

บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารระดับสูงและสถาปนิกที่ทำงานอยู่ในบริษัทรับสร้างบ้าน ตามวิธีการดำเนินการวิจัยที่ได้กล่าวแล้วในบทที่ 5 แล้วนั้น สามารถวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลได้ดังนี้

6.1 จำนวนตัวอย่างที่เก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงและสถาปนิกที่ทำงานอยู่ในบริษัทรับสร้างบ้านกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 17 แห่งนั้น ผู้วิจัยสามารถจำแนกผู้ให้ข้อมูลได้ ดังนี้

รายละเอียดกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (แห่ง)	%	จำนวนผู้ให้ข้อมูล (คน)			
			ผู้บริหาร	สถาปนิก	รวม	%
กลุ่มที่ 1 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ (จำนวนบุคลากรมากกว่า 40 คน)	10	58	10	21	31	62
กลุ่มที่ 2 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง (จำนวนบุคลากร 21-40 คน)	4	24	4	7	11	22
กลุ่มที่ 3 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็ก (จำนวนบุคลากรน้อยกว่า 20 คน)	3	18	3	5	8	16
รวม	17	100	17	33	50	100

ตารางที่ 6.1 รายละเอียดการจำแนกกลุ่มตัวอย่าง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยยึดตัวองค์กรเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีทั้งจากผู้บริหารระดับสูงและสถาปนิกของบริษัทรับสร้างบ้าน โดยมีผู้บริหารระดับสูงที่เป็นตัวแทนของบริษัทรับสร้างบ้านกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 17 คน และสถาปนิกประจำบริษัทรับสร้างบ้านจำนวน 33 คน รวมทั้งสิ้นมีผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ 50 คน

6.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิก

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

(1) เพศ

กลุ่มตัวอย่าง	เพศ				รวม
	ชาย	%	หญิง	%	
กลุ่มที่ 1 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่	15	71.5	6	28.5	21
กลุ่มที่ 2 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง	4	80	1	20	5
กลุ่มที่ 3 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็ก	7	100	-	0	7
รวม	26	78.8	7	21.2	33

ตารางที่ 6.2 เพศของสถาปนิกกลุ่มตัวอย่าง

(2) วุฒิการศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง	วุฒิการศึกษา					รวม
	ปริญญาตรี ด้านสถาปัตยกรรม	ปริญญาโท ด้านสถาปัตยกรรม	ปริญญาเอกด้านสถาปัตยกรรม	ปริญญาอื่น + ปริญญาด้านสถาปัตยกรรม	อื่นๆที่ไม่ได้ด้านสถาปัตยกรรม	
กลุ่มที่ 1 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่	17	1	-	1	2	21
กลุ่มที่ 2 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง	4	1	-	-	-	5
กลุ่มที่ 3 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็ก	7	-	-	-	-	7
รวม	28	2	0	1	2	33
	33 คน					

ตารางที่ 6.3 วุฒิการศึกษาของสถาปนิกกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 6.2 ถึง 6.3 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมของธุรกิจรับสร้างบ้าน สถาปนิกประจำบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชาย และเมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างบริษัทรับสร้างบ้านทั้ง 3 กลุ่ม พบว่าบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่จะมีสถาปนิกประจำบริษัทที่เป็นผู้หญิงในสัดส่วนที่มากกว่าบริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง ส่วนบริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็กซึ่งเป็นกลุ่มที่ 3 ไม่พบว่ามีสถาปนิกที่เป็นผู้หญิงทำงานอยู่ ทั้งนี้สามารถสะท้อนให้เห็นได้ทั้งนโยบายการคัดเลือกบุคลากรของบริษัทรับสร้างบ้านและความสนใจที่มีต่อการทำงานในบริษัทรับสร้างบ้านของตัวสถาปนิกเองด้วย

ในด้านวุฒิการศึกษาของสถาปนิกในธุรกิจรับสร้างบ้าน พบว่าสถาปนิก 28 คนจากทั้งหมด 33 คนหรือประมาณ 84.8 % สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีทางด้านสถาปัตยกรรม ในส่วนปริญญาโท มีสถาปนิกเพียง 2 คนซึ่งทำงานอยู่ในบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ 1 คนและบริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง 1 คน ทั้งนี้ไม่พบสถาปนิกที่สำเร็จการศึกษาระดับสูงกว่าระดับปริญญาโทในบริษัทรับสร้างบ้าน ส่วนปริญญาอื่นๆที่ไม่ใช่ปริญญาสถาปัตยกรรม (สท.บ.) ได้แก่คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาสถาปัตยกรรม ซึ่งพบว่ามีสถาปนิกจำนวน 2 คน

(3) ประสบการณ์ในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม

กลุ่มตัวอย่าง	ประสบการณ์ในการปฏิบัติวิชาชีพ					รวม
	น้อยกว่า 5 ปี	5 - 10 ปี	11 - 15 ปี	16 - 20 ปี	มากกว่า 20 ปี	
กลุ่มที่ 1 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่	9	8	3	1	-	21
กลุ่มที่ 2 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง	4	1	-	-	-	5
กลุ่มที่ 3 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็ก	6	1	-	-	-	7
รวม	19	10	3	1	0	33
	33 คน					

ตารางที่ 6.4 ประสบการณ์ในการปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิกกลุ่มตัวอย่าง

ในด้านประสบการณ์ในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมของสถาปนิกประจำบริษัทรับสร้างบ้าน กลุ่มตัวอย่าง พบว่าสถาปนิกส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี โดยคิดเป็นอัตราส่วนได้ถึง 57.5% รองลงมาคือประสบการณ์ 5 - 10 ปี ประมาณ 30% และประสบการณ์ 11 - 15 ปี ประมาณ 9% โดยประสบการณ์ในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมของสถาปนิกประจำบริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลางและบริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็กมีลักษณะใกล้เคียงกัน นั่นคือ ประสบการณ์ 10 ปีลง

มา นอกจากนี้ยังพบว่า สถาปนิกที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีขึ้นไป จะเลือกทำงานอยู่กับบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ ทั้งนี้ไม่พบสถาปนิกที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมมากกว่า 20 ปีในธุรกิจรับสร้างบ้าน

ตอนที่ 2 เหตุผล / แรงจูงใจในการตัดสินใจทำงานกับบริษัทรับสร้างบ้านของสถาปนิก

(4) เหตุผลที่สถาปนิกเปลี่ยนที่ทำงานมาเป็นที่ทำงานในปัจจุบัน

เหตุผล / แรงจูงใจ	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	รวม
	ความถี่	ความถี่	ความถี่	
งานที่ทำไม่ตรงกับความถนัด	14	2	4	20
ผลตอบแทนที่ไม่เหมาะสมกับการทำงาน	12	2	5	19
ไม่มีความภาคภูมิใจในองค์กร	11	3	1	15
ไม่สามารถปรับตัวเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้	0	1	-	1
มีปัญหาเกี่ยวกับผู้บริหารองค์กร	2	-	-	2
ความคิดเห็นส่วนตัวไม่ตรงกับนโยบายบริษัท	8	2	3	13
(ไม่เคยเปลี่ยนที่ทำงาน)	1	-	-	1
(อื่นๆ)	5	-	3	8

ตารางที่ 6.5 เหตุผล / แรงจูงใจที่สถาปนิกเปลี่ยนงานของสถาปนิกกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางพบว่า เหตุผลที่สถาปนิกประจำบริษัทรับสร้างบ้านเปลี่ยนที่ทำงานจากที่เดิมมาเป็นบริษัทรับสร้างบ้านในปัจจุบันนั้น ปัญหาใหญ่ที่สถาปนิกประสบก็คือ การที่ต้องทำงานที่ไม่ตรงกับความถนัดของตน เช่น สถาปนิกมีความถนัดในการออกแบบในสตูดิโอ แต่ลักษณะความรับผิดชอบสถาปนิกต้องไปทำหน้าที่ควบคุมงานภาคสนาม เป็นต้น นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่าปัญหาด้านผลตอบแทนที่ไม่เหมาะสมกับการทำงานและการที่สถาปนิกไม่มีความภาคภูมิใจในองค์กร ก็เป็นสาเหตุสำคัญของการลาออกจากที่ทำงานเดิมของสถาปนิก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยพบว่าสถาปนิกกลุ่มที่ 1 ลาออกจากที่ทำงานเดิมเพราะการทำงานที่ไม่ตรงกับความถนัดเป็นเหตุผลสำคัญ ส่วนสถาปนิกกลุ่มที่ 2 ส่วนใหญ่ไม่รู้สึกภาคภูมิใจในองค์กรที่ทำงานเดิม และสถาปนิกกลุ่มที่ 3 ส่วนใหญ่ไม่พอใจกับผลตอบแทนที่ได้รับจากที่ทำงานเดิม

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ยังมีสาเหตุอื่นๆที่ทำให้สถาปนิกเปลี่ยนสถานที่ทำงานมาเป็นบริษัทรับสร้างบ้านในปัจจุบัน ดังต่อไปนี้

- สถาปนิกต้องการลาออกมาเรียนต่อ แต่บริษัทที่ทำงานเดิมไม่มีนโยบายสนับสนุน
- สถาปนิกไม่มีความสะดวกที่ต้องออกไปทำงานในต่างจังหวัด
- บริษัทที่ทำงานเดิมปิดกิจการ เพราะผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540
- สถาปนิกโดนปรับออกตามนโยบายปรับลดพนักงานของบริษัทที่ทำงานเดิม จากวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540
- สถาปนิกมีปัญหาสุขภาพ ต้องพักรักษาตัวเป็นเวลานาน จึงตัดสินใจลาออก
- สถาปนิกต้องการที่จะเปลี่ยนแนวการทำงานและหาประสบการณ์ใหม่ๆ เป็นต้น

นั่นคือ โดยภาพรวมแล้ว สามารถสรุปเหตุผลที่สถาปนิกลาออกจากที่ทำงานเดิม เรียงตามลำดับได้ ดังนี้

- 1) สถาปนิกต้องทำงานที่ตัวเองไม่มีความความถนัด จึงต้องการเปลี่ยนที่ทำงานเพื่อจะได้ทำงานที่มีความถนัด
- 2) ผลตอบแทนที่สถาปนิกได้รับจากที่ทำงานเดิม ไม่มีความเหมาะสมกับการทำงาน
- 3) สถาปนิกไม่มีความภาคภูมิใจในองค์กรที่ทำงานเดิม

(5) รูปแบบการเข้าถึงองค์กรที่ทำงานในปัจจุบัน

รูปแบบการเข้าถึงองค์กร	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	รวม
	ความถี่	ความถี่	ความถี่	
การแนะนำของเพื่อน / คนรู้จัก	13	1	4	18
สื่อโฆษณาต่างๆ	14	4	4	22
รู้จักจากชื่อเสียงขององค์กร	8	2	4	14
เคยเป็นนักศึกษาฝึกงานขององค์กร	2	1	1	4
(อื่นๆ)	4	3	2	9

ตารางที่ 6.6 รูปแบบการเข้าถึงองค์กรที่ทำงานในปัจจุบันของสถาปนิกกลุ่มตัวอย่าง

ในการเข้าถึงบริษัทรับสร้างบ้าน ซึ่งเป็นองค์กรที่ทำงานในปัจจุบันของสถาปนิกนั้น พบว่าสถาปนิกรู้จักบริษัทรับสร้างบ้านจากสื่อโฆษณาต่างๆ เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ส่วนการแนะนำของเพื่อนหรือคนรู้จักและการรู้จักชื่อเสียงของบริษัทรับสร้างบ้านเป็นเหตุผลรองลงมาตามลำดับ ในการเข้าถึงองค์กรที่ทำงานในปัจจุบันของสถาปนิก

จากตาราง 6.6 ยังสามารถแสดงให้เห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์ผลงานและองค์กรผ่านสื่อโฆษณาต่างๆของบริษัทรับสร้างบ้านกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่และขนาดกลางตามลำดับ เป็นเครื่องมือสำคัญในการแสวงหาทรัพยากรบุคคลที่จะเข้ามาร่วมเป็นทีมงานของแต่ละบริษัท ส่วนบริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็กซึ่งอาจมีข้อจำกัดในด้านต้นทุนที่จะทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การคัดเลือกสถาปนิกเข้ามาเป็นทีมงานขององค์กร ส่วนหนึ่งจึงมากจากการแนะนำการชักชวนหรือการบอกต่อกันของสถาปนิกด้วยตนเอง หรือเป็นการฝากฝังให้ทำงานของบุคคลที่รู้จักกับผู้บริหาร ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่า บริษัทรับสร้างบ้านมักประสบปัญหาในการทำงานของสถาปนิกประเภทดังกล่าวนี้

นอกจากนี้ยังมีรูปแบบอื่นๆ ในการเข้าถึงองค์กรที่ทำงานของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้านกลุ่มตัวอย่างดังนี้

- การประกาศรับสมัครงานทางอินเทอร์เน็ต
- การที่เจ้านายคนเก่าของสถาปนิกเป็นผู้แนะนำ
- การรู้จักเป็นการส่วนตัวกับทีมงานบริหารของบริษัท
- การเดินผ่านสถานที่ก่อสร้าง ขณะที่บริษัทกำลังให้บริการก่อสร้างบ้านให้กับลูกค้า เป็นต้น

(6) ภาพลักษณ์ที่สถาปนิกรู้จักองค์กรที่ทำงานในปัจจุบัน

ภาพลักษณ์ขององค์กร	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	รวม
	ความถี่	ความถี่	ความถี่	
เจ้าของบริษัทเป็นผู้มีชื่อเสียงในวงการ	11	2	2	15
ความเป็นบริษัทขนาดใหญ่	9	3	1	13
จ่ายค่าตอบแทนสูงกว่าที่อื่น	3	2	1	6
คุณภาพในการทำงานและการให้บริการลูกค้า	14	4	5	23
(อื่นๆ)	1	1	3	5

ตารางที่ 6.7 ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ทำงานในปัจจุบันที่สถาปนิกรู้จัก

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นได้ว่าในการที่จะสมัครเข้าทำงาน สถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้านส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพในการทำงานและการให้บริการลูกค้าของบริษัทรับสร้างบ้านเป็นเหตุผลสำคัญอันดับแรก ทั้งนี้เพราะการทำงานและการให้บริการที่มีคุณภาพจะเป็นสาเหตุที่ทำให้สถาปนิกต้องการที่จะเข้ามาร่วมเป็นทีมงาน ทำให้สถาปนิกรู้สึกภาคภูมิใจในองค์กรที่ทำงาน และอยากที่จะทำงานอยู่กับองค์กรในระยะยาว

ลำดับต่อมาก็คือ ภาพลักษณ์ความมีชื่อเสียงในวงการรับสร้างบ้านของเจ้าของบริษัท ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงสาเหตุที่ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจของสถาปนิกค่อนข้างมาก ทั้งนี้ตามแนวคิดของมินซ์เบิร์ก(Mintzberg)¹ในเรื่องบทบาทของผู้นำองค์กร บทบาทหนึ่งในสิบบทบาทของผู้นำองค์กรทุกองค์กรก็คือ ผู้เป็นสัญลักษณ์ขององค์กร(Figurehead) ทำให้บางครั้งตัวองค์กรซึ่งเป็นบริษัทรับสร้างบ้านกับผู้นำองค์กรหรือเจ้าของบริษัท จึงเป็นสิ่งที่แยกออกจากกันแทบไม่ได้ ภาพลักษณ์ที่ทำให้สถาปนิกรู้จักองค์กรบริษัทรับสร้างบ้านจึงมาจากการเป็นผู้มีชื่อเสียงในวงการรับสร้างบ้านของเจ้าของบริษัทเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง ดังตารางที่ 6.19

และภาพลักษณ์ลำดับที่สามก็คือความเป็นบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งอาจส่งผลในแง่จิตวิทยาของสถาปนิกเพราะการทำงานอยู่ในบริษัทขนาดใหญ่ทำให้สถาปนิกรู้สึกว่ามีมั่นคงในหน้าที่การงาน บริษัทขนาดใหญ่มักจะมีรูปแบบการดำเนินงานที่เป็นระบบและสถาปนิกอาจได้รับสวัสดิการและผลตอบแทนที่ดีกว่าการทำงานในบริษัทขนาดเล็ก ซึ่งสถาปนิกอาจรู้สึกว่าไม่มีความมั่นคงในหน้าที่การงาน จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้สถาปนิกต้องการที่จะทำงานในบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่มากกว่าบริษัทขนาดเล็ก หากสามารถเลือกได้

นอกจากนี้ยังมีภาพลักษณ์อื่นๆที่ส่งผลการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานเป็นพนักงานประจำของบริษัท เช่น การเปิดโอกาสให้สถาปนิกทำหน้าที่ฝ่ายขาย ซึ่งสถาปนิกมีความต้องการเรียนรู้งานใหม่ๆที่มีความท้าทายความสามารถของตนเอง การที่บริษัทรับสร้างบ้านรับฟังความคิดของสถาปนิกและให้อิสระทางความคิดแก่สถาปนิก ซึ่งโดยทั่วไปแล้วสถาปนิกมักใช้ข้อมูลบริษัทที่ทำงานเดิมเป็นฐานในการเปรียบเทียบและตัดสินใจสมัครเข้าทำงานกับบริษัทใหม่ซึ่งเป็นที่ทำงานในปัจจุบัน

(7) การศึกษาข้อมูลองค์กร ก่อนการสมัครเข้าทำงาน

ระดับการศึกษาข้อมูลองค์กร	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	รวม
	ความถี่	ความถี่	ความถี่	
ระดับ ดีมาก	2	-	-	2
ระดับ ดี	5	1	1	7
ระดับ ปานกลาง	8	4	5	17
ระดับ น้อย	6	-	-	6
ระดับ น้อยมาก	0	-	1	1
รวม	21	5	7	33

ตารางที่ 6.8 ระดับการศึกษาข้อมูลองค์กรของสถาปนิกกลุ่มตัวอย่าง

¹สรุปจาก John R. Schermahorn, *Management*, (New York: John Wiley & Sons, 1996) p 115-

ในการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กรใดๆ เป็นธรรมดาที่สถาปนิกจะต้องทำความรู้จักและศึกษาข้อมูลในด้านต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจสมัครเข้าทำงานกับบริษัทนั้นๆ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเป็นเรื่องสำคัญเพราะจะทำให้สถาปนิกสามารถมองเห็นภาพรวมลักษณะการทำงานกับองค์กรอย่างคร่าวๆ สามารถมองเห็นทั้งข้อจำกัดในการทำงานกับบริษัทรับสร้างบ้านและโอกาสในการเติบโตในหน้าที่การงานของตนในอนาคต การศึกษาข้อมูลในเบื้องต้นเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของสถาปนิกจึงเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะช่วยลดปัญหาสถาปนิกเปลี่ยนที่ทำงานบ่อยครั้ง ซึ่งไม่ส่งผลดีทั้งต่อบริษัทรับสร้างบ้านและตัวของสถาปนิกเอง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยในครั้งนี้ พบว่าโดยรวมแล้วสถาปนิกส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลดังกล่าวในระดับปานกลางถึงค่อนข้างดี แต่หากวิเคราะห์เป็นรายกลุ่ม จะเห็นได้ว่าสถาปนิกทั้ง 3 กลุ่มมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรที่ทำงานอยู่ในระดับปานกลาง ก่อนการสมัครเข้าทำงานกับบริษัทรับสร้างบ้านแต่ละแห่ง และสถาปนิกจะมีการศึกษารายละเอียดวัฒนธรรมองค์กรเมื่อได้เข้ามาเป็นสมาชิกของบริษัทรับสร้างบ้านแล้ว

เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า หากบริษัทรับสร้างบ้านต้องการแก้ปัญหาการลาออกของสถาปนิกภายหลังจากที่เข้ามาทำงานในบริษัทได้ไม่นาน ทำให้บริษัทรับสร้างบ้านต้องเสียเวลาในการรับสมัคร ฝึกอบรมและสร้างบุคลากรขึ้นมาใหม่นั้น ในกระบวนการสรรหาบุคลากร เช่น การรับสมัครและสัมภาษณ์สถาปนิกที่มาสมัครเข้าทำงาน บริษัทรับสร้างบ้านควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลรายละเอียดในเรื่องต่างๆ รวมทั้งข้อจำกัด ลักษณะเฉพาะของการทำงานในบริษัทรับสร้างบ้าน ให้ผู้สมัครได้รับทราบ เพื่อให้ผู้สมัครได้ทราบข้อมูลประกอบการตัดสินใจ และบริษัทฯ ก็ควรเลือกสถาปนิกที่มีความตั้งใจจริง มีบุคลิกที่เหมาะสม มีความพร้อมที่จะรับกับแรงกดดันทั้งจากลูกค้าและรูปแบบการทำงานของบริษัทรับสร้างบ้าน การให้ข้อมูลรายละเอียดแก่สถาปนิกที่สมัครเข้าทำงาน จึงเป็นวิธีการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ ที่สามารถแก้หรือลดปัญหาการเปลี่ยนงานของสถาปนิกได้ระดับหนึ่ง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(8) เหตุผลที่ทำให้สถาปนิกตัดสินใจเข้าทำงานกับบริษัทรับสร้างบ้านในปัจจุบัน

เหตุผล	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	รวม
	ความถี่	ความถี่	ความถี่	
ความมั่นคงในหน้าที่การงาน	14	4	2	20
ค่าตอบแทนที่สูงขึ้นจากที่ทำงานเดิม *	5	3	1	9
การได้ทำงานกับเพื่อน / คนรู้จัก	6	-	1	7
สถานที่ทำงานอยู่ไม่ไกลกับที่พัก	10	2	5	17
ได้ทำงานที่ตนเองมีความถนัด	15	3	4	22
ได้ทำงานที่ยากและท้าทายมากขึ้น	6	-	6	12
มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	5	3	1	9

ตารางที่ 6.9 เหตุผลการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กรของสถาปนิกกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 6.5 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์สาเหตุที่สถาปนิกลาออกจากที่ทำงานเดิม และผู้วิจัยพบว่าเหตุผลของสถาปนิกส่วนใหญ่ก็คือ การที่ต้องทำงานที่ตัวเองไม่มีความถนัด สอดคล้องกับตารางที่ 6.9 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เหตุผลที่ทำให้สถาปนิกตัดสินใจเข้าทำงานกับบริษัทรับสร้างบ้านในปัจจุบัน ผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า สถาปนิกส่วนใหญ่คิดว่าบริษัทรับสร้างบ้านในปัจจุบัน เป็นที่ทำงานที่ทำให้ตนเองได้ทำงานตรงกับความถนัด สถาปนิกสามารถใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มที่ อันจะส่งผลต่อการเติบโตในตำแหน่งหน้าที่การงานและความมั่นคงในอนาคตด้วย

นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยด้านระยะทางที่สถาปนิกต้องเดินทางจากที่พักไปยังที่ทำงานในแต่ละวัน ก็เป็นเหตุผลสำคัญที่สถาปนิกใช้ในการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าทำงานกับบริษัทรับสร้างบ้านแต่ละแห่ง ทั้งนี้เพราะทำเลที่ตั้งของบริษัทรับสร้างบ้านส่วนใหญ่ มักจะตั้งอยู่ในเขตที่มีความเจริญ มีศักยภาพทางการตลาด จึงไม่อาจหลีกเลี่ยงปัญหาการจราจรในกรุงเทพมหานครได้

และประเด็นที่น่าสนใจอีกประการก็คือ ปัจจัยเรื่องผลตอบแทนจากการทำงาน ซึ่งจากตารางที่ 6.5 พบว่าผลตอบแทนที่ไม่เหมาะสมกับการทำงาน เป็นสาเหตุสำคัญอันดับที่สองที่ทำให้สถาปนิกลาออกจากที่ทำงานเดิม แต่สถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้านส่วนใหญ่ก็ไม่ได้ใช้ปัจจัยเรื่องผลตอบแทนจากการทำงานที่สูงกว่าที่ทำงานเดิมมาเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเข้าทำงานกับบริษัทรับสร้างบ้านในปัจจุบัน ผู้วิจัยมีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวนี้ว่า สถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้านเลือกที่จะได้ทำงานที่ตนเองมีความถนัด สามารถทำงานด้วยความสบายใจ มีความสุขกับการทำงานเป็นเหตุผลหลัก ส่วนปัจจัยด้านผลตอบแทนสถาปนิกมีความพึงพอใจกับผลตอบแทนในระดับที่สมเหตุสมผลกับการทำงาน มากกว่าการมุ่งเน้นที่จะได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าที่ทำงานเดิมเป็นสำคัญ

ตอนที่ 3 สถานภาพ ความรับผิดชอบและการให้บริการวิชาชีพของสถาปนิก

(9) ภาพรวมการให้บริการวิชาชีพของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้าน

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนสถาปนิก (แบ่งตามหน้าที่)									รวม (คน)
	สถาปนิกออกแบบ (อย่างเดียว)	สถาปนิกควบคุมงาน (อย่างเดียว)	สถาปนิกฝ่ายขาย (อย่างเดียว)	สถาปนิกฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ (อย่างเดียว)	สถาปนิกออกแบบ + ควบคุมงาน	สถาปนิกออกแบบ + ฝ่ายขาย	สถาปนิกฝ่ายขาย + ลูกค้าสัมพันธ์	สถาปนิกที่อยู่ในทีมบริหารองค์กร	สถาปนิกที่ทำงานที่ > 2 หน้าที่	
กลุ่มที่ 1 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ (จำนวนบุคลากรมากกว่า 40 คน)	4	-	5	1	-	1	1	5	4	21
กลุ่มที่ 2 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง (จำนวนบุคลากร 21-40 คน)	2	-	1	-	-	2	-	-	-	5
กลุ่มที่ 3 บริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็ก (จำนวนบุคลากรน้อยกว่า 20 คน)	-	-	-	-	2	1	-	-	4	7
รวม	6	-	6	1	2	4	1	5	8	33
	33 คน									

ตารางที่ 6.10 จำแนกสถาปนิกกลุ่มตัวอย่างตามหน้าที่ในองค์กร

ในการวิเคราะห์ภาพรวมการให้บริการวิชาชีพของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้านนี้ ผู้วิจัยจะแยกการวิเคราะห์ข้อมูลตามกลุ่มของบริษัทรับสร้างบ้าน ซึ่งจากตารางที่ 6.10 สามารถวิเคราะห์ผลการศึกษาได้ ดังนี้ (ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก ง)

(9.1) การให้บริการวิชาชีพของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่

บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยบริษัทรับสร้างบ้านจำนวน 10 บริษัท มีระยะเวลาในการดำเนินงานเฉลี่ยที่ 18.4 ปี มีบุคลากรสำนักงานเฉลี่ยที่ 78.9 คนและมีสถาปนิกประจำสำนักงานเฉลี่ยที่ 8 คน จากองค์ประกอบดังกล่าวนี้ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่จะเป็นบริษัทที่มี

ประสบการณ์ในวงการรับสร้างบ้านมากกว่าบริษัทรับสร้างบ้านในกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการให้ปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิกประจำบริษัทด้วย

จากตารางที่ 6.10 พบว่า ในบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ สถาปนิกส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มที่มีบทบาทในการเป็นผู้บริหารองค์กรและสถาปนิกฝ่ายขาย โดยมีสัดส่วนเท่ากันที่ 23.8% เมื่อเทียบกับจำนวนสถาปนิกทั้งหมดที่ให้ข้อมูล ซึ่งจากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่หลายบริษัทผ่านการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการของสถาปนิกประจำบริษัทมาหลายครั้งตลอดระยะเวลาดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันและสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ จากเดิมที่สถาปนิกมีหน้าที่ออกแบบและควบคุมงานเป็นหลัก ต่อมาบริษัทพบว่าการติดต่อประสานงานกับลูกค้าโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและการตลาดโดยตรงนั้น มีปัญหาในเรื่องการสื่อสารและการถ่ายทอดความต้องการของลูกค้ากับทีมออกแบบและทีมงานก่อสร้าง

บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ ซึ่งนำโดยบริษัทไฟร์พัฒนา จำกัด จึงได้ริเริ่มการให้สถาปนิกปฏิบัติหน้าที่ฝ่ายขาย และพบว่าการลดขั้นตอนการทำงานจากคน 2-3 คนมาอยู่ที่คนเพียงคนเดียวได้สามารถแก้ปัญหาการติดต่อสื่อสารที่ผิดพลาด สามารถจะถ่ายทอดความต้องการของลูกค้าออกมาเป็นตัวบ้านที่เสร็จสมบูรณ์ ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งในปัจจุบันบริษัทรับสร้างบ้านมีแนวโน้มการดึงศักยภาพทางด้านการขายของสถาปนิกมาใช้มากขึ้น โดยยึดปฏิบัติภายใต้กรอบแห่งจรรยาบรรณวิชาชีพสถาปัตยกรรม

ส่วนบทบาทการเป็นผู้บริหารองค์กรของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่นั้น ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1 นี้มีสถาปนิกที่เป็นเจ้าของกิจการโดยตรงจำนวน 1 คนจากทั้งหมด 10 องค์กรแต่ด้วยรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานด้านการออกแบบและการก่อสร้าง และขอบเขต ปริมาณงานที่ค่อนข้างมากในแต่ละปี ทำให้บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่จำเป็นต้องมีทีมผู้บริหารที่มีความรู้ในวิชาชีพสถาปัตยกรรมโดยตรงอยู่ในองค์กร โดยอาจอยู่ในรูปของกรรมการบริหารบริษัท, ผู้จัดการฝ่าย, สถาปนิกที่ปรึกษาอาวุโส เป็นต้น

ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1 นี้เป็นกลุ่มที่เปิดโอกาสให้สถาปนิกและพนักงานมีโอกาสก้าวหน้ามาอยู่ในทีมงานผู้บริหารมากที่สุด เมื่อเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 โดยกำหนดเป็นหนึ่งในหลายๆกลยุทธ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เช่น การเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถซื้อหุ้นของบริษัทได้ เป็นต้น

(9.2) การให้บริการวิชาชีพของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง

บริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลางซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยบริษัทรับสร้างบ้านจำนวน 4 บริษัท มีระยะเวลาในการดำเนินงานเฉลี่ยที่ 9.5 ปี มีบุคลากรสำนักงานเฉลี่ยที่ 32.5 คนและมีสถาปนิกประจำสำนักงานเฉลี่ยที่ 4 คน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 2 นี้ มีรูปแบบและลักษณะการดำเนินงานที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ 1 ซึ่งเป็นบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ แต่แตกต่างกันที่จำนวนโครงการ (หลัง)เฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ให้บริการต่อปีน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ 1 โดยจำนวนโครงการเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ให้บริการต่อปี ประมาณ 79 โครงการ(หลัง) ในขณะที่จำนวนโครงการเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ให้บริการต่อปี ประมาณ 33 โครงการ(หลัง)

และเนื่องจากความเป็นบริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง แปรนธ์ของบริษัทอาจยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากนักเมื่อเทียบกับบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ในวงการ ทำให้บริษัทกลุ่มที่ 2 หันมาสร้างจุดแข็งในด้านการออกแบบและคิดค้นรูปแบบบ้านใหม่ๆที่มีความทันสมัย แทนการทุ่มทุนกับการทำการตลาด จากตารางที่ 6.10 จึงพบว่ากรให้บริการวิชาชีพของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง สถาปนิกส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เป็นผู้ออกแบบและฝ่ายขายเป็นหลัก อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลของผู้วิจัย พบว่ามีบริษัทกลุ่มตัวอย่างที่ 2 นี้ จำนวน 1 บริษัทที่ไม่ใช้สถาปนิกทำหน้าที่ฝ่ายขาย ด้วยเหตุผลที่ว่า การทำหน้าที่ฝ่ายขายจะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานด้านการออกแบบลดลง

(9.3) การให้บริการวิชาชีพของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็ก

บริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็กซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยบริษัทรับสร้างบ้านจำนวน 3 บริษัท มีระยะเวลาในการดำเนินงานเฉลี่ยที่ 9.6 ปี มีบุคลากรสำนักงานเฉลี่ยที่ 16 คนและมีสถาปนิกประจำสำนักงานเฉลี่ยที่ 3 คน จำนวนโครงการ(หลัง)เฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ให้บริการต่อปีประมาณ 13 โครงการ

จากตารางที่ 6.10 แสดงให้เห็นว่า ในบริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็กนั้น สถาปนิกส่วนใหญ่ต้องมีหน้าที่รับผิดชอบมากกว่า 2 หน้าที่ เช่น การเป็นสถาปนิกฝ่ายขาย สถาปนิกออกแบบ ผู้ประมาณราคาและสถาปนิกควบคุมงานในคนๆเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจาก ในการก่อสร้างบ้าน 1 หลังนั้น ขั้นตอนการทำงานและปริมาณงานที่บริษัทต้องรับผิดชอบมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน การพยายามสร้างและรักษามาตรฐานผลงานของบริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็กซึ่งมีจำนวนสถาปนิกและบุคลากรน้อยกว่าส่งผลให้สถาปนิกแต่ละคนต้องมีหน้าที่รับผิดชอบที่มากขึ้น ในขณะที่บริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ซึ่งมีสถาปนิกและบุคลากรมากกว่า การกำหนดหน้าที่รับผิดชอบและการมอบหมายงานจะมีความชัดเจนมากกว่า ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อภาระงานที่สถาปนิกในองค์กรแต่ละคนต้องรับผิดชอบด้วย

และจากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า บริษัทรับสร้างบ้านกลุ่มที่ 3 จะเป็นบริษัทรับสร้างบ้านที่ประสบปัญหาการลาออกของสถาปนิกมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทรับสร้างบ้านกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ทั้งนี้ก็เพราะเมื่อทำงานมาระยะเวลาหนึ่ง สถาปนิกในกลุ่มนี้จะรู้สึกล้ากับการทำงานหลายๆหน้าที่ในเวลาเดียวกัน ในขณะที่ผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำงานก็ไม่ได้แตกต่างกับสถาปนิกในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้สถาปนิกในกลุ่มที่ 3 นี้มีความพึงพอใจที่จะทำงานอยู่กับองค์กรก็คือ ความเป็นองค์กรขนาดเล็ก มีความใกล้ชิดสนิทสนมกันระหว่างผู้ร่วมงานหรือแม้กระทั่งระหว่างผู้บริหารกับสถาปนิกเอง

ในบริษัทรับสร้างบ้านขนาดเล็ก การให้บริการวิชาชีพออกแบบและควบคุมงานก่อสร้าง โดยสถาปนิกคนเดียวกัน เป็นการให้บริการวิชาชีพอันดับรองลงมา ทั้งนี้เป็นเพราะขั้นตอนการออกแบบและขั้นตอนการก่อสร้างเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้บ้านแต่ละหลังแล้วเสร็จ โดยงานขายและงานลูกค้าสัมพันธ์จะถูกลดความสำคัญลงไป และบริษัทกลุ่มตัวอย่างบางบริษัทก็ไม่มีสถาปนิกที่ทำหน้าที่ด้านลูกค้าสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ แต่ลักษณะการทำงาน เช่น การติดต่อประสานงานกับลูกค้าแต่ละราย สถาปนิกก็ทำหน้าที่ดังกล่าวไปในตัว เพียงแต่บริษัทไม่ได้มีการแต่งตั้งตำแหน่งงานอย่างเป็นทางการ

นอกจากนี้ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย ไม่ปรากฏว่ามีบริษัทรับสร้างบ้านกลุ่มตัวอย่างใดที่สถาปนิกทำหน้าที่ด้านการควบคุมงานก่อสร้างเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้เป็นเพราะในทางปฏิบัติ วิศวกรโครงสร้างคือผู้ที่มีหน้าที่หลักในการควบคุมงานก่อสร้าง โดยมีสถาปนิกทำหน้าที่เสมือนตัวเชื่อมระหว่างสำนักงานกลางกับงานภาคสนาม

ตอนที่ 4 การให้บริการขั้นมูลฐานของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้าน

การให้บริการขั้นมูลฐานของสถาปนิกในบริษัทรับสร้างบ้านนั้น จะมีลักษณะการให้บริการตามรูปแบบของบ้านที่ใช้ในการก่อสร้าง อันประกอบด้วย 1) แบบบ้านชนิดมาตรฐานของบริษัท 2) แบบบ้านชนิดพิเศษ และ 3) แบบบ้านจากลูกค้า ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้แล้วในการศึกษาบทที่ 3 แต่สำหรับการวิเคราะห์การให้บริการมูลฐานของสถาปนิกในที่นี้ มุ่งเน้นเจาะจงเฉพาะรูปแบบที่ 1 คือแบบบ้านชนิดมาตรฐานของบริษัทเท่านั้น

แบบบ้านมาตรฐานในที่นี้หมายถึง กรณีที่ลูกค้าเลือกใช้แบบบ้านมาตรฐานที่บริษัทมีอยู่แล้วและถือเป็นลิขสิทธิ์ของทางบริษัทรับสร้างบ้านแต่ละแห่ง ทั้งนี้รวมถึงกรณีที่ลูกค้าและบริษัทรับสร้างบ้านมีการตกลงแก้ไขแบบมาตรฐานเล็กน้อย หรือไม่เกินเงื่อนไขที่ทางบริษัทกำหนดไว้ ซึ่งโดยทั่วไปลูกค้าสามารถร้องขอให้บริษัทดำเนินการแก้ไขแบบมาตรฐานได้ไม่เกิน 30% จากแบบมาตรฐานเดิม² เพราะหากเกินกว่านี้ ลักษณะการทำงานของสถาปนิกก็จะเป็นการออกแบบใหม่ตามกระบวนการของการออกแบบซึ่งจะจัดอยู่ในกลุ่มแบบบ้านชนิดพิเศษ

ทั้งนี้หากการแก้ไขแบบมาตรฐานของทางบริษัท และมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นในการดำเนินการแล้วสุดท้ายลูกค้าไม่ได้ให้บริษัททำการก่อสร้างให้ บริษัทอาจเรียกเก็บค่าดำเนินการในส่วนนี้กับลูกค้าได้ แต่ในทางปฏิบัติบริษัทรับสร้างบ้านมักจะถือว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในกรณีดังกล่าวนี้ เป็นค่าใช้จ่ายในการบริการลูกค้า (Service Cost) ที่บริษัทต้องรับผิดชอบเพื่อการบริการที่ดีแก่ลูกค้า และเป็นการสร้างลูกค้าในอนาคต

² ปราโมทย์ ธีรกุล, นายกสสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน, สัมภาษณ์ 3 มีนาคม 2548.

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย พบว่าการก่อสร้างบ้านในกรณีที่เป็นแบบบ้านชนิด
มาตรฐานของบริษัท การให้บริการขั้นมูลฐานของสถาปนิกกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

ขอบเขตงานที่รับผิดชอบ	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	รวม
	ความถี่	ความถี่	ความถี่	
ผู้รับงาน	7	4	5	16
ผู้ติดต่อกับลูกค้าในขั้นต้น	13	5	6	24
ผู้แก้ไขแบบก่อสร้าง	12	2	5	19
ผู้ตรวจสอบแบบก่อสร้าง	16	3	4	23
ผู้จัดเตรียมเอกสาร สัญญาต่างๆ	6	-	-	6
ผู้ประมาณราคาค่าก่อสร้าง	2	1	1	4
ผู้วางแผนงานก่อสร้าง	3	1	1	5
ผู้ประสานงานด้านการเงิน	4	-	-	4
ผู้ขออนุญาตก่อสร้าง	3	1	4	8
ผู้เปิดโครงการ	3	-	-	3
ผู้ควบคุมงานก่อสร้าง	3	1	6	10
ผู้ให้คำปรึกษาโครงการ	12	3	4	19
ผู้ปิดโครงการ	4	-	1	5
ผู้ประสานงานหลังโครงการแล้วเสร็จ	5	-	-	5

ตารางที่ 6.11 ขอบเขตการให้บริการของสถาปนิกกรณีแบบบ้านมาตรฐานของบริษัท

อนึ่ง จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัยพบว่า รายละเอียดการให้บริการขั้นมูลฐานของสถาปนิก
นั้น มีความแตกต่างกันไปตามนโยบายของแต่ละบริษัท การวิเคราะห์ข้อมูลจึงเป็นไปในแนวทาง
กึ่งรวบรวมข้อมูลและการเสนอแนะแนวทางที่ควรจะเป็นในการให้บริการวิชาชีพของสถาปนิก ซึ่ง
ผู้วิจัยได้แบ่งการให้บริการออกเป็นช่วงของการทำงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ขั้นตอนช่วงการรับงาน

โดยปกติแล้วสถาปนิกฝ่ายขายจะเป็นผู้ที่ต้องติดต่อกับลูกค้าในครั้งแรก โดยการติดต่อกัน
ในครั้งแรกนี้ สถาปนิกมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- พุดคุยสอบถามรายละเอียดความต้องการด้านต่างๆเกี่ยวกับรูปแบบบ้านที่ลูกค้าต้องการ โดยในขั้นตอนนี้ สถาปนิกฝ่ายขายจะต้องพยายามจับประเด็นความต้องการของลูกค้าแต่ละรายให้ได้
- ให้ข้อมูล รายละเอียดเกี่ยวกับแบบบ้านรูปแบบต่างๆที่บริษัทมีอยู่ โดยอาจนำเสนอ ลักษณะเด่นและคุณสมบัติในด้านต่างๆของแบบบ้านนั้น เพื่อตรวจสอบหาความลงตัวระหว่างความต้องการของลูกค้ากับรูปแบบบ้านมาตรฐานที่บริษัทมีอยู่
- หากต้องมีการแก้ไขแบบมาตรฐาน สถาปนิกฝ่ายขายจะต้องให้ข้อมูลเงื่อนไขการปรับแก้แบบ รวมทั้งเงื่อนไขอื่นๆให้ลูกค้าทราบตั้งแต่ต้น

2) ขั้นตอนก่อนการแก้ไขแบบมาตรฐาน

ภายหลังจากการพุดคุยเพื่อรับทราบความต้องการเบื้องต้นของลูกค้าแล้ว สถาปนิกควรต้องมีการออกไปเก็บข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ณ สถานที่ที่จะทำการก่อสร้างบ้านของลูกค้า โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประกอบการแก้ไขแบบมาตรฐาน ซึ่งในการศึกษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ก่อสร้างบ้านของลูกค้าแต่ละรายนั้น สถาปนิกควรให้ความสนใจในประเด็นดังต่อไปนี้

- **ขอบเขตและขนาดของที่ดิน** นอกจากการตรวจเช็คจากโฉนดหรือเอกสารแสดงกรรมสิทธิ์ของลูกค้าแล้ว สถาปนิกควรทำการวัดระยะพื้นที่จริงอีกครั้งหนึ่งเพื่อป้องกันความผิดพลาดในขั้นตอนการออกแบบ อันจะส่งผลกระทบต่อขั้นตอนการก่อสร้างด้วย หากเกิดความไม่ชัดเจนในเรื่องขอบเขตของที่ดิน สถาปนิกอาจช่วยประสานหน่วยงานราชการเพื่อทำการรังวัดหาขนาดและขอบเขตที่ดินที่แน่นอน ก่อนการดำเนินการในขั้นตอนต่อไป
- **พื้นที่ว่างและสภาพการใช้พื้นที่เดิม** มีส่วนสำคัญในการใช้ประกอบการวางแผนการก่อสร้างและการวิเคราะห์แก้ปัญหาด้านต่างๆ เช่น ความสูงต่ำของพื้นที่
- **อาคารข้างเคียง** ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากการทำงานก่อสร้างบ้านได้ สถาปนิกควรต้องหาแนวทางป้องกันให้อาคารข้างเคียงได้รับผลกระทบน้อยที่สุด หรือไม่ได้รับผลกระทบเลย
- **ทางเข้าออก** จะต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนย้ายวัสดุและเครื่องมือเครื่องจักรที่ต้องใช้ในการก่อสร้างบ้านหลังนั้นๆ
- **สภาพภูมิอากาศ** เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการกำหนดตำแหน่งของพื้นที่ใช้สอยส่วนต่างๆของบ้าน ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้ดี

ในกรณีที่สถาปนิกฝ่ายชายไม่ได้เป็นผู้แก้ไขแบบก่อสร้างเอง สถาปนิกจะต้องพยายามเก็บข้อมูลรายละเอียดของลูกค้ำให้ได้มากที่สุด เพื่อจะได้นำไปถ่ายทอดให้สถาปนิกฝ่ายออกแบบและแก้ไขแบบทราบ และสามารถทำงานแก้ไขแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ำแต่ละรายมากที่สุด หรือหากเป็นไปได้ ในช่วงขั้นตอนการรับงานและการรับทราบความต้องการของลูกค้ำนี้ ควรเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างสถาปนิกฝ่ายชายและสถาปนิกผู้มีหน้าที่แก้ไขแบบ ก็จะเป็นการลดปัญหาการสื่อสารและการถ่ายทอดข้อมูลได้

3) ขั้นตอนการแก้ไขแบบมาตรฐาน

ภายหลังจากการติดต่อขึ้นต้น และลูกค้ำเลือกแบบมาตรฐานแบบใดแบบหนึ่งของบริษัทแล้ว ลูกค้ำอาจมีความต้องการที่จะปรับแก้แบบมาตรฐานนั้น เมื่อสถาปนิกได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งข้อมูลความต้องการของลูกค้ำและข้อมูลสภาพแวดล้อม ณ ที่ดินของลูกค้ำแต่ละรายแล้ว สถาปนิกก็จะนำข้อมูลทั้งหมดมาประกอบการทำงานแก้ไขแบบบ้าน โดยการทำงานสถาปนิกต้องคำนึงถึงประเด็นดังต่อไปนี้

- **ด้านการเงิน** สถาปนิกต้องตรวจสอบและประมาณการราคาค่าก่อสร้างล่วงหน้า เพื่อให้อยู่ภายในงบประมาณขั้นต้นที่ลูกค้ำกำหนดไว้
- **ด้านกฎหมาย** แบบมาตรฐานที่ปรับแก้ จะต้องถูกต้องตามข้อบังคับของกฎหมายควบคุมอาคารและข้อกำหนดของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง
- **ด้านคุณภาพงานแบบ** สถาปนิกต้องตรวจสอบแบบแปลนและรายละเอียดด้านต่างๆของแบบบ้าน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ำมากที่สุด โดยอาจมีการประสานงาน ขอความเห็นชอบจากลูกค้ำในแบบที่ทำการปรับแก้

การทำงานในขั้นตอนนี้ สถาปนิกจะต้องมีการประสานงานกับวิศวกรฝ่ายต่างๆ เพื่อให้แบบทางสถาปัตยกรรมและแบบทางวิศวกรรมโครงสร้างและงานระบบประกอบอาคารต่างๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งของแบบอันอาจส่งผลต่อการทำงานในขั้นตอนการก่อสร้างบ้านได้

เมื่อการปรับแก้แบบมาตรฐาน เสร็จเรียบร้อยแล้ว สถาปนิกควรรวบรวมและรายละเอียดขั้นสุดท้ายเพื่อให้ลูกค้ำพิจารณาอนุมัติ โดยมีรายละเอียดที่สถาปนิกต้องนำเสนอลูกค้ำ คือ

- แบบก่อสร้าง (Working Drawing)
- รายการประกอบแบบหรือข้อกำหนดทางด้านเทคนิค(Technical Specification)
- บัญชีและปริมาณงานก่อสร้าง (Bill of Quantities : BOQ)
- รายการประกอบอื่นๆที่จำเป็น

4) ขั้นตอนช่วงการก่อนทำการก่อสร้าง

- **การตกลงทำสัญญา :** การตกลงทำสัญญาจะเกิดขึ้น เมื่อแบบมาตรฐานที่มีการแก้ไขได้รับการอนุมัติจากลูกค้าแล้ว รวมทั้งการยอมรับในเรื่องราคาค่าก่อสร้าง ระยะเวลาทำการก่อสร้างและคุณภาพของงานก่อสร้างที่จะเกิดในอนาคต รวมทั้งเงื่อนไขข้อตกลงอื่นๆ โดยทั่วไปแล้ว การขั้นตอนการตกลงทำสัญญาระหว่างลูกค้ากับบริษัทรับสร้างบ้านนั้น จะกระทำโดยผู้บริหารของบริษัทรับสร้างบ้าน อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนนี้ สถาปนิกอาจทำหน้าที่ในการจัดเตรียมเอกสารสัญญาและหนังสือข้อตกลงต่างๆ เพื่อให้ขั้นตอนการตกลงทำสัญญากับลูกค้าแต่ละรายเป็นไปด้วยความเรียบร้อย
- **การขออนุญาตก่อสร้าง :** สถาปนิกจะต้องศึกษารายละเอียดและจัดเตรียมเอกสารต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการยื่นขออนุญาตให้ครบถ้วน และปฏิบัติตามขั้นตอนที่หน่วยงานทางราชการกำหนดให้ถูกต้องเกิดความเรียบร้อย
- **การวางแผนเตรียมการ :** สถาปนิกต้องจัดประชุม เพื่อวางแผนเตรียมการทำงาน โดยเป็นการประชุมร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างบ้าน
- **การจัดเตรียม / ขอดัดตั้งสาธารณูปโภคชั่วคราว :** เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปาชั่วคราว และในกรณีที่ต้องมีการสร้างที่พักคนงานชั่วคราวในสถานที่ก่อสร้างบ้านนั้น สถาปนิกจะต้องเป็นผู้วางแผนและกำหนดพื้นที่ที่เหมาะสม เพื่อให้การทำงานมีความสะดวกและมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการวางแผนในการจัดการกับเศษวัสดุ น้ำเสียที่เกิดจากการก่อสร้าง เพื่อให้เกิดสุขลักษณะที่ดีในสถานที่ก่อสร้าง

6) ขั้นตอนช่วงการดำเนินการก่อสร้าง

ในการให้บริการของบริษัทรับสร้างบ้าน ขั้นตอนการดำเนินการก่อสร้างถือได้ว่าเป็นขั้นตอนหลักที่มีความสำคัญต่อคุณภาพของงานโดยตรง สถาปนิกมีหน้าที่สำคัญในขั้นตอนการดำเนินการก่อสร้างบ้าน ดังนี้

- **การเป็นผู้ประสานงานในการก่อสร้าง** โดยในระหว่างทำการก่อสร้าง สถาปนิกจะต้องเป็นตัวกลางระหว่างลูกค้ากับทีมงานก่อสร้าง ลูกค้ากับบริษัทรับสร้างบ้านคอยประสานงานเพื่อให้ช่างและมีมือแรงงานทุกฝ่ายสามารถทำงานร่วมกันได้ด้วยดี ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของงานโดยรวม
- **การเป็นผู้ควบคุมคุณภาพ ระยะเวลาและงบประมาณค่าก่อสร้าง** ทั้งนี้คุณภาพ ระยะเวลาและงบประมาณถือได้ว่าเป็นหัวใจของการบริหารจัดการงานก่อสร้างทุกชนิด รวมทั้งการก่อสร้างบ้านของบริษัทรับสร้างบ้านด้วย โดยแนวทางในการควบคุมคุณภาพ ระยะเวลาและงบประมาณ สถาปนิกสามารถกระทำได้ ดังนี้

- 1) จัดเตรียมให้มีบุคลากรตามจำนวนที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการทำงาน
 - 2) ศึกษาและตรวจสอบรายการวัสดุและอุปกรณ์ในการก่อสร้าง ว่าถูกต้องตรงกันกับที่ระบุไว้ในรายละเอียดประกอบแบบก่อสร้างหรือไม่
 - 3) ตรวจสอบคุณภาพการทำงานของช่างฝีมือฝ่ายต่างๆ โดยจะทำการตรวจสอบการทำงานให้เป็นไปตามหลักวิชาช่างที่ดี หากพบความผิดพลาด หรือความไม่เหมาะสมในการทำงาน จะต้องทำการสั่งแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้ถูกต้องโดยเร็ว
 - 4) ตรวจสอบความก้าวหน้าของงานและจัดทำรายงานการแก้ไข เพิ่ม-ลด ปริมาณงาน
 - 5) จัดการประชุมรายเดือนหรือตามระยะเวลาที่เหมาะสม เพื่อรับทราบปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานก่อสร้าง และเพื่อให้มั่นใจว่าการก่อสร้างบ้านดำเนินไปตามกำหนดการ
- **การเป็นผู้ดูแลและจัดการเรื่องระบบความปลอดภัยในการทำงาน** สถาปนิกจะต้องจัดเตรียมแผนงานที่เกี่ยวกับความปลอดภัย และควบคุมดูแลให้การทำงานเป็นไปด้วยความระมัดระวัง และเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน รวมทั้งพิจารณาเสนอสั่งหยุดงานในกรณีที่สภาวะการทำงานมีโอกาสเกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน
 - **การเป็นผู้ให้คำปรึกษาโครงการ** นอกจากสถาปนิกมีหน้าที่ติดตาม ควบคุมการทำงาน of ช่างฝ่ายต่างๆ แล้ว สถาปนิกจะต้องให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาที่พบในการทำงาน รวมทั้งการให้คำปรึกษา ในด้านเทคนิคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เพื่อให้การทำงานเกิดความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ
 - **การเป็นผู้ตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้า** ในการก่อสร้างบ้าน บางครั้งหากเกิดปัญหาที่ต้องใช้การตัดสินใจเร่งด่วน สถาปนิกควบคุมงานก่อสร้างจะต้องเป็นผู้ที่พิจารณาและตัดสินใจหาวิธีการในการที่จะจัดการกับปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้น โดยสถาปนิกจะต้องพร้อมที่จะเป็นผู้ที่รับผิดชอบในการตัดสินใจนั้น ทั้งนี้การตัดสินใจของสถาปนิกควรที่จะคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดร่วมกันของทุกฝ่ายเป็นสำคัญ
 - **การเป็นผู้ไกล่เกลี่ยและเจรจาต่อรอง** ในการก่อสร้างบ้านซึ่งประกอบด้วยช่างและแรงงานจำนวนมากนั้น เป็นธรรมดาที่อาจจะเกิดความขัดแย้งกันระหว่างทีมงานก่อสร้าง สถาปนิกซึ่งเป็นผู้ที่คลุกคลีใกล้ชิดกับแรงงานเหล่านี้ จะต้องเป็นนักเจรจาไกล่เกลี่ยที่ดี เพื่อสร้างความยุติธรรมให้เกิดขึ้นกับทุกฝ่าย อันจะส่งผลให้การทำงานสามารถเดินหน้าต่อไปได้จนลุล่วง

7) ขั้นตอนช่วงหลังการก่อสร้าง

เมื่อการก่อสร้างบ้านดำเนินมาถึงระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแต่ละงวดงาน จะต้องมีการส่งมอบงวดงานเพื่อการเรียกเก็บเงินจากลูกค้า โดยจะมีขั้นตอนการส่งมอบงวดงานดังต่อไปนี้

1. จัดให้มีการประชุม หัวหน้างานหรือไฟร์แมนแจ้งความคืบหน้าของงานต่อสถาปนิกโครงการหรือผู้จัดการโครงการนั้นๆ
2. จัดเตรียมรายการตรวจรับงาน (Punch List) รายละเอียดปริมาณงานและสรุปความคืบหน้าของงานที่ปฏิบัติได้จริงเสนอลูกค้าเพื่อการอนุมัติ ทั้งนี้สถาปนิกประจำโครงการควรทำการตรวจสอบเป็นการภายใน ก่อนหนึ่งครั้ง
3. ดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของงาน ตามที่ลูกค้าร้องขอ
4. จัดให้มีการตรวจรับงานขั้นสุดท้าย และจัดทำเอกสารรับรองวันที่ทำการก่อสร้างแล้วเสร็จ ส่งมอบต่อลูกค้าเพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป
5. จัดเตรียมและจัดทำรายการสรุปผลการดำเนินงานของโครงการ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการแต่ละหลัง

9) ขั้นตอนการบริการหลังงานก่อสร้างแล้วเสร็จ

เมื่องานก่อสร้างบ้านแต่ละหลังแล้วเสร็จ และบริษัทรับสร้างบ้านได้ดำเนินการส่งมอบงานให้กับลูกค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว เพื่อให้งานด้านการบริการช่วงการประกันผลงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทรับสร้างบ้านจะต้องดำเนินการในเรื่องดังต่อไปนี้

1. จัดทำ As-Built Drawings ซึ่งได้รับการตรวจสอบอย่างละเอียดถี่ถ้วน ให้เป็นไปตามจริง เพื่อมอบให้กับลูกค้าเพื่อใช้อ้างอิงในการบำรุงรักษาบ้านต่อไป
2. จัดทำคู่มือในการดูแลรักษาตัวบ้านและงานระบบประกอบอาคารอื่นๆ (Building User's Manual) ให้กับลูกค้าแต่ละราย ซึ่งคือเอกสารสรุปรวบรวมข้อมูลทั้งหมดของบ้าน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลด้านกายภาพ ข้อมูลด้านวัสดุอุปกรณ์ประกอบอาคาร แนวทางและวิธีการบำรุงรักษา เป็นต้น
3. ทำการตรวจสอบผลงานเป็นระยะ ตลอดช่วงระยะเวลาค้ำประกัน หรือตามที่ลูกค้าร้องขอ พร้อมทั้งทำรายงานสรุปผลการตรวจสอบดังกล่าวให้ลูกค้ารับทราบ ในกรณีที่พบข้อบกพร่องต้องทำการแก้ไข โดยสถาปนิกที่รับผิดชอบต้องควบคุมดูแลการซ่อมแซม แก้ไขข้อบกพร่องและตรวจสอบความเรียบร้อยของงานดังกล่าว
4. ตรวจสอบความเรียบร้อยของบ้านในช่วงระยะเวลาก่อนหมดระยะประกันผลงานเป็นเวลาอย่างน้อย 30 วัน และทำรายงานสภาพอาคารเสนอต่อลูกค้าขั้นสุดท้าย

ตอนที่ 5 ขอบเขตการให้บริการวิชาชีพของสถาปนิก

(1) การให้บริการวิชาชีพของสถาปนิกฝ่ายขาย

สถาปนิกฝ่ายขายจะเป็นผู้ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับลูกค้าเป็นด่านแรก โดยมีจุดประสงค์หลักคือการรับทราบความต้องการของลูกค้าและการนำเสนอข้อมูลของบริษัท

- **การรับทราบข้อมูลของลูกค้า** สถาปนิกฝ่ายขายจะต้องศึกษารายละเอียดและลักษณะความต้องการเบื้องต้นของลูกค้า ศึกษาทัศนคติและแนวความคิดของลูกค้า ศึกษางบประมาณและข้อจำกัดต่างๆของลูกค้า เช่น ขนาดที่ดิน สภาพคล่องทางการเงิน
- **การนำเสนอข้อมูลของบริษัท** เมื่อสถาปนิกรับทราบความต้องการเบื้องต้นของลูกค้าแล้ว สถาปนิกฝ่ายขายจะต้องนำเสนอข้อมูลรูปแบบบ้านมาตรฐานของบริษัทที่คิดว่าตรงกับข้อมูลความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

ในกรณีที่ลูกค้ามีความพอใจและเลือกแบบบ้านมาตรฐานแบบใดแบบหนึ่งของบริษัท โดยไม่ต้องมีการแก้ไขแบบมาตรฐาน สถาปนิกจะต้องนำเสนอข้อมูลอื่นๆ เช่น งบประมาณค่าก่อสร้าง กรรมวิธีการก่อสร้างและรายละเอียดอื่นๆ จนเป็นที่เข้าใจตรงกันทั้งสองฝ่าย เพื่อจะนำไปสู่กระบวนการตกลงทำสัญญาก่อสร้าง การขออนุญาตปลูกสร้างและการผ่านงานไปยังทีมงานก่อสร้างต่อไป แต่ทั้งนี้พบว่ากรณีที่ลูกค้าจะตกลงเลือกแบบมาตรฐานโดยไม่มีกรปรับแก้เลยนั้นมีโอกาสเป็นไปได้น้อยมาก

(2) การให้บริการวิชาชีพของสถาปนิกฝ่ายออกแบบ / แก้ไขแบบ

การทำงานในของสถาปนิกชั้นตอนนี้อาจจำแนกออกเป็น 2 รูปแบบคือ

- **กรณีสถาปนิกฝ่ายขายดำเนินการแก้ไขแบบเอง** สถาปนิกฝ่ายขายต้องนำแบบมาตรฐานรูปแบบที่ลูกค้าเลือกมาปรับแก้ให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลความต้องการของลูกค้าแต่ละราย
- **กรณีสถาปนิกฝ่ายขายส่งต่องานให้ฝ่ายออกแบบ** สถาปนิกฝ่ายขายจะต้องส่งผ่านข้อมูลความต้องการของลูกค้าไปให้สถาปนิกฝ่ายออกแบบดำเนินการแก้ไข โดยการทำงานในกรณีนี้สถาปนิกฝ่ายขายและสถาปนิกฝ่ายออกแบบจะต้องมีการประสานกันอย่างใกล้ชิด เพื่อให้การปรับแก้แบบนั้นตรงกับความต้องการของลูกค้าที่สถาปนิกฝ่ายขายรับมามากที่สุด

(3) การให้บริการวิชาชีพของสถาปนิกควบคุมงานก่อสร้าง

เมื่อบริษัทรับสร้างบ้านมีการตกลงทำสัญญาก่อสร้างกับลูกค้าแต่ละรายแล้ว ขั้นตอนต่อไปที่สถาปนิกต้องรับผิดชอบก็คือการควบคุมงานก่อสร้าง ซึ่งการทำงานในขั้นตอนนี้อาจจำแนกออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ

- **ขั้นตอนเตรียมการก่อนดำเนินการก่อสร้าง** ขอบเขตหน้าที่ของสถาปนิกคือ
 - 1) การยื่นขออนุญาตทำการปลูกสร้างบ้านกับหน่วยงานราชการซึ่งรับผิดชอบพื้นที่ที่จะทำการปลูกสร้างบ้าน
 - 2) การประชุมวางแผนการทำงานร่วมกับทีมงานก่อสร้างทุกฝ่าย การจัดทำ BAR CHART
 - 3) การจัดเตรียมระบบสาธารณูปโภคชั่วคราว เช่น น้ำใช้ ไฟฟ้า
 - 4) การจัดเตรียมที่พักคนงานชั่วคราว
 - 5) การจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ที่จำเป็นเข้าไปในสถานที่ทำการก่อสร้าง
- **ขั้นตอนระหว่างดำเนินการก่อสร้าง** โดยปกติแล้วในระหว่างการก่อสร้าง บริษัทรับสร้างบ้านจะมีไฟร์แมนหรือหัวหน้าคนงานทำหน้าที่หลักอยู่ในสถานที่ก่อสร้าง หน้าที่ของสถาปนิก(และหรือวิศวกร) มีดังต่อไปนี้
 - 6) ตรวจสอบการทำงานก่อสร้างว่าตรงตามแบบและได้มาตรฐานตามหลักวิชาการที่ถูกต้องหรือไม่
 - 7) ยืนยันรายการเปลี่ยนแปลงวัสดุและการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ใช้สอยจาก ลูกค้า โดยจัดทำเป็นเอกสารลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง
 - 8) จัดทำแบบแก้ไขหรือแบบขยายที่จำเป็นส่งให้ผู้ควบคุมงาน
 - 9) ประสานงาน ให้คำปรึกษากับลูกค้าและนัดลูกค้าเพื่อเข้ามาดูความก้าวหน้าในการทำงานเป็นบางครั้ง
 - 10) ให้คำปรึกษาและตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาในกรณีที่เกิดปัญหาในการทำงาน เช่น แบบไม่ชัดเจน มีความขัดแย้งเกิดขึ้น เป็นต้น
- **ขั้นตอนหลังการก่อสร้าง** หน้าที่ของสถาปนิกในขั้นตอนนี้ คือ
 - 11) ทำการตรวจสอบคุณภาพงานโดยรวมทั้งหมด ตรวจเช็คงานก่อสร้างให้ตรงกับมาตรฐานที่กำหนดไว้
 - 12) ควบคุมการทำความสะอาดและการเคลียร์พื้นที่ก่อสร้าง
 - 13) ทำการส่งมอบบ้านให้ลูกค้า พร้อมกับแบบสร้างจริง(As-build drawing) และใบรับประกันผลงานให้กับลูกค้า

(4) การให้บริการวิชาชีพของสถาปนิกลูกค้าสัมพันธ์

ผู้วิจัยพบว่าในทางปฏิบัติแล้ว บทบาทหน้าที่ของสถาปนิกลูกค้าสัมพันธ์มีรูปแบบการให้บริการที่ใกล้เคียงกับสถาปนิกฝ่ายขาย แต่จะแตกต่างกันที่สถาปนิกฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์จะเน้นการให้บริการเป็นที่ปรึกษาและการประสานงานกับฝ่ายต่างๆเป็นหลัก โดยไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรงกับการทำยอดขาย หรืออาจสรุปได้ว่าเป็นการบริการเพื่อให้ได้มาซึ่งผลเชิงคุณภาพมากกว่าผลเชิงปริมาณนั่นเอง

สำหรับกรณีแบบมาตรฐานของบริษัทนั้น สถาปนิกลูกค้าสามารถให้บริการตั้งแต่ขั้นตอนการรับงาน การติดต่อกับลูกค้าในขั้นต้น ก่อนจะส่งผ่านข้อมูลรายละเอียดทั้งหมดให้กับฝ่ายแก้ไขแบบมาตรฐาน และตลอดระยะเวลาที่บริษัทกำลังดำเนินการก่อสร้างอยู่นั้น สถาปนิกลูกค้าสัมพันธ์จะทำหน้าที่หลักในการเป็นที่ปรึกษาให้กับลูกค้า เสมือนหนึ่งการเป็นผู้ควบคุมคุณภาพแทนลูกค้านั่นเอง อย่างไรก็ตามจากการเก็บข้อมูล

ของผู้วิจัย พบว่าในบรรดาบริษัทรับสร้างบ้านกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 17 แห่ง มีเพียง 1 แห่งเท่านั้น ที่มีการกำหนดตำแหน่งงานลูกค้าสัมพันธ์ที่ชัดเจน ทำหน้าที่ควบคู่ไปกับตำแหน่งสถาปนิกฝ่ายขาย ทั้งนี้เป็นเพราะลักษณะการทำงานที่ก้ำกึ่งและมีการทำงานที่ซ้อนทับกันได้ง่าย หากขาดการบริหารจัดการที่ดีนั่นเอง

ตอนที่ 6 อุปสรรคและปัญหาในการทำงานของสถาปนิก

จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากผู้บริหารและสถาปนิกของบริษัทรับสร้างบ้านซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย พบว่าในการดำเนินงานก่อสร้างบ้าน จะมีปัญหาด้านต่างๆให้ต้องคิดแก้ปัญหาอยู่เสมอ ในทุกขั้นตอนการทำงาน ผู้ศึกษาวิจัยจึงได้แยกประเด็นของปัญหาออกเป็นหมวดหมู่ เพื่อการวิเคราะห์แนวทางในการแก้ปัญหา โดยเรียงลำดับจากปัญหาที่สถาปนิกประสบมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) ปัญหาจากลักษณะของงานที่ทำ

- A. ต้องทำงานหลายอย่างในเวลาเดียวกัน เช่น การออกแบบ, ทำหน้าที่ฝ่ายขายในเวลาเดียวกัน ทำให้เกิดความสับสนและผลงานออกมาไม่ดีเท่าที่ควร
- B. ปริมาณงานของบริษัทมีมาก แต่บุคลากรมีน้อย ทำให้สถาปนิกแต่ละคนต้องรับภาระความรับผิดชอบมากกว่า 1 โครงการ ส่งผลต่อการบริการลูกค้า เป็นปัญหาที่มักเกิดกับบริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง (กลุ่มตัวอย่างที่ 2)
- C. การทำงานแบบบ้านชนิดมาตรฐาน ทำให้รู้สึกว่าได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตัวเองอย่างเต็มที่ แต่เป็นการปรับแก้แบบนิดๆหน่อยๆ ไม่มีความท้าทายในการทำงาน

- D. มีการเปลี่ยนแปลงแบบก่อสร้างโดยลูกค้าหรือผู้บริหารบริษัท ในขณะที่โครงการเริ่มก่อสร้างไปแล้ว ทำให้เป็นการเพิ่มภาระกับสถาปนิก ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงาน
- E. ไม่มีความกดดันในการทำงานที่จะต้องโน้มน้าวให้ลูกค้าเลือกใช้บริการกับทางบริษัท ทำให้ไม่มีความสุขกับการทำงาน

แนวทางแก้ปัญหา

- A. ใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ หรือนำเสนอความคิดเห็นต่อผู้บริหาร เพื่อให้เกิดการกระจายของภาระงานที่ยุติธรรมกับทุกฝ่าย
- B. ผู้บริหารองค์กรควรมีการสำรวจความเหมาะสมระหว่างปริมาณงานกับจำนวนสถาปนิกที่มีอยู่ในองค์กร หากพบว่าบุคลากรยังมีน้อยเกินไป ก็ควรต้องมีการรับพนักงานเพิ่ม หรืออาจใช้วิธีการจัดจ้างบุคลากรจากภายนอกในบางตำแหน่งหน้าที่ในช่วงเวลาที่บริษัทมีปริมาณงานเข้ามามาก เช่น พนักงานเขียนแบบ เป็นต้น
- C. สถาปนิกควรเปลี่ยนมุมมองและทัศนคติเดิมๆ และควรคิดถึงความซ้ำๆ ของแบบชนิดมาตรฐาน ทำอย่างไรสถาปนิกจึงจะสามารถบริการให้มีคุณภาพดีที่สุดใน ก็จะเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างความท้าทายในการทำงานได้
- D. พยายามสรุปแบบและรายละเอียดต่างๆ ให้ชัดเจน ก่อนการเขียนแบบก่อสร้างและก่อนการเริ่มก่อสร้างโครงการ เพราะหากการแก้ไขแบบเกิดขึ้นในขณะที่งานก่อสร้างดำเนินไปหลายเปอร์เซ็นต์แล้ว การแก้ไขจะทำให้เกิดความล่าช้าและสิ้นเปลือง
- E. สถาปนิกควรหมั่นหาความรู้ด้านการตลาด ซึ่งมีความจำเป็นในการทำงานในองค์กรธุรกิจเช่น บริษัทรับสร้างบ้าน โดยอาจศึกษาจากตำราโดยตรงหรือใช้วิธีการเรียนรู้จากสถาปนิกที่มีประสบการณ์ทางด้านการขายในบริษัทก็ได้

(2) ปัญหาการติดต่อกับลูกค้า

- A. ลูกค้ามีความหลากหลาย มีความคิดไม่เหมือนกัน และมีระดับความเข้าใจในเงื่อนไขข้อตกลงต่างๆ ที่ทำกับทางบริษัทแตกต่างกัน
- B. ลูกค้าของบริษัทสร้างบ้าน อยู่ในกลุ่มผู้มีฐานะปานกลางถึงค่อนข้างมีฐานะ จึงมีความพร้อมที่จะจ่ายเงินเพื่อให้ได้มาซึ่งงานคุณภาพ ทำให้ลูกค้ามักจะเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน จนบางครั้งกลายเป็นอุปสรรคในการทำงานสำหรับสถาปนิกและทีมงาน ส่งผลให้การส่งงวดงานล่าช้า
- C. ลูกค้ามีความคาดหวังในตัวสถาปนิกและบริษัทสูง เมื่อมีไม่ได้อย่างที่คาดหวัง ก็มักจะแสดงปฏิกิริยาออกมาทันที โดยที่บางครั้งเป็นปัญหาปกติที่รอการแก้ไข และสามารถพบได้ในทุกโครงการ

- D. ลูกค้าบางรายไม่ค่อยให้ความสำคัญกับสถาปนิก ไม่เคารพการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรมของสถาปนิก แต่ให้ความสำคัญและต้องการติดต่อประสานงานกับผู้บริหารบริษัทมากกว่า มักเกิดกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบริษัทรับสร้างบ้านขนาดกลาง

แนวทางแก้ไข

- A. ในการติดต่อประสานงานเบื้องต้น จะต้องมีการคุยในรายละเอียด เงื่อนไขและข้อตกลงต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ต้องพูดความจริงกับลูกค้า มิให้นำเสนอเฉพาะด้านบวกเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของบริษัทเพียงอย่างเดียว เช่น หากบริษัทไม่ได้มีแผนกภูมิสถาปัตย์ แต่ลูกค้าอยากให้ออกแบบให้ด้วย ก็ต้องชี้แนะลูกค้าหรือหาทางออกร่วมกันกับลูกค้า
- B. ก่อนการตกลงทำสัญญา บริษัทรับสร้างบ้านและลูกค้าจะต้องมีความชัดเจนและเข้าใจตรงกัน ทั้งในด้านปริมาณของงาน คุณภาพของงานและระยะเวลาในการทำการก่อสร้าง และจะต้องมีการเข้มงวดกับการสงวนสิทธิ์ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบและปริมาณงานในระหว่างการก่อสร้าง และหากการปรับเปลี่ยนของลูกค้า ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ลูกค้าจะต้องเป็นผู้ที่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นนั้น
- C. การพูดคุยทำความเข้าใจกับลูกค้าด้วยความจริงใจ มีความสำคัญในการทำงานร่วมกันอย่างยิ่ง สถาปนิกควรอธิบายถึงกรอบ ขอบเขตหน้าที่ที่สถาปนิกพึงให้บริการแก่ลูกค้าได้ ที่สำคัญคือสถาปนิกยึดถือหลักวิชาการที่ถูกต้อง และจะต้องยึดปฏิบัติตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพอย่างเคร่งครัด การจะทำตามความต้องการของลูกค้าทุกอย่างจึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถกระทำได้
- D. บริษัทควรพยายามนัดลูกค้าให้เข้ามาพบที่สำนักงาน เพื่อจะได้เห็นการทำงานของสถาปนิก และเป็นการสร้างความคุ้นเคยกับสถาปนิกในบริษัท

(3) ปัญหาจากแผน / นโยบายของบริษัท

- A. นโยบายของบริษัทไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความสับสนในการทำงานและการสื่อสารที่ไม่ถูกต้องกับลูกค้า
- B. แผนและนโยบายของบริษัท เป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติจริง เช่น การเจาะกลุ่มลูกค้าระดับสูง, ระดับราคาของบ้านก็อยู่ในระดับที่สูง ในขณะที่คุณภาพงานก็ไม่แตกต่างกับบริษัทอื่นๆ กลายเป็นภาระรับผิดชอบของสถาปนิก

แนวทางแก้ปัญหา

- A. มีการตกลงกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในด้านต่างๆ มีการพูดคุยทำความเข้าใจกับพนักงานทุกฝ่ายมากขึ้น รวมทั้งการจัดประชุมสำนักงานอย่างสม่ำเสมอ

- B. แผนและนโยบายใดที่กำหนดขึ้น เมื่อมีการนำไปใช้งานแล้วมีปัญหาหรือยากแก่การปฏิบัติ ต้องมีการนำเข้าสู่ที่ประชุมเพื่อปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์และปฏิบัติได้จริง

(4) ปัญหาจากเพื่อนร่วมงาน

- A. การทำงานต้องมีการประสานงานกับหลายฝ่าย แต่มักจะไม่ได้มีการประสานงานกันเท่าที่ควร ทำให้การทำงานไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- B. ความไม่เข้าใจในหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้อื่น แต่ละคนมักสนใจเฉพาะหน้าที่รับผิดชอบของตน
- C. ความสนิทสนมระหว่างสถาปนิกมีค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะระหว่างสถาปนิกเก่ากับสถาปนิกใหม่ หรือระหว่างสถาปนิกที่ทำงานอยู่คนละแผนก มักเกิดกับบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ที่มีจำนวนบุคลากรมาก และมีงานหลากหลายหน้าที่รับผิดชอบ

แนวทางแก้ปัญหา

- A. จัดประชุมกลุ่มย่อยของแต่ละโครงการ โดยอาจกำหนดเป็นการประชุมรายเดือนหรือรายสัปดาห์อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เพื่อติดตามความคืบหน้าของงานและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน
- B. ให้ความสำคัญกับการประสานงานของกลุ่ม และทีมงาน เมื่อมีปัญหาสำคัญเกิดขึ้นต้องนำเข้าสู่ที่ประชุมและให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- C. จัดให้มีกิจกรรมที่ทำให้บุคลากรในบริษัทได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น งานกีฬา การสังสรรค์ตามโอกาส จัดให้มีพื้นที่ส่วนกลางที่บุคลากรสามารถพบปะกันหลังเลิกงานหรือเมื่อมีเวลาว่าง เพื่อช่วยในการสร้างความคุ้นเคยระหว่างสถาปนิกและบุคลากรแต่ละฝ่ายให้มากยิ่งขึ้น

(5) ปัญหาเบ็ดเตล็ดอื่นๆ

- A. การขาดแคลนวัสดุก่อสร้าง หรือวัสดุก่อสร้างมีราคาที่สูงขึ้น การทำหน้าที่ควบคุมราคาของสถาปนิกก็ทำได้ยากขึ้น
- B. ปัญหาฝีมือช่างและความรับผิดชอบงานของช่างฝ่ายต่างๆ ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพโดยรวมของงาน บางครั้งช่างมีฝีมือแต่ไม่ตั้งใจหรือไม่เต็มทีกับการทำงาน
- C. ปัญหาการจราจร ส่งผลทั้งการขนส่งวัสดุก่อสร้างไปหน้างานและการเดินทางไปติดต่อลูกค้าของสถาปนิก

แนวทางแก้ปัญหา

- A. จะต้องมีกระบวนการประเมินสถานการณ์ตลาดวัสดุ และมีการเตรียมสำรองวัสดุไว้เพื่อให้เกิดผลกระทบกับโครงการก่อสร้างน้อยที่สุด ในส่วนของภาครัฐต้องมีมาตรการลงโทษผู้ที่มีการกักตุนสินค้า หรือมีการโก่งราคาวัสดุ และหากว่าในท้องตลาดมีการขาดแคลนวัสดุจริงๆ ก็ น่าที่จะมีการนำเข้าวัสดุจากต่างประเทศเข้ามาแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ก่อนที่จะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง
- B. ในฐานะของสถาปนิกโครงการ ควรต้องมีจิตวิทยาในการทำงานกับคนงานและผู้ร่วมงาน ไม่แบ่งชนชั้น หรือสร้างความขุ่นเคืองให้เกิดขึ้นกับทีมผู้ร่วมงาน รับฟังความคิดเห็น ให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือเท่าที่จะสามารถกระทำได้ ทั้งนี้เป็นเพราะสถาปนิกโครงการคือผู้ที่มีความใกล้ชิดและเกี่ยวข้องโดยตรงกับช่างที่ทำงานอยู่ในที่ก่อสร้าง
- C. แม้ว่าปัญหาการจราจรจะเป็นปัญหาระดับมหภาค แต่การวางแผนและการจัดการที่ดี สามารถทำให้ปัญหาการจราจรไม่ส่งผลกระทบต่อโครงการก่อสร้างมากนัก เช่น การวางแผนเตรียมการ เพื่อให้การขนส่งวัสดุไปยังสถานที่ก่อสร้าง มีจำนวนเที่ยวรถน้อยที่สุด การกำหนดเวลาขนส่งวัสดุในช่วงที่การจราจรไม่หนาแน่น การหลีกเลี่ยงเส้นทางที่มีการจราจรคับคั่ง เป็นต้น
- ส่วนการติดต่อประสานงานกับลูกค้า นอกจากการใช้เทคโนโลยีทางด้านโทรคมนาคมแล้ว สถาปนิกอาจนัดลูกค้าพูดคุยที่สถานที่ก่อสร้าง เพราะจะสามารถรับทราบความคืบหน้าของงาน และปัญหาต่างๆด้วยกัน หรือหากสถาปนิกและลูกค้าสามารถตกลงสถานที่ที่เป็นกลางในการที่จะต้องเดินทางมาพบปะกันได้ก็จะเป็นการดียิ่ง

จากการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิก กรณีรูปแบบบ้านชนิดมาตรฐานของบริษัท ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลและสรุปสาเหตุอื่นทำให้สถาปนิกรู้สึกว่ประสบปัญหาและอุปสรรคในการทำงานในบริษัทรับสร้างบ้านได้ ดังนี้

1. สถาปนิกส่วนใหญ่ที่ทำงานอยู่ในบริษัทรับสร้างบ้าน เป็นสถาปนิกเพิ่งจบใหม่ มีประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 5 ปี (ดังแสดงได้ในตารางที่ 6.3) ซึ่งสถาปนิกอาจจะคาดหวังว่าจะสามารถนำความรู้ที่เรียนมาใช้ในการออกแบบอาคารที่มีความหลากหลาย เมื่อไม่ได้อย่างที่คาดหวังไว้จึงเป็นสาเหตุทำให้สถาปนิกไม่มีความสุขกับการทำงานเท่าที่ควร ทั้งนี้ส่วนหนึ่งมาจากการที่สถาปนิกไม่ได้ศึกษาข้อมูลรูปแบบการทำงานในบริษัทรับสร้างบ้านเท่าที่ควรก่อนการสมัครเข้าทำงาน (ดังแสดงในตารางที่ 6.8)
2. เนื่องจากพื้นฐานการศึกษาในสถาบันการศึกษาด้านสถาปัตยกรรม ไม่ได้ส่งเสริมให้สถาปนิกเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านการตลาด จึงกลายเป็นจุดอ่อนของสถาปนิกเมื่อต้องเข้ามาทำงานอยู่ในองค์กรธุรกิจเช่นบริษัทรับสร้างบ้าน การทำงานของสถาปนิกจึงต้องมีความเกี่ยวข้องกับการตลาดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
3. ด้วยพื้นฐานของสถาปนิกส่วนใหญ่ในบริษัทรับสร้างบ้าน เป็นผู้ที่ยังมีประสบการณ์ในการทำงานน้อย ผนวกกับการไม่เข้าใจในรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทรับสร้างบ้าน ทำให้สถาปนิกรู้สึกว่าการที่ต้องรับผิดชอบงานมากกว่า 1 หน้าที่ เป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ ทั้งๆที่ในความเป็นจริงแล้ว สถาปนิกควรทำความเข้าใจว่า ไม่ว่าสถาปนิกจะทำงานในองค์กรหรือหน่วยงานใดก็ตาม สถาปนิกมักต้องมีหน้าที่รับผิดชอบมากกว่า 1 หน้าที่เสมอ