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ มาทำการจัดหมวดหมู่ตามประเด็นสำคัญเพื่อทำการเปิดรหัส (Open Coding)
2. นำรหัสที่ได้จากการจัดหมวดหมู่ มาคัดเลือกเพื่อหาแก่นของรหัส (Axial Coding)
3. นำหมวดหมู่แต่ละกลุ่มเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงเหตุผลเพื่อสร้างการเลือกรหัส (Selected Coding) สำหรับการนำข้อมูลไปใช้ในการสร้างทฤษฎีต่อไปตามหลักการของ Grounded Theory

3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้เวลาดำเนินการวิจัยประมาณ 2 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 – เดือนเมษายน พ.ศ. 2561



บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “สถาปนิกกับงานอิสระที่ยั่งยืน” ได้มาจากการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน ซึ่งประกอบไปด้วยสถาปนิกอิสระจำนวน 6 คน และผู้ประกอบการอาชีพสถาปนิกในสำนักงานสถาปนิกจำนวน 6 คนแบ่งเป็นเพศชาย 7 คน และเพศหญิง 5 คน อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 27-47 ปี โดยมีการกำหนดข้อคำถาม ซึ่งมีเนื้อหา ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ชื่อ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่ปัจจุบัน และประสบการณ์ในการรับงานอิสระ
2. ลักษณะของงานที่รับมีอะไรบ้าง
3. การรับงานอิสระของสถาปนิกมีกระบวนการทำงานอย่างไร
4. ข้อดีของการรับงานอิสระของอาชีพสถาปนิกคืออะไร
5. ข้อเสียของการรับงานอิสระของอาชีพสถาปนิกคืออะไร
6. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความหมายของคำว่า “ยั่งยืน”
7. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับงานอิสระของอาชีพสถาปนิกให้ยั่งยืน

ผลของการวิจัยประกอบด้วย 3 ประเด็นหลักได้แก่ ลักษณะงานที่รับและกระบวนการทำงาน ข้อดีและข้อเสียของการรับงานอิสระสำหรับสถาปนิก และปัจจัยที่นำไปให้การรับงานอิสระของสถาปนิกมีความยั่งยืน

4.1 ลักษณะงานที่รับและกระบวนการทำงาน

ลักษณะของงานอิสระที่สถาปนิกรับทำ

จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการสัมภาษณ์ 12 คน มีลักษณะงานที่รับทำ ส่วนมากเป็นงานออกแบบภายนอก ถึง 9 จาก 12 คน คิดเป็น 75% รองลงมาคือ งานออกแบบภายนอกทั่วไป ซึ่งจะประกอบด้วยงานบ้านและอาคารอื่นๆอีก 66.67% งานปรับปรุง-ต่อเติมรองลงมาที่ 50% นอกจากนั้นจะมีลักษณะงานอื่นๆเช่น งานทำภาพสามมิติ งานกราฟฟิค วางผังอาคาร งานเขียนแบบ รับต่อโมเดล และงานออกแบบบูร

ในเรื่องของสัดส่วนงานที่รับทำมากที่สุด คือ อาคารพักอาศัย ที่มีทั้งงานปรับปรุง-ต่อเติมและออกแบบใหม่ ส่วนลักษณะงานที่ชอบมากที่สุดนั้นมีคำตอบที่หลากหลาย บางคนชอบงานบ้านพักอาศัย บางคนชอบงานตกแต่งภายในเพราะจบงานได้เร็วและมีพื้นที่ที่น่าสนใจ หรือบางคนไม่มีงานที่ชอบเป็นพิเศษ แต่พิจารณาตามผลตอบแทน ลูกค้า ระยะเวลา แล้วแต่กรณีไป

“...ที่ผ่านมา แรกๆก็ออกแบบบ้านให้ลูกค้า รวมถึงอินทีเรีย แล้วก็มีการจ้างบ้านจัดสรร ออกแบบบ้านจัดสรร แล้วก็มีการพาณิชย์ หรือถ้าจะมีให้เซ็นแบบ ก็รับเซ็นด้วยครับ ตอนนั้นก็เริ่มมีโปรเจ็คที่ใหญ่ขึ้น เป็นพวกเฮลท์ แคร่ พื้นที่ที่ซัก 7-8 ไร่แล้วก็จะมีการเล็กๆแทรกเข้ามาด้วย อย่างเช่นงานรีโนเวทคอนโด ต่อเติมบ้าน งานเล็กๆเราก็รับหมดครับ ก็ไม่ได้เลือกงาน...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2)

“...ปกติก็พิจารณาตามลักษณะงานเป็นยังไง ลักษณะลูกค้าเป็นยังไง เนื่องจากมันเป็นการประกอบอาชีพ ก็ต้องมีเรื่องค่าบริการการออกแบบที่มาจากตรงกลางกัน เราจะไม่รับงานโดยที่อยากทำงานนี้มาก โดยที่ไม่สนใจค่าออกแบบ อันนั้นก็ไม่ใช่ มันจะต้องผสมกลมกลืนกันไป คือมันต้องลงตัวให้มากที่สุดเพราะงานที่ทำมันก็เป็นอาชีพ มันก็ต้องมีรายได้กลับมา...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5)

“...รับงานออกแบบอินทีเรียครับ แล้วก็มีการประสานงานผู้รับเหมาด้วยครับ แต่ในอินทีเรียก็จะมีการทำภาพสามมิติควบคู่ไปด้วยอยู่แล้ว โดยส่วนมากงานผมจะเป็น Management ครับ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9)

“...ตอนนี้จะรู้สึกสนุกกับงานคอนโดครับ เพราะหนึ่งเลย พื้นที่มันเล็ก โปรเจ็คมันเล็ก จะจบงานง่ายกว่างานบ้านอยู่แล้ว สองคือเราไปเจอ space ที่มันแปลกๆมากขึ้น พวกที่เป็นแบบเพดานสูง หรือ double space อย่างเงี้ยครับ มันก็จะมึะไรให้คิด ให้เล่นตลอด มันทำท่ายกว่างานบ้านนะครับ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 12)

กระบวนการทำงานอิสระของสถาปนิก

กระบวนการรับงานอิสระของกลุ่มผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ มีขั้นตอนค่อนข้างเหมือนกันทั้งหมด โดยจะแบ่งเป็นสัญญาสำหรับงานช่วงออกแบบและสัญญาสำหรับงานช่วงก่อสร้าง ตามมาตรฐานวิชาชีพ ซึ่งโดยส่วนมากจะเน้นไปที่งานช่วงออกแบบ ส่วนงานช่วงก่อสร้างจะเป็นสัญญาเพิ่มเติม แล้วแต่ความต้องการของลูกค้า ตามแต่กรณีไป

“...เข้าไปคุยบริฟกับลูกค้าก่อน แล้วก็เข้าไปฟรีเซ็นตัวเองด้วยว่า เรามีผลงานอะไรมาบ้าง ถ้าเค้าโอเค เราก็มาทำเสนอราคาให้เค้า แล้วก็อาจจะจ่ายมัดจำอะไรก็ว่าไป เราก็จะแบ่งการส่งงานออกเป็น 3-4 ครั้งนะครับ ถ้าในขั้นตอนออกแบบก็คือมีการพัฒนาแบบ

ประมาณ 3 ครั้ง แล้วก็ส่งไปฟอลดิไซน์ครั้งสุดท้าย สุดท้ายก็จะเป็นการส่งแบบก่อสร้าง ถือเป็น การจบงาน ถ้าเกิดมีการก่อสร้าง ก็ต้องมีกรเข้าไปดูหน้างาน ก็อาจจะทำเป็นอีกสัญญาหนึ่งแยกกัน ไป ปัจจุบันจะเป็นงานอย่างนี้ ก็คือทำสัญญาออกแบบไว้ก่อน...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1)

“...หลักๆก็จะแบ่งเป็น 3 ชั้น คือหลังจากคุยกับลูกค้าเสร็จก็จะกลับมาคุย proposal กัน ว่าขอบเขตของงานนี้มีอะไรบ้าง งบประมาณเท่าไร พื้นที่เท่าไรพอลูกค้าเห็นแล้ว โอเคก็จะเซ็นสัญญาว่าจ้างมา หลังจากนั้นก็เป็น design development ซึ่งก็จะขึ้นอยู่กับขนาดของงาน ด้วย ถ้าขนาดเล็กก็อาจจะครั้งเดียว ขนาดใหญ่ก็สองครั้ง แล้วก็ออกแบบขั้นสุดท้าย พอเสร็จทั้งหมด ก็ถึงขั้นตอนทำแบบก่อสร้าง...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3)

“...เราต้องไปคุยกับลูกค้าเพื่อค้นหาความต้องการก่อน สิ่งที่ลูกค้าอยาก ได้ และงบประมาณที่ลูกค้าอยากได้ และก็ช่วงเวลาที่ลูกค้าจะก่อสร้าง เพราะเรารู้สึกว่าถ้าเราไปรู้ ภาปรวมทั้งหมดก่อน เราจะสามารถผลักดันให้มันไปข้างหน้าได้ จากนั้นเราก็นำเสนอขั้นตอนการรับ งานของเรา ซึ่งในขั้นนี้เราก็จะมีเอกสารสัญญาให้ลูกค้าเซ็นรับรู้ร่วมกัน เมื่อลูกค้าโอเคเราก็กลับมา ทำงานของเรา แบบที่เคยทำจะทำให้ลูกค้าประมาณ 3 ครั้ง ครั้งแรกก็จะเป็นภาพสามมิติให้ลูกค้าดู แล้วลูกค้าจะให้ปรับแบบมัยหรือจะให้เพิ่มตรงไหนเป็นพิเศษ เราก็จะกลับมาแก้ไข ปรับแบบให้เป็น ครั้งที่ 2 ซึ่งส่วนใหญ่ในครั้งที่ 2 ก็จะเริ่มโอเค เราก็มอบเค้าว่าครั้งที่ 3 เราจะเอาไปทำเป็นแบบจริง ที่ใช้ก่อสร้างได้เลย แล้วก็จะมีพนักงาน โครงสร้าง งานฐานราก งานไฟฟ้า ประปา สุขาภิบาล ต่างๆ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10)

ตารางที่ 4.1 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ของลักษณะงานที่รับและกระบวนการทำงาน ของผู้ประกอบการ อาชีพสถาปนิกอิสระ

ลำดับ	หมวดคำถามเกี่ยวกับการรับงานอิสระ	
	ลักษณะงานที่รับ/สัดส่วน/ความชอบ	กระบวนการทำงาน
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1	ออกแบบภายนอก ภายใน รีโนเวท ภาพ3D กราฟฟิค งานสร้างใหม่กับรีโนเวทสัดส่วนพอๆกัน แต่จะมีงานภายใน มากกว่าภายนอก ชอบงานภายนอก	เข้าไปคุย เวิร์ชงานของเรา>>เสนอราคา>>จ่ายมัดจำ>> พัฒนาการออกแบบ 3 ครั้ง>>ทำแบบก่อสร้าง บางงานทำสัญญาสำหรับงานก่อสร้างเพิ่มเติม

ตารางที่ 4.1 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ของลักษณะงานที่รับและกระบวนการทำงาน ของผู้ประกอบการ อาชีพสถาปนิกอิสระ(ต่อ)

<p>ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2</p>	<p>ออกแบบภายนอก ภายใน วางผัง เซ็นแบบ วีโรเวท ต่อเติม เป็นงานเล็กๆ และมีโครงการขนาดใหญ่ด้วย</p> <p>มีงานเข้ามาหลากหลาย จะเป็นงานออกแบบภายนอกจะส่วนใหญ่</p> <p>ชอบงานบ้านมากกว่า</p>	<p>ถ้าเป็นงานที่รู้จักกรรม เลขจะจบงานไว เช่นพวกงานรีโนเวทเล็กๆ จะเสร็จภายใน 1 เดือน แต่ถ้าต้องหากรรมให้จะประมาณ 2 เดือน</p> <p>ถ้าเป็นงานบ้านออกแบบ 1 เดือน หากรรม 2-4 สัปดาห์ ก่อสร้าง 6-8 เดือน ซึ่งจะคล้ายงานออฟฟิศ แต่เราจะมีเวลาให้ลูกค้ามากกว่า</p>
<p>ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3</p>	<p>วีโรเวท งานออกแบบใหม่ โครงการเชิงทดลองในอนาคต ออกแบบทั้งภายใน-นอก</p> <p>รีโนเวทมากที่สุด เพราะสเกลเล็กลูกค้ามองหาฟรีแลนซ์อยู่แล้ว</p> <p>ชอบงานบ้าน โดยเฉพาะทำพื้นที่ครัว เพราะเป็นพื้นที่ที่น่าสนใจ มีหลายมิติ หลายพฤติกรรม</p>	<p>เอารูปแบบมาจากออฟฟิศ แยกสัญญาจ้างเป็นงานออกแบบและคุมงานก่อสร้าง</p> <p>เข้าไปคุย>>ทำProposalขอขอบเขตงาน>>เซ็นสัญญา>>พัฒนาการออกแบบ1-2ครั้ง>>ออกแบบขั้นสุดท้าย>>ทำแบบก่อสร้าง รวมประมาณ 1 เดือน</p>
<p>ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4</p>	<p>ออกแบบบ้าน งานที่ปรึกษาด้านผังเมือง ให้กับกรมโยธาฯ</p> <p>สัดส่วน 50:50</p> <p>ชอบงานผังเมืองเพราะลูกค้าเป็นบริษัทใหญ่ ทำให้มีงานมาต่อเนื่อง</p>	<p>ส่วนมากลูกค้ารู้จักกัน ขึ้นตอนจึงปรับเปลี่ยนได้ อาจทำให้เหนื่อยขึ้นแต่ระยะเวลาหรือผลตอบแทนยืดหยุ่นได้ เน้นว่าเราทำงานด้วยความสุข บางทีอยากแก้งานเอง ทำให้ไม่เป็นมืออาชีพเท่าที่ควร</p> <p>ส่วนงานผังเมืองจะทำตามหลักวิชาการ ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยทางเศรษฐกิจและทางสังคม จึงไม่ค่อยมีปัญหา</p> <p>จริงๆการทำงานของสถาปนิกอิสระ ก็เหมือนกับออฟฟิศ คือเป็นมืออาชีพ ก็จะต้องกระจายงานเป็นเครือข่าย ต้องมีทีมที่มีความ</p>
<p>ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5</p>	<p>ออกแบบภายนอก ภายใน</p> <p>80%เป็นอาคารพักอาศัย ที่เหลือเป็นโรงงาน ร้านค้า ออฟฟิศ</p> <p>ไม่มีที่ชอบเป็นพิเศษ พิจารณาตามลักษณะงาน ผลตอบแทนลูกค้าตามหลักวิชาชีพ</p>	<p>ต้องวางแผนรายได้แต่ละปี ตามค่าใช้จ่ายของเรา และค่าบริการการออกแบบของประเภทงานที่รับ เพื่อหาจำนวนงานในแต่ละปี</p> <p>เข้าไปคุย>>เสนอแผนงาน ข้อตกลง ค่าจ้าง>>เซ็นสัญญา>>ออกแบบร่าง>>เขียนแบบก่อสร้าง/ขออนุญาต(ทุกงานแบบแก้ไขไม่เกิน 3 ครั้ง)>>เข้าตรวจหน้างานในขั้นตอนก่อสร้างตามขนาดโครงการและข้อตกลง</p>
<p>ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6</p>	<p>เขียนแบบ ทำโมเดล</p> <p>เขียนแบบมากที่สุด มีทั้งที่เป็นงานวิจัย และรับงานเอง</p> <p>ชอบงานที่ต้องลงภาคสนาม แล้วกลับมาทำแบบที่เป็นงานวิจัย</p>	<p>เข้าไปคุยกับลูกค้า ส่วนมากรับมาเป็นงานเหมา ไม่ได้คิดเป็นงวดมาจากคนรู้จักกัน ค่าจ้างก็คิดจากความเร่งของงาน</p>

ตารางที่ 4.2 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ของลักษณะงานที่รับและกระบวนการทำงาน ของผู้ประกอบการ อาชีพสถาปนิก ในสำนักงานสถาปนิก

ลำดับ	หมวดคำถามเกี่ยวกับการรับงานอิสระ	
	ลักษณะงานที่รับ/สัดส่วน/ความชอบ	กระบวนการทำงาน
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7	ออกแบบภายนอก ภายใน ภาพ3D กราฟฟิค วีโนเวท งานวีโนเวทภายนอก ชอบงานวีโนเวทเพราะรู้สึกท้าทาย แต่ถ้าเรื่องผลประโยชน์จะเป็นงานบ้านสร้างใหม่	ส่งPortfolio>>เข้าไปคุย>>เสนอราคา>>คุยไอเดีย>>เซ็นสัญญา จ่ายเงิน 5 งวดจะได้ไม่รู้สึกว่าเป็นก้อนใหญ่
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8	ออกแบบทั่วไป(ภายนอก-ใน) ภาพ3D กราฟฟิค วีโนเวท ต่อเติม ต่อเติม ตกแต่งภายในจะเยอะ ไม่ได้มีชอบเป็นพิเศษ ชอบซื้อของให้ลูกค้า กรณีงานตกแต่งภายใน	ต้องเซ็นสัญญา และ โอนเงินก่อนเท่านั้น>>ทำแบบร่างครั้งที่ 1 >>ปรับแก้แบบ 3 ครั้ง>>ทำแบบก่อสร้าง>>เข้าดูหน้างานอาทิตย์ ละครั้งจนงานเสร็จ
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9	ออกแบบภายใน ประสานงานชมรม ภาพ3D ออกแบบภายใน90% Consult10%(ไม่ทำแบบ) ชอบงานภายใน เห็นผลลัพธ์เร็ว ใช้เวลาไม่นาน งานใหญ่ๆจะ เสร็จซ้ำทำให้ได้กำไรน้อยลง	อยู่ที่ลักษณะของโครงการ เช่น ให้คำปรึกษา ออกแบบงานขนาด เล็ก-ใหญ่ ทำแบบ งานเล็ก 1-2 เดือนต้องจบ แก้แบบได้ 1-2 ครั้ง รูปแบบการทำงานขึ้นอยู่กับลูกค้าด้วย สามารถปรับได้ แต่สไตล์ งานเราต้องเหมือนเดิม
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10	ออกแบบบ้าน วีโนเวท กราฟฟิค งานกราฟฟิคเยอะสุด บ้านจะมีแค่ 1-2 หลัง ชอบทำงานกับชุมชน อยากให้ประสบการณ์ของเราเป็น ประโยชน์กับคนอื่น ๆ	เข้าไปคุย>>แจ้งขั้นตอนการรับงาน>>เซ็นสัญญา>>พัฒนาแบบ ร่าง1-2ครั้ง(3D)>>แบบก่อสร้าง>>กระจายงานให้ผู้เชี่ยวชาญใน ขั้นตอนงานระบบ บางงานก็ไปถึงขั้นตอนก่อสร้าง แต่รับเงินเป็นครั้งๆไป
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 11	ออกแบบภายใน บูธ ภาพ 3D เป็นภาพออกแบบภายในเกือบทั้งหมด ชอบงานออกแบบภายใน รองลงมาเป็นงานจัดบูธ	เข้าไปคุย เพื่อให้เป็นแนวทางเดียวกัน>>เสนอราคาค่ามขนาด งาน>>ทำแบบ ต้องเข้าไปเคลียร์แบบหน้างาน
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 12	ออกแบบภายใน คอนโด บ้าน ร้านอาหาร งานรับเหมาที่ออกแบบ เน้นที่งานออกแบบภายใน ของอาคารพักอาศัย ชอบงานออกแบบภายในคอนโด เพราะได้เจอพื้นที่หลากหลาย น่าสนใจและจบงานไว	เข้าไปคุยพร้อมport>>สรุปงวดจ่ายเงินและส่งงาน>>เสนอimage งาน>>พัฒนาแบบร่าง 2 ครั้ง>>ทำแบบสำหรับก่อสร้าง

4.2 ข้อดีและข้อเสียในการรับงานอิสระของสถาปนิก

ข้อดีในการรับงานอิสระของสถาปนิก

จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการสัมภาษณ์ 12 คน มีถึง 5 คน ที่มีความคิดเห็นถึงข้อดีในการรับงานอิสระของสถาปนิกคือ การได้เรียนรู้ในกระบวนการทำงานทุกขั้นตอนด้วยตัวเอง ทำให้ได้เรียนรู้งานมากขึ้น ส่วนความคิดเห็นที่รองลงมามี 3 ความคิดเห็นที่ผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ 3 คน มีความเห็นตรงกัน คือ การบริหารเวลาได้อย่างอิสระ การรับผลตอบแทนแบบเต็มส่วน และการมีแนวคิดในการออกแบบได้อย่างอิสระ

“... ข้อดีจริงๆคือการเรียนรู้งาน เพราะเราจับเกือบทุกงาน ถ้าเทียบกับบริษัท ที่เค้าก็จะแจกงานตามความถนัด เรายังอาจจะเป็น *specialist* บางเรื่อง แต่กับการเป็น *freelance* เนี่ย ทำให้เราสามารถจับงานได้ทุกเรื่อง เราต้องคุมทุกเรื่อง เรียนรู้ทุกเรื่อง ดังนั้นคนทำ *freelance* ส่วนหนึ่งก็มองว่าเป็นคนที่มองภาพรวมเก่ง อาจจะเจาะ *detail* ไม่ได้ทุกงาน แต่เราดูภาพรวม รู้กระบวนการทำงาน...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4)

“... ถ้าตัวเราทำงานได้เยอะ เงินก็จะได้เยอะ มันอยู่ที่ตัวเราเอง คือเราจะรับงานที่งานก็ได้ ถ้าเราทำเสร็จจะ มันก็ได้เยอะกว่าการเป็นเงินเดือน ถ้าเราทำงานได้เยอะอะนะ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6)

“... ข้อดีคือเราจัดการเวลาได้ค่ะ ว่าเราสามารถทำเวลานี้ยังไง แล้วก็มันต้องใช้เวลามากคล้ายๆกัน เหมือนเราต้องรีบทำตรงนี้ให้เสร็จ เหมือนได้ฝึกการบริหารจัดการเวลาด้วย...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8)

“... รู้สึกว่าเราสามารถออกแบบได้แบบไม่มีขีดจำกัด หมายถึงว่า เวลาเราไปคุยกับลูกค้า เราก็จะบอกเขาก่อนว่าเราเป็น *freelance* ที่นี้เวลาเราไปดูงานมา เราก็จะสามารถ *add* เติมให้ลูกค้าได้ ว่าเราแบบ เห็นอย่างนี้มา มันน่าจะตรงกับความต้องการของลูกค้า เราสามารถเพิ่มหรือออกแบบให้มันเป็นสิ่งแปลกใหม่ได้เอง เพราะถ้าเราไปทำงานแบบภายใต้บริษัท มันจะต้องมีแบบ *signage* อะไรบางอย่าง ที่บ่งบอกว่าแบบ มาจากบริษัทนี้ ที่เป็นแบบนี้ มีเอกลักษณ์คงไว้แล้ว เวลาเราไปตรวจแบบกับลูกค้า เราก็จะต้องคุยแบบกับคนในออฟฟิศเราก่อน เราก็อาจจะ โคนตบแบบนู่นนี่นั่น จนมันไม่ได้เป็นแบบของเราที่เราอยากทำจริงๆ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10)

ผู้วิจัยสามารถแบ่งข้อดีในการรับงานอิสระของสถาปนิกได้เป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. ได้เรียนรู้กระบวนการทำงานงานทุกขั้นตอนด้วยตนเอง ตามหลักการทำงานของวิชาชีพสถาปัตยกรรม รวมถึงมีโอกาสเลือกรับงานได้หลากหลายประเภทตามความชำนาญหรือ

ความชอบส่วนตัว ทำให้ได้ทำงานอย่างมีความสุข ผลงานที่ออกมาก็มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของลูกค้า

2. สามารถแบ่งเวลาและเลือกสถานที่ทำงานได้อย่างอิสระ คือ บริหารเวลาทำงานและเวลาพักผ่อนด้วยตนเองได้ รวมไปถึงสถานที่ทำงานที่สามารถเลือกได้ตามความต้องการ ทำให้ทำงานได้อย่างมีความสุข มีสุขภาพจิตที่ดี

3. การรับผลตอบแทนตามปริมาณของงานที่ทำอย่างแท้จริง โดยตามหลักการของวิชาชีพสถาปัตยกรรม สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ด้วยตนเอง ทำให้มีความรับผิดชอบต่องานที่ทำมากขึ้น

4. สามารถมีแนวคิดในการออกแบบงานได้อย่างอิสระ เนื่องจากเป็นเจ้านายตัวเอง ตัดสินใจและเพิ่มเติมแนวคิดได้ด้วยตนเอง

5. ได้สร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งผู้ร่วมสายอาชีพและลูกค้า มาจากการรับงานที่หลากหลายประเภท ทำให้ต้องประสานงานกับผู้อื่นค่อนข้างมาก และมีโอกาสในการได้รับงานที่มากขึ้นเช่นกัน

ข้อเสียในการรับงานอิสระของสถาปนิก

ส่วนข้อเสียของการรับงานอิสระ มีสถาปนิกผู้ร่วมสัมภาษณ์ 8 คน ซึ่งคิดเป็น 66.67% มีความคิดเห็นตรงกันว่า รายได้มีความไม่แน่นอน ทำให้ขาดความมั่นคงทางการเงิน ส่วนความคิดเห็นที่รองลงมามี 3 ความเห็นที่ผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ 4 คน มีความเห็นตรงกัน คือ มีปัญหาทางด้านสุขภาพ บริหารเวลาไม่ได้ในช่วงที่งานเข้ามาเป็นจำนวนมาก และการขาดความน่าเชื่อถือจากลูกค้า ทำให้รับงานบางประเภทไม่ได้

“...คิดว่ารายได้เนี่ย ข้อเสียคือมันค่อนข้างcontrolยากเหมือนกัน มันขึ้นอยู่กับ ณ ช่วงนั้นเรามีงานมากแค่ไหน แล้วก็ความสามารถในการผลิตงานของเรา ในprocessการส่งงานเนี่ย สามารถรับงวดเงินได้ทันเวลามั้ย กับที่ต้องใช้จ่าย...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1)

“...พอเราไม่ใช่บริษัทเนี่ย งานบางอย่างเราอาจจะเข้าไม่ถึง หรือมีข้อเสียเปรียบจากผู้เสนองานรายอื่น อย่างเช่นงานจากราชการ อันเนี่ยจะค่อนข้างลำบาก เพราะปกติถ้าเป็นงานราชการเขาจะจ้างบริษัท เราก็จะลำบากในส่วนนี้...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5)

“...เราต้องทำงานแข่งกับเวลา ตลอดเวลา คือเราหยุดไม่ได้ อยู่นิ่งไม่ได้ บางทีมันก็เหนื่อยเกินไป ก็อาจจะต้องweighน้ำหนักดูว่าคุ้มหรือไม่คุ้ม กับงานที่ทำ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9)

“...สำหรับข้อเสียอีกอย่างของfreelanceคือเรื่องของสุขภาพ คือพอเราทำถึงจุดหนึ่งเรามองว่า การพักผ่อนอะไรอย่างเนี้ยครับ มันอาจจะไม่ได้เหมือนอาชีพอื่นๆหรือแบบในบริษัทที่มันมีคนทำแทน แต่อันนี้คือมีคนทำแทนไม่ได้ ปัญหาหลักๆที่เราเจอก็คือ เมื่อใดที่เราเป็นคนคุมdesignทั้งหมดอะ คือเราเป็นเจ้าของอะ แล้วมันคิดไม่ออกอย่างเนี้ยครับ มันจะมาซ้ำที่เราทันทีเพราะงั้น อันตรายคือเรื่องสุขภาพ ที่เราต้องหันมาดูแลแล้วครับ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 12)

ผู้วิจัยสามารถแบ่งข้อเสียในการรับงานอิสระของสถาปนิกได้เป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. มีรายได้ที่ไม่แน่นอน การรับผลตอบแทนแต่ละงวดค่อนข้างลำบาก เนื่องจากลูกค้ามีความหลากหลายและเป็นรายย่อยๆ รวมถึงสาเหตุจากสภาพเศรษฐกิจที่ทำให้คนนิยมสร้างสิ่งปลูกสร้างน้อยลง ทำให้ขาดความมั่นคงทางด้านรายได้
2. การบริหารเวลาทำได้ค่อนข้างลำบาก เนื่องจากต้องใช้เวลาในการทำงานและการหาลูกค้าใหม่อยู่ตลอดเวลา
3. มีปัญหาด้านสุขภาพ เพราะต้องทำงานคนเดียว บางช่วงทำงานมาพร้อมๆกัน ทำให้ต้องทำงานหนักจนเกินไป พักผ่อนน้อยลง หรือทานอาหารไม่เป็นเวลา มีความเสี่ยงต่อการเป็นโรคต่างๆได้
4. ขาดโอกาสในการรับทำงานบางประเภท เนื่องจากเป็นการรับงานอิสระ ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ ตัวอย่างเช่น การรับงานกับทางราชการ ที่ส่วนมากต้องใช้สำนักงานสถาปนิกในการออกแบบงานเท่านั้น เป็นต้น
5. ต้องรับผิดชอบความผิดพลาดของงานเพียงผู้เดียว และหากไม่รักษามาตรฐานของงาน อาจทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อถือและไม่บอกต่อ อาจทำให้เสียรายได้ไปได้
6. การเข้าถึงทรัพยากรทำได้ค่อนข้างลำบาก ตัวอย่างเช่น สถานที่ทำงาน โปรแกรมที่ต้องใช้ในการทำงาน หรือแม้กระทั่งเซลล์ของวัสดุต่างๆที่ให้บริการเฉพาะกับสำนักงานสถาปนิกเป็นหลัก จึงต้องใช้ความพยายามในการนำเสนองานของตัวเองอย่างมาก

ตารางที่ 4.3 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ของข้อดีและข้อเสียของการรับงานอิสระ ของผู้ประกอบการอาชีพสถาปนิกอิสระ

ลำดับ	หมวดคำถามเกี่ยวกับการรับงานอิสระ	
	ข้อดี	ข้อเสีย
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1	<ol style="list-style-type: none"> 1. ได้ดูแลงานในทุกขั้นตอน ลงมือทำทุกอย่าง ได้ความรู้ทุกอย่าง 2. ถ้าเราเป็นคนให้รู้ จะเกิดประโยชน์มากกว่าทำงานในออฟฟิส 	<ol style="list-style-type: none"> 1. รายได้ควบคุมยาก ไม่แน่นอน 2. สวัสดิการไม่มี 3. คิดว่ายังฟรีเซ็นตัวเองไม่พอ งานที่เข้ามาส่วนมาก มาจากคนรู้จัก 4. ระบบยังไม่ชัดเจน
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำงานที่ไหนก็ได้ 2. ใช้เวลาได้อย่างอิสระ 3. สร้างแนวคิดได้อย่างอิสระ เดินหาไอเดียได้ไม่มีข้อจำกัดใดๆ 4. ได้เงินก่อน เขอะกว่าอยู่ออฟฟิส 5. สุขภาพจิตดีกว่าทำงานออฟฟิส 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ถ้าเจอลูกค้าแย่ อาจโดนเบี้ยวค่าแบบได้ ฉะนั้นต้องพิจารณาลูกค้าก่อนตั้งแต่ครั้งแรกที่คุย 2. รายได้ไม่แน่นอน 3. อาจมีปัญหาสุขภาพ เพราะบางช่วงอาจต้องทำงานทุกวัน แก้ด้วยการทำประกันสุขภาพ
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3	<ol style="list-style-type: none"> 1. ได้เจอลูกค้าหลากหลายสไตล์ ตาม connection ของคนที่รู้จัก 2. การมีธุรกิจที่บ้านด้วย ทำให้แบ่งเวลาได้ดี 3. ได้มีโอกาสทำในสิ่งที่คนทำออฟฟิสไม่ได้ทำ ต้องคิดหลายๆอย่างร่วมกัน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการทำงานต้องรับผิดชอบเดียว และอาจทำให้เสียลูกค้าในอนาคตได้ 2. อำนาจต่อรองกับเซลล์ยังมีไม่พอ 3. ไม่ได้ประสานงานกับคนหลายฝ่าย ทำให้ไม่รู้ระบบการทำงานของออฟฟิสที่มีคนเยอะๆ 4. รายได้น้อยและไม่แน่นอน
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4	<ol style="list-style-type: none"> 1. เลือกงานที่อยากทำได้ และงานจะออกมาเป็นแนวทางของเรา 2. การเรียนรู้งานได้กว้างขึ้น ต้องรู้ทุกเรื่อง จะมองภาพรวมเก่ง 3. ต้นทุนการทำงานถูก ทำงานที่บ้านได้ ไม่ต้องเดินทางบ่อย และใช้อินเตอร์เน็ตติดต่อสื่อสาร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบริหารเวลาไม่ค่อยได้ กำหนดเวลาไม่ได้แน่นอน 2. ไม่มั่นคงทั้งทางด้านรายได้ แต่ต้องมีวางแผนด้านการเงินเสมอ เหมือนหลักการของบริษัท 3. เราทำงานคนเดียว รับหน้าคนเดียว ในด้านออกแบบ 4. แหล่งทรัพยากรเข้าถึงยากเช่น เซลล์วัสดุหรืออำนาจในการต่อรองไม่มี รวมถึงการกู้เงินหรือลงทุนเพราะยังมองเป็นอาชีพที่มีความเสี่ยง 5. ลูกค้ามองเราเป็นบุคคล จะเรียกใช้งานเมื่อไหร่ก็ได้ 6. คนที่มารับงานต่อจากเรา อาจมีเวลาวางไม่ตรงกัน 7. ต้องจัดการเรื่องความมั่นคงในชีวิตให้ตัวเอง เช่น ซื้อประกันชีวิต
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีอิสระทางความคิด ออกแบบในรูปแบบของเราเอง 2. ได้เรียนรู้งานในหลากหลายประเภท ซึ่งบางออฟฟิสถนัดแค่บางโครงการ เช่น รพ คอนโด โรงแรม 3. ค่าใช้จ่ายส่วนตัวที่เราบริหารจัดการได้ ควบคุมได้ ที่ไม่มากเหมือนออฟฟิส 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เหนือกว่า เพราะเราทำทุกหน้าที่ ตั้งแต่เริ่มจนจบ แต่ต้องบริหารให้ดี ไม่รับงานชนกัน 2. รับงานบางอย่างไม่ได้เช่น งานจากราชการที่ต้องจ้างบริษัท ทำให้พลาดโอกาสบางอย่างไป
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำงานที่ไหนก็ได้ ไม่ต้องเข้าออฟฟิส 2. ถ้าบริหารจัดการดี จะได้เงินเขอะกว่าทำงานออฟฟิส และรับเงินเต็มๆ ไม่ต้องแบ่งใคร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความมั่นคงในเรื่องการเงิน จะมีความเสี่ยงถ้าไม่มีงาน 2. ถ้าไม่มี connection ที่ดี งานจะหายาก 3. ไม่มีสวัสดิการต่างๆ 4. ถ้างานพลาดต้องรับหน้าคนเดียวเพราะเราเหมือนเป็นเจ้าของ

ตารางที่ 4.4 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ของข้อดีและข้อเสียในการรับงานอิสระ ของผู้ประกอบการอาชีพ
สถาปนิก ในสำนักงานสถาปนิก

ลำดับ	หมวดคำถามเกี่ยวกับการรับงานอิสระ	
	ข้อดี	ข้อเสีย
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7	<ol style="list-style-type: none"> 1. เราเป็นนายตัวเอง 2. รายได้ไม่ต้องแบ่งใคร 3. เรามีความรับผิดชอบมากขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เราต้องบริหารทุกอย่างเอง ทั้งสุขภาพ เวลา กระบวนการทำงาน ข้อดีทุกอย่าง มันคือข้อเสียได้หมด ถ้าเราบริหารไม่ดี 2. ต้องหาลูกค้าเองตลอดเวลา 3. แบ่งเวลาเยอะเพราะต้องทำงานตลอดเวลา 4. ต้องออกจากComfort Zone ต้อง active มากขึ้น
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบริหารจัดการเวลาได้ แบ่งเวลาทำงานได้ 2. การจัดการกับลูกค้าอย่างเป็นระบบว่าควรทำแบบนานแค่ไหน เพื่อให้เก็บงวดได้เร็วขึ้นแต่ต้องอยู่ในมาตรฐานของเราด้วย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความน่าเชื่อถือน้อยกว่ารูปแบบบริษัท ลูกค้ายังได้มาจาก การบอกต่อกัน 2. สุขภาพแย่มาก่อนน้อย ในช่วงงานเยอะ 3. รายได้ไม่คงที่
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9	<ol style="list-style-type: none"> 1. เราเป็นเจ้านายตัวเอง มันเครียดที่ทำได้เยอะ มีอิสระทางความคิด 2. เลือกรับงานที่ชอบทำได้ และผลตอบแทนที่ยอมรับได้ 3. เซลล์ดูแลค่อนข้างดี เพราะถึงแม้งานจะไม่ใหญ่ แต่มีความถี่เยอะ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดความน่าเชื่อถือจากลูกค้า จะถูกประเมินค่าต่ำ ทำให้ลูกค้าคิดว่าจะจ้างได้ในราคาถูก ไม่สมกับคุณภาพของงาน โคนลูกค้าที่ราคาเยอะ ทำให้ไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม แต่เราต้องยืนยืนในคุณภาพงานของเรา 2. ต้องทำงานแข่งกับเวลาตลอด อยู่นิ่งไม่ได้ สุขภาพแย่มาก 3. ยังไม่มี co-working space ที่ดี 4. ลูกค้าเจตนา ทำให้ต้องมีการฟ้องร้องกัน ทำให้เสียเวลา
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทุกอย่างเป็นโอกาสในการสร้าง connection ของเราเอง 2. บริหารเวลาได้เอง ชัดหุ่น ได้มีเวลาใช้ชีวิตมากขึ้น 3. ออกแบบงานได้อย่างไม่มีขีดจำกัด ไม่ต้องมีสัญลักษณ์ตามแบบออฟฟิศ คุยกับลูกค้าได้อย่างอิสระ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องบริหารเงินให้ดี เพราะรายได้ไม่มีตลอด 2. คนทั่วไปไม่เข้าใจในเนื้องาน เช่น คิดว่าสนิทกันให้ช่วยออกแบบ แล้วไม่ต้องจ่ายเงิน 3. ความรู้เรายังไม่ครบทุกส่วนในการก่อสร้าง บางครั้งอาจมีการปรับแบบหน้างาน
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 11	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำงานคล่องตัว คิดสินใจได้เร็ว สรุปงานได้ไว 2. ได้รู้งานครอบคลุม ได้ประสบการณ์เยอะ รู้กระบวนการทำงานทุกส่วน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลักษณะงานบางงานรับไม่ได้ เช่น งานราชการ เพราะเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ ภาษี ถ้าเราอยากขายขอบเขตงานก็ต้องขยายตัวเองขึ้นไป 2. ชีวิตขาดสภาพคล่อง หากรับงานเยอะเกินไป อาจทำให้งานล่าช้าแล้วเสียลูกค้า
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 12	<ol style="list-style-type: none"> 1. เลือกงานได้ ทำงานที่ถนัด/งานที่ชอบ ถ้าเรารักงานที่ทำ งานก็จะออกมาดี 2. เราได้ผลตอบแทนเต็มๆ 3. บริหารจัดการงานได้เอง เลือกวัสดุ แบ่งงานได้เอง 4. ทำงานที่ไหนก็ได้ อยากพักผ่อนก็ยังสามารถไปทำด้วยได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขอดตัวอย่างกับเซลล์ยอก ในช่วงแรกๆเนื่องจากจะมองว่างานเล็ก 2. สุขภาพแย่มาก่อนเพราะเราทำคนเดียว ไม่มีใครทำแทน 3. รายได้และงานไม่สม่ำเสมอ 4. ถ้างานเกิดปัญหา ทำให้เราไม่ยอมยกทำ ต้องปรับอารมณ์ตัวเองให้ดี เพราะลูกค้าก็มีหลากหลายสไตล์ 5. การเก็บเงินงวดสุดท้ายค่อนข้างยาก ซึ่งมาจากความละเอียดของสัญญาครั้งแรก 6. งานตกแต่ภายในหายาก เพราะสด.ภายนอก รับทำหมด

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับงานอิสระของสถาปนิกให้ยั่งยืน

ความหมายของคำว่า “ยั่งยืน” ของสถาปนิก

จากการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ สถาปนิกทั้ง 12 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความหมายของคำว่า “ยั่งยืน” ที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

“...ความยั่งยืนในสเกลของคนเนี่ย ของการดำรงชีวิตปัจจุบันเนี่ยก็คือ มีความสามารถในการปรับตัวหรือเอาตัวรอด เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป เช่นอยู่ดีๆพุงนี้ไม่มี ลูกค้าเข้ามาเลย หรืออยู่ดีๆป่วย หมอพบว่า เป็นโรคร้าย อย่างเนี่ย เราสามารถอยู่รอดได้ หรือสามารถปรับตัว ใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4)

“...ยั่งยืนในทางการประกอบวิชาชีพสถาปนิก ก็คือว่า เหมือนกับว่าเรามีงานอยู่ต่อเนื่อง เพราะงานแต่ละชิ้นทำให้เราเกิดการพัฒนา ไม่ใช่ว่าเรายังมีชีวิตอยู่แต่เราไม่มีงานทำนะ ไม่ใช่ ยั่งยืนคือ มีงานทำตลอด ต่อเนื่อง ในสายงานหลักที่รับผิดชอบอยู่ แล้วก็สามารถพัฒนาตัวเองขึ้นไปได้เรื่อยๆก้าวเดินไปได้เรื่อยๆ มีรายได้ที่เหมาะสม สามารถเลี้ยงดูตัวเองและครอบครัวได้ อันนี้คือการตีความหมายคำว่ายั่งยืน...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5)

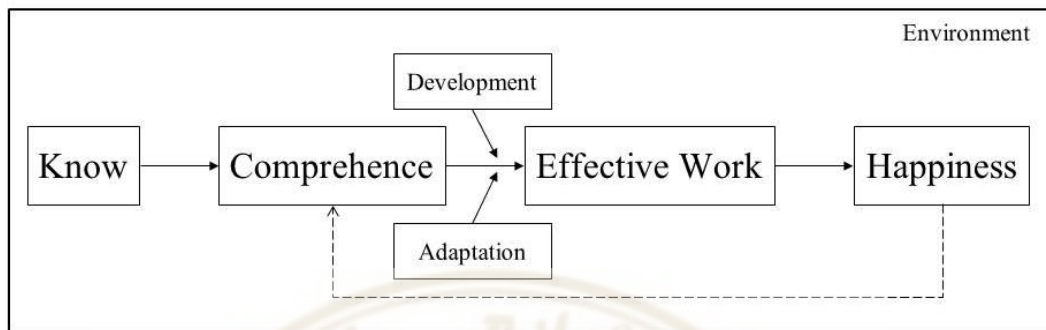
“...ยั่งยืนนี้หมายถึง อยู่ได้ตลอด ระยะเวลา ที่นี้ก่อนที่เราจะทำได้ อย่างยั่งยืน เราต้องกลับมาดูว่าเรามีความสุขหรือเปล่า ซึ่งความสุขก็ประกอบไปด้วยหลายๆอย่าง ผลตอบแทน ครอบครัว ความสัมพันธ์กับสังคม และอีกอย่างคือเวลา ถ้าทั้งหมดได้มาครบเนี่ย ผมเชื่อเลยว่ามันยั่งยืนแน่นอน แต่ถ้ามันขาดอย่างใดอย่างหนึ่งเนี่ย มันจะกลายเป็นทำงานอย่างไม่มีความสุข...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7)

“...ความยั่งยืนคือ มันต้องเป็นสิ่งที่แบบ อยู่ได้ต่อเนื่องไม่หายไป เหมือนถ้ามันมีระบบอะไรมาสักระบบอะไรอย่างเนี่ย ที่เราแบบสร้างไว้ แม้เราจะไม่อยู่ระบบนี้ก็ยังคงทำงานต่อไปได้...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10)

“...ความยั่งยืนน่าจะเป็นการที่ ผู้ออกแบบเองจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องของงานที่แท้จริง ซึ่งมันจะส่งผลให้สิ่งที่เราทำออกมาเนี่ย เรารักมัน ชอบมัน รู้สึกว่าต้องรับผิดชอบกับงานที่ตัวเองทำตลอด ทำให้ผลงานมันออกมาดี ไม่ใช่คิดแต่ว่าจะเอาปริมาณเยอะเป็นที่ตั้ง โดยลืมนำถึงลูกค้า พองานเราออกมาดี ลูกค้าก็จะมีคำพูดที่ปากต่อปาก เขาก็อยากจะแนะนำคนที่เขารัก อยากรู้อยากให้เราทำงานให้ มันก็จะขยายกลุ่มฐานลูกค้าเราด้วย แต่ถ้าเมื่อไหร่งานของเราออกมาชิ้นหนึ่งแล้วรู้สึกว่าลูกค้าไม่ยกแนะนำคนอื่น ไม่อยากส่งต่อ อาชีพนี้ก็คงไม่ยั่งยืนอะครับ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 11)

จากผลการวิจัยสามารถจะได้อรรถาธิบายความหมายของคำว่า “ยั่งยืน” คือ การมีความรู้ ความเข้าใจ ในสิ่งที่ทำอย่างแท้จริง รู้จักการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมต่างๆ แล้ว

พัฒนาสิ่งนั้นให้เป็นระบบที่มีประสิทธิภาพ จนสามารถทำงานต่อไปได้ด้วยตัวของมันเอง และเกิดเป็นความสุขที่ยาวนาน



ภาพที่ 4.1 แสดงความหมายของความยั่งยืนของสถาปนิก

ที่มา: ผู้วิจัย

ปัจจัยที่ทำให้การรับงานอิสระของสถาปนิกมีความยั่งยืน

จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการสัมภาษณ์ 12 คน มีสถาปนิกมากถึง 7 คน ซึ่งคิดเป็น 58.33 % มีความเห็นที่ตรงกัน 3 ประเด็น คือ การสื่อสารตัวตนหรืองานของเราให้คนภายนอกรับรู้ แต่ต้องเป็นงานที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากคนอื่น โดยเน้นไปที่ช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เหมาะสมกับโลกในยุคปัจจุบัน ส่วนอีก 2 ประเด็นคือ การบริการลูกค้าด้วยความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบต่องานที่ทำ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมสาขาอาชีพ เพื่อการรับงานที่ต่อเนื่อง ส่วนประเด็นอื่นๆที่รองลงมาคือ การบริหารการทำงานทั้งเรื่องการเงินและเวลา และการหาความรู้เพิ่มเติมให้ตัวเองอย่างสม่ำเสมอ

“...การสื่อสารตัวตนของเราให้กับคนหมู่มากก็สำคัญไม่แพ้กัน ก็คือเท่าที่ดูจากในfacebook ใครๆก็สามารถเปิดเพจได้ แล้วรูปภาพสามมิติที่ออกมาก็คือ สวยๆกันทุกคน เราจะทำยังไงให้งานของเรามัน โดดเด่นขึ้นมา เพราะคนไทยเค้าไม่ค่อยมองอะไรที่เป็นปรัชญาด้วย เค้ามองแค่ว่าแบบนี้สวย อยากได้ ก็เป็นเรื่องที่คิดอยู่ครับว่าจะdevelopต่อไปยังไง...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1)

“...คือเหมือนเราต้องอัพเดทตัวเองอยู่ตลอดเวลา ตามเทคโนโลยี ตามความรู้ใหม่ๆ ตามเทรนด์ ตามวัสดุใหม่ๆ คือถ้าเป็นบริษัทเวลามีวัสดุใหม่ๆ supplier ก็จะวิ่งเข้าไป แต่เราไม่มีไง คือเราแทบจะต้องแบบ ออกไปมองหาเอง เหมือนมันก็เป็นหน้าที่ของเราที่ต้องแนะนำสิ่งดีๆให้ลูกค้า ให้เหมาะกับ ณ ช่วงเวลานั้น...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3)

“...ต้องประกอบอาชีพด้วยความซื่อสัตย์ ก็คือ แผนงานที่เราเสนอไป เราว่ายังไง เราต้องทำให้ได้ตามนั้น ก็รับผิดชอบงานไปจนงานเสร็จ แล้วก็คอยแก้ปัญหา คืออาชีพสถาปนิก คืออาชีพที่เราต้องให้ความรู้กับลูกค้า เพราะมันเป็นเรื่องของ “วิชาชีพ” เป็นอาชีพที่ใช้วิชาในการประกอบ อย่างการออกแบบบ้านเราก็ต้องแนะนำลูกค้าว่ามีข้อดีข้อเสียยังไง เปรียบเทียบให้เขาเห็นภาพนำเสนอให้เขาเข้าใจและก็ตัดสินใจ เพื่อให้เขาสามารถใช้ชีวิตหรือว่าได้ใช้อาคารให้เกิดประโยชน์สูงสุด...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5)

“...คือถ้าเกิดเราทำงานอยู่คนเดียว โดยที่ไม่มีญาติพี่น้อง ไม่มีเพื่อนฝูง การทำงานมันจะค่อนข้างยากเหมือนกัน เพราะการเป็นสถาปนิกมันไม่ใช่งานที่สามารถทำได้คนเดียว มันต้องมีองค์ประกอบหลายๆอย่าง วัสดุ พวกเซลล์ ถ้าเรารู้จักวัสดุหลายวัสดุมันก็จะเอามาเป็นทางเลือกให้กับงานที่เราจะออกแบบ และเอามาเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าได้ด้วย เวลาไปคุยกับลูกค้ามันจะดูเหมือนมีการเตรียมตัวมา...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8)

“...โดยส่วนตัวผมมองว่า ก็คงจะต้องทำให้ทุกคนได้รู้จักก่อนว่า ถึงแม้ว่าเราจะเป็นนักออกแบบอิสระ แต่ก็มีผลงานที่ดี มีความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ ที่นี้เนี่ยก็อาจจะต้องมีการโปรโมตตัวเอง อย่างผมเอง ก็เคยคิดเรื่องนี้เอาไว้ แต่บางทีเวลาเรามีกงานซ้อนขึ้นมาเรื่อยๆ เรื่องพวกนี้มันก็ตกหล่นไป ผมว่าการทำmarketingที่ดี promoteตัวเอง ทำเป็นparallelไป จะทำให้คนนึกถึงเราตลอดเวลา แต่อย่างหนึ่งที่อยากก็คือ จะทำยังไงให้คนรู้จักเราในฐานะที่เป็นนักออกแบบอิสระที่มีคุณภาพ...” (ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9)

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถแบ่งประเภทของปัจจัยที่ทำให้การรับงานอิสระของสถาปนิกมีความยั่งยืนได้ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ปัจจัยภายใน

1.1. ด้านการรักษาความมั่นคงในชีวิต: การทำงานของวิชาชีพสถาปนิกต้องเริ่มตั้งแต่การออกแบบแนวคิด พัฒนาแบบ ทำแบบสำหรับก่อสร้าง และขั้นตอนการควบคุมงานก่อสร้าง จนงานเสร็จ ระยะเวลาทั้งหมดขึ้นอยู่กับขนาดของงานซึ่งก็ส่งผลกับผลตอบแทนเช่นกัน สถาปนิกจึงต้องบริหารจัดการเวลาทำงานและเวลาพักผ่อนให้เหมาะสม และต้องไม่ละเลยปัญหาทางด้านสุขภาพ สังคม และครอบครัว ตัวอย่างเช่น ควรมีการจัดตารางการทำงาน ในกรณีที่มีหลายงานเข้ามาพร้อมกัน เพราะหากมีงานใดงานหนึ่งเกิดปัญหา ก็ยังต้องจัดการกับอีกงานหนึ่งได้ โดยต้องไม่ให้กระทบกับการดำเนินชีวิต ซึ่งก็จะสอดคล้องกับการบริหารการเงิน ที่ต้องมีการวางแผนรายรับและค่าใช้จ่ายในแต่ละปี เพื่อรักษาสภาพคล่องทางการเงิน ฉะนั้น สถาปนิกที่รับงานอิสระจึงต้องวางแผนการทำงานให้ชัดเจน เพื่อให้กระทบกับการดำเนินชีวิตน้อยที่สุด รวมถึงการวางแผน

ทางการเงิน เพื่อรองรับสถานการณ์คาดไม่ถึงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ซึ่งหากการรับทำงานอิสระแล้วสามารถทำได้อย่างมีความสุข ย่อมทำให้เกิดความมั่นคงในชีวิต และส่งผลที่ดีในระยะยาวได้

1.2. ด้านรักษาคุณภาพในการทำงาน: การรับงานอิสระของสถาปนิกที่ต่อเนื่อง เกิดขึ้นจากการบอกต่อกันของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพื่อให้ได้งานชิ้นใหม่มา ฉะนั้น การสร้างมาตรฐานในการทำงานให้ดี มีคุณภาพ จึงเป็นเรื่องสำคัญ หากผลงานที่ออกมาไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า ก็อาจส่งผลถึงปริมาณงานที่ลดลงในอนาคตได้ ซึ่งคุณภาพในที่นี้ไม่ใช่แค่ การทำงานออกแบบที่มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ดี แต่รวมไปถึงการมีความรับผิดชอบต่องานที่ทำ นำเสนอผลงานด้วยความจริงใจ คำนวณค่าออกแบบตามเนื้องานจริง เพื่อให้เกิดฐานลูกค้าที่มั่นคงและนำไปบอกต่อได้

1.3. ด้านการพัฒนาความรู้: วิชาชีพสถาปัตยกรรม เป็นการใช้ศาสตร์ของวิทยาศาสตร์ผสมผสานกับศิลปะ งานออกแบบที่เกิดขึ้นนั้น ต้องใช้ความรู้ในด้านการก่อสร้าง วัสดุ การคำนวณพื้นที่ใช้สอย รวมถึงสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศ ดังนั้น หากสถาปนิกต้องการที่จะออกแบบงานที่สมบูรณ์แบบที่สุดให้กับลูกค้า จึงต้องหมั่นหาความรู้ให้ทันต่อความนิยมของโลกยุคปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อให้งานออกแบบเหมาะสมกับลูกค้ามากที่สุด อาจทำได้โดยการหาข้อมูลจากในเว็บบอร์ดหรือหนังสือใหม่ๆ การเข้าร่วมสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ หรือการออกเดินทางเพื่อหาแรงบันดาลใจในการออกแบบ เป็นต้น

1.4. ด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลงาน: ในโลกยุคปัจจุบันที่ผู้คนทั่วโลกสามารถสื่อสารกันได้ ข้อมูลข่าวสารต่างๆถูกส่งต่อกันอย่างรวดเร็ว เป็นโอกาสที่สถาปนิกที่รับงานอิสระ จะสื่อสารผลงานให้กับลูกค้าใหม่ๆ ได้รับรู้ โดยการสื่อสารนั้น ต้องแสดงออกถึงความเชี่ยวชาญในงานที่ทำ ซึ่งรวมไปถึง ประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา รางวัลในการออกแบบที่เคยได้รับ ขอบเขตและลักษณะงานที่รับ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเป็นที่รู้จักแก่สาธารณะและมีผลต่อการจ้างงานของลูกค้าด้วย แต่ทั้งนี้ การสื่อสารจะเป็นแค่ข้อมูลตามจริงที่สถาปนิกจะมอบให้กับลูกค้าเท่านั้น เนื่องจากตามกฎหมายวิชาชีพ สถาปนิกห้ามทำการโฆษณาเพื่อการค้า และควรเลือกสื่อที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ด้วย

2. ปัจจัยภายนอก

2.1. ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ร่วมสายอาชีพ: การทำงานของสถาปนิก ครอบคลุมตั้งแต่การออกแบบไปจนถึงการก่อสร้าง โดยหน้าที่หลักของสถาปนิกคือการออกแบบ และทำให้งานก่อสร้างเป็นไปตามที่ออกแบบไว้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ทำให้ต้องได้รับความช่วยเหลือจากคนหลายๆฝ่าย เช่น คนทำแบบสามมิติ คนเขียนแบบ เซลล์วัสดุก่อสร้าง

วิศวกร ผู้รับเหมา ช่างฝีมือ คนงานก่อสร้าง หรือแม้กระทั่งสถาปนิกในสาขาวิชาอื่นๆ ซึ่งบุคคลเหล่านี้คือผู้ที่สถาปนิกจะต้องร่วมทำงานด้วยตลอดโครงการ เพื่อให้ทำงานสำเร็จลุล่วงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งหากเรามีความชำนาญในการทำงานมากขึ้น เครือข่ายความสัมพันธ์นี้ มักจะเป็นผู้แนะนำลูกค้าและโครงการใหม่ๆ มาให้เสมอ เช่น หากมีลูกค้ามาสอบถามงานออกแบบกับวิศวกร ซึ่งทางวิศวกรอาจไม่สะดวกรับงาน เนื่องจากไม่มีความชำนาญหรือไม่สะดวกด้วยเหตุผลอื่นๆ ก็จะมีคำแนะนำลูกค้าให้กับสถาปนิกทำหน้าที่รับงานออกแบบ เป็นต้น ซึ่งความสัมพันธ์ของเครือข่ายนี้อาจพัฒนาไปเป็นพันธมิตรทางธุรกิจได้

2.2. ด้านกฎระเบียบในการประกอบวิชาชีพ: กฎระเบียบสำหรับการให้บริการของสถาปนิกถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน เนื่องจากเป็นวิชาชีพที่มีสภาทำหน้าที่รับรองการทำงาน ผู้ที่จะสามารถออกแบบอาคารต่างๆ ได้อย่างถูกกฎหมายจะต้องผ่านการสอบกับสภาสถาปนิกแล้วเท่านั้น แต่ในความเป็นจริง การรับงานอิสระของสถาปนิกนั้นค่อนข้างมีความเสี่ยงต่อการถูกลอกเลียนผลงานที่ออกแบบไป ตัวอย่างเช่น ลูกค้านำแบบที่ได้รับการออกแบบจากสถาปนิกไปให้กับผู้มีอำนาจในการอนุญาตก่อสร้าง ทำการปรับเปลี่ยนแบบเล็กน้อย และนำไปก่อสร้างจริง ทำให้สถาปนิกสูญเสียผลงานของตนเองไป หรือการที่ลูกค้าคิดว่าสถาปนิกอิสระ สามารถว่าจ้างด้วยผลตอบแทนที่ต่ำ ซึ่งจริงๆ แล้วสถาปนิกทุกคนมีมาตรฐานการทำงานตามวิชาชีพ ฉะนั้น การสื่อสารให้สาธารณะรู้ว่า วิชาชีพสถาปนิกเป็นหน้าที่ที่สำคัญ มีกฎระเบียบที่ชัดเจนในการจ้างงาน และต้องมีการเพิ่มคุณค่าของสถาปนิกไทยให้มากขึ้น

2.3. ด้านความเข้าใจความต้องการของลูกค้า: การรับงานอิสระของสถาปนิก ต้องใช้ความมั่นคงของฐานลูกค้าเก่าเป็นหลัก เนื่องด้วยเรื่องของเวลาและรายได้ที่ไม่มั่นคง ทำให้การหาลูกค้าใหม่เป็นไปได้ค่อนข้างลำบาก แต่จะได้ลูกค้าจากการขยายฐานของลูกค้าเดิมเสียมาก เนื่องจากการรับงานอิสระของสถาปนิก จะมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากกว่าลักษณะของสำนักงาน สถาปนิกจึงต้องพัฒนาทักษะการเจรจาต่อรอง การนำเสนอผลงาน การให้บริการด้วยความจริงใจ เพื่อให้ได้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง อาจรวมถึงการรักษาความสัมพันธ์หลังโครงการเสร็จสิ้นแล้ว เช่น การให้คำปรึกษา การแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นต่อไป หรือติดต่อเพื่อพบปะ พูดคุย มอบของขวัญในโอกาสสำคัญๆ เป็นการสร้างฐานลูกค้าให้มั่นคงและนำไปสู่การบอกต่อให้ลูกค้าใหม่ๆ ได้

2.4. ด้านการมีสื่อกลางในการสื่อสารผลงาน: การสื่อสารผลงานของสถาปนิกมีได้หลากหลายช่องทาง เช่น การมีพื้นที่ทำงานที่ให้สถาปนิก สามารถแชร์ผลงาน แลกเปลี่ยนแนวคิดกันได้อย่างอิสระ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในสายอาชีพให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น หรือ การมีเวทีสำหรับประกวดแบบของสถาปนิก โดยอาจมีโจทย์เป็นร้านอาหารหรืออาคารพัก

อาศัย ในรูปแบบต่างๆ เพื่อตั้งให้สถาปนิกที่มีความชำนาญในการออกแบบงานในลักษณะนั้นๆ สามารถสื่อสารตนเองให้สาธารณะชนได้รู้จักในวงกว้าง เป็นการเปิดโอกาสให้สถาปนิกได้แสดงความสามารถและเป็นกำลังใจที่ดีในชีวิตการทำงานอีกด้วย

ตารางที่ 4.5 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ ความหมายของคำว่า“ยั่งยืน”และปัจจัยที่มีผลต่อการรับงานอิสระได้อย่างยั่งยืน ของผู้ประกอบการอาชีพสถาปนิกอิสระ

ลำดับ	หมวดคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของความเห็นยั่งยืน	
	ความหมายของ“ยั่งยืน”	ปัจจัยที่ทำให้รับงานอิสระได้อย่างยั่งยืน
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1	คือถ้ามีระบบ หากไม่มีเราอยู่ระบบนี้ก็ยังสามารถทำงานต่อและพัฒนาได้	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องมีเรื่องระบบการจัดการให้ได้มาตรฐาน ทั้งเรื่องเวลาและคุณภาพของงาน เนื่องจากในอนาคตอาจจะต้องทำงานกับคนมากขึ้น 2. การสื่อสารตัวตนของเรา แต่ต้องทำให้งานเราโดดเด่นเพราะคนไทยแค่เห็นรูปสวาก็ตัดสินใจว่าดีไปแล้ว
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2	คือ ทุกอย่างอยู่ที่จิตใจเรา เราต้องสร้างแรงบันดาลใจให้ตัวเอง มุ่งมั่นตั้งใจ ในสิ่งที่ทำให้มากที่สุด แล้วลูกค้าก็จะเข้ามาหาเราเอง	<ol style="list-style-type: none"> 1. เราต้องบริการลูกค้าให้ดีด้วย“หัวใจ” เราจะนำไปบอกต่อเอง โดยไม่จำเป็นต้องทำการตลาดมาก 2. อาจมีการโพสต์ลงโซเชียลบ้าง แล้วคนก็จะทักมาเอง 3. เราต้องรักในอาชีพนี้ 4. อาจมีอาชีพเสริมอื่นๆที่เกี่ยวข้องและมาสนับสนุนเรา เช่น ค่าขายเกี่ยวกับวัสดุทางการก่อสร้าง
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3	คือ เราต้องปรับระบบการทำงานของเราได้ตลอดเวลา เพราะลูกค้าและสังคมก็เปลี่ยนไปเสมอ	<ol style="list-style-type: none"> 1. เราต้องอัปเดตความรู้ตัวเองตลอด เช่นเรื่องวัสดุ เพื่อเป็นทางเลือกให้ลูกค้า 2. การออกสังคม เพราะงานเราก็เหมือนตัวเอง เราต้องพาตัวเองไปหาลูกค้า ต้องสร้างความสัมพันธ์กับคนรอบข้างไว้สม่ำเสมอ 3. งานฟรีเช่นตัวเราได้ เพราะลูกค้ามาจากปากต่อปาก ทำงานรองรับตัวเองไว้เสมอๆ
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4	<p>ความหมายจริงๆคือ การเหลืออะไรบางอย่างไว้ ให้คนรุ่นต่อไปใช้งานได้ด้วย</p> <p>แต่ในการดำรงชีวิตคือ มีความสามารถในการปรับตัวหรือเอาตัวรอดเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป ได้อย่างมีคุณภาพ</p> <p>คือความมั่นคงในอนาคต</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องวางแผนการใช้เงิน รายได้ต้องมากกว่ารายจ่าย แล้วแต่ความต้องการของแต่ละบุคคล 2. ต้องหางานให้ได้มาก โดยกระจายสาขางานออกไปให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถตัวเอง เช่น ภายนอก ภายใน ผังเมือง หรือเป็นอาจารย์ เพื่อให้ได้ connectionมากขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยงของตัวเอง 3. สุดท้ายอาจต้องเปิดเป็นออฟฟิสเพื่อความน่าเชื่อถือที่มากขึ้นจากบุคคล 4. ดันตัวเองไปให้คนอื่นรู้จัก ในมุมของคนทำงานคุณภาพ

ตารางที่ 4.5 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ ความหมายของคำว่า“ยั่งยืน”และปัจจัยที่มีผลต่อการรับงานอิสระได้อย่างยั่งยืน ของผู้ประกอบการอาชีพสถาปนิกอิสระ(ต่อ)

<p>ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5</p>	<p>คือ ต้องอยู่ให้ได้ต้องมีคุณภาพ และอยู่รอด</p> <p>ถ้าเทียบกับการเป็นสถาปนิกคือ มีงานทำตลอดและต่อเนื่อง และงานแต่ละชิ้นต้องทำให้เราเกิดการพัฒนา สามารถเลี้ยงตัวเองและครอบครัวได้</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประกอบ"วิชาชีพ"ด้วยความรู้ ซื่อสัตย์ ความจริงใจและรับผิดชอบงานจนเสร็จ 2. ต้องมี service mind ที่ดี เช่น พาลูกค้าไปดูกระเบื้อง สุขภัณฑ์ ให้คำแนะนำได้ 3. ต้องมี connection เยอะ เพื่อโอกาสในการได้งานเพิ่มขึ้น 4. บริหารจัดการเวลาและการเงิน ให้ได้ตามแผนงานเพราะจะไม่ได้ถูกกำหนดแบบออฟฟิศ ต้องจัดการทุกอย่าง ถ้าทำไม่ได้จะทำให้เสียลูกค้าได้
<p>ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6</p>	<p>คือ การเพิ่มขึ้นในทางบวก(ทางที่ดี) ทำให้เติบโตและต่อยอดไปได้เรื่อยๆ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องบริหารจัดการตัวเองได้ เพราะเราทำเองหมดทุกขั้นตอน ทุกหน้าที่ 2. ต้องมีความสามารถรอบด้าน หากความรู้ให้ตัวเองเสมอเพราะต้องคิดทำงานกับคนหลายคน หรืออาจต้องมีลูกน้องในอนาคต

ตารางที่ 4.6 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ ความหมายของคำว่า“ยั่งยืน”และปัจจัยที่มีผลต่อการรับงานอิสระได้อย่างยั่งยืน ของผู้ประกอบการอาชีพสถาปนิก ในสำนักงานสถาปนิก

ลำดับ	หมวดคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของความยั่งยืน	
	ความหมายของ"ยั่งยืน"	ปัจจัยที่ทำให้รับงานอิสระได้อย่างยั่งยืน
<p>ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7</p>	<p>คือ อยู่ได้ตลอด ในระยะยาว</p> <p>แต่เราต้อง"มีความสุข"ซึ่งประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผลตอบแทน 2. ครอบครัว 3. ความสัมพันธ์ทางสังคม 4. เวลา <p>ต้องมีครบทั้งสามข้อเท่านั้น จึงจะยั่งยืน</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. รายได้ต้องมีตลอด แม้มันจะไม่สัมพันธ์กับความหนักของงาน 2. จึงควรมีต้องมี connection การร่วมงานกับผู้อื่น ในส่วนงานที่เราไม่ถนัด เพื่อให้รับงานได้หลากหลาย สุดท้ายอาจโตขึ้นเป็นComp. 3. สถาปนิกต้องออกกฎระเบียบ ปกป้องทรัพย์สินหรือออฟฟิศ เพื่อให้ไม่โดน"ขโมยแบบ"ไปให้เจ้าหน้าที่รัฐเช่นให้ 4. ต้องสื่อสารว่า ถ้าขาดสถาปนิก ลูกค้าจะขาดอะไร ตัวอย่างเช่นงานสถาปนิก
<p>ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8</p>	<p>คือ คงอยู่ตลอดไป</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความรับผิดชอบ ต่อวิชาชีพสำคัญมาก จะมีผลต่อการบอกต่อ 2. ต้องมี connection เพื่อให้ทำงานได้เพราะเราไม่ได้ทำงานคนเดียว เช่นเรื่องวัสดุ ก็ต้องรู้จักหลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้า 3. ต้องอัปเดตศึกษาความรู้ตลอด ไม่หยุดนิ่ง
<p>ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9</p>	<p>เราต้องเพิ่มประสิทธิภาพตัวเอง และทำให้คนรู้จักเราในวงกว้าง จนเกิดเป็นวงจรที่ต่อเนื่องและยาวนานได้</p>	<p>อยู่ที่จุดประสงค์ของแต่ละคนว่าอยากทำแค่ช่วงสั้นๆ หรือ ตั้งใจว่าสุดท้ายจะเปิดออฟฟิศ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องทำให้ทุกคนรู้จักว่าเรามีผลงานที่ดี มีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ 2. อยากให้มีเวทีมาแชร์ผลงานกัน เพื่อให้แต่ละคนสร้าง value ให้ตัวเองได้ 3. ไม่ต้องโด่งดังมาก แต่เป็นกระแสอยู่ในสังคมให้พออยู่ได้ก็พอ

ตารางที่ 4.6 แสดงสรุปบทสัมภาษณ์ ความหมายของคำว่า“ยั่งยืน”และปัจจัยที่มีผลต่อการรับงานอิสระได้อย่างยั่งยืน ของผู้ประกอบการอาชีพสถาปนิก ในสำนักงานสถาปนิก(ต่อ)

ลำดับ	หมวดคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของความเห็นที่ยั่งยืน	
	ความหมายของ“ยั่งยืน”	ปัจจัยที่ทำให้รับงานอิสระได้อย่างยั่งยืน
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7	คือ อยู่ได้ตลอด ในระยะยาว แต่เราต้อง“มีความสุข”ซึ่งประกอบด้วย 1. ผลตอบแทน 2. ครอบครัวย 3. ความสัมพันธ์ทางสังคม 4. เวลา ต้องมีครบทั้งสามข้อเท่านั้น จึงจะยั่งยืน	1. รายได้ต้องมีตลอด แม้มันจะไม่สัมพันธ์กับความหนักของงาน 2. จึงควรมีต้องมี connection การร่วมงานกับผู้อื่น ในส่วนงานที่เราไม่ถนัด เพื่อให้รับงานได้หลากหลาย สุดท้ายอาจโตขึ้นเป็น Corp. 3. สภาวิชาชีพต้องออกกฎระเบียบ ปกป้องฟรีแลนซ์หรือออฟฟิศ เพื่อให้ไม่ให้โดน“ขโมยแบบ”ไปให้เจ้าหน้าที่รัฐเช่นให้ 4. ต้องสื่อสารว่า ถ้าขาดสถาปนิก ลูก้าจะขาดอะไร ตัวอย่างเช่นงานสถาปนิก
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8	คือ คงอยู่ตลอดไป	1. ความรับผิดชอบ คือวิชาชีพสำคัญมาก จะมีผลต่อการบอกต่อ 2. ต้องมี connection เพื่อให้ทำงานได้เพราะเราไม่ได้ทำงานคนเดียว เช่นเรื่องวัสดุ ก็ต้องรู้จักหลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้า 3. ต้องอัปเดตศึกษาความรู้ตลอด ไม่หยุดนิ่ง
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9	เราต้องเพิ่มประสิทธิภาพตัวเอง และทำให้คนรู้จักเราในวงกว้าง จนเกิดเป็นวงจรที่ต่อเนื่องและยาวนานได้	อยู่ที่จุดประสงค์ของแต่ละคนว่า อยากทำแค่ช่วงสั้นๆ หรือ ตั้งใจว่าสุดท้ายจะเปิดออฟฟิศ 1. ต้องทำให้ทุกคนรู้จักว่าเร มีผลงานที่ดี มีความน่าเชื่อถือ ชื่อสัตย์ 2. อยากให้มีเวทีมาแชร์ผลงานกัน เพื่อให้แต่ละคนสร้าง value ให้ตัวเองได้ 3. ไม่ต้องโด่งดังมาก แต่เป็นกระแสอยู่ในสังคมให้พออยู่ได้ก็พอ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “สถาปนิกกับงานอิสระที่ยั่งยืน” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษากระบวนการทำงานอิสระของวิชาชีพสถาปัตยกรรม ข้อดี-ข้อเสียของการรับงานอิสระของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการรับงานอิสระของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมให้ยั่งยืน เพื่อนำไปสู่แนวทางให้กับผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิก ให้สามารถรับงานอิสระได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

การวิจัยครั้งนี้มีการใช้ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมจำนวน 12 คน ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ประกอบอาชีพสถาปนิกอิสระจำนวน 6 คน และผู้ประกอบอาชีพสถาปนิกในสำนักงานสถาปนิก 6 คน โดยมีการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ การค้นคว้าหาข้อมูลจากงานวิจัยก่อนหน้า เอกสาร สิ่งตีพิมพ์ วิทยานิพนธ์ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาโดยการทำ Content Analysis

5.1 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเรื่อง “สถาปนิกกับงานอิสระที่ยั่งยืน” มีพื้นที่ในการศึกษากลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 12 คน ซึ่งประกอบไปด้วยสถาปนิกอิสระจำนวน 6 คน และผู้ประกอบอาชีพสถาปนิกในสำนักงานสถาปนิก 6 คน แบ่งเป็นเพศชาย 7 คน และเพศหญิง 5 คน อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 27-47 ปี ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เป็นลักษณะปลายเปิด และมีความยืดหยุ่น เพื่อนำไปใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

1. กระบวนการทำงานของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปนิก

จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบวิชาชีพผู้ประกอบอาชีพสถาปัตยกรรมอิสระที่เข้าร่วมการสัมภาษณ์ 12 คน สามารถสรุปผลกระบวนการทำงานเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 5.1 แสดงขั้นตอนการรับงานอิสระของสถาปนิก
ที่มา: ผู้วิจัย

2. ข้อดีและข้อเสียในการรับงานอิสระของสถาปนิก

2.1 ข้อดีในการรับงานอิสระของสถาปนิก สรุปได้เป็น 5 ประเด็น ดังนี้

- 2.1.1 ได้เรียนรู้กระบวนการทำงานงานทุกขั้นตอน
- 2.1.2 สามารถแบ่งเวลาและเลือกสถานที่ทำงาน
- 2.1.3 การรับผลตอบแทนตามปริมาณของงานที่ทำ
- 2.1.4 สามารถมีแนวคิดในการออกแบบงานได้อย่างอิสระ
- 2.1.5 สร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างหลากหลายอาชีพ

2.2 ข้อเสียในการรับงานอิสระของสถาปนิก สรุปได้เป็น 6 ประเด็น ดังนี้

- 2.2.1 มีรายได้อันไม่แน่นอน
- 2.2.2 การบริหารเวลาทำได้ค่อนข้างลำบาก
- 2.2.3 มีปัญหาด้านสุขภาพ
- 2.2.4 ขาดโอกาสในการรับงานบางประเภท

2.2.5 ต้องรับผิดชอบความผิดพลาดงานเพียงผู้เดียว

2.2.6 การเข้าถึงทรัพยากรทำได้ค่อนข้างลำบาก

3. ความหมายของคำว่า “ยั่งยืน” สำหรับสถาปนิก

จากการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ 12 คน ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของคำว่ายั่งยืนได้ คือ การมีความรู้ ความเข้าใจ ในสิ่งที่ทำอย่างแท้จริง รู้จักการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมต่างๆ แล้วพัฒนาสิ่งนั้นให้เป็นระบบที่มีประสิทธิภาพ จนสามารถทำงานต่อไปได้ด้วยตัวของมันเอง และเกิดเป็นความสุขที่ยาวนาน

4. ปัจจัยที่ทำให้การรับงานอิสระของสถาปนิกมีความยั่งยืน

จากการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ 12 คน ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่ทำให้การรับงานอิสระของสถาปนิกมีความยั่งยืน ได้ 2 ประเด็นหลัก คือ ปัจจัยภายใน ซึ่งเกิดจากผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมเอง และปัจจัยภายนอก ซึ่งเกิดจากผู้คน สภาพสังคม สิ่งแวดล้อม และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพ ซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยภายใน

- 1.1 ด้านการรักษาความมั่นคงในชีวิต
- 1.2 ด้านรักษาคุณภาพในการทำงาน
- 1.3 ด้านการพัฒนาความรู้
- 1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลงาน

2. ปัจจัยภายนอก

- 2.1 ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ร่วมสายอาชีพ
- 2.2 ด้านกฎระเบียบในการประกอบวิชาชีพ
- 2.3 ด้านความเข้าใจความต้องการของลูกค้า
- 2.4 ด้านการมีสื่อกลางในการสื่อสารผลงาน

5.2 การอภิปรายผล

จากการสรุปผลการศึกษานั้น สามารถแบ่งปัจจัยที่จะทำให้สถาปนิกสามารถรับงานอิสระได้อย่างยั่งยืน เป็น 2 ปัจจัย ได้แก่

1. ปัจจัยภายใน

- 1.1 ด้านการรักษาความมั่นคงในชีวิต
- 1.2 ด้านรักษาคุณภาพในการทำงาน
- 1.3 ด้านการพัฒนาความรู้
- 1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลงาน

2. ปัจจัยภายนอก

- 2.1 ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ร่วมสายอาชีพ
- 2.2 ด้านกฎระเบียบในการประกอบวิชาชีพ
- 2.3 ด้านความเข้าใจความต้องการของลูกค้า
- 2.4 ด้านการมีสื่อกลางในการสื่อสารผลงาน

ซึ่งมีปัจจัยที่สอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรม 5 ปัจจัย ได้แก่

1. ปัจจัยด้านความเข้าใจความต้องการของลูกค้า หมายถึง การรู้วิธีการในการพูดคุยเจรจา การบริการ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กุลธิดา สมอดิศร, 2546) ที่กล่าวว่า วิชาชีพสถาปัตยกรรมเป็นวิชาชีพขายการบริการ ลูกค้าต้องมีส่วนร่วมกับทุกกระบวนการทำงาน ฉะนั้น สถาปนิกควรการรับฟังความเห็นและความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด แล้วตอบสนองความต้องการนั้น เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพราะวิชาชีพสถาปัตยกรรมนั้น บางครั้งจะนำผลงานมาเป็นตัวชี้วัดว่าใครมีผลงานที่ดีกว่ากันนั้นเป็นไปได้ยาก ลูกค้าจึงนำความประทับใจในการได้รับบริการมาเป็นปัจจัยหลักในการชี้วัด

นอกจากนั้นผู้ศึกษายังได้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดย (ฐิติพร สงวนปิยะพันธ์, 2554) ได้อธิบายไว้ว่า การทำความเข้าใจความต้องการเบื้องต้นของผู้บริโภค ว่ามีทัศนคติ ความเชื่อ ความต้องการ หรือพฤติกรรมเกี่ยวกับสิ่งต่างๆอย่างไร โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ 1) ระดับข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง 2) ระดับความเข้าใจ คือเข้าใจข้อมูลที่ได้รับมา ว่าเหตุใดผู้บริโภคจึงมีพฤติกรรมเช่นนั้น 3) ระดับความเข้าใจในเชิงลึก คือรู้ว่าผู้บริโภคต้องการอะไร (want) โดยเป็นความต้องการที่แท้จริง ไม่ใช่เพียงสิ่งที่จำเป็นต้องมี (need) เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการ (Muszynska (2015) อ้างถึงใน Taleb, Ismail, Wahub, and Rani(2017)) กล่าวถึงหลักการในการจัดการกับการสื่อสารของสถาปนิกกับลูกค้า โดยแบ่งออกได้เป็น 4 หมวด ได้แก่ 1) สื่อสารกลยุทธ์ (Strategic) เสนอแผนการทำงานรวมถึงปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อการทำงาน 2) สื่อสารข้อมูล (Information) รายละเอียดต่างๆของงาน 3) สื่อสารทางอารมณ์ (Emotional) การเจรจาต่อรอง สร้างความสัมพันธ์และความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า 4) การประยุกต์ใช้ (Practical) พัฒนาการสื่อสารจนเกิดความชำนาญ และใช้ในโอกาสที่เหมาะสม

2. ปัจจัยด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ร่วมสายอาชีพ หมายถึง การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์สำหรับผู้ร่วมสายอาชีพ เพื่อให้การทำงานประสบผลสำเร็จและให้ความพึงพอใจแก่ทุกฝ่ายให้มากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อาชญัญญ์ บุญญานันต์, 2545) กล่าวว่า สถาปนิกจะต้องประสานงานกับบุคลากรทางด้านอื่นๆอีกมากมาย ตั้งแต่ เจ้าหน้าที่รัฐ ช่างเขียนแบบ วิศวกร ผู้รับเหมา ช่างฝีมือในแขนงต่างๆ ซึ่งสถาปนิกจะต้องเสริมสร้างและรักษาความสัมพันธ์ของคนในหลายๆฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อสลายอุปสรรคในการติดต่อประสานงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ จนเกิดเป็นเครือข่ายที่ส่งเสริมซึ่งกันและกัน (อรุณ ศิริจานุสรณ์, 2554) กล่าวในลักษณะเดียวกันว่า การสร้างเครือข่ายทางสังคมของสถาปนิก เป็นได้สร้างความสำเร็จได้เปรียบให้สถาปนิกได้รับการจ้างงานมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมต่างๆ การเข้าฝึกอบรมความรู้ เป็นต้น แต่ทั้งนี้สถาปนิกไม่ควรมุ่งหวังในการใช้ความสัมพันธ์นี้บังคับหรือโน้มน้าวลูกค้าให้เกิดการจ้างงานถือเป็นเพียงโอกาสในการสร้างความรู้จักให้กับคนในวงกว้างเท่านั้น (Bradford, 2015) กล่าวถึงหลักการรับงานอิสระว่า การทำงานร่วมกับผู้อื่นเป็นโอกาสที่ดีในการสร้างเพื่อน และความสัมพันธ์นี้จะนำไปสู่การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ และนำไปสู่งานที่ดี

3. ปัจจัยด้านการรักษาความมั่นคงในชีวิต หมายถึง การรักษาสมดุลของชีวิต ทั้งในด้านการทำงาน รายได้ สุขภาพ และสังคม ส่งผลให้การทำงานมีคุณภาพที่ดี และส่งผลกลับไปให้มีการดำรงชีวิตที่ดีด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิชญา สวัสดิ์, 2557) ที่กล่าวว่า ความมั่นคงในชีวิตพิจารณาจากความมั่นคงทั้ง 6 ด้าน คือ 1) ด้านสุขภาพ ควรมีการจัดสรรเวลาในการพักผ่อนและการออกกำลังกาย ให้เพียงพอต่อสุขภาพของตนเอง 2) ด้านการศึกษา ควรมีการเพิ่มเติมความรู้ให้ตัวเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานให้มีความเจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น 3) ด้านการมีงานทำและรายได้ ต้องมีการจัดการเรื่องของมูลค่าและระยะเวลาของงานอย่างเหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาทางด้านการเงิน 4) ด้านครอบครัว การได้รับการสนับสนุน ส่งเสริม แนะนำ และการให้กำลังใจจากครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญ ควรมีเวลาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เอาใจใส่ซึ่งกันและกันในครอบครัว 5) ด้านชุมชนและการสนับสนุนทางสังคม ควรหาเวลาทำประโยชน์เพื่อสังคม เพื่อหาโอกาสในการรวมกลุ่ม และพัฒนากลุ่มร่วมกัน 6) ด้านสิทธิและความเป็นธรรม ควรศึกษาระเบียบในการทำงานให้ชัดเจน เพื่อหลีกเลี่ยงการเสียผลประโยชน์ของตนเอง

4. ด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลงาน หมายถึง การสื่อสารผลงานสู่สาธารณะ เพื่อโอกาสในการเป็นที่รู้จักและได้รับการว่าจ้าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ (กุลธิดา สมอดิศร, 2546) ที่กล่าวถึงการเผยแพร่ผลงานของสถาปนิกว่า ควรมีการวางแผนในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับระยะเวลาและช่องทางที่สื่อสาร เนื่องจากหากสื่อสารไม่ดี อาจทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงได้ และควรเลือกผลงานที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำของลูกค้า (Mitrache, 2012) กล่าวถึงการทำ

การตลาดในมุมมองของสถาปนิกว่า ควรพัฒนาการสื่อสารถึงลูกค้าโดยใช้ช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อสร้างเป็นเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ แต่ต้องไม่ละเลยปัญหาเดิมๆ เช่น การมีกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ชัดเจน หรือการสื่อสารที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนในวิชาชีพ

5. ด้านการพัฒนาความรู้ หมายถึง ผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมทั้งอาชีพอิสระและสังกัดกับสำนักงาน ต้องสั่งสมประสบการณ์ทำงาน มีความชำนาญที่หลากหลาย สามารถมองภาพรวมของงานได้ทุกส่วน จึงจำเป็นต้องหมั่นพัฒนาความรู้ ความสามารถ เพื่อให้การทำงานสำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดี (จิตติวัฒน์ พัฒนสุข, 2556) ให้คำแนะนำว่า ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ควรพัฒนาความรู้ความสามารถ ติดตามข่าวสารต่างๆ ที่สามารถนำมาบูรณาการในการทำงาน เพื่อลดความเสี่ยงจากปัญหาของสังคมและสภาพเศรษฐกิจ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูล, 2547) กล่าวถึงการพัฒนาความรู้ของบุคคลว่า เป็นการเพิ่มเติมความรู้จากภายนอก โดยการนำเข้าองค์ความรู้จากแหล่งต่างๆ และศึกษาความรู้ที่นั้นจนเกิดความเข้าใจในตนเอง เพื่อนำมาพัฒนาการทำงานต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะของแนวทางในการรับงานอิสระสำหรับสถาปนิก ดังนี้

1. ปัจจัยภายในของผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม ต้องรู้จักการศึกษากระบวนการทางการตลาด และกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ของตนเองให้โดดเด่น อาจเป็นการสื่อสารงานที่มีความชำนาญ และเพิ่มเติมรูปแบบใหม่ๆ ของงานให้เป็นเอกลักษณ์ ผู้อื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าเฉพาะทางและเป็นการทำให้ตนเองเป็นที่รู้จักมากขึ้นในวงกว้าง ตัวอย่างเช่น สถาปนิกที่มีความชำนาญในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สร้างจากไม้ไผ่ ก็จะสามารถเพิ่มรูปแบบในการออกแบบได้หลากหลายมากขึ้นจากวัสดุที่ตนเองมีความชำนาญ สร้างงานให้โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ก็จะสามารถเป็นที่จดจำของผู้คนได้โดยง่าย

รวมถึงสถาปนิกต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักการบริหารจัดการธุรกิจและการเงิน เพื่อเป็นการช่วยรักษามาตรฐานในการทำงานและความมั่นคงในชีวิต ตัวอย่างเช่น การทำระบบบัญชีในการรับงานอิสระ เพื่อใช้ในการบันทึกรายรับรายจ่ายให้ชัดเจน และช่วยคาดการณ์ปริมาณของการรับงานในอนาคตจากสถานะการเงินในปัจจุบัน ทำให้สามารถแบ่งเวลาการทำงานได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น หรือหากมีการกระจายงานไปในส่วนต่างๆ เช่น ผู้รับเหมา หรือ ช่างก่อสร้าง สถาปนิกเองก็ต้องมีความเข้าใจในระบบการจัดการ รู้จักการจัดตารางการทำงานและกำหนดระยะเวลา เพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

2. ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควรเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ โดยที่ไม่ใช่มุ่งเน้นเพื่อผลประโยชน์เพียงอย่างเดียว ตัวอย่างเช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาอาคารเก่าในชุมชน ที่เป็นกิจกรรมที่ได้ใช้ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพในการช่วยเหลือสังคม ซึ่งอาจได้รับความรู้ใหม่ๆและความสัมพันธ์ที่ดี ทำให้เกิดการพัฒนาตนเองต่อไปได้

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการแยกลักษณะการรับงานของสถาปนิกให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น สถาปนิกที่รับออกแบบงานภายนอก สถาปนิกที่รับออกแบบงานภายใน สถาปนิกที่ทำทั้งงานออกแบบรวมถึงงานรับเหมาก่อสร้าง เป็นต้น เนื่องจากสถาปนิกที่รับงานต่างกัน มีแนวโน้มว่าจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เพราะลักษณะการทำงาน เช่น การรับงานออกแบบภายในจะมีความละเอียดของการทำงานมากกว่าการออกแบบภายนอก เป็นต้น

2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรกำหนดช่วงอายุหรือประสบการณ์การทำงานของสถาปนิกให้ชัดเจน เนื่องจาก การประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมต้องใช้ความชำนาญที่มาจากประสบการณ์โดยตรง ดังนั้น สถาปนิกที่เพิ่งเริ่มทำงานหรือยังมีประสบการณ์น้อย จะมีความคิดที่แตกต่างจากสถาปนิกที่ทำงานมาเป็นระยะเวลานาน

3. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเก็บข้อมูลทางสถิติ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของหัวข้อที่ศึกษา โดยอาจจะระบุขอบเขตของการศึกษาให้เฉพาะเจาะจงมากขึ้นและเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ข้อมูลทางสถิติในการยืนยันสิ่งที่ค้นพบ

บรรณานุกรม

- กุลธิดา สมอดิศร. (2546). *กลยุทธ์การตลาดสำหรับสำนักงานสถาปนิก*. (สถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- กมลคณิต ไกรทอง. (2553). การพัฒนาตน Self Development.
<http://std.eng.src.ku.ac.th/?q=node/354>
- ชาติรี ประภิตนทการ. (2558). *กำเนิดสถาปนิกสยาม: คำศัพท์และการสร้างตัวตนในสังคมสมัยใหม่*. https://readjournal.org/contents/chatree_19
- จิตติพร สงวนปิยะพันธ์. (2554). *กูญแจปลดล็อกผู้บริหาร โภค*.
http://sarawutpata.blogspot.com/2011/03/blog-post_01.html
- จิตติวัฒน์ พัฒนสุข. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบอาชีพอิสระ*. (พัฒนาแรงงานและสวัสดิการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร).
- ผ่องใส เพ็ชรรักรักษ์, ศิรรัตน์ แจ่มรักรักษ์สกุล. (2558). *การบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในโซ่ผลิตภัณฑ์รถยนต์นั่ง*. (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.
- พิชญา สวัสดิ์. (2557). *ความมั่นคงในการประกอบอาชีพอิสระของเจนเนอเรชั่นวาย*. (พัฒนาแรงงานและสวัสดิการมหาวิทยาลัย). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- พิราภรณ์ มาลาโรจน์, ชีววรรณ ชีระพงษ์, เพื่อนใจ รัตตากร. (2560). *อาชีพอิสระ: เสรีภาพของเจตจำนงและความหมายของชีวิต*. วารสารมนุษยศาสตร์สาร, 16(1), หน้า 236.
- รัชช ชมภูนิช. (2549). *รู้จักสถาปนิก*. <https://www.gotoknow.org/posts/13221>
- แรงงาน, กระทรวง. (n.d.). *อาชีพอิสระ*, 11 เมษายน 2561. <http://www.mol.go.th/employee/content/อาชีพอิสระ>
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ*.
http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_9.html
- วิมลสิทธิ์ หรยางกุล. (2547). *บูรณาการสู่นวัตกรรม: การเปลี่ยนรูปแบบในกระบวนการสถาปัตยกรรมในสังคมแห่งการแข่งขัน*. Journal of Architectural Research and Studies. Volume 2. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สถาปนิก, สภา. *กฎกระทรวง กำหนดวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม* (2549). กรุงเทพมหานคร. สภาสถาปนิก. 2549.
- สถาปนิก, สภา. *พระราชบัญญัติสถาปนิก* (2543). มาตรา 4. กรุงเทพมหานคร. สภาสถาปนิก. 2543.
- สมชาติ โตรักษา. (2558). *การประยุกต์หลักการบริหารเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน*. (ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์). หน้า 151-152
- สามัญศึกษา, กรม. (2535). *คู่มือผู้บริหาร การประกอบอาชีพอิสระเพื่อการมีรายได้ระหว่างเรียนของนักเรียน*. หน้า 10.
- เสริมยศ ธรรมรักษ์. (2554). *การสร้างแบรนด์บุคคล: ปั่นคนให้เป็นแบรนด์*. Executive Journal. หน้า 110-116.
- อรุณ ศิริงานุสรณ์. (2554). *กลยุทธ์การตลาดสำหรับสำนักงานสถาปนิกขนาดเล็กที่จัดตั้งใหม่*. โครงการจัดประชุมวิชาการ ประจำปี 2554. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- อาชัญญ์ บุญญานันต์. (2545). *การวางกลยุทธ์ในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม หลังยุคเศรษฐกิจถดถอย*. วารสารวิจัยและสาระสถาปัตยกรรม. ฉบับที่ 1. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Anca Mitache. (2012). *Branding and Marketing-An Architect's Perspective*. Procedia-Social and Behavior Sciences 62, 932-936. www.sciencedirect.com
- A-Chieve. (n.d.). Information. *สถาปนิก*, 11 เมษายน 2561.
<http://www.a-chieve.org/information/detail/10140>
- Brandbuffet. (2560). *ผ่านเทรนด์โลก! 'ฟรีแลนซ์' อาชีพสุดฮิต คั้นเศรษฐกิจไทย*.
<https://www.brandbuffet.in.th/2017/10/fastwork-freelance-trends-website>
- Dara K.Dimitrov. (2010). *The Paradox of Sustainability Definitions*. Apira Conference, 20-21

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Hala Taleb, Syuhaida Ismail, Mohammad Hussaini Wahab, Wan Nurul Mardiah Wan Mohd. Rani. (2017). *Communication Management Between Architects and Clients*. 020136-4. Doi.org/10.1063/1.5005469.
- Laurence Bradford. (2015). *11 Ways to get freelance clients to come to you*. The Freelance's Road Map. <http://blog.creativelive.com/freelancers-roadmap/>
- Micle Mihai-Christian. (2012). *10 Great Architectural Lessons from Frank Lloyd Wright*. <https://freshome.com/2012/09/03/10-great-architectural-lessons-from-frank-lloyd-wright/>
- Philip Ross, Andrew Burke. (2014). *The Freelancing Agenda: A Charter and Policy Proposals*. Labour Finance and Industry Group. www.Lulu.com.
- Royal Architectural Institute of Canada. (n.d.). Public Resources. (n.d.). *What is an Architect*, 11 เมษายน 2561. <https://www.raic.org/raic/what-architect>
- Tasknjoy. (2560). *เส้นทางสู่งาน สถาปนิกอิสระ (Freelance Architect)*. <https://www.tasknjoy.com/blog/th/2017/12/31/สถาปนิกอิสระ-freelance-architect>.



ภาคผนวก

แบบชุดคำถามสัมภาษณ์การวิจัยเชิงคุณภาพ
เรื่อง สถาปนิกกับงานอิสระที่ยั่งยืน

คำอธิบาย

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลที่ได้อไปประกอบการศึกษางานวิจัยเรื่องสถาปนิกกับงานอิสระที่ยั่งยืน โดย ผู้วิจัยจะเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับไว้เป็นความลับและนำไปใช้ด้านการศึกษาระดับวิชาการเท่านั้น ขอความกรุณาโปรดช่วยตอบแบบสัมภาษณ์ตามความคิดเห็นของท่านอย่างเป็นอิสระ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ถูกสัมภาษณ์

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1
เพศ ชาย อายุ 27 อาชีพ สถาปนิกอิสระ ประสบการณ์รับงานอิสระ 3 ปี
2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2
เพศ ชาย อายุ 39 อาชีพ สถาปนิกอิสระ ประสบการณ์รับงานอิสระ 2 ปี
3. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3
เพศ หญิง อายุ 27 อาชีพ สถาปนิกอิสระ ประสบการณ์รับงานอิสระ 2 ปี
4. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4
เพศ ชาย อายุ 34 อาชีพ สถาปนิกอิสระ ประสบการณ์รับงานอิสระ 9 ปี
5. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5
เพศ หญิง อายุ 47 อาชีพ สถาปนิกอิสระ ประสบการณ์รับงานอิสระ 17 ปี
6. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6
เพศ หญิง อายุ 28 อาชีพ สถาปนิกอิสระ ประสบการณ์รับงานอิสระ 4 ปี
7. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7
เพศ ชาย อายุ 28 อาชีพ สถาปนิกประจำสำนักงานสถาปนิก
ประสบการณ์รับงานอิสระ 3 ปี
8. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8
เพศ หญิง อายุ 31 อาชีพ สถาปนิกประจำสำนักงานสถาปนิก
ประสบการณ์รับงานอิสระ 6 ปี
9. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 9

เพศ ชาย อายุ 36 อาชีพ สถาปนิกประจำสำนักงานสถาปนิก

ประสบการณ์รับงานอิสระ 7 ปี

10. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 10

เพศ หญิง อายุ 29 อาชีพ สถาปนิกประจำสำนักงานสถาปนิก

ประสบการณ์รับงานอิสระ 5 ปี

11. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 11

เพศ ชาย อายุ 32 อาชีพ สถาปนิกประจำสำนักงานสถาปนิก

ประสบการณ์รับงานอิสระ 5 ปี

12. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 12

เพศ ชาย อายุ 28 อาชีพ สถาปนิกประจำสำนักงานสถาปนิก

ประสบการณ์รับงานอิสระ 3 ปี

ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ชื่อ เพศ อายุ การศึกษา ที่อยู่ปัจจุบัน และประสบการณ์ในการรับงานอิสระ
2. ลักษณะของงานที่รับมีอะไรบ้าง
3. การรับงานอิสระของสถาปนิกมีกระบวนการทำงานอย่างไร
4. ข้อดีของการรับงานอิสระของอาชีพสถาปนิกคืออะไร
5. ข้อเสียของการรับงานอิสระของอาชีพสถาปนิกคืออะไร
6. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความหมายของคำว่า “ยั่งยืน”
7. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับงานอิสระของอาชีพสถาปนิกให้ยั่งยืน