

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกของ ลูกค้า กลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ใน โครงการอาคารชุดพักอาศัย

กุลธิดา แสงนิล

ภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

s_kullathida@yahoo.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การศึกษารวบรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกของลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในโครงการอาคารชุดพักอาศัย และสรุปเป็นข้อเสนอแนะต่อสำนักงานสถาปนิก เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสำนักงานสถาปนิกในการเพิ่มศักยภาพที่จะได้รับงานจากลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในโครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัย ระเบียบวิธีวิจัยใช้การสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือตัวแทนผู้บริหารบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีส่วนในการเลือกสำนักงานสถาปนิกในโครงการอาคารชุดพักอาศัย โดยจำแนกปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 7 หมวด ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสมรรถนะการทำงาน ปัจจัยด้านผลงานและชื่อเสียง ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด และปัจจัยด้านการเงิน

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกของลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในโครงการอาคารชุดพักอาศัยในระดับมากที่สุดประกอบด้วย ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถด้านการออกแบบ ความชำนาญเฉพาะด้านในการออกแบบอาคารประเภทอาคารชุดพักอาศัย ประสบการณ์การทำงานในโครงการประเภทเดียวกัน ความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารชุดพักอาศัย และความรับผิดชอบต่องาน นอกจากนี้ยังพบว่า สวัสดิการออกแบบของสำนักงานสถาปนิก และความพร้อมในการรับงานออกแบบ ณ ช่วงเวลานั้นของสำนักงานสถาปนิกเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกด้วย

ดังนั้น การเพิ่มศักยภาพในการได้รับงานออกแบบอาคารชุดพักอาศัยจากกลุ่มลูกค้าบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ สำนักงานสถาปนิกจำเป็นต้องมีประสบการณ์ในการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยมาก่อน รวมทั้งต้องมีความรู้ความชำนาญด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ ตลอดจนมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และมีความพร้อมที่จะร่วมแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในโครงการเพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมาย

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก สำนักงานสถาปนิก ลูกค้า บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ อาคารชุดพักอาศัย

Factors Affecting the Selection of Architectural Firms by Real Estate Clients in Condominium Projects

Kullathida Sangnin

Department of Architecture, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University

s_kullathida@yahoo.com

ABSTRACT

The main objective of this research is to examine factors contributing to the selection of architectural companies by the real estate clients in condominium projects. Findings are summarized as guidelines for enhancing architectural firms' potentials to win a deal from the real estate development companies. Through surveys and interviews of executive committee in the real estate development companies who are involved in the process of selecting architectural firms to design condominium projects, 7 factors are identified: 1) Organization; 2) Personnel; 3) Task performance; 4) Portfolio and reputation; 5) Relationship; 6) Marketing communication; and 7) Price. The study also reveals that the most important factors affecting the selection of architectural firms by the real estate clients in condominium project are: 1) Good knowledge and design competency; 2) Specialization in condominium projects; 3) Experiences in similar projects; 4) Good knowledge in design legislation and regulations; and 5) Responsibility. The research also finds out that architectural firms' design style and their preparedness are key factors for being selected. Finally, the research points out that it is necessary for the architectural firms which aim to land the deal from the real estate clients in condominium projects to have design experiences in condominium projects, good knowledge and competency in legislation and regulations relevant to the project, good knowledge in real estate business, and good collaboration with the clients.

Keywords: Factors Affecting the Selection, Architectural Firms, Clients, Real Estate, Condominium Projects

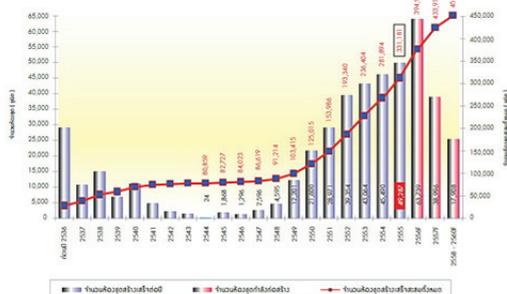
บทนำ

ในการดำเนินงานของสำนักงานสถาปนิก รวมถึงธุรกิจทุกประเภท การหาผู้ว่าจ้างหรือลูกค้าถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด หากไม่มีลูกค้าเข้ามาว่าจ้าง สำนักงานก็ไม่สามารถเปิดดำเนินการต่อไปได้ ทั้งนี้เชื่อว่าสำนักงานสถาปนิกทุกแห่งจะสามารถมีลูกค้าเข้ามาว่าจ้างได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก

ปัจจุบันวิชาชีพสถาปัตยกรรมมีการแข่งขันทางธุรกิจสูงขึ้น อันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ จำนวนผู้ประกอบการวิชาชีพที่เพิ่มมากขึ้น สภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน การแข่งขันจากวิชาชีพข้างเคียง การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้อง และการเปิดเสรีทางวิชาชีพ (วิรัช เตรียมพงศ์พันธุ์, 2541)

ลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากการพัฒนาโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งเป็นโครงการที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 1 อย่างไรก็ตาม ก่อนการตัดสินใจว่าจ้างสำนักงานสถาปนิกในโครงการหนึ่งๆ ลูกค้ากลุ่มนี้จะมีการรวบรวมการตัดสินใจเลือกสำนักงานสถาปนิกอย่างละเอียดรอบคอบ เนื่องจากโครงการอาคารชุดพักอาศัยโดยส่วนใหญ่เป็นโครงการขนาดใหญ่ที่ใช้เงินลงทุนสูงมาก และสำนักงานสถาปนิกมีความสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของโครงการ โดยลูกค้าจะพิจารณาจากปัจจัยหลายประการประกอบกัน เป็นต้นว่าชื่อเสียงของสำนักงานและผู้บริหาร ประสบการณ์ ความเชื่อมั่น ความเอาใจใส่ในงาน และค่าบริการวิชาชีพ (Koren, 2005: 100)

งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารวบรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิก ตลอดจนข้อมูลการใช้บริการสำนักงานสถาปนิก และกระบวนการเลือกสำนักงานสถาปนิกของลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในโครงการอาคารชุดพักอาศัย รวมถึงนำเสนอข้อเสนอแนะต่อสำนักงานสถาปนิก เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสำนักงานสถาปนิกในการเพิ่มศักยภาพที่จะได้รับงานจากลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในโครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัย



ภาพที่ 1: แสดงจำนวนยูนิตห้องชุดตั้งแต่ก่อนปี พ.ศ. 2536 ถึงคาดการณ์ปี พ.ศ. 2560
ที่มา: ฝ่ายวิจัยและพัฒนา บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด, 2556

ระเบียบวิธีวิจัยใช้การสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือตัวแทนผู้บริหารบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีส่วนในการเลือกสำนักงานสถาปนิกในโครงการอาคารชุดพักอาศัย โดยศึกษาเฉพาะบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีการพัฒนาโครงการในรูปแบบของอาคารชุดพักอาศัย และมีโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่อยู่ระหว่างการดำเนินการในช่วงเวลาของการทำวิจัย (ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2555 ถึง 31 มิถุนายน พ.ศ. 2556) ไม่น้อยกว่า 3 โครงการ รวมทั้งมีการจ้างสำนักงานสถาปนิกภายนอกเป็นผู้ออกแบบสถาปัตยกรรมในโครงการอาคารชุดพักอาศัย เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยมีคำถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิดเพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล ในส่วนข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และค่าเฉลี่ย ส่วนของข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นการนำเสนอข้อมูลเชิงบรรยาย

การศึกษารวบรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิก

จากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือตัวแทนผู้บริหารในบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่มีส่วนในการเลือกสำนักงานสถาปนิกในโครงการอาคารชุดพักอาศัยในเบื้องต้น สามารถรวบรวมและจัดหมวดหมู่ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิก ดังแสดงในตารางที่ 1

จากปัจจัยที่รวบรวมได้ในตารางที่ 1 นั้น นำมาประมวลสรุปเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกของลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในโครงการอาคารชุดพักอาศัย เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแบบสัมภาษณ์ต่อไป โดยมีการแจกแจงให้มีความละเอียดและเฉพาะเจาะจงกับลักษณะเฉพาะของโครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลักทั้งหมด 7 หมวด แต่ละหมวดประกอบด้วยปัจจัยย่อยรวมทั้งหมด 38 ปัจจัย ดังนี้

ตารางที่ 1: แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาปนิกจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เบื้องต้น

ปัจจัย	ด้านองค์กร	ด้านบุคลากร	ด้านสมรรถนะการทำงาน	ด้านผลงาน/ชื่อเสียง	ด้านความสัมพันธ์	ด้านการสื่อสารการตลาด	ด้านการเงิน
- Koren (2005)			- ความเอาใจใส่ในงาน - คำมั่นสัญญา - การรับฟังและสนองความต้องการ - ความสามารถในการร่วมงานกับเจ้าของ - การยอมรับแบบ	- ผลงาน - ชื่อเสียงของสำนักงาน - ประสบการณ์ - ความน่าเชื่อถือ เคยได้ยินชื่อของสำนักงานมาก่อน	- การรับรองจากบุคคลอื่น - ความสัมพันธ์ส่วนตัว		- ค่าบริการวิชาชีพ
- Emmitt (2007)	- ประวัติสำนักงาน - สถานะทางการเงินของสำนักงาน - นโยบายด้านสุขภาพและความปลอดภัย - การประกันภัยวิชาชีพ	- คุณสมบัติของบุคลากร	- ทักษะในการสื่อสาร - กระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ - ระบบการบริหารคุณภาพ	- ผลงาน - ประสบการณ์	- รายชื่อลูกค้าในอดีตและปัจจุบัน		
- Franklin (2000)	- ความมั่นคงทางการเงิน	- จำนวนของทีมงานในโครงการ	- ความสามารถในการออกแบบอาคารประเภทเดียวกัน - ความสามารถในการออกแบบอาคารประเภทอื่น - การบริการที่ดี - ความสามารถด้านเทคนิค	- ชื่อเสียงที่ดีเพียงพอสำหรับลูกค้าหรือโครงการ	- ประสบการณ์ที่ดีกับสถาปนิก - ความถูกต้อง - การแนะนำบอกต่อในทางที่ดี		- ค่าบริการวิชาชีพและงวดการจ่ายเงิน
			- การรับประกันความรวดเร็วในการทำงาน - ความคุ้นเคยกับทำเลที่ตั้งของโครงการ - การคิดนวัตกรรมใหม่ๆ				
- How to Select the Right Project Architect (online)			- ความแม่นยำในการประเมินราคา - ความชำนาญในพื้นที่ - ความสามารถในการร่วมงานกับเจ้าของ - การยอมรับข้อเสนอเปลี่ยนแปลงระหว่างการออกแบบ - การทำงานภายใต้งบประมาณ - ความรู้ในด้านกฎหมายการก่อสร้างในท้องถิ่น - ความรู้เชิงเทคนิคการก่อสร้าง - ความกระตือรือร้น	- มีประสบการณ์ในโครงการที่คล้ายกัน - คุณภาพผลงานออกแบบในอดีต	- การอ้างอิง		
- Architect-Engineer Services (Online)			- ความสามารถทางวิชาชีพที่ตอบรับกับงาน - ความรู้เชิงเทคนิคที่เหมาะสมกับงาน	- ผลงานในอดีต			

ตารางที่ 1: แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาปนิกจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เบื้องต้น (ต่อ)

ปัจจัย	ด้านองค์กร	ด้านบุคลากร	ด้านสรรมณณะการทำงาน	ด้านผลงาน/ชื่อเสียง	ด้านความสัมพันธ์	ด้านการสื่อสารการตลาด	ด้านการเงิน
— Sharp — (1991)		— สถาปนิกผู้รับผิดชอบงาน	— ความรู้เกี่ยวกับที่ตั้งโครงการ — ความคิดสร้างสรรค์ — การบริหารจัดการ				
— Demkin — (2001)	— ความสัมพันธ์ของที่ตั้งระหว่างลูกค้าสำนักงาน และที่ตั้งโครงการ	— บุคลากรของสำนักงาน		— ผลงาน		— การส่งเสริมการตลาด	— ค่าบริการวิชาชีพ
— Yean Yng Ling — (2003)			— ความสามารถในการทำงาน — ความรู้ในวิชาชีพ — ประสิทธิภาพในงาน — การตอบสนองต่อลูกค้า — ความคิดริเริ่ม — ความสามารถในการควบคุม — ทักษะทางด้านสังคม — การผูกมัด — ความเป็นผู้นำ	— ประสบการณ์ — ชื่อเสียง	— ความสัมพันธ์ปัจจุบันกับลูกค้า — ความสัมพันธ์ในอดีตกับลูกค้า		— ค่าบริการวิชาชีพต่ำ
— สมฤทัย เล็กศรีสกุล — (สัมภาษณ์, 2555)	— คุณลักษณะของสำนักงาน — คุณสมบัติของสำนักงาน	— ผู้บริหารสำนักงาน — บุคลากรผู้รับผิดชอบงาน	— ความรู้ความสามารถในการทำงาน — ความรู้ความสามารถด้านเทคนิค	— ประสบการณ์ในโครงการประเภทเดียวกัน — คุณภาพของผลงานในอดีต	— การบอกต่อของบุคคลอื่น — ความสัมพันธ์ที่ดี — เคยร่วมงานกันมาก่อน	— สื่อประชาสัมพันธ์	— อัตราค่าบริการวิชาชีพ
			— ความรู้ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (กฎหมาย การตลาด การเงิน) — ความคิดสร้างสรรค์ — การบริการ — การบริหารจัดการ — ความสามารถในการทำงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ — ความเอาใจใส่ในงาน — การยอมรับ — เปลี่ยนแปลงแบบ	— ชื่อเสียงที่ดี — ความรับผิดชอบ — ความน่าเชื่อถือ	— วัฒนธรรมในการทำงาน/ระบบการทำงานที่สอดคล้องกัน — เครือข่าย/พันธมิตรของสำนักงาน		
— กุลธิดา — (2547)			— คุณภาพและมาตรฐานการทำงาน — ความชำนาญเฉพาะด้าน — การบริการที่ดี — การบริการที่ครบวงจร — การบริหารจัดการโครงการที่ดี	— ชื่อเสียง/ความเชื่อมั่นในสำนักงาน — ความเชื่อมั่นในตัวสถาปนิก/ผู้บริหารสำนักงาน — ผลงานที่ผ่านมา	— ความรู้จัก/ชอบพอส่วนตัว		

1) ปัจจัยด้านองค์กร

ได้แก่ 1.1) วิสัยทัศน์หรือปรัชญาของสำนักงานสถาปนิก 1.2) รูปแบบการจัดตั้งสำนักงานสถาปนิก 1.3) จำนวนปีที่ก่อตั้งสำนักงานสถาปนิก 1.4) ขนาดสำนักงานสถาปนิก 1.5) ขอบเขตการให้บริการของสำนักงานสถาปนิก 1.6) ความมั่นคงทางการเงินของสำนักงานสถาปนิก 1.7) ท่าเลที่ตั้งสำนักงานสถาปนิก

2) ปัจจัยด้านบุคลากร

ได้แก่ 2.1) ผู้บริหารสำนักงานสถาปนิก 2.2) ทีมงานออกแบบ

3) ปัจจัยด้านการทำงาน

ได้แก่ 3.1) ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถด้านการออกแบบ 3.2) ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถด้านเทคนิคการก่อสร้าง 3.3) ความชำนาญเฉพาะด้านในการออกแบบอาคารประเภทอาคารชุดพักอาศัย 3.4) ความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ 3.5) ความรู้ด้านธุรกิจและการตลาด 3.6) ความคิดสร้างสรรค์ 3.7) การบริการ 3.8) ความสามารถในการควบคุมเวลาและงบประมาณ 3.9) กระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ 3.10) ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้ว่าจ้างและฝ่ายต่างๆ 3.11) ความกระตือรือร้นเอาใจใส่ในงาน 3.12) ความยืดหยุ่นและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4) ปัจจัยด้านผลงานและชื่อเสียง

ได้แก่ 4.1) ประสบการณ์การทำงานในโครงการประเภทเดียวกัน 4.2) ผลงานในอดีต 4.3) ความรับผิดชอบต่องานและผลงาน 4.4) ความน่าเชื่อถือ 4.5) ชื่อเสียง

5) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์

ได้แก่ 5.1) การบอกต่อของบุคคลที่เคยร่วมงานกับสำนักงานสถาปนิก 5.2) ความสัมพันธ์อันดีกับสำนักงานสถาปนิก 5.3) การที่เคยร่วมงานกับสำนักงานสถาปนิกมาก่อน 5.4) ความถูกต้อง

5.5) วัฒนธรรมในการทำงานของสำนักงานสถาปนิก 5.6) เครือข่ายหรือพันธมิตรทางธุรกิจของสำนักงานสถาปนิก 5.7) กลุ่มลูกค้าของสำนักงานสถาปนิก

6) ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด

ได้แก่ 6.1) เอกสารเสนอโครงการ 6.2) การนำเสนอ 6.3) สื่อประชาสัมพันธ์

7) ปัจจัยด้านการเงิน

ได้แก่ 7.1) อัตราค่าบริการวิชาชีพ 7.2) งวดการจ่ายค่าบริการวิชาชีพ

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้สามารถเข้าถึงข้อมูลและเก็บข้อมูลจากบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างได้ทั้งสิ้นจำนวน 15 แห่ง จากบริษัทกลุ่มตัวอย่างที่เข้าเกณฑ์ทั้งสิ้นจำนวน 20 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยผู้ให้สัมภาษณ์ในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่ ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการฝ่าย หรือผู้ช่วยผู้อำนวยการ/ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย ซึ่งทำหน้าที่บริหารงานในฝ่ายต่างๆ ได้แก่ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฝ่ายพัฒนาทรัพย์สิน ฝ่ายก่อสร้าง และฝ่ายปฏิบัติการส่วนกลาง ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ในงานวิจัยนี้ทุกท่าน เป็นผู้บริหารที่มีส่วนในการพิจารณาเลือกสำนักงานสถาปนิกในโครงการอาคารชุดพักอาศัยโดยตรง ดังนั้นจึงสามารถตอบคำถามและให้ข้อมูลเชิงลึกได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ และมีความน่าเชื่อถือของข้อมูล จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ สามารถสรุปผลการวิจัยในประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. การใช้บริการสำนักงานสถาปนิก

1.1 การใช้สถาปนิก

บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ว่าจ้างสำนักงานสถาปนิกภายนอกเป็นผู้ออกแบบสถาปัตยกรรมตั้งแต่เริ่มต้นจนจบโครงการ เนื่องจาก

บริษัทต้องการประสบการณ์ ความชำนาญ ชื่อเสียง และแนวคิดที่แปลกใหม่ของสำนักงานสถาปนิกภายนอก ส่วนสถาปนิกภายในบริษัทจะเป็นผู้สนับสนุนข้อมูลที่เป็นต่อการออกแบบ ประสานงานระหว่างสำนักงานสถาปนิกกับฝ่ายต่างๆ และเป็นผู้ตรวจทานแบบของสำนักงานสถาปนิกที่ถูกต้องว่าจ้าง อย่างไรก็ตาม พบว่ามีบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จำนวน 2 แห่ง ใช้สถาปนิกภายในบริษัทเป็นผู้ออกแบบสถาปัตยกรรมโครงการอาคารชุดพักอาศัยด้วยในบางกรณี โดยบริษัทแห่งแรกใช้สถาปนิกภายในบริษัทร่วมกับสำนักงานสถาปนิกภายนอกออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีระดับราคาขายต่ำกว่า 2 ล้านบาท ส่วนโครงการอื่นๆ นอกเหนือจากนี้ บริษัทแห่งนี้จะใช้สำนักงานสถาปนิกภายนอกเป็นผู้ออกแบบตามปกติ โดยสถาปนิกภายในบริษัทจะเป็นผู้ออกแบบร่างแนวคิดและวางผังอาคาร ส่วนสำนักงานสถาปนิกภายนอกจะเป็นผู้ออกแบบรายละเอียด และจัดทำแบบเพื่อการก่อสร้างและขออนุญาต ส่วนบริษัทอีกแห่งหนึ่งใช้สถาปนิกภายในบริษัทเป็นผู้ออกแบบสถาปัตยกรรมในโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีระดับราคาขายต่ำกว่า 1 ล้านบาทและมีความสูงไม่เกิน 4 ชั้น โดยรับผิดชอบในทุกขั้นตอน ส่วนโครงการอื่นๆ นอกเหนือจากนี้บริษัทแห่งนี้จะใช้สำนักงานสถาปนิกภายนอกเป็นผู้ออกแบบตามปกติ ทั้งนี้ เนื่องจากอาคารชุดพักอาศัยที่มีระดับราคาขายต่ำนั้น การวางผังห้องส่วนใหญ่เป็นแบบมาตรฐานของบริษัท และการออกแบบจะมุ่งเน้นประสิทธิภาพของพื้นที่ขายสูงสุดมากกว่ามุ่งเน้นแนวคิดในการออกแบบที่แปลกใหม่ สถาปนิกภายในบริษัทส่วนใหญ่จึงมีความชำนาญและออกแบบได้ตรงตามความต้องการมากกว่าสำนักงานสถาปนิกภายนอก

1.2 ลักษณะการเลือกใช้บริการสำนักงานสถาปนิกภายนอกบริษัท

ลักษณะการเลือกใช้บริการสำนักงานสถาปนิกภายนอกบริษัทในการออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่พบจากการวิจัย สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การใช้สำนักงานสถาปนิกรายเดิมประจำ การใช้สำนักงานสถาปนิกรายเดิมเป็นส่วนใหญ่และใช้สำนักงานสถาปนิกรายใหม่บางโอกาส และการใช้สำนักงานสถาปนิกรายใหม่เป็นส่วนใหญ่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) **การใช้สำนักงานสถาปนิกรายเดิมประจำ**
บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 แห่ง มีสำนักงานสถาปนิกที่ใช้บริการในการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยอยู่เป็นประจำประมาณ 1-3 แห่ง โดยบริษัทกลุ่มนี้จะไม่ใช้บริการสำนักงานสถาปนิกรายใหม่หากไม่มีความจำเป็น เนื่องจากสำนักงานสถาปนิกที่เคยทำงานร่วมกันอยู่เป็นประจำจะมีความเข้าใจในเป้าหมายและความต้องการของบริษัทมากกว่า สามารถลดขั้นตอนการสื่อสารข้อมูลบางอย่างได้ ส่งผลให้สามารถออกแบบได้ตรงตามความต้องการของบริษัท และเกิดความเร็วในการดำเนินงานสูง
- 2) **การใช้สำนักงานสถาปนิกรายเดิมเป็นส่วนใหญ่และใช้สำนักงานสถาปนิกรายใหม่บางโอกาส**
บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้ซึ่งมีจำนวน 10 แห่ง ใช้บริการสำนักงานสถาปนิกรายเดิมเป็นผู้ออกแบบอาคารชุดพักอาศัย และใช้สำนักงานสถาปนิกรายใหม่บ้างในกรณีที่สำนักงานสถาปนิกรายเดิมที่ใช้อยู่เป็นประจำไม่สามารถรับงานเพิ่มได้ หรือในกรณีที่บริษัทต้องการรูปแบบหรือแนวคิดในการออกแบบที่แปลกใหม่หรือแตกต่างจากโครงการเดิมๆ รวมทั้งกรณีที่ต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
- 3) **การใช้สำนักงานสถาปนิกรายใหม่เป็นส่วนใหญ่**
บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 แห่ง ซึ่งเป็นส่วนน้อยในงานวิจัยนี้ ใช้บริการสำนักงานสถาปนิกรายใหม่เกือบทุกครั้งเมื่อมีการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัย เนื่องจากบริษัทต้องการให้โครงการอาคารชุดพักอาศัยของบริษัทแต่ละโครงการมีเอกลักษณ์และความเฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป

2. กระบวนการเลือกสำนักงานสถาปนิก

2.1 วิธีการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิก

วิธีการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิกในการออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยของบริษัทพัฒนาอสังหา

บริษัทในกลุ่มตัวอย่าง สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 วิธี ได้แก่ การเจาะจงเลือก การเปรียบเทียบคุณสมบัติ และการประกวดแบบแนวคิด ซึ่งวิธีการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิกโดยการเจาะจงเลือก เป็นวิธีการที่บริษัทอสังหาริมทรัพย์ใช้มากที่สุด แต่ทั้งนี้ในแต่ละบริษัทก็จะไม่ได้ใช้วิธีการคัดเลือกวิธีการเดียวในทุกกรณี แต่มักใช้วิธีการคัดเลือกตั้งแต่ 2 วิธีขึ้นไปแล้วแต่กรณี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) การเจาะจงเลือก

บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ซึ่งมีจำนวน 14 แห่ง ใช้วิธีการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิก โดยการเจาะจงเลือกสำนักงานที่มีคุณสมบัติตรงตามที่บริษัทต้องการ โดยไม่ต้องเปรียบเทียบคุณสมบัติ หรือประกวดแบบกับสำนักงานแห่งอื่น โดยมากพบในกรณีของการเลือกสำนักงานสถาปนิกที่เคยร่วมงานกันมาก่อน เนื่องจากบริษัททราบประวัติและผลงานของสำนักงานแห่งนั้นดีอยู่แล้ว

2) การเปรียบเทียบคุณสมบัติ

บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 แห่ง ใช้วิธีการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิกโดยเปรียบเทียบคุณสมบัติ โดยจะพิจารณาจากเอกสารแสดงคุณสมบัติ เอกสารแสดงผลงาน และเอกสารเสนอโครงสร้างของสำนักงานสถาปนิก โดยมากใช้ในกรณีของการเลือกสำนักงานสถาปนิกที่ไม่เคยร่วมงานกันมาก่อน

3) การประกวดแบบแนวคิด

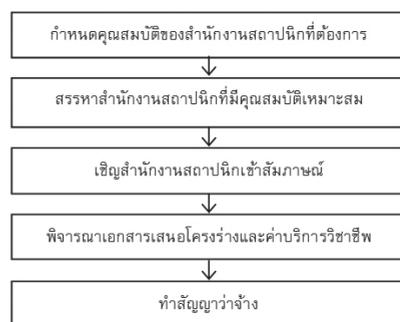
บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 แห่ง ใช้วิธีการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิกโดยเชิญสำนักงานสถาปนิกเข้าร่วมประกวดแบบร่างแนวคิด และประเมินผลการคัดเลือกจากแบบร่างแนวคิดควบคู่กับคุณสมบัติของสำนักงาน โดยส่วนใหญ่ใช้ในกรณีของการเลือกสำนักงานสถาปนิกในกรณีของโครงการที่มีความพิเศษ มีความเฉพาะตัวสูง หรือต้องการแนวคิดที่แปลกใหม่ หรือมีเวลาเพียงพอสำหรับการออกแบบและการประเมินช่วงแบบร่างแนวความคิด

2.2 ขั้นตอนการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิก

ขั้นตอนการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิกในโครงการอาคารชุดพักอาศัย ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ สามารถสรุปโดยการจำแนกตามวิธีการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิกทั้ง 3 กรณีได้ ดังนี้

1) กรณีเลือกสำนักงานสถาปนิกโดยวิธีเจาะจงเลือก

ขั้นตอนการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิกในกรณีของการเลือกโดยวิธีเจาะจงเลือก สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2 โดยบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จะกำหนดคุณสมบัติของสำนักงานสถาปนิกที่ต้องการ จากนั้นจะสรรหาสำนักงานสถาปนิกที่มีคุณสมบัติเหมาะสม โดยอาจสอบถามจากบุคคลอ้างอิง หรือค้นหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ หรือประเมินจากประสบการณ์ที่เคยทำงานร่วมกันในอดีต เมื่อพิจารณาแล้วว่าสำนักงานสถาปนิกมีคุณสมบัติต่างๆ ตามที่ต้องการ จะทำการนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์พูดคุยรายละเอียดการทำงาน พร้อมทั้งพิจารณาเอกสารเสนอโครงสร้างรวมทั้งค่าบริการวิชาชีพ จากนั้นจะดำเนินการทำสัญญาว่าจ้างต่อไป

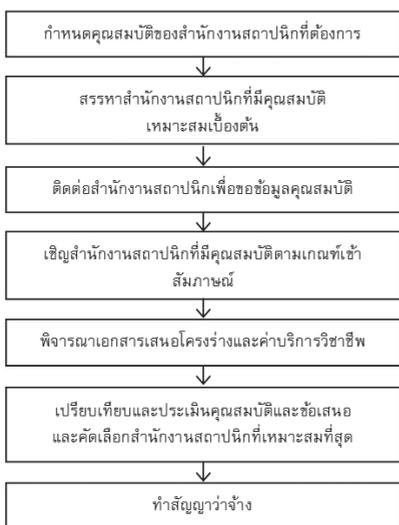


ภาพที่ 2: แผนภาพแสดงขั้นตอนการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิก กรณีเลือกสำนักงานสถาปนิกโดยวิธีเจาะจงเลือก

2) กรณีเลือกสำนักงานสถาปนิกโดยวิธีเปรียบเทียบคุณสมบัติ

ขั้นตอนการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิกในกรณีของการเลือกโดยวิธีเปรียบเทียบคุณสมบัติสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 3 โดยเริ่มจากบริษัทจะกำหนดคุณสมบัติของสำนักงานสถาปนิกที่ต้องการ จากนั้น

จึงสรรหาสำนักงานสถาปนิกที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในเบื้องต้น และขอข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสำนักงานสถาปนิกเพิ่มเติม และเชิญสำนักงานสถาปนิกที่มีคุณสมบัติครบถ้วนเข้าสัมภาษณ์ พร้อมทั้งพิจารณาเอกสารเสนอโครงการและค่าบริการวิชาชีพของสำนักงานแต่ละแห่ง จากนั้นคัดเลือกสำนักงานสถาปนิกที่เหมาะสมที่สุดจากการเปรียบเทียบและประเมินคุณสมบัติ รวมทั้งเอกสารเสนอโครงการและค่าบริการวิชาชีพ และดำเนินการทำสัญญาว่าจ้าง

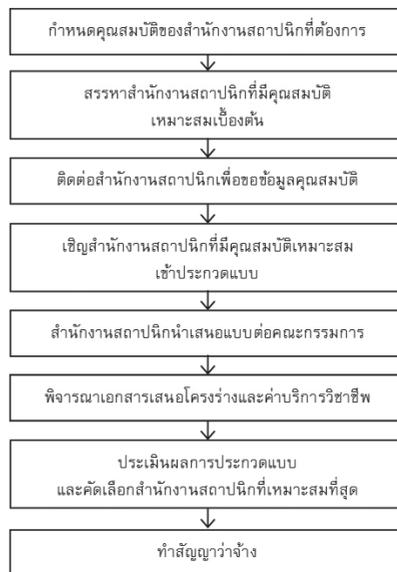


ภาพที่ 3: แผนภาพแสดงขั้นตอนการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิก กรณีเลือกสำนักงานสถาปนิกโดยวิธีเปรียบเทียบคุณสมบัติ

3) กรณีเลือกสำนักงานสถาปนิกโดยวิธีประกวดแบบแนวคิด

ขั้นตอนการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิกในกรณีของการเลือกโดยวิธีประกวดแบบแนวคิดแสดงได้ดังภาพที่ 4 โดยบริษัทจะกำหนดคุณสมบัติของสำนักงานสถาปนิกที่ต้องการ จากนั้นจึงสรรหาสำนักงานสถาปนิกที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในเบื้องต้น และขอข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสำนักงานสถาปนิกเพิ่มเติม และเชิญสำนักงานสถาปนิกที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าร่วมประกวดแบบแนวคิด โดยให้โจทย์เรื่องที่ดินและความต้องการต่างๆ และ

นัดหมายให้สำนักงานสถาปนิกเข้ามานำเสนอแบบแนวคิด โดยใช้เวลาสำนักงานสถาปนิกทำแบบแนวคิดประมาณ 2-3 สัปดาห์ พร้อมทั้งพิจารณาเอกสารเสนอโครงการและค่าบริการวิชาชีพ จากนั้นคัดเลือกสำนักงานสถาปนิกที่เหมาะสมที่สุดจากการประเมินผลการประกวดแบบแนวคิด รวมถึงเอกสารเสนอโครงการและค่าบริการวิชาชีพ และดำเนินการทำสัญญาว่าจ้างตามขั้นตอนปกติ



ภาพที่ 4: แผนภาพแสดงขั้นตอนการคัดเลือกสำนักงานสถาปนิก กรณีเลือกสำนักงานสถาปนิกโดยวิธีประกวดแบบแนวคิด

2.3 สื่อที่ทำให้บริษัทได้รู้จักหรือได้รับข้อมูลเบื้องต้นของสำนักงานสถาปนิก

โดยส่วนใหญ่บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างได้รู้จักหรือได้รับข้อมูลของสำนักงานสถาปนิกที่สนใจว่าจ้างจากผลงานจริงที่สร้างเสร็จแล้วหรือกำลังก่อสร้าง ลำดับรองลงมา คือ จากการแนะนำบอกต่อของลูกค้าที่เคยใช้บริการหรือจากบุคคลในวงการก่อสร้าง นอกจากนี้ยังพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ของสำนักงาน เว็บไซต์สำนักงาน นิตยสาร นิตรรศการ หนังสือพิมพ์ และงานประกวดแบบก็เป็นสื่อที่ทำให้บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ได้รู้จักหรือได้รับข้อมูลเบื้องต้นของสำนักงานสถาปนิกด้วย

2.4 ผู้มีหน้าที่ในการเลือกสำนักงานสถาปนิก

ผู้ที่มีหน้าที่ในการเลือกสำนักงานสถาปนิกเพื่อเป็นผู้ออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยในบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นั้น คือคณะกรรมการหรือทีมที่ได้รับการแต่งตั้งหรือได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่พิจารณาเลือกสำนักงานสถาปนิกโดยเฉพาะ ซึ่งโดยส่วนมากมักประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญกรรมการผู้จัดการบริษัท ผู้อำนวยการฝ่ายต่างๆ หรือผู้จัดการโครงการลำดับรองลงมาได้แก่ ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้จัดการโครงการ และคณะกรรมการบริหารตามลำดับ อย่างไรก็ตามในบริษัททุกแห่ง กรรมการผู้จัดการบริษัทจะเป็นผู้พิจารณาและมีอำนาจในการตัดสินใจในขั้นสุดท้ายเสมอ

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิก

การเก็บข้อมูลในส่วนนี้จะเก็บข้อมูลทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน ทั้งในแง่ของระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกสำนักงานสถาปนิก และความคิดเห็นเชิงลึกของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณใช้คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า จะใช้เกณฑ์เทียบระดับคะแนน โดยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนตามวิธีของ Linkert Scale ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย โดยแบ่งเป็นช่วงเท่าๆ กัน ระดับค่าเฉลี่ยของคะแนนช่วงต่างๆ แปลผลดังนี้

ถ้าระดับเฉลี่ยของค่าคะแนนอยู่ในช่วง	4.21 - 5.00
สรุปว่า	มีผลมากที่สุด
ถ้าระดับเฉลี่ยของค่าคะแนนอยู่ในช่วง	3.41 - 4.20
สรุปว่า	มีผลมาก
ถ้าระดับเฉลี่ยของค่าคะแนนอยู่ในช่วง	2.61 - 3.40
สรุปว่า	มีผลปานกลาง
ถ้าระดับเฉลี่ยของค่าคะแนนอยู่ในช่วง	1.81 - 2.60
สรุปว่า	มีผลน้อย

ถ้าระดับเฉลี่ยของค่าคะแนนอยู่ในช่วง 1.00 - 1.80 สรุปว่า มีผลน้อยที่สุด

ผลการวิจัยตามที่แสดงในตารางที่ 2 พบว่าในปัจจัยทั้ง 7 หมวดนั้น ปัจจัยด้านสมรรถนะการทำงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกมากที่สุด อันดับรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านผลงานและชื่อเสียง ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด ปัจจัยด้านการเงิน และปัจจัยด้านองค์กรตามลำดับ โดยสาเหตุที่ผู้บริหารบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสมรรถนะการทำงานมากที่สุด เนื่องจากเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานของสำนักงานสถาปนิกโดยตรง ปัจจัยด้านผลงานและชื่อเสียงเป็นปัจจัยที่ผู้บริหารให้ความสำคัญมากในอันดับรองลงมาเนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในสำนักงานสถาปนิก ส่วนปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเนื่องจากสำนักงานสถาปนิกเป็นองค์กรวิชาชีพ ซึ่งลูกค้าจึงให้ความสำคัญกับตัวสถาปนิกผู้ปฏิบัติวิชาชีพมากกว่าตัวองค์กร ในทางกลับกันจึงส่งผลให้ปัจจัยด้านองค์กรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในอันดับน้อยที่สุด ส่วนปัจจัยด้านความสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่ช่วยเอื้อให้การทำงานและการประสานงานในโครงการเป็นไปอย่างราบรื่นและสำเร็จได้ด้วยดี ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดเป็นปัจจัยที่ทำให้บริษัทได้เห็นถึงผลงานและความสามารถของสำนักงานสถาปนิก ส่วนปัจจัยด้านการเงินเป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อค่าใช้จ่ายโครงการ

เมื่อพิจารณาถึงค่าคะแนนของแต่ละปัจจัย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถด้านการออกแบบ ความชำนาญเฉพาะด้านในการออกแบบอาคารอาคารชุดพักอาศัย ความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารชุดพักอาศัย ประสบการณ์การทำงานในโครงการประเภทเดียวกัน และความรับผิดชอบต่องานหรือผลงาน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกในระดับมาก

ได้แก่ ผู้บริหารหรือเจ้าของสำนักงาน ที่มงานออกแบบ ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถด้านเทคนิค ความรู้ด้านธุรกิจและการตลาด ความคิดสร้างสรรค์ การบริการ ความสามารถในการควบคุมเวลาและงบประมาณ กระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้ว่าจ้างและฝ่ายต่างๆ ความกระตือรือร้นเอาใจใส่ในงาน ความยืดหยุ่นและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผลงานในอดีต ความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของสำนักงาน ความสัมพันธ์อันดีของผู้ว่าจ้างกับสำนักงานสถาปนิก การที่เคยร่วมงานกับสำนักงานสถาปนิกมาก่อน และอัตราค่าบริการวิชาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกในระดับปานกลาง ได้แก่ วิสัยทัศน์หรือปรัชญาของสำนักงาน ลักษณะสำนักงาน จำนวนปีที่ก่อตั้ง ขนาดสำนักงาน ขอบเขตการให้บริการของสำนักงาน กลุ่มลูกค้าของสำนักงาน การบอกต่อของบุคคลอ้างอิงหรือลูกค้าที่เคยใช้บริการ ความถูกชะตา วัฒนธรรมในการทำงานที่สอดคล้องกัน เอกสารเสนอโครงการ และการนำเสนอ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกในระดับน้อย ได้แก่ ความมั่นคงทางด้านการเงินของสำนักงาน เครือข่ายทางสังคมของสถาปนิกหรือพันธมิตรทางธุรกิจของสำนักงานสถาปนิก สื่อประชาสัมพันธ์ และงวดการจ่ายค่าบริการวิชาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสำนักงาน

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกที่พบเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์อีก 2 ปัจจัย ได้แก่ สไลด์การออกแบบของสำนักงานสถาปนิก และความพร้อมของสำนักงานสถาปนิกในการรับงาน ณ ช่วงเวลานั้น โดยสไลด์การออกแบบของสำนักงานสถาปนิก เป็นปัจจัยสำคัญที่บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ใช้พิจารณาเลือกสำนักงานสถาปนิก เนื่องจากสไลด์การออกแบบเป็นสิ่งที่ เป็นเอกลักษณ์ของสำนักงานสถาปนิก แต่ละแห่ง บริษัทจึงต้องเลือกสำนักงานสถาปนิกที่มีสไลด์ตรงตามความต้องการเฉพาะของโครงการนั้นๆ หรือ

สอดคล้องกับสไลด์งานของบริษัท ส่วนความพร้อมในการรับงาน ณ ช่วงเวลานั้น เป็นปัจจัยสำคัญเนื่องจาก บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต้องการสำนักงานสถาปนิกที่สามารถให้เวลากับการทำงานอย่างเต็มที่ และสามารถทำงานออกแบบให้แล้วเสร็จในระยะเวลาที่กำหนดได้ ซึ่งสำนักงานสถาปนิกที่มีชื่อเสียงหลายแห่งมักจะม้งานเต็มตลอดเวลา โดยจะต้องพิจารณาถึงจำนวนโครงการที่สำนักงานกำลังดำเนินการอยู่ จำนวนบุคลากร และการใช้เวลาของสำนักงานสถาปนิก เพื่อประเมินถึงความพร้อมในการรับงานออกแบบ ณ ช่วงเวลานั้นของสำนักงานสถาปนิก ดังแสดงในตารางที่ 2

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในกระบวนการพัฒนาโครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัยนั้น สำนักงานสถาปนิกผู้ออกแบบโครงการมีส่วนเป็นอย่างมากต่อความสำเร็จของโครงการ ดังนั้น ในการพิจารณาเลือกสำนักงานสถาปนิกเพื่อเป็นผู้ออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยนั้น ผู้ว่าจ้างหรือเจ้าของโครงการจะพิจารณาและตัดสินใจอย่างละเอียดรอบคอบ โดยประเมินจากปัจจัยหลายๆ ปัจจัยประกอบกัน ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสมรรถนะการทำงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกมากที่สุด อันดับรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านผลงานและชื่อเสียง ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด ปัจจัยด้านการเงิน และปัจจัยด้านองค์กรตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยนี้ ไม่ใช่เพียงแค่การศึกษาและการสรุปปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกของลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในโครงการอาคารชุดพักอาศัยเท่านั้น หากแต่มุ่งหวังให้ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อสำนักงานสถาปนิก สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาสำนักงานสถาปนิกเพื่อเพิ่มศักยภาพในการรับงานออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยจากลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยมีข้อเสนอแนะต่อสำนักงานสถาปนิกในด้านต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 2: แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิก

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิก		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน
1	ปัจจัยด้านองค์กร	2.70	
1.1	วิสัยทัศน์/ ปรัชญาของสำนักงานสถาปนิก	2.87	1.06
1.2	รูปแบบการจัดตั้งสำนักงานสถาปนิก	3.27	1.16
1.3	จำนวนปีที่ก่อตั้งสำนักงานสถาปนิก	2.80	1.01
1.4	ขนาดสำนักงานสถาปนิก	2.73	0.96
1.7	ขอบเขตการให้บริการของสำนักงาน สถาปนิก	3.20	0.86
1.8	ความมั่นคงทางการเงินของสำนักงานสถาปนิก	2.53	1.06
1.9	ทำเลที่ตั้งสำนักงานสถาปนิก	1.47	0.83
2	ปัจจัยด้านบุคลากร	3.93	
2.1	ผู้บริหารสำนักงานสถาปนิก	4.13	0.92
2.2	ทีมงานออกแบบ	3.73	0.70
3	ปัจจัยด้านสมรรถนะการทำงาน	4.15	
3.1	ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถด้านการออกแบบ	4.93	0.26
3.2	ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถด้านเทคนิคการก่อสร้าง	4.20	0.68
3.3	ความชำนาญเฉพาะด้านในการออกแบบอาคารประเภทอาคารชุดพักอาศัย	4.33	0.82
3.4	ความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ	4.27	0.59
3.5	ความรู้ด้านธุรกิจและการตลาด	3.73	0.70
3.6	ความคิดสร้างสรรค์	4.20	0.41
3.7	การบริการ	4.07	0.59
3.8	ความสามารถในการควบคุมเวลาและงบประมาณ	4.07	0.70
3.9	กระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ	3.93	0.59
3.10	ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้ว่าจ้างและฝ่ายต่างๆ	3.93	0.70
3.11	ความกระตือรือร้นเอาใจใส่ในงาน	3.93	0.80
3.12	ความยืดหยุ่นและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.20	0.56
4	ปัจจัยด้านผลงานและชื่อเสียง	4.09	
4.1	ประสบการณ์การทำงานในโครงการประเภทเดียวกัน	4.40	0.63
4.2	ผลงานในอดีต	4.07	0.26
4.3	ความรับผิดชอบต่องานและผลงาน	4.27	0.70
4.4	ความน่าเชื่อถือ	4.07	0.80
4.5	ชื่อเสียง	3.67	0.82
5	ปัจจัยด้านความสัมพันธ์	3.36	
5.1	การบอกต่อของบุคคลที่เคยร่วมงานกับสำนักงานสถาปนิก	3.40	0.51
5.2	ความสัมพันธ์อันดีกับสำนักงานสถาปนิก	4.00	0.53
5.3	การที่เคยร่วมงานกับสำนักงานสถาปนิกมาก่อน	4.00	0.53
5.4	ความถูกต้อง	3.13	1.06
5.5	วัฒนธรรมในการทำงานของสำนักงานสถาปนิก	3.00	1.00
5.6	เครือข่าย/ พันธมิตรทางธุรกิจของสำนักงานสถาปนิก	2.60	0.99
5.7	กลุ่มลูกค้าของสำนักงานสถาปนิก	3.40	0.83
6	ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด	3.22	
6.1	เอกสารเสนอโครงการ	3.13	0.92
6.2	การนำเสนองาน	3.93	0.88
6.3	สื่อประชาสัมพันธ์	2.60	0.91
7	ปัจจัยด้านการเงิน	3.00	
7.1	อัตราค่าบริการวิชาชีพ	3.80	0.56
7.2	งวดการจ่ายค่าบริการวิชาชีพ	2.20	0.77

1) ข้อเสนอแนะด้านองค์กร

ถึงแม้ว่าปัจจัยด้านองค์กรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกไม่มากนัก เนื่องจากสำนักงานสถาปนิกเป็นองค์กรวิชาชีพ ซึ่งลูกค้าจะให้ความสำคัญกับสถาปนิกมากกว่าองค์กร แต่ทั้งนี้ปัจจัยด้านองค์กรก็เป็นปัจจัยส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของสำนักงานสถาปนิก และมีผลต่อการพิจารณาเลือกสำนักงานสถาปนิก ซึ่งหากสำนักงานสถาปนิกต้องการรับจากจากบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จัดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จะต้องมีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบของบริษัทจำกัด ทั้งนี้เนื่องจากเหตุผลทางด้านกฎหมาย และภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของสำนักงานสถาปนิก

วิสัยทัศน์หรือปรัชญาของสำนักงานสถาปนิก อาจไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิก แต่ลูกค้าจะเชื่อมโยงวิสัยทัศน์หรือปรัชญาไปสู่อัตลักษณ์ แนวทางการทำงาน หรือสไตล์การออกแบบของสำนักงานสถาปนิก ดังนั้น สำนักงานสถาปนิกจึงควรกำหนดวิสัยทัศน์หรือปรัชญาที่สามารถสื่อสารถึงตัวตนของสำนักงานได้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้ สำนักงานสถาปนิกจะต้องมีจำนวนบุคลากรเพียงพอที่จะสามารถรับงานออกแบบอาคารชุดพักอาศัยขนาดใหญ่ และสามารถทำงานให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนดได้ รวมทั้งมีบุคลากรทดแทนในกรณีที่มีการลาออก ถ้าหากสำนักงานสถาปนิกเป็นสำนักงานขนาดใหญ่ ควรสร้างข้อได้เปรียบในเรื่องความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง และประสบการณ์ หากเป็นสำนักงานขนาดกลางหรือเล็ก ควรสร้างข้อได้เปรียบในเรื่องของผู้บริหารหรือเจ้าของสำนักงานสถาปนิกเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบงานออกแบบด้วยตนเอง ความคล่องตัว และความรวดเร็วในการตัดสินใจและดำเนินการด้านต่าง ๆ

ส่วนขอบเขตการทำงานของสำนักงานสถาปนิกต้องครอบคลุมตามความต้องการของลูกค้าบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งโดยส่วนมากต้องการให้

สำนักงานสถาปนิกทำงานตั้งแต่ต้นจนจบโครงการ โดยครอบคลุมช่วงของการก่อสร้างอาคารด้วย โดยสำนักงานสถาปนิกไม่จำเป็นต้องให้บริการครอบคลุมถึงการออกแบบตกแต่งภายใน หรือการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม เนื่องจากส่วนใหญ่ลูกค้าบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มักจะจ้างผู้ออกแบบงานประเภทอื่นแยกจากงานสถาปัตยกรรม

2) ข้อเสนอแนะด้านบุคลากร

บุคลากรในสำนักงานสถาปนิกเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีผลต่อการเลือกสถาปนิกในมุมมองของลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มาก โดยจะให้ความสำคัญทั้งตัวผู้บริหารหรือเจ้าของสำนักงาน และบุคลากรในทีมงานออกแบบ ผู้บริหารหรือเจ้าของสำนักงานสถาปนิกเปรียบเสมือนตัวแทนและเป็นหน้าตาของสำนักงาน ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกสำนักงานสถาปนิกเนื่องจากความไว้วางใจในตัวผู้บริหารหรือเจ้าของสำนักงาน ดังนั้น ผู้บริหารหรือเจ้าของสำนักงานจึงควรเป็นผู้ดูแลโครงการ เป็นหัวหน้าทีมงานออกแบบ ตลอดจนเป็นผู้เข้ามานำเสนองาน และเข้าร่วมประชุมกับลูกค้าด้วยตนเอง

นอกจากนี้ สำนักงานสถาปนิกต้องมีบุคลากรในทีมงานออกแบบที่มีประสบการณ์สูง และมีจำนวนเพียงพอที่จะให้บริการออกแบบได้แล้วเสร็จในระยะเวลาที่กำหนด จากงานวิจัยพบว่าบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กลุ่มตัวอย่างบางแห่ง จะเจาะจงซื้อบุคลากรที่จะเข้ามาอยู่ในทีมงานออกแบบตั้งแต่ก่อนการว่าจ้าง

3) ข้อเสนอแนะด้านสมรรถนะการทำงาน

ปัจจัยด้านสมรรถนะการทำงานเป็นปัจจัยที่ลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของสำนักงานสถาปนิกโดยตรง โดยสถาปนิกควรมีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เข้าใจในความต้องการและเป้าหมายหลักของผู้ว่าจ้าง เพื่อให้สามารถออกแบบได้ตรงตามโจทย์และความต้องการ มีความรู้ ความเข้าใจด้านการตลาด

โดยเฉพาะตลาดอาคารชุดพักอาศัย สามารถวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งได้ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบ ตลอดจนสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างจุดขายทางการตลาดได้ รวมทั้งสามารถออกแบบให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเรื่องประสิทธิภาพของพื้นที่ขาย และงบประมาณได้

ประการต่อมาสถาปนิกควรมีความรู้ ความเข้าใจ และความแม่นยำในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและก่อสร้างอาคารชุดพักอาศัย เพื่อให้สามารถออกแบบได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และสามารถออกแบบได้เต็มประสิทธิภาพตามข้อกำหนดของกฎหมาย และลดขั้นตอนการแก้ไขแบบ อันเนื่องจากการออกแบบผิดกฎหมาย

ประการที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ สถาปนิกควรมีความรู้ ความเข้าใจเทคนิควิธีการก่อสร้าง และระบบการก่อสร้างเป็นอย่างดี แบบก่อสร้างต้องมีคุณภาพ แบบไม่ขัดหรือแย้งกันเอง มีความละเอียดเพียงพอ และมีรายละเอียดการก่อสร้างครบถ้วน เพื่อให้สามารถนำไปก่อสร้างได้จริง และไม่เกิดปัญหาในขั้นตอนการก่อสร้าง ซึ่งประเด็นนี้เป็นปัญหาที่พบมากในการทำงานของสำนักงานสถาปนิกหลายแห่ง

นอกจากนี้ สถาปนิกควรมีความสามารถในการบริหารเวลา สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วภายใต้ระยะเวลาอันจำกัดได้ มีความยืดหยุ่น ไม่ยึดถือความเป็นตัวตนสูงเกินไป มีความสามารถในการประสานงานและการทำงานร่วมกับทีมงานฝ่ายต่างๆ ตลอดจนให้ความร่วมมือกับเจ้าของโครงการในการให้บริการ เพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย และต้องติดตามงานอย่างสม่ำเสมอทั้งในระหว่างการออกแบบและการก่อสร้าง

ประการสุดท้าย โครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัยนั้น เป็นโครงการที่ต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญเฉพาะในการออกแบบ เนื่องจากมีปัจจัยและข้อกำหนดในการออกแบบที่แตกต่างจากอาคาร

ประเภทอื่นๆ หากสำนักงานสถาปนิกมีความชำนาญเฉพาะด้านในการออกแบบโครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัยมักจะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ เนื่องจากจะมีความเข้าใจในผู้บริโภคชัดเจน ออกแบบพื้นที่ขายได้มีประสิทธิภาพสูง ทำงานได้อย่างรวดเร็ว และผิดพลาดน้อย

4) ข้อเสนอแนะด้านผลงานและชื่อเสียง

ปัจจัยด้านผลงานและชื่อเสียงของสำนักงานสถาปนิกเป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกสำนักงานสถาปนิกมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในสำนักงานสถาปนิก โดยประเด็นหลักที่ลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มักจะใช้พิจารณาคือ ประสิทธิภาพการทำงานในโครงการประเภทเดียวกันของสำนักงานสถาปนิก เนื่องจากสำนักงานสถาปนิกที่มีประสิทธิภาพสูงจะมีความแม่นยำในข้อมูลต่างๆ มีการเรียนรู้ข้อผิดพลาดจากการออกแบบในโครงการก่อนหน้ามาแล้ว จึงสามารถออกแบบและแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ดี อีกทั้งยังสามารถออกแบบได้ในเวลาอันจำกัดได้ รวมถึงลูกค้าจะพิจารณาถึงคุณภาพของผลงานในอดีตของสำนักงานสถาปนิก โดยประเมินจากเอกสารรวบรวมผลงาน การเข้าไปดูโครงการจริงที่สร้างแล้วเสร็จ หรือสอบถามบุคคลที่อยู่ในวงการก่อสร้าง ดังนั้น หากสำนักงานสถาปนิกต้องการรับงานออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยจากลูกค้ากลุ่มนี้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีประสิทธิภาพในการออกแบบอาคารประเภทเดียวกันมาก่อน และมีผลงานที่มีคุณภาพดี

นอกจากนี้ สำนักงานสถาปนิกต้องมีความน่าเชื่อถือ และมีความรับผิดชอบต่อในมุมมองของลูกค้า โดยต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าได้ว่าสำนักงานจะสามารถทำงานได้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดีเนื่องจากโครงการอาคารชุดพักอาศัยเป็นโครงการที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงมาก ลูกค้าจึงไม่ต้องการเสี่ยงกับสำนักงานสถาปนิก และถ้าหากเป็นโครงการระดับราคาสูง ลูกค้ามักจะเลือกสำนักงานสถาปนิกที่มีชื่อเสียงให้เป็นผู้ออกแบบโครงการ ซึ่งนอกจาก

ชื่อเสียงจะเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าแล้ว ลูกค้ายังสามารถใช้ชื่อเสียงของสำนักงานสถาปนิกเป็นจุดขายของโครงการได้อีกด้วย

5) ข้อเสนอแนะด้านความสัมพันธ์

โดยทั่วไปแล้ว บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ หากเคยใช้บริการสำนักงานสถาปนิกแห่งใดแล้วงานสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดีไม่มีปัญหา ก็มักจะใช้สำนักงานแห่งนั้นอีก เนื่องจากสำนักงานสถาปนิกที่เคยร่วมงานกันมาก่อนจะมีความเข้าใจในลักษณะ วิธีการทำงาน รวมทั้งเป้าหมายความต้องการของลูกค้า ซึ่งส่งผลให้การทำงานมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงเป็นโอกาสที่ดีแก่สำนักงานสถาปนิกที่ได้รับงานโครงการแรกจากลูกค้าในการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า โดยการทำงานอย่างเต็มความสามารถ และถ้าหากสำนักงานสถาปนิกรับงานออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยให้บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มากกว่า 1 แห่ง จะต้องมีการรายงานผลการดำเนินงานโดยไม่นำข้อมูลทางธุรกิจซึ่งเป็นความลับของอีกบริษัทหนึ่งมาเปิดเผย และต้องไม่นำแบบจากการทำให้บริษัทอื่นมาทำซ้ำ

นอกจากนี้ สำนักงานสถาปนิกควรหาโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าด้วย เนื่องจากหากลูกค้าและสำนักงานสถาปนิกมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ก็มีแนวโน้มที่จะทำให้การทำงานร่วมกันเป็นไปอย่างราบรื่น การประสานงานราบรื่นและรวดเร็ว และเกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ซึ่งนอกจากการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าแล้ว สำนักงานสถาปนิกควรหาโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ร่วมงานฝ่ายอื่นๆ ด้วย ได้แก่ ผู้ออกแบบสาขาอื่น ที่ปรึกษาโครงการ ผู้บริหารงานก่อสร้าง ผู้รับเหมาก่อสร้าง ซึ่งการที่สำนักงานสถาปนิกมีเครือข่ายกว้างขวางหรือสัมพันธ์มิตรทางธุรกิจนั้น ไม่เพียงแต่จะช่วยให้การทำงานและประสานงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ยังสร้างโอกาสในการได้รับงานแก่สำนักงานสถาปนิก อันเกิดจากการแนะนำบอกต่ออีกด้วย

6) ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารการตลาด

การสื่อสารการตลาดถึงแม้ไม่ใช่ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกมาก แต่การสื่อสารการตลาดก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ทำให้ลูกค้าได้รู้จักและทราบข้อมูลเบื้องต้นของสำนักงานสถาปนิก การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกสำนักงานสถาปนิกของลูกค้ากลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ การนำเสนอ เอกสารเสนอโครงการ และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ซึ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สำนักงานสถาปนิกควรให้ความสำคัญ

การนำเสนอผลงาน ทั้งผลงานในอดีตและผลงานประกวดแบบที่ได้รับโจทย์จากลูกค้า เป็นขั้นตอนที่สำคัญและมีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกมาก โดยลูกค้าจะประเมินการนำเสนอของสำนักงานทั้งจากตัวผู้นำเสนอและเนื้อหาในการนำเสนอ รวมทั้งประเมินความพร้อม ความรู้ความสามารถ ทักษะการแก้ไขปัญหา ความสามารถในการสรุปความคิดรวบยอดที่ตรงประเด็น ความเอาใจใส่ในงาน ความรับผิดชอบ รวมทั้งความสามารถในการสื่อสารของผู้นำเสนอ นอกจากการนำเสนอผลงานแล้ว สำนักงานสถาปนิกอาจนำเสนอวิธีการบริหารจัดการโครงการออกแบบ รวมทั้งระบบในการทำงานของสำนักงานสถาปนิกด้วย สำหรับเอกสารเสนอโครงการนั้น เป็นสิ่งที่ระบุถึงขอบเขตการทำงานของสำนักงานสถาปนิก แผนงาน และบุคลากร ซึ่งลูกค้าสามารถใช้ประเมินความเข้าใจในงาน ความสามารถ และความพร้อมของสำนักงานสถาปนิกในเบื้องต้นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของการจ้างสำนักงานสถาปนิกที่ไม่เคยร่วมงานกันมาก่อน เอกสารเสนอโครงการจะมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ามาก ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของสำนักงานสถาปนิก เช่น เอกสารรวบรวมผลงาน แผ่นพับ เว็บไซต์ ฯลฯ เป็นสื่อที่ทำให้ลูกค้าได้รู้จักสำนักงานสถาปนิกและผลงานของสำนักงานสถาปนิกมากยิ่งขึ้น หากสื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสถาปนิกด้วย

7) ข้อเสนอแนะด้านการเงิน

อัตราค่าบริการวิชาชีพของสำนักงานสถาปนิกมีผลโดยตรงต่อต้นทุนของโครงการ อัตราค่าบริการวิชาชีพจึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสำนักงานสถาปนิกมาก ถึงแม้ว่าโดยทั่วไปลูกค้ำกลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มักไม่ได้ตัดสินใจเลือกสำนักงานสถาปนิกจากอัตราค่าบริการวิชาชีพที่ต่ำที่สุด แต่ก็พิจารณาถึงความคุ้มค่าและความเหมาะสมของอัตราค่าบริการวิชาชีพ ดังนั้น อัตราค่าบริการวิชาชีพของสำนักงานสถาปนิกจึงควรมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับคุณสมบัติและขอบเขตการให้บริการของสำนักงานสถาปนิก ทั้งนี้ บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์หลายแห่งมักจะกำหนดอัตราค่าบริการวิชาชีพมาตรฐานของบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่จะอ้างอิงตามอัตราของสมาคมสถาปนิกสยามฯ

บรรณานุกรม

กุลธิดา สมอดิศร. 2546. “กลยุทธ์การตลาดสำหรับสำนักงานสถาปนิก.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฝ่ายวิจัยและพัฒนา บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด. 2555. “พลัส พร็อพเพอร์ตี้ โฟกัส”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.plus.co.th/PropertyResearch> สืบค้น 1 กรกฎาคม 2556.

วิรัช เตรียมพงศ์พันธุ์. 2541. “ปัญหาการปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิกไทย (ตอนที่ 1).” *อาษา* (กันยายน): 39.

สมฤทัย เล็กศรีสกุล. ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ คอนโดมิเนียม. 2555. สัมภาษณ์, 2 กันยายน.

“Architect-Engineer Services.” [Online]. Available: <https://www.acquisition.gov> Retrieved August 2, 2012.

“Architect Selection Phase.” [Online]. Available: http://fm.colorado.edu/planning/Capital_Construction/ArchitectSelectionPhase.html Retrieved August 2, 2012.

Demkin, J. A. 2001. **Architect’s Handbook of Professional Practice**. 13thed. New York: John Wiley & Son.

Emmitt, S. 1999. **Architectural Management in Practice: A Competitive Approach**. Kuala Lumpur: Longman.

_____. 2007. **Design Management for Architects**. Oxford: Blackwell.

Franklin, J. R. 2000. **Architect’s Professional Practice Manual**. New York: McGraw-Hill.

“How to Select the Right Project Architect.” [Online]. Available: <http://www.designadvisor.org/pdfs/arch.pdf> Retrieved August 2, 2012.

Kotler, P., Bloom, P., and Hayes, T. 2002. **Marketing Professional Services**. 2nded. Upper Saddle River, NJ.: Prentice Hall.

Koren, D. 2005. **Architect’s Essential of Marketing**. Hoboken, NJ.: John Wiley & Sons.

Sharp, D. 1991. **The Business of Architectural Practice**. 2nded. (n.p.): BSP Professional Books. Cited in Emmitt, S. 1999. **Architectural Management in Practice: A Competitive Approach**. Kuala Lumpur: Longman.

Yean, Y. L. 2002. “A Conceptual Model for Selection of Architects by Project Managers in Singapore”. [Online]. Available: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0263786302000145#> Retrieved July 29, 2012.