

การวางกลยุทธ์ในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม หลังยุคเศรษฐกิจถดถอย Strategic Planning for Architectural Practice in Post Recession Period

อาชญ์ บุญญานันต์

Archan Boonyanan

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Architecture, Thammasat University

บทคัดย่อ

ปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่ประเทศไทยต้องประสบในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเกือบจะทุกประเภทรวมทั้งธุรกิจทางด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรมกรรมการก่อสร้างโดยรวมเกิดความชะงักงันและถดถอย สิ่งตามมาอีกคือ การแข่งขันช่วงชิงที่เป็นไปอย่างเข้มข้น ทำให้แต่ละองค์กรต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อความอยู่รอดด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ในขณะที่เดียวกันจะต้องลดต้นทุนให้น้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

สภาวะเศรษฐกิจที่ฝืดเคืองดังกล่าว ส่งผลให้วิชาชีพที่เคยมีบทบาทอย่างสูงในการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมช่วงเศรษฐกิจเฟื่องฟู อย่างเช่น วิชาชีพสถาปัตยกรรม กลับกลายเป็นวิชาชีพที่ไร้อนาคต ต้องต่อสู้ดิ้นรนเพื่อประคองตนให้รอดในภาวะการจ้างงานที่ลดน้อยลงตามภาวะเศรษฐกิจเช่นเดียวกันกับผู้ประกอบวิชาชีพในสาขาอื่น ๆ ยิ่งไปกว่านั้นยังต้องเผชิญกับปัญหาสังคมเดิม ๆ ที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพ ตั้งแต่ “ความเข้าใจของสังคมต่อวิชาชีพ” ที่คลาดเคลื่อน และการที่สถาปนิกเลือกที่จะจำกัด “บทบาท” ตัวเองไว้เพียงการเป็นนักออกแบบ โดยละเลยที่จะมองดูความท้าทายอื่น ๆ ที่สังคมหยิบยื่นให้ในฐานะผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์

บทความนี้จะได้นำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับวิชาชีพสถาปัตยกรรมในภาพรวม ด้วยการวางกลยุทธ์ในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์ โดยเริ่มจาก “การวิเคราะห์สถานการณ์” ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างเช่น การแข่งขันอย่างเข้มข้นในการประกอบวิชาชีพ ทำให้สถาปนิกต้องปรับเปลี่ยน “จุดยืน” และ “บทบาท” จากเดิมที่เคยเป็นสถาปนิกผู้มีความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการออกแบบสถาปัตยกรรมแต่เพียงอย่างเดียว มาเป็นมืออาชีพผู้ให้บริการทางด้านการออกแบบสภาพแวดล้อมอย่างครบวงจร จากนั้นจึงเริ่มต้น “กระบวนการวางกลยุทธ์” ในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบทความนี้จะเน้นหนักในขั้นตอนแรกของกระบวนการวางกลยุทธ์ นั่นคือ การสำรวจวิเคราะห์และทำความเข้าใจตนเองเพื่อค้นหาความสามารถและความเชี่ยวชาญในแง่มุมต่าง ๆ ที่เป็นอยู่จริง (distinctive capability) เช่น โครงสร้างองค์กร (organization) ผลงานที่โดดเด่นจากการสร้างสรรค์ หรือนวัตกรรม (innovation) ขององค์กร ชื่อเสียง (reputation) และคุณสมบัติพิเศษที่ใช้เป็นกลยุทธ์ (strategic asset) เพื่อความได้เปรียบขององค์กร เพื่อที่จะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงเพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ (distinctive advantage) และเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive strategy) ในการประกอบวิชาชีพได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

Abstract

Thailand's ailing economy in the past few years has a great impact on many business sectors including real estate and construction industry. Limited amount of construction works provokes fierce competitions among the contenders. However, not all business has gone through the difficulties and survives. That is one of the reasons for all sectors' in the construction industry to make a quick move to improve their own performance and capability.

The glorious past of Thai architects has already gone with the economy. At the moment they are struggling to be commissioned by any possible way to maintain financial viability. Moreover, problems concerning Thai architects' role such as mistaken public opinion about architect and low efficiency architectural practice compared to international standard are long overdue and waiting to be solved urgently.

This article discusses problems of traditional architectural practice and the possibility to shift the architect's role to the more appropriate one as "a built environment specialist" willing to provide a full service to the society. The new role would give a new breath of life to the declined profession by creating a strategy that helps to enhance the new potential. However, the contents of this article investigates only the elementary step of the full competitive strategy creating process, an analysis of distinctive capability. All factors in the process such as organization structure, innovation, reputation and strategic asset are extensively discussed. The other two procedures of creating strategy, establishing the distinctive advantage and creating a competitive strategy, will be achieved later on once the first stage is completed in order to establish the new approach to high efficiency architectural practice.

คำสำคัญ (Keywords)

การประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม (Architectural Professional Practice)

ธุรกิจบริการ (Service Industry)

ความสามารถอันโดดเด่นในเชิงธุรกิจ (Distinctive Business Capability)

ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)

กลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Strategy)

ตอนที่ 1 ปัญหาสังคมในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม

1.1 ภาวะเศรษฐกิจถดถอย: จุดเริ่มต้นของวิกฤตในวิชาชีพสถาปัตยกรรม

ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ภาวะวิกฤต หลังจากการสลายตัวของเศรษฐกิจแบบฟองสบู่ครั้งล่าสุดตั้งแต่กลางปี 2540 เป็นต้นมา ดังจะเห็นได้จากดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจที่ใช้เป็นบรรทัดฐานกันอย่างกว้างขวาง ได้แก่ อัตราการเติบโตของผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product) จากที่เคยเติบโตประมาณ 8 เปอร์เซ็นต์ต่อปี ติดต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน กลับตกต่ำอย่างรุนแรงจนถึงขั้นติดลบถึง 1.4 เปอร์เซ็นต์ในปี พ.ศ. 2540 และเลวร้ายลงไปกว่านั้นในปีถัดมา คือ ติดลบถึง 10.8 เปอร์เซ็นต์ ในปี พ.ศ. 2541 (ดูรูป 1) ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ล่าสุดจนถึงปี พ.ศ. 2543 ยังแสดงให้เห็นว่า เศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่ฟื้นตัวจนสามารถเติบโตในระดับสูงเช่นเดียวกับในอดีต

วิกฤตเศรษฐกิจทำให้การดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นในสาขาใดเป็นไปด้วยความยากลำบาก สภาวะฝืดเคืองทางการเงินทำให้เกิดการหดตัวอย่างรุนแรงของตลาด หากมองในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นหนึ่งในภาคการลงทุนที่สำคัญ จะเห็นถึงวัฏจักรของความเฟื่องฟูและล่มสลายไปตามสภาวะทางเศรษฐกิจอย่างชัดเจน ปริมาณพื้นที่ใช้สอยในเชิงพาณิชย์กรรม อย่างเช่น อาคารสำนักงานที่สร้างเพื่อขายหรือให้เช่าที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างมากจนเกินกว่าความต้องการในยุคที่เศรษฐกิจเฟื่องฟู และเมื่อต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตก็ยิ่งทำให้ความต้องการในการใช้พื้นที่

ในการทำธุรกิจลดลง (ดูรูป 2) ทำให้เกิดความถดถอยในธุรกิจทางด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่จะต้องชะลอการลงทุนเพื่อให้สัมพันธ์กับความต้องการของตลาดโดยรวม

จากการที่ปริมาณความต้องการปัจจัยทางกายภาพ อย่างเช่น งานทางด้านสถาปัตยกรรมลดลง ผลกระทบย่อมที่จะตกอยู่กับผู้คนที่ทำงานในอุตสาหกรรมการออกแบบ และการก่อสร้างอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นสถาปนิก วิศวกร มัณฑนากร ไปจนถึงช่างฝีมือในแขนงต่าง ๆ ตลอดจนแรงงานไร้ฝีมือ รวมถึงผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการก่อสร้างทั้งหมด บางองค์กรเริ่มมีนโยบายลดค่าใช้จ่ายตามรายได้ที่ลดลงให้สัมพันธ์กับปริมาณงาน ทำให้เกิดแรงงานส่วนเกินที่นำไปสู่การปลดพนักงานและภาวะว่างงานในที่สุด เมื่อหนทางในการประกอบวิชาชีพต่อไปในอนาคตมาถึงทางตัน ปีนังคับให้ผู้คนในอุตสาหกรรมออกแบบและก่อสร้างต้องปรับตัวกันอย่างขนานใหญ่ ทั้งนี้ เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่ชัดเจนและได้ผลในระยะสั้นอีกทั้งยังต้องวางแผนระยะยาวเพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาซ้ำซ้อนในลักษณะนี้อีกในอนาคต ในสายงานของผู้ประกอบวิชาชีพเฉพาะอย่างสถาปนิก ยังมีภาระหนักที่จะต้องสะสางปัญหาสะสมในวิชาชีพที่มีเหมือน ๆ กันเป็นสากลทั่วโลกอีกด้วย กระบวนการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นกับวิชาชีพดังกล่าว จำเป็นจะต้องเริ่มต้นที่การรับรู้ถึงสาเหตุของปัญหานั้น ๆ เสียก่อนในทุกแง่มุม จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่หนทางคลี่คลายปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปได้

หน่วย : อัตราร้อยละ	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542 ^E	2543 ^E
ผลผลิตรวมภายในประเทศ ^{1/}								
ณ ราคาคงที่ (ปี 2531)	8.4	9.0	9.3	5.9	-1.4	-10.8	4.2	4.4

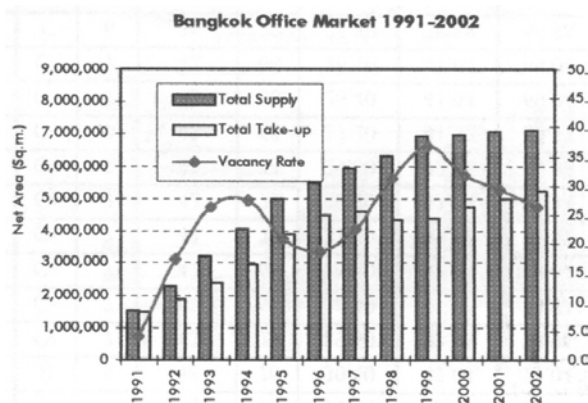
ที่มา: 1/ กองบัญชีประชาชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

รูป 1 ตารางแสดงอัตราการเติบโตของรายได้ประชาชาติ (Gross Domestic Product) ของประเทศไทย

ณ ราคาคงที่ ปี 2531

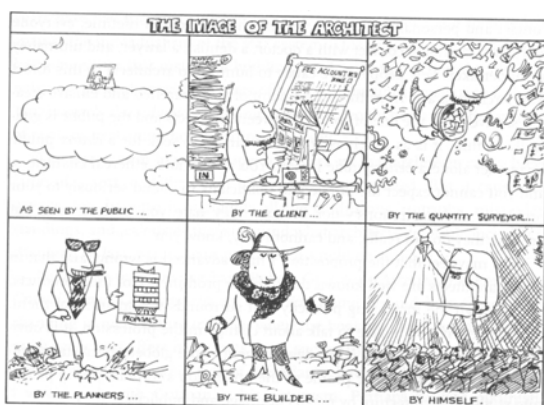
ที่มา: ดัดแปลงมาจาก ตารางแสดงการผลิตภาคเศรษฐกิจที่สำคัญ ในเว็บไซต์ฐานข้อมูลเศรษฐกิจที่จัดทำขึ้นโดยธนาคารแห่งประเทศไทย

<http://www.bot.or.th/BOThomepage/Databank/EconData/KeyEcon/tab2.htm>

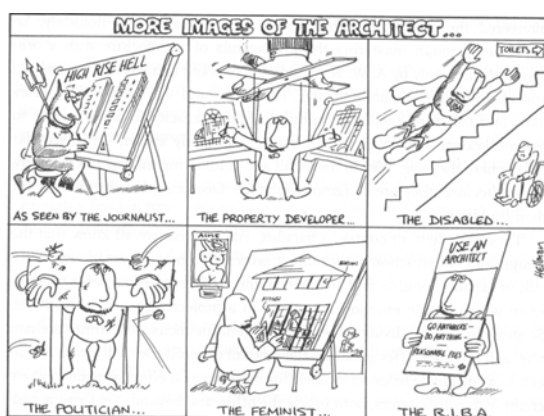


รูป 2 แผนภูมิแสดงรายงานสถานการณ์ของตลาดพื้นที่สำนักงานใน กรุงเทพมหานคร ปี 1991-2001: สถิติเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่สำนักงานที่มีอยู่กับการใช้พื้นที่จริง

ที่มา: CB Richard Ellis, Thailand Market Index Brief, Property Market 4th Quarter 2000



รูป 3 The image of the architect



รูป 4 More images of the architect

ที่มา: Saint, A. (1996). Architecture as image: Can we rein this new beast? In W. S. Saunders (Ed.). *Reflections on architectural practices in the nineties*, pp. 12-19. New York: Princeton Architectural Press.

1.2 ปัญหาสังคมของวิชาชีพสถาปัตยกรรม 1: การรับรู้ที่คลาดเคลื่อนของสังคมต่อสถานภาพของสถาปนิก

เป็นที่ทราบกันดีในหมู่นักปฏิบัติวิชาชีพว่า วิชาชีพสถาปัตยกรรมทั่วโลกนั้นประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกันในเรื่องสถานภาพและการรับรู้บทบาทของสถาปนิกในสังคมที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ปัญหาดังกล่าวเมื่อประกอบกันเข้ากับสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำที่ทำให้สถาปนิกว่างงานได้ส่งผลทับถมกันจนเกิดเป็นวิกฤตการณ์ที่รุนแรงมากขึ้น ผู้คนในแวดวงวิชาชีพต่างเร่งคิดหาทางแก้ไขปัญหานี้เฉพาะหน้า พร้อมกับต้องเอาใจใส่ดูแลแก้ไขปัญหามีอยู่เดิมพร้อมกันไปด้วย

ในความเป็นจริง นอกจากสถาปนิกจะเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมและสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินกระบวนการก่อสร้างสถาปัตยกรรมขึ้นนั้น ๆ ให้เสร็จสิ้นเป็นรูปร่างอีกด้วย โดยทำหน้าที่ประสานงานกับทีมงานก่อสร้างตลอดทุกขั้นตอน แต่ทว่าจากมุมมองของสังคมภายนอก ภาพลักษณ์ของสถาปนิกนั้นไม่ได้เป็นไปตามจริงเสียทั้งหมด ด้วยความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในบทบาทและหน้าที่ของสถาปนิกที่ยังมีอยู่อย่างกว้างขวาง ทำให้ความสำคัญในฐานะผู้สร้างสรรค์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมให้กับสังคมได้ลดความสำคัญลงและถูกมองข้ามไป วิชาชีพสถาปัตยกรรมมักจะถูกมองว่าเป็นวิชาชีพที่ไม่จำเป็น เป็นวิชาชีพที่เพ้อฝัน มุ่งเน้นแต่สิ่งที่สวยงาม ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้ว ในวิชาชีพสถาปัตยกรรม ผู้สร้างสรรค์สถาปัตยกรรมนั้นมีความสำคัญต่อชีวิต ความเป็นอยู่และสิ่งแวดล้อมของคนในสังคมอย่างมาก ถึงกระนั้นก็ตามส่วนที่โดดเด่นที่สุดของวิชาชีพสถาปัตยกรรมในสายตาของสาธารณชน กลับเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ สุนทรียศาสตร์ และความงามแต่เพียงส่วนเดียว ซึ่งเป็นเรื่องในลำดับสุดท้ายที่สังคมให้ความสนใจในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันในวงการอสังหาริมทรัพย์เอง ความต้องการในการพัฒนาโครงการใหม่ ๆ ก็มีอยู่อย่างจำกัด ด้วยสภาวะการลงทุนที่ไม่เอื้ออำนวย ประกอบกับอุปทานของอาคารที่

ใช้ในทางพาณิชย์กรรมก็ยังล้นตลาดอยู่เป็นจำนวนมาก บทบาทของสถาปนิกที่ไม่ชัดเจนอยู่แล้ว เมื่อถูกปิดกั้นจากสภาวะถดถอยของภาคธุรกิจและการลงทุน ก็ยิ่งจะถูกกลืนได้ง่าย

ตัวสถาปนิกเองก็ตระหนักถึงความจริงดังกล่าว และบางครั้งก็ได้สะท้อนออกมาอย่างตรงไปตรงมา ดังจะเห็นจากภาพล้อสถาปนิกของหลุยส์ เฮลแมน (Louis Hellman) ที่ได้รับการตีพิมพ์ลงในวารสารสำหรับวงการสถาปนิกของประเทศอังกฤษ The Architects' Journal ฉบับเดือนมีนาคม 1983 และเดือนกันยายน 1984 ตามลำดับ ภาพล้อทั้ง 2 ชุดนี้ได้นำเสนอสิ่งที่สถาปนิกคิดว่าสาธารณชนมีความคิดเห็นต่อตัวสถาปนิกเองอย่างไร แม้จะเป็นงานที่ตีพิมพ์มาแล้วเป็นเวลาเกือบสองทศวรรษ แต่ภาพพจน์ของสถาปนิกในสังคมปัจจุบันก็ดูจะยังไม่เปลี่ยนแปลงไปจากภาพที่สะท้อนผ่านสื่อในทศวรรษที่ 1980 มากนัก

จากมุมมองของสาธารณชนทั่วไปและบุคคลในวงการก่อสร้าง สถาปนิกเป็นวิชาชีพที่ไม่ได้รับความสำคัญนัก ในบางแง่มุมออกจะเป็นผู้ร้าย ที่มักก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญได้อย่างมากเลยทีเดียว จากภาพ as seen by the public จะเห็นสถาปนิกนั่งทำงานอยู่บนก้อนเมฆเห็นอยู่ลิบ ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสถาปนิกถูกมองว่าเป็นปัจเจกชนที่มักจะแปลกแยกและวางตัวอยู่เหนือสังคม อีกทั้งยังเห็นแก่ค่าบริการออกแบบมากกว่าการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ (ภาพ by the client) เป็นนักใช้เงินงบประมาณมือเติบในสายตาของผู้ประเมินราคาก่อสร้าง (ภาพ by the quantity surveyor) หรือ เป็นคนที่เอาแต่ใจและสนใจอยู่แต่งานของตัวเอง ละเลยสภาพแวดล้อมรอบข้าง (ภาพ by the planners) เป็นคนหยิ่งโง่ดื้อซุนนางชั้นสูง เมื่อมองจากมุมมองของผู้รับเหมาก่อสร้าง (ภาพ by the builder) แต่ไม่ว่าจะถูกมองในแง่ที่ไม่น่าชื่นชมอย่างไรก็ตาม สถาปนิกมักจะมองตัวเองเป็นวีรบุรุษผู้นำแสงสว่างมาสู่ปวงชนเสมอ (ภาพ by himself)

และหากพิจารณากลุ่มของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถาปนิกให้กว้างขวางออกไปจะพบว่า ภาพพจน์ของสถาปนิกในสายตาของบุคคลเหล่านั้นยิ่งเป็นไปในทางลบ นักข่าวและสื่อมวลชนเห็นสถาปนิกเป็นปีศาจร้ายที่ชอบแต่จะสร้างสภาพแวดล้อมอย่างนรกระฟ้าอันไม่พึงปรารถนา (ภาพ as seen by the journalist) ผู้ที่มีอำนาจเงินตรา อย่างเช่น ผู้ประกอบการธุรกิจ

พัฒนาอสังหาริมทรัพย์มักจะมีความคิดเห็นหัวอยู่ว่า ด้วยอำนาจของทรัพย์สินเงินทองที่มีอยู่ จะสามารถบงการสถาปนิกให้ทำงานสนองความต้องการ อย่างไรก็ได้ (ภาพ the property developer) นอกจากนี้ สถาปนิกยังถูกกล่าวหาจากกลุ่มผู้ด้อยโอกาสในสังคม อย่างเช่น กลุ่มคนพิการ ที่ต่อว่าสถาปนิกที่สร้างสิ่งก่อสร้างอย่าง “บันได” ให้เป็นอุปสรรคอันใหญ่หลวงซ้ำเติมการดำรงชีวิตที่ยากลำบากอยู่แล้วของพวกเขา (ภาพ the disabled...) นักการเมืองก็จะใช้สถาปนิกเป็นเป้าโจมตีและแพะรับบาป หากเกิดความผิดพลาดในการพัฒนาทางกายภาพใด ๆ ปรากฏต่อสาธารณชน (ภาพ the politician) ส่วนองค์กรพัฒนาเอกชนบางกลุ่ม เช่น กลุ่มเรียกร้องสิทธิสตรี ก็จะมีมองสถาปนิกว่าเป็นผู้สร้างอุปสรรคในการพัฒนาสังคมสู่ความเสมอภาค เท่าเทียมกันระหว่างเพศ ด้วยการออกแบบที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมที่จำกัดบทบาทของสตรีให้อยู่ในฐานะของคนใช้ประจำบ้านเท่านั้น แม้ในสหราชอาณาจักรจะมีองค์กรทางวิชาชีพที่เข้มแข็งอย่าง The Royal Institute of British Architects (RIBA) แต่บทบาทขององค์กรวิชาชีพที่ส่วนหนึ่งทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีโดยรวมต่อวิชาชีพ สถาปัตยกรรม ย่อมไม่สามารถสนองความต้องการของทุกกลุ่มในวิชาชีพได้อย่างเต็มที่ จนในบางครั้งดูเหมือนความพยายามส่งเสริมบทบาทและสถานะของสถาปนิกในสหราชอาณาจักรดำเนินไปอย่างไร้ทิศทาง ไม่สัมพันธ์กับสถานการณ์และความต้องการที่แท้จริงของมวลสมาชิก

นักวิชาการทางด้านสถาปัตยกรรมจากมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์แห่งสหราชอาณาจักร แอนดรูว์ เซนต์ (Andrew Saint) [1] ได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยหลายประการที่ก่อให้เกิดปัญหา และได้สรุปถึงสาเหตุของการเกิดมุมมองที่ผิดเพี้ยนดังกล่าวว่า น่าจะมาจากความห่างเหินและไม่คุ้นเคยกันระหว่างสังคมและสถาปนิก เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะเข้าใจและเรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองพบเห็นหรือมีประสบการณ์ร่วมอย่างสม่ำเสมอมากกว่าสิ่งที่ไกลตัวออกไป อย่างเช่น การได้มีโอกาสสัมผัสกับวิชาชีพแพทย์ ที่มีหน้าที่ดูแลให้คำปรึกษาในเรื่องสุขภาพ ตั้งแต่ในช่วงเริ่มต้นจนจบจนวาระ

สุดท้ายของชีวิต ผู้คนทั่วไปจึงยอมที่จะเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของแพทย์มากกว่าสถาปนิกที่ไม่มีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวัน จึงทำให้ไม่ได้มีโอกาสศึกษาหรือรับรู้ในสถานะและบทบาทที่แท้จริงของสถาปนิกในสังคม นอกจากนี้ รูปแบบการให้บริการทางด้านสถาปัตยกรรมที่มีอยู่หลากหลายลักษณะในปัจจุบัน ยังมีส่วนในการอำพรางบทบาทของสถาปนิก จนเกิดความไม่ชัดเจนในบทบาทหน้าที่ ทำให้การมีหรือไม่มีสถาปนิกก็ไม่ได้แตกต่างกันในสายตาของสาธารณชน เพราะหากต้องการบริการทางด้านสถาปัตยกรรม อย่างเช่น การสร้างบ้านหรือที่อยู่อาศัยแล้ว ก็มีบริษัทรับดำเนินการอย่างครบวงจรโดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องพบปะหรือว่าจ้างสถาปนิกด้วยตนเอง

หากพิจารณาถึงลักษณะเฉพาะของสังคมไทยที่กิจกรรมของนักศึกษามีผลต่อการรับรู้ของสังคมอย่างกว้างขวาง กิจกรรมเสริมหลักสูตรของนักศึกษาสถาปัตยกรรมที่ได้รับการยอมรับจากสังคมอย่างสูง ย่อมจะมีส่วนในการสร้างความคลุ้มคลั่งต่อบทบาทและหน้าที่อันแท้จริงของวิชาชีพสถาปัตยกรรม กิจกรรมที่โดดเด่นเป็นอย่างมาก อย่างเช่น ลูกทุ่ง'ถาปัด ละคร'ถาปัด ของนิสิตคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ล้วนแต่เป็นกิจกรรมที่แสดงออกถึงความรู้ความสามารถของนิสิตทางด้านศิลปะและสุนทรียศาสตร์ และเมื่อนักกิจกรรมเหล่านี้ได้นำความคิดสร้างสรรค์ที่ได้ฝึกฝนในรั้วมหาวิทยาลัยไปใช้จนประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพในวงการบันเทิงตั้งแต่วัยกลางทศวรรษที่ 1980 จนถึงปัจจุบันเป็นเวลานานกว่าทศวรรษ ทำให้บทบาทของสถาปนิกอีกด้านหนึ่ง คือ ส่วนที่เป็นเหตุเป็นผลตามหลักวิทยาศาสตร์ถูกบดบังจากการรับรู้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

1.3 ปัญหาสังคมของวิชาชีพสถาปัตยกรรม 2: บทบาทของสถาปนิกไม่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์และสภาพแวดล้อม

สำหรับบทบาทของสถาปนิกในสังคมไทยแต่เดิมนั้น มิได้โดดเด่นเป็นผู้รอบรู้ในทุกเรื่องแบบเดียวกับสถาปนิกในประวัติศาสตร์ของประเทศตะวันตก อย่างเช่น ลีโอนาร์โด ดา วินชี (Leonardo da Vinci) ศิลปินและนักวิทยาศาสตร์ชาวอิตาลี

ในคริสต์ศตวรรษที่ 16 หรือ เซอร์ คริสโตเฟอร์ เร็น (Sir Christopher Wren) สถาปนิกและนักวิทยาศาสตร์ชาวอังกฤษ ผู้ออกแบบมหาวิหารเซนต์ปอล ในคริสต์ศตวรรษที่ 17 ที่มีความสามารถทั้งในด้านฟิสิกส์ คณิตศาสตร์ ดาราศาสตร์ และศิลปะ แต่สถาปนิกไทยเป็นนายช่างที่สร้างสรรค์สถาปัตยกรรมเป็นหลัก โดยสั่งสมความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับอิทธิพลจากอารยธรรมหลายแหล่ง อย่างเช่น อารยธรรมอินเดียผ่านทาง การเผยแพร่พระพุทธศาสนา หรืออารยธรรมขอมจากความสัมพันธ์ในทางการทูต การสงครามและการปกครอง อิทธิพลต่าง ๆ เหล่านั้นล้วนแต่จะต้องได้รับการคัดสรร กลั่นกรอง โดยนายช่างประจำถิ่น และเลือกนำเอาส่วนที่ดีที่เห็นว่าสมควร มาปรับใช้ให้กลมกลืนกับวัฒนธรรมวิถีชีวิต และความเป็นอยู่แบบไทย ๆ ดังจะเห็นได้จากสถาปัตยกรรมในทางพุทธศาสนาหลายประเภท อย่างเช่น พระปรางค์ทรงสูงชะลูดของศิลปะอยุธยาตอนปลาย ต่อเนื่องกับสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นสิ่งแทนองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า โดยหยิบยืมเอารูปแบบอันมีที่มาจากลัทธิความเชื่อที่แตกต่างออกไป คือ รูปคิ่วลึงค์อันเป็นที่เคารพนับถือในศาสนาพราหมณ์ลัทธิไศวนิกาย มาปรับใช้เพื่อสร้างเป็นสิ่งเคารพบูชาสูงสุดได้อย่างกลมกลืน

แนวทางที่ช่างสมัยโบราณหยิบยืมรูปแบบสถาปัตยกรรมจากอารยธรรมอื่น ๆ แล้วนำมาพัฒนาเป็นของตนเองและมีการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์นั้นจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่งอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ได้ถูกแทนที่ด้วยกระแสแห่งการริเริ่มพัฒนาความเจริญทางด้านวัตถุให้เท่าทันกับประเทศทางตะวันตกโดยอาศัยการหยิบยืมรูปแบบดั้งเดิมของสถาปัตยกรรมตะวันตกในหลายรูปแบบมาใช้โดยไม่มีการปรับเปลี่ยน โดยเริ่มมาจากกุศโลบายอันจำเป็นของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในการสู้รบปรบมือกับลัทธิการค้าเมืองขึ้นและแผ่ขยายอิทธิพลเพื่อหาประโยชน์จากอาณานิคมของบรรดาประเทศในยุโรปตะวันตกสมัยนั้น ทำให้สภาพบ้านเมืองรวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาหารการกินและเครื่องแต่งกายของคนในสมัยนั้นเปลี่ยนแปลงไปในแนวทางที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน

ลักษณะการปรับเปลี่ยนภายนอกเพื่อ “ชวน” ให้ผู้รุกราน “เชื่อ” ในความเจริญเทียบเคียงอารยประเทศ สถาปัตยกรรมดังกล่าว ก็ได้ค่อย ๆ แปรสภาพจากการที่เป็นเพียงนโยบายชั่วคราวเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และในที่สุดจึงได้กลายเป็นความเคยชินที่ยังรากลึกลงในระบบวิธีการคิดของผู้คนในสังคมปัจจุบัน

เมื่อแนวความคิดและทิศทางในการพัฒนาได้เปลี่ยนแปลงไปตามแนวทางของประเทศตะวันตก สังคมย่อมต้องการบุคลากรที่มีความสามารถเพียงพอที่จะสร้างงานสถาปัตยกรรมในรูปแบบตะวันตกนั้นได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ในระยะแรก ๆ จึงได้มีการนำเข้าสถาปนิกจากชาติตะวันตกเจ้าของแนวคิด ทั้งจากอังกฤษในสมัยรัชกาลที่ 4 และ รัชกาลที่ 5 มาถึงสถาปนิกชาวอิตาลีในรัชกาลต่อ ๆ มา ผลงานที่ฝากไว้ให้เห็นจนกระทั่งทุกวันนี้ อาทิเช่น “พระที่นั่งจักรีมหาปราสาท” (รูป 5) รูปแบบวิคตอเรียน เรอเนซองส์อันงามสง่าในพระบรมหาราชวัง ที่ออกแบบและควบคุมการก่อสร้างโดยนายจอห์น คลูนิช (John Clunish) และ นายเฮนรี คลูนิช โรช (Henry Clunish Roach) สถาปนิกชาวอังกฤษที่ทำงานอยู่ที่ประเทศสิงคโปร์ ในปี พ.ศ. 2418 ในวาระโอกาสฉลองพระนครครบรอบ 100 ปี “พระที่นั่งอัมพรสถาน” (รูป 6) ที่ออกแบบในรูปแบบเยอรมันเรอเนซองส์ โดยสถาปนิก ซี ซานเดรซชี (C. Sandreczchi) ตลอดจนสถาปัตยกรรมชิ้นสำคัญในปลายรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว นั่นคือ “พระที่นั่งอนันตสมาคม” (รูป 7) โดยสถาปนิก เอ็ม ตามานโย (M. Tamanyo) ชาวอิตาลี เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน การศึกษาทางด้านสถาปัตยกรรมในประเทศไทยก็ได้เริ่มเป็นรูปเป็นร่างขึ้น เพื่อผลิตสถาปนิกคนไทยให้สามารถทำงานได้ทัดเทียมสถาปนิกต่างชาติ โดยเริ่มจากการเป็นหลักสูตรทดลองในโรงเรียนเพาะช่าง ในปี พ.ศ. 2473 โดยอาจารย์นารถ โพธิประสาท นักเรียนทุนรัฐบาลไทยที่ได้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยลิเวอร์พูล ประเทศอังกฤษ ซึ่งได้รับนักเรียนที่มีพื้นฐานทางการวาดภาพที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนเพาะช่างอยู่แล้ว เข้ามาศึกษาวิชาสถาปัตยกรรมและประสบผลสำเร็จในการจัดการเรียนการสอนเป็นอย่างดี ดังนั้น กระทรวงธรรมการจึงได้อนุมัติแผนกสถาปัตยกรรมของโรงเรียนเพาะช่างไปสมทบเป็นแผนกหนึ่งในคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์-



รูป 5 พระที่นั่งจักรีมหาปราสาท

ที่มา: <http://203.154.104.10/service/mod/heritage/king/grdpalace/p31.jpg>



รูป 6 พระที่นั่งอัมพรสถาน



รูป 7 พระที่นั่งอนันตสมาคม

ที่มา รูป 6 และ 7: เพ็ญสุภา สุขคตะ. (2543). *เยี่ยมเรือน เยือนอดีต*. กรุงเทพฯ: ร่วมด้วยช่วยกัน.

มหาวิทยาลัย ในสองปีต่อมา คือ ในปี พ.ศ. 2475 โดยเปิดการเรียนการสอนในระดับอนุปริญญาหลักสูตร 3 ปี และมีความเจริญก้าวหน้ามาเป็นลำดับจนได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ เปิดสอนในระดับปริญญาบัณฑิต หลักสูตร 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2482 เป็นต้นมา

แนวทางในการศึกษาที่โรงเรียนเพาะช่างนั้น ได้ใช้แบบแผนการเรียนรู้สถาปัตยกรรมสากลแบบคลาสสิก ตามแนวทางของโรงเรียนประณีตศิลปกรรม (Ecole des Beaux-Arts) ในประเทศฝรั่งเศส ที่เน้นการศึกษาศิลปะและองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมในยุครุ่งเรืองของตะวันตก วิชาประวัติศาสตร์ และการออกแบบเป็นหลัก จนในปี พ.ศ. 2497 จึงได้มีการปรับเปลี่ยนแนวทางการศึกษาวิชาสถาปัตยกรรมครั้งใหญ่ โดยนำเอาแนวคิดแบบ “ประโยชน์นิยม” หรือ “Functionalism” ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยแวดล้อมเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบมากยิ่งขึ้น ในการปรับเปลี่ยนหลักสูตรการศึกษสถาปัตยกรรมที่เกิดขึ้นต่อ ๆ มา ก็ได้อาศัยปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายประการเข้ามาร่วมพิจารณา เพื่อที่จะกำหนดแนวทางการศึกษาที่เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศที่ได้เจริญก้าวหน้าขึ้นตามลำดับ

แม้การเรียนการสอนจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามสมัยและครอบคลุมสาขาวิชาที่จำเป็นในการประกอบวิชาชีพอย่างกว้างขวางมากขึ้น แต่สถาบันศึกษาก็ยังเน้นการผลิตสถาปนิกที่มีความเชี่ยวชาญในด้าน “การออกแบบสถาปัตยกรรม” เป็นหลักเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางของการพัฒนาของประเทศ ที่มุ่งเน้นการสร้าง ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ทำให้เกิดความต้องการสถาปัตยกรรมในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสถาปัตยกรรมเหล่านั้น ล้วนแล้วแต่จะต้องสร้างสรรค์ขึ้นด้วยความรู้ความชำนาญในการออกแบบของสถาปนิก ด้วยเหตุนี้เอง สังคมจึงรู้จักและยอมรับสถาปนิกในด้านที่เป็นนักออกแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์เพียงด้านเดียว ประกอบกับนโยบายการควบคุมคุณภาพของหลักสูตรการเรียนการสอนสถาปัตยกรรมของภาครัฐโดย คณะกรรมการควบคุมการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม (กส.) สังกัดกระทรวงมหาดไทย มีหน้าที่รับผิดชอบในช่วงก่อนที่พระราชบัญญัติสถาปนิก พ.ศ. 2543 จะประกาศใช้ ได้

กำหนดจำนวนวิชาและหน่วยกิตสำหรับหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิตไว้อย่างตายตัว ทำให้การศึกษาทางด้านสถาปัตยกรรมของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ แทบจะไม่มี ความแตกต่างกัน ทั้งที่ในวงการออกแบบ ก่อสร้างและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์นั้น ต้องการบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญชำนาญในด้านอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นการบริหารงานก่อสร้าง การคิดคำนวณมูลค่าของงานก่อสร้าง การประมาณการการลงทุนพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

จะเห็นว่ากระบวนการผลิตสถาปนิกนั้น ค่านิยมของสังคมตลอดจนเงื่อนไขในการพัฒนาโดยรวมที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันภายใต้สถานการณ์ที่เอื้ออำนวยในช่วงเวลาหนึ่ง มีส่วนในการจำกัดความสามารถของสถาปนิกอย่างไม่ได้ตั้งใจ และเมื่อสถาปนิกทุกคนมีความสามารถในด้านเดียวกันหมด ย่อมที่จะหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่สถาปนิกเหล่านั้นจะเป็นคู่แข่งกันเองในตลาดแรงงาน ปัญหาที่น่าอ้าวมองเห็นได้ไม่ชัดเจนหากยังคงมีความต้องการงานสถาปัตยกรรมจากการสร้างสรรค์ของสถาปนิกอยู่ การแข่งขันในวิชาชีพจะสร้างบรรยากาศที่นำไปสู่การแข่งขันทางการศึกษา เป็นโอกาสให้แต่ละสถาบันได้มีการพัฒนาเฉพาะตัวได้รวดเร็วและชัดเจนมากขึ้น แต่ในภาวะเศรษฐกิจถดถอยอย่างในปัจจุบันทำให้สถาปนิกอยู่ในภาวะลำบาก สภาพการณ์ที่เปลี่ยนไปมีผลให้งานออกแบบมีน้อยลง เป็นเหตุให้มีการแข่งขันกันในด้านวิชาชีพมากขึ้นและรุนแรงขึ้น งานออกแบบสถาปัตยกรรมเพียงอย่างเดียวไม่สามารถเป็นแหล่งที่มาสำหรับรายได้ในการครองชีพอย่างเพียงพออีกต่อไป สถาปนิกจึงต้องหาทางแก้ไขปัญหาย่างเร่งด่วนเพื่อความอยู่รอด และต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ที่ได้รับการฝึกฝนมาเพื่อปรับเปลี่ยนบทบาทในการประกอบวิชาชีพให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและที่จะเป็นไปในอนาคต

บทความนี้จะเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาของสถาปนิก ด้วยการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเป็นการปรับแนวทางการประกอบวิชาชีพของสถาปนิกให้เหมาะสมกับสภาพการณ์สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าและนำไปสู่การแก้ไขปัญหาสิ่งสมในเรื่องของสถานภาพและบทบาทของสถาปนิกในระยะยาว โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ตนเองเพื่อค้นหาความสามารถอันโดดเด่นในเชิงธุรกิจ (distinctive business capability) และนำข้อมูลจากการวิเคราะห์นั้นมาปรับใช้เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage) เพื่อประกอบวิชาชีพ ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive strategy) ทางด้านวิชาชีพสถาปัตยกรรมต่อไป

ตอนที่ 2 การวางแผนกลยุทธ์ในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมในอนาคต

2.1 พัฒนาการของแนวคิดทางธุรกิจของสถาปนิกไทย

การประกอบวิชาชีพของสถาปนิกในปัจจุบัน นอกจากจะต้องใช้ความรู้ความสามารถเฉพาะในด้านศิลปะและวิทยาศาสตร์แล้วยังต้องมี “ความสามารถในการดำเนินธุรกิจ” ให้ประสบความสำเร็จอีกโสดหนึ่งด้วย นั่นหมายถึงจะต้องมีการวางแผนการประกอบวิชาชีพให้สัมพันธ์กับทรัพยากร (resource) ที่มีอยู่ สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (changing environment) รวมไปถึงตลาด (market) ลูกค้า (customers, clients) และผู้ที่มีส่วนในผลประโยชน์ (stakeholders) ในองค์กรหรือวิชาชีพนั้น [2]

แต่หากย้อนกลับไปพิจารณารูปแบบในการดำเนินธุรกิจของสถาปนิกของไทยตั้งแต่ครั้งอดีต จะพบว่ามีพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงมาเป็นลำดับ โดยในช่วงแรก ๆ หัวใจของการทำงานสถาปัตยกรรมอยู่ที่การสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมที่สามารถสนองประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพและสร้างความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต แล้วจึงพัฒนาต่อไปเพื่อสนองประโยชน์ในด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้น อาทิเช่น การสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมทางศาสนา

โบสถ์วิหาร วัดวาอาราม เพื่อสนองความต้องการทางจิตวิญญาณหรือแม้กระทั่งการใช้สถาปัตยกรรมเพื่อประโยชน์ในด้านการเมืองการปกครอง ซึ่งแนวทางดังกล่าวจะเห็นได้จากกระบวนการพัฒนาประเทศเพื่อให้เจริญเท่าเทียมกับประเทศตะวันตก ตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นต้นมา ความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่ ตลอดจนอาคารบ้านเรือนให้เป็นแบบตะวันตกเพื่อแสดงให้เห็นถึงความมีอารยธรรม อันเป็นกุศโลบายเพื่อต่อสู้กับลัทธิการล่าอาณานิคมที่เป็นอันตรายต่ออธิปไตยของประเทศเป็นอย่างมากในสมัยนั้น ทำให้ทางราชการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องว่าจ้างสถาปนิกชาวต่างชาติเข้ามาทำงานออกแบบและก่อสร้างสถาปัตยกรรม อาทิเช่น พระที่นั่งองค์ต่าง ๆ ในพระบรมมหาราชวังและพระตำหนักที่ประทับแห่งอื่น ๆ ขององค์พระมหากษัตริย์ อาคารทางราชการของกระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ ตลอดจนบ้านพักอาศัยของเอกชน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้าราชการและชนชั้นปกครองก็ออกแบบโดยสถาปนิกต่างชาติดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น การทำงานที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งนั้น เปรียบได้กับการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการผลิต (production-orientation) สินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการของสังคมในช่วงเวลานั้น

แต่เมื่อมีการทำงานสถาปัตยกรรมในเชิงธุรกิจอย่างแพร่หลายในเวลาต่อมา จนเกิดการแข่งขันกันในหมู่สถาปนิก ทำให้มีการผานความรู้ในการดำเนินธุรกิจเข้ากับการประกอบวิชาชีพมากขึ้นเรื่อย ๆ คุณภาพของการให้บริการทางด้านวิชาชีพเริ่มมีความสำคัญเทียบเท่ากับงานสถาปัตยกรรมเอง สถาปนิกที่มีความสามารถที่จะนำเสนอทั้งงานออกแบบที่มีคุณภาพและการบริการที่น่าพึงพอใจย่อมจะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในวิชาชีพมากกว่าแนวทางการทำงานในลักษณะดังกล่าว เริ่มปรากฏอย่างชัดเจนในช่วงปี พ.ศ. 2490-2500 พร้อม ๆ กับการถือกำเนิดของการดำเนินธุรกิจในรูปของสำนักงานสถาปนิก

นอกเหนือจากประเด็นของความสามารถในการออกแบบอาคารอันเป็นหัวใจของการแข่งขันในเชิงวิชาชีพ

ของสถาปนิกโดยทั่วไปแล้ว ปัจจัยประกอบที่สำคัญเป็นอย่างมาก อีกประการหนึ่งในการสร้างข้อได้เปรียบในการทำธุรกิจของสถาปนิกในยุคนั้น คือ ความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างสถาปนิกและผู้ว่าจ้าง หากสถาปนิกเป็นที่รู้จักมักคุ้น มีพื้นฐานทางสังคมและครอบครัวที่ดี จะนำไปสู่ความไว้วางใจของลูกค้าและเป็นจุดเริ่มในการว่าจ้างออกแบบอาคารต่อไป ดังที่มุสตี ทิพทัส [3] กล่าวไว้ว่า “...การได้งานออกแบบของสถาปนิกและสำนักงานในช่วงเวลานั้นจึงเป็นการได้งานโดยมาจากการรู้จักกับเจ้าของงานเป็นการส่วนตัว จากการเป็นเพื่อนฝูงกัน จากการที่เจ้าของงานบอกต่อ ๆ กัน ไป จากการมีความนิยมชมชอบผลงานจากฝีมือของสถาปนิก รวมทั้งจากการที่เจ้าของบ้านหรือเจ้าของงานได้เห็นตัวอย่างงานจริงที่สร้างแล้วมีความพอใจ...”

นับจากปี พ.ศ. 2501 เป็นต้นมา ประเทศไทยได้เริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศอย่างประสบผลสำเร็จ ทำให้เศรษฐกิจมีการขยายตัวเป็นอย่างมากและติดต่อกันเป็นช่วงเวลายาวนาน การพัฒนาทางด้านกายภาพที่สืบเนื่องมาจากการเฟื่องฟูของเศรษฐกิจย่อมมีมากขึ้นเป็นเงาตามตัว ทั้งความต้องการในด้านที่พักอาศัยและด้านพาณิชยกรรม ทำให้อุตสาหกรรมการก่อสร้างเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ความต้องการสถาปนิกซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมมีเพิ่มขึ้นอย่างมาก จนในที่สุดวิชาชีพสถาปนิกได้รับการจัดให้เป็นหนึ่งในวิชาชีพที่ขาดแคลน สังคมในขณะนั้นเรียกร้องให้มีการผลิตสถาปนิกเพิ่มขึ้นซึ่งก็ได้รับการตอบสนอง โดยจะเห็นได้จากการขยายโอกาสทางการศึกษาด้านสถาปัตยกรรมในระดับอุดมศึกษาครั้งสำคัญในปี พ.ศ. 2535 ส่งผลให้จำนวนสถาบันที่เปิดสอนวิชาสถาปัตยกรรมมีเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จนนับได้ถึง 17 สถาบันทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในปัจจุบัน โดยที่แต่ละสถาบันต่างมุ่งเน้นที่จะผลิตสถาปนิกที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกัน นั่นคือ ให้สามารถออกแบบอาคารได้หลากหลายประเภทที่สุด เพื่อสนองความต้องการของตลาดขณะนั้น

ผลจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ยังทำให้รูปแบบของการให้บริการทางสถาปัตยกรรมพัฒนาและแตกแขนงไปอย่างกว้างขวาง ตั้งแต่การที่สถาปนิกทำงานอย่างอิสระเพียงคนเดียว (freelance) หรือ อาจารย์รวมตัวกันทำงานในรูปบริษัทขนาดเล็กไป

จนถึงบริษัทขนาดใหญ่ที่มีพนักงานหลายร้อยคน หรือการร่วมมือกันเฉพาะกิจเพื่อทำงานโครงการใดโครงการหนึ่ง (joint venture) อันเป็นการรวบรวมเอาสถาปนิกที่มีศักยภาพโดดเด่นในด้านต่าง ๆ มาทำงานร่วมกัน ทางด้านขอบเขตของการให้บริการก็ได้มีการขยายให้ครอบคลุมกว้างขวางขึ้น จนถึงขั้นตอนการเตรียมงานก่อสร้าง การจัดการการก่อสร้างให้ดำเนินไปได้ด้วยดี และอาจรวมถึงการตกแต่งภายใน หลังจากทำงานก่อสร้างสถาปัตยกรรมหลักเสร็จสิ้น ทำให้การตัดสินใจว่าจ้างสถาปนิกนั้นซับซ้อนมากขึ้นกว่าในยุคแรก ๆ แม้ว่าภูมิหลังของตัวสถาปนิกตลอดจนความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ดีระหว่างสถาปนิกกับเจ้าของงาน จะยังคงเป็นประเด็นสำคัญของเจ้าของงานในการตัดสินใจเลือกจ้างสถาปนิก แต่ก็ได้ลดความสำคัญลงไปด้วยเหตุที่มีสถาปนิกอยู่มากมายที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกันให้ได้เลือกใช้บริการ สถาปนิกเองจึงจำเป็นต้องสรรหาข้อได้เปรียบในด้านอื่น ๆ มาช่วยเสริมไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างในแนวคิดสร้างสรรค์ทางสถาปัตยกรรม เทคนิควิธีการในการสื่อสารความคิดนั้น ๆ ให้ออกมาเป็นรูปธรรมและน่าเชื่อถือ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพของผลงานและการบริการให้ดีขึ้นอย่างสม่ำเสมออันจะเป็นผลดีในการประกอบวิชาชีพในระยะยาว การที่สถาปนิกมุ่งพัฒนาตนเองในการนำเสนอคุณภาพของผลงานและการบริการนั้น นับเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งการขาย (sales-orientation) มากขึ้นตามสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

เมื่อประเทศไทยประสบกับวิกฤตทางการเงิน ตามมาด้วยเศรษฐกิจตกต่ำตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา จนแม้ในปัจจุบันก็ยังอยู่ในสภาวะซบเซา มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพียงเล็กน้อยในแต่ละปี ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อันเป็นภาคการผลิตที่ก่อให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non Performing Loan, NPL) รายใหญ่ที่สุด ยังไม่มีวี่แววที่จะฟื้นตัวอย่างชัดเจนในภาพรวม แต่ที่เห็นการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างชัดเจนอยู่บ้าง คือ ตลาดบ้านเดี่ยวในระดับกลางถึงระดับสูงที่เริ่มมีความต้องการกระเตื้องขึ้นบ้าง แต่โดยทั่วไปสถานการณ์ยังอึมครึม ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจ

ของโลกเริ่มเข้าสู่ภาวะชะงักงันและถดถอย อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่เศรษฐกิจของประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจของโลก อย่างประเทศสหรัฐอเมริกา กำลังอยู่ในช่วงขาลง หลังจากที่มีการเติบโตในอัตราที่สูงอย่างต่อเนื่องมาตลอดช่วงทศวรรษที่ 1990 เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจภายในประเทศที่สะสมมาจากการลงทุนและกู้ยืมเพื่อขยายธุรกิจจนเกินพอดี ทำให้เกิดความไม่สมดุลทางด้านเศรษฐกิจและการเงิน ประกอบกับเหตุการณ์ก่อการร้ายขึ้นที่อาคารเวิลด์เทรด เซ็นเตอร์ ในนครนิวยอร์ก และอาคารที่ทำการของกระทรวงกลาโหม เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2544 สภาวะการณ์ข้างงานที่ลดลงเนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจประกอบกับความกังวลในด้านสวัสดิภาพของชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้เศรษฐกิจของสหรัฐ ฯ มีแนวโน้มที่จะประสบปัญหาที่หนักหน่วงขึ้น ส่งผลให้สหรัฐอเมริกาจำต้องลดบทบาททางด้านเศรษฐกิจของตนในเวทีโลกลง ทั้งในแง่ของการเป็นผู้ลงทุนรายใหญ่ในอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงการเป็นตลาดรับซื้อผลผลิตทางด้านอุตสาหกรรมและเกษตรกรรมจากประเทศอื่น ๆ เพื่อระดมสติปัญญาและทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าให้ลุล่วงลงไปก่อน

นอกจากสภาพเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ที่ทำให้ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์นั้นหยุดชะงักและชะลอตัวลง สถาปนิกไทยยังต้องให้ความสำคัญกับเงื่อนไขใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่จะมีผลต่อการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการเปิดการค้าเสรีในตลาดวิชาชีพ ตามข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าด้านบริการ (General Agreement on Trade in Services) หรือ GATS ที่ทำให้สถาปนิกต่างชาติมีโอกาสเข้ามาประกอบวิชาชีพสถาปนิกแข่งกับสถาปนิกไทยได้อย่างเสรี แนวโน้มในอนาคตจะต้องมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้นกว่าที่เคยเป็นมา ระหว่างผู้ให้บริการวิชาชีพที่มีความเชี่ยวชาญในระดับท้องถิ่น กับมืออาชีพทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งจะเป็นผลดีต่อลูกค้าที่จะมีทางเลือกในการได้รับบริการที่ดีขึ้น สถาปนิกในแวดวงวิชาชีพจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนแนวทางในการทำงานอย่างเร่งด่วนกันอีกครั้งเพื่อความอยู่รอดด้วยการนำเสนอ “มูลค่าเพิ่ม” (value added) ในลักษณะของความสามารถและจุดเด่นเฉพาะ ที่ผู้ว่าจ้างจะได้รับจากสถาปนิก

นอกเหนือจากการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมตามปกติ เช่น ความเชี่ยวชาญในการออกแบบอาคารที่นอกจากจะสวยงาม ใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับภูมิประเทศและภูมิอากาศแล้ว ยังจะต้องประหยัดพลังงาน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และง่ายต่อการบำรุงรักษาในระยะยาวอีกด้วย หรือ การนำเสนอ “การบริการ” ออกแบบและก่อสร้างที่ครอบคลุมกระบวนการทำงานทุกด้านอย่างครบวงจร (turnkey service) เพื่อความสะดวกของผู้รับบริการ ช่วยลดต้นทุนและลดความยุ่งยากในการติดต่อประสานงาน ตลอดจนสามารถติดตามดูแลและควบคุมคุณภาพของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การที่สถาปนิกปรับเปลี่ยนบทบาทของตนเองจากการเป็นเพียงผู้ให้คำปรึกษาเฉพาะด้านออกแบบแต่เพียงอย่างเดียว มาแข่งขันกันนำเสนอจุดเด่นและการให้บริการที่เพียบพร้อมในสภาวะเศรษฐกิจขบเซาเพื่อชิงความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจเช่นนี้ เป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันที่ **การตลาด (marketing orientation)** เข้ามามีบทบาทในการประกอบวิชาชีพมากเท่ากับความสามารถในการออกแบบและก่อสร้างอาคารที่เป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจของสถาปนิกในยุคก่อนเลยทีเดียว

2.2 การปรับแนวทางในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมสู่ธุรกิจบริการเต็มรูปแบบ

โดยธรรมชาติของวิชาชีพสถาปัตยกรรม เป็นงานบริการแขนงหนึ่งที่สถาปนิกทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาด้านการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมกับผู้สนใจที่จะรับบริการ โดยอาศัยความรู้ ความสามารถเฉพาะทางและประสบการณ์ที่สั่งสมขึ้น และพร้อมที่จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้รับบริการเพื่อประสานงานในการแปรเปลี่ยนแนวคิดที่ได้ออกแบบสร้างสรรค์ไว้นั้นให้ออกมาเป็นรูปธรรม และเมื่อสถานการณ์แวดล้อมเปลี่ยนไป บังคับให้สถาปนิกต้องปรับเปลี่ยนจุดยืนสำหรับการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมเสียใหม่ ด้วยการเป็น “ผู้นำเสนอบริการทางด้านสถาปัตยกรรม” ที่พร้อมจะขยายบทบาทในการให้บริการที่ครอบคลุมลักษณะงานที่กว้างขวางขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในเชิงธุรกิจ

โดยประยุกต์เอาแนวทางในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมาใช้กับวิชาชีพสถาปัตยกรรม อย่างไรก็ดี หลักการบริหารดังกล่าวจำเป็นจะต้องได้รับการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับลักษณะเฉพาะของวิชาชีพ และปราศจากสูตรสำเร็จตายตัว

การก้าวไปสู่แนวทางใหม่ในการประกอบวิชาชีพจำเป็นที่จะต้องอาศัยการวางกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด ดังจะกล่าวเป็นขั้นตอนโดยเริ่มจากการวิเคราะห์ศักยภาพของวิชาชีพสถาปัตยกรรมในปัจจุบัน ซึ่งจะได้กล่าวรายละเอียดต่อไป

2.3 การวิเคราะห์วิชาชีพสถาปัตยกรรม เพื่อการวางกลยุทธ์ในการประกอบวิชาชีพในอนาคต

จอห์น เคย์ (John Kay) [2] ศาสตราจารย์ทางเศรษฐศาสตร์แห่ง London Business School กล่าวว่า ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขององค์กรใด ๆ นั้น ไม่มีสูตรจำเพาะตายตัว แต่เกิดขึ้นมาจากการนำความสามารถอันโดดเด่นในเชิงธุรกิจ (distinctive business capability) ที่แตกต่างกันในแต่ละองค์กร มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage) ทางธุรกิจ ตลอดจนวางแผนที่จะดำรงความได้เปรียบนั้นไว้ด้วยการวางกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive strategy) เพื่อจัดการความสัมพันธ์ที่เหมาะสมทั้งระหว่างองค์กรที่ประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมนั้น ๆ กับคู่แข่งและพันธมิตรทางธุรกิจ

ดังนั้น หากสถาปนิกต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมอย่างยั่งยืน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์และทำความเข้าใจในความสามารถอันโดดเด่นในการประกอบวิชาชีพที่ตนเองมีอยู่ในปัจจุบันอย่างถ่องแท้ เพื่อที่จะสามารถนำมาปรับใช้เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งจะไปสู่การวางกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในแนวทางที่ตนเองถนัดและมีความเชี่ยวชาญให้ประสบความสำเร็จต่อไป

ความสามารถอันโดดเด่นในเชิงธุรกิจขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง เกิดขึ้นจากการผสมผสานขององค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่

- 1) **โครงสร้างองค์กร (Organization)** หรือ ระบบการทำงานขององค์กร
- 2) **นวัตกรรม (Innovation)** หรือ ผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร
- 3) **ชื่อเสียง (Reputation)** ประกอบไปด้วยข้อมูลหรือข้อเท็จจริงขององค์กร ที่สาธารณชนทั่วไปรับรู้และเข้าใจ
- 4) **คุณสมบัติพิเศษที่ใช้เป็นกลยุทธ์ (Strategic Asset)** เพื่อความได้เปรียบขององค์กร อันเกิดจากการทำธุรกิจนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง เป็นระยะเวลายาวนาน

- 1) **โครงสร้างองค์กร (Organization)** หรือ ระบบการทำงานขององค์กร ที่เน้นรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภายในองค์กร (internal context) และความสัมพันธ์ขององค์กรกับปัจจัยแวดล้อมภายนอก (external context)

ด้วยลักษณะเฉพาะของสถาปนิกที่เป็นวิชาชีพอิสระ เป็นผู้เริ่มสร้างสรรค์งานได้เองโดยอาศัยความช่วยเหลือจากวิชาชีพอื่นบ้างในบางขั้นตอน ดังนั้นความสามารถทั้งในด้านวิชาชีพและทักษะในการดำเนินธุรกิจของตัวบุคคลนั้น ๆ จึงเป็นปัจจัยหลักที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นประกอบวิชาชีพอิสระ หรือ รวมตัวกันเป็นองค์กรธุรกิจ ในลักษณะ “สำนักงานสถาปนิก” แต่ไม่ว่าลักษณะการทำงานจะเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและปัจจัยแวดล้อมอย่างไร การบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมกับลักษณะของการประกอบวิชาชีพ ก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ

1.1) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของการประกอบวิชาชีพกับโครงสร้างองค์กร (Internal Relationship)

โครงสร้างของการบริหารองค์กรวิชาชีพที่เหมาะสมนั้น จะต้องสอดคล้องกับความสนใจและความถนัดในการทำงานที่แตกต่างกันของสถาปนิกแต่ละคน เดวิด เอช ไมส-

เตอร์ (David H. Maister) [4] ได้จำแนกประเภทขององค์กรตามลักษณะของการประกอบวิชาชีพออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. *Brains* เป็นองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านประกอบไปด้วยบุคลากรที่มีความสามารถสูง มีเอกลักษณ์เฉพาะในการทำงานที่เปี่ยมไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ หากยกตัวอย่างในวงการสถาปนิกจะเปรียบได้กับการทำงานของสถาปนิกที่มีชื่อเสียงในการออกแบบระดับ “แนวหน้า” มีผลงานโดดเด่นเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง ซึ่งองค์กรในลักษณะนี้มีอยู่ไม่มากนัก

2. *Grey Hair* เป็นองค์กรที่ประกอบไปด้วยบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่ต่อเนื่องยาวนาน สามารถให้คำปรึกษาในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง รอบด้าน และเชื่อถือได้ หากเป็นองค์กรทางด้านสถาปัตยกรรม ก็จะเป็นองค์กรที่มีภาพของมืออาชีพอย่างเด่นชัด สร้างสมชื่อเสียงติดต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน องค์กรในลักษณะนี้มักจะมีขนาดกลางไปจนถึงขนาดใหญ่ สามารถทำงานในระดับชาติและระดับนานาชาติที่จะต้องอาศัยฝีมือและประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี

3. *Procedure* เป็นองค์กรที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในแวดวงวิชาชีพ ให้บริการในงานสถาปัตยกรรมที่ไม่มีความซับซ้อนสามารถทำงานให้เสร็จลุล่วงไปได้ตามกระบวนการและขั้นตอนปกติโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยความสามารถพิเศษหรือประสบการณ์เฉพาะ มีโครงสร้างการบริหารงานในแนวดิ่งที่ประกอบไปด้วยขั้นตอนในการตัดสินใจมากมาย การทำงานมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้ว่าจ้างมากกว่าองค์กรแบบ *Brains* และ *Grey Hair*

การทำงานของสถาปนิกในลักษณะ “การให้บริการทางด้านสถาปัตยกรรม” ในอนาคต จำเป็นจะต้องกำหนดแนวทางในการให้บริการวิชาชีพให้ชัดเจน โดยพิจารณาจากความสนใจและความรู้ความสามารถของตนเอง การทำงานในแต่ละรูปแบบนั้นย่อมที่จะมีโครงสร้างภายใน และระบบในการบริหารจัดการองค์กรที่มีลักษณะเฉพาะ ที่จำเป็นจะต้องศึกษาให้เข้าใจอย่างถ่องแท้เพื่อให้สามารถนำเสนอบริการในแนวทางที่เลือกไว้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

นอกจากบทบาทของการเป็นสถาปนิก ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม อันเป็นทางเลือกหลักในการ-

ปฏิบัติวิชาชีพของสถาปนิกไทยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาแล้ว พิศนัฐ โธณวนานิซ [5] ยังได้นำเสนอทางเลือกในการกำหนดบทบาทของสถาปนิกในอีกแง่มุมหนึ่ง โดยอ้างอิงจาก Guidelines for Scope of Practice ของสมาพันธ์สถาปนิกนานาชาติ (UIA) ซึ่งมีแนวคิดในการขยายขอบเขตของการปฏิบัติวิชาชีพให้ครอบคลุมไปยังส่วนอื่น ๆ ในวงการออกแบบและก่อสร้าง ดังปรากฏในรูป 8

จะเห็นได้ว่าแนวทางเลือกในการขยายขอบเขตการปฏิบัติวิชาชีพจากแง่มุมที่คุ้นเคยกันในช่อง Core Services-Design นั้นมีอยู่ไม่น้อย อาทิเช่น งานนอกขอบเขตงานออกแบบ (non-design) ที่คาบเกี่ยวกับสาขาอาชีพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรม ทั้งในด้านของการเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (specialised services) หรือ ในสาขาอาชีพย่อยที่ช่วยเสริมการทำงานในวงการก่อสร้างให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (additional services) ไม่ว่าจะเป็นในแง่ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ อาทิเช่น การแบ่งผังจัดสรร (strata subdivision) การจัดพื้นที่สำหรับผู้เช่า (tenancy layout) หรือในด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากการออกแบบ เช่นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ (feasibility study) การจัดเตรียมเอกสารและข้อมูลประกอบการออกแบบ (design brief preparation) การตรวจสอบภาพอาคาร (building inspection) ตลอดจนงานทางด้านบริหารจัดการ เช่น งานระบุและไกล่เกลี่ยข้อพิพาทระหว่างหน่วยงานที่ทำงานร่วมกัน (arbitration) ซึ่งเป็นงานที่เริ่มมีความจำเป็นมากขึ้น เนื่องจากการทำธุรกิจและการค้าในปัจจุบันได้ก้าวไปสู่ระดับสากล ทำให้จำเป็นต้องมีการกำหนดกระบวนการทำงานและการบังคับใช้สัญญาให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

กรณีตัวอย่างที่เห็นเป็นรูปธรรมในการขยายบทบาทในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรม ไปสู่งานในแขนงอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกัน ได้แก่ กลุ่มบริษัท The 49 Group ที่ดำเนินธุรกิจทางด้านศิลปะสร้างสรรค์อย่างครบวงจร โดยมีต้นกำเนิดมาจาก บริษัทสถาปนิก 49 จำกัด (Architect 49 Limited) ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างสรรค์งานสถาปัตย-

Overhead		<ul style="list-style-type: none"> ● Practice of Arch. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Design Brief, Prep.(1)
Design	<ul style="list-style-type: none"> ● Landuse/ Townplaning ● Urban Design: Community Participatory ● Landscape Design ● Interior Design ● Graphic & Signage ● Acoustic Design ● Lighting Design ● Specialist Detailing 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pre Design ● Schematic Design ● Design Development & Documentation 	<ul style="list-style-type: none"> ● Strata Subdivision ● Tenancy Layout
Non Design	<ul style="list-style-type: none"> ● Facilities Management ● Bldg. Energy Study ● Cost Consultant, Cost in Use ● Bldg. Code Services ● Materials/ Equipment Services ● Environmental Studies ● Construction Management 	<ul style="list-style-type: none"> ● Project Services & Systems ● Authority Submissions ● Construction/ Tender Document ● Specifications ● Contract Administration ● Project Management 	<ul style="list-style-type: none"> ● Feasibility Study ● Design Brief Preparation (2) ● Bldg. Inspection ● Mediation ● Arbitration ● Expert Witness ● Negotiation ● Special Presentations
	<i>Specialised Services</i>	<i>Core Services</i>	<i>Additional Services</i>

รูป 8 ผังกล่องแสดงขอบเขตการปฏิบัติงานวิชาชีพ
ที่มา: พิเศษ ฐิโวจนวนานิช. (2544). บางแนวคิดในการปรับแต่งขอบเขตและกระบวนการปฏิบัติงานวิชาชีพสถาปัตยกรรม. กรุงเทพฯ ฯ. (อัครานา)

กรรมหลากหลายประเภท และได้สร้างสรรค์องค์กรจนมีลักษณะผสมผสานระหว่าง Brains และ Grey Hair ได้อย่างกลมกลืน จากนั้นจึงขยายงานไปในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์แรกเริ่มเพื่อการสร้างสรรค์งานที่เกี่ยวข้องกับอาคารและงานที่ต้องใช้ศิลปะสร้างสรรค์ในระดับใกล้เคียงกันให้มีคุณภาพอย่างเต็มที่ไม่ว่าจะเป็นงานตกแต่งภายใน ซึ่งบริษัท IA Architects 49

Limited ดูแลรับผิดชอบ งานวิศวกรรมการก่อสร้าง โดยบริษัท 49 Engineering Consultants Limited งานภูมิสถาปัตยกรรมและวางผังโดย Landscape Architects 49 Limited งานบริหารงานก่อสร้าง โดยบริษัท 49 Construction Management Limited งานเรขศิลป์ (graphic arts) มีบริษัท 49 Graphic and Publications Limited เป็น

ผู้ดูแล โดยในแต่ละบริษัทต่างมีอิสระในการบริหารจัดการองค์กรของตนเอง การขยายบทบาทในการทำงานที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ไปในแขนงต่าง ๆ นี้ หากมองในแง่ของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ยังเป็นการกระจายความเสี่ยงในทางธุรกิจที่ดี หากเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่ทำให้เกิดอุปสรรคอย่างคาดไม่ถึงในธุรกิจด้านใดด้านหนึ่ง และถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันเหนือกว่าสำนักงานสถาปนิกอื่น ๆ ยกตัวอย่างเช่น ภาวะการถดถอยของวงการก่อสร้างในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมหลัก ปริมาณงานที่ลดลงทำให้การแข่งขันในวงการออกแบบสถาปัตยกรรมทวีความรุนแรงมากขึ้น แต่การดำเนินงานในลักษณะของกลุ่มบริษัท ที่สามารถให้บริการในงานออกแบบ ตกแต่ง ก่อสร้าง ได้อย่างครบวงจร ย่อมจะช่วยผ่อนคลايวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นในแวดวงสถาปนิกด้วยการวางแผนกระจายงานกันในกลุ่มบริษัท นอกจากนี้ การนำเสนองานเข้าแข่งขันในลักษณะกลุ่มบริษัท ที่สามารถรับผิดชอบงานออกแบบก่อสร้างได้อย่างครบวงจร นับเป็นจุดเด่นและเป็นข้อได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งที่นำเสนอบริการออกแบบสถาปัตยกรรมแต่เพียงอย่างเดียว

1.2) ความสัมพันธ์ขององค์กรกับหน่วยงานภายนอก (External Relationship)

หากพิจารณาหน้าที่ของสถาปนิกในการทำงานขั้นตอนต่าง ๆ ที่ปรากฏใน Plan of Work (รูป 9) จะเห็นได้ว่าสถาปนิกจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานกับบุคลากรทางด้านอื่นอีกมาก ทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐในขั้นตอนการดำเนินการเกี่ยวกับที่ดินในช่วงเตรียมการออกแบบ (inception) ในช่วงออกแบบและเขียนแบบ (scheme & detail design) ก็จะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ปฏิบัติวิชาชีพในสาขาอื่น ๆ เช่น ช่างเขียนแบบ วิศวกรด้านต่าง ๆ และเมื่อถึงขั้นตอนของการดำเนินงานก่อสร้าง (operations on site) ยังต้องทำหน้าที่ประสานงานกับผู้รับเหมาก่อสร้างและช่างฝีมือในแขนงต่าง ๆ ซึ่งสถาปนิกจะต้องให้ความสำคัญในการเสริมสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่มีกับองค์กรภายนอกต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกันกับการจัดการบริหารภายในองค์กร เพื่อสลายอุปสรรคที่เป็นปัญหาในการติดต่อประสานงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

Stages	
A	Inception
B	Feasibility
C	Outline proposals
D	Scheme design
E	Detail design
F	Production information
G	Bills of quantities
H	Tender action
J	Project planning
K	Operations on site
L	Completion
M	Feedback

รูป 9 The RIBA Plan of Work (titles of stages only).

ที่มา: Chappell, D., & Willis, C. J. (1992). *The architect in practice* (7th ed.). Oxford: Blackwell Science.

ความสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอกในอีกลักษณะหนึ่ง ที่มีส่วนในการเพิ่มพูนศักยภาพในการทำงานให้มากยิ่งขึ้น คือ การร่วมมือกันระหว่างสถาปนิกและบุคลากรในวงการออกแบบและก่อสร้างที่มีความถนัดหรือเชี่ยวชาญในศาสตร์ที่แตกต่างกัน ผสานความร่วมมือกันเป็นเครือข่าย (network) เพื่อส่งเสริมซึ่งกันและกัน อย่างเช่น การร่วมมือกันระหว่าง บริษัทนิพัทธ์ แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด ที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการออกแบบสถาปัตยกรรมขนาดใหญ่ มีลักษณะองค์กรเป็นแบบ Grey Hair กับ บริษัท DCM 2000 จำกัด ซึ่งมีลักษณะองค์กรแบบ Brains ที่มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบอาคารประหยัดพลังงาน

ออกแบบกลุ่มอาคารในมหาวิทยาลัยชินวัตร ที่อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ด้วยศักยภาพของสถาปนิกทั้งสองฝ่าย ทำให้เกิดอาคารทางด้านการศึกษาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีรูป-ลักษณะที่โดดเด่น มีประสิทธิภาพสูงในการประหยัดพลังงาน ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ออกแบบไว้เป็นอย่างดีเพื่อส่งเสริมการศึกษาและคุณภาพชีวิตของอาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร

1.3) วัฒนธรรมองค์กร

ผลจากการที่สถาปนิกเลือกจะทำงานในลักษณะที่ตนเองมีความสนใจ และเชี่ยวชาญ และค่อย ๆ เสริมสร้าง “วัฒนธรรมองค์กร (organization culture)” ของตนเองขึ้นด้วยการผสมผสานพฤติกรรมและการปฏิบัติบางประการที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ และบ่อยครั้ง จนเกิดเป็นแบบแผนธรรมเนียม อย่างเช่น ในการทำงานแบบ Brains ที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์อันอาจเกิดขึ้นจากแนวคิดของสถาปนิกผู้มีชื่อเสียงเพียงคนเดียว หรือเป็นผลมาจากการทำงานร่วมกันเป็นทีมในระบบสตูดิโอ (studios) ย่อย ๆ ที่มีการประกวดประชันกันในด้านความคิดอยู่ตลอดเวลา โดยมีสถาปนิกอาวุโสที่มีประสบการณ์และเข้าใจในเอกลักษณ์ของงานออกแบบอาคารประเภทนั้น ๆ คอยดูแลการทำงานในแต่ละสตูดิโออย่างใกล้ชิด สถาปนิกที่ทำงานในองค์กรลักษณะนี้ย่อมรักที่จะแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี เพื่อประโยชน์สูงสุดในการสร้างสรรค์งานสถาปัตยกรรม โดยไม่ถูกจำกัดความคิดด้วยระบบอาวุโส แต่หากเป็นองค์กรที่ประกอบไปด้วยชื่อเสียงและประสบการณ์แบบ Grey Hair ที่มีโครงสร้างการบริหารในแนวระนาบ คือบุคลากรในแผนกมีอำนาจในการตัดสินใจตามที่เห็นเหมาะสมในระดับหนึ่ง การทำงานอาจเป็นลักษณะที่แบ่งแยกกันเป็นแผนก (departments) อย่างชัดเจน เช่น แผนกออกแบบ (design department) แผนกนำเสนอ (presentation department) แผนกเขียนแบบ (drafting department) โดยที่ในแต่ละแผนกล้วนประกอบไปด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีความเป็นมืออาชีพ รับผิดชอบกับการทำงานในหน้าที่ของตนอย่างเต็มความสามารถ พร้อมกันนี้ยังสร้างระบบที่ช่วยให้เกิดการส่งสมความรู้ความสามารถนั้น จนเกิดเป็นแหล่งความรู้เฉพาะ (organization knowledge) ที่จะอยู่คู่องค์กรต่อไปแม้บุคลากรจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามกาลเวลา แต่ถ้าหากสถาปนิกเลือกที่จะทำงานไป

ตามขั้นตอน (procedure) ก็จะมีวัฒนธรรมองค์กรในอีกลักษณะหนึ่ง กล่าวคือ กระบวนการทำงานที่ต้องผ่านการดำเนินเรื่องจากระดับปฏิบัติการไปสู่ระดับบริหารเพื่อทำหน้าที่ตัดสินใจตามโครงสร้างองค์กรในแนวดิ่ง ดังนั้นบุคลากรที่คัดสรรมาจึงต้องรู้จักหน้าที่และมีระเบียบวินัยอย่างเคร่งครัด โดยไม่จำเป็นจะต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในระดับสูงแต่จะต้องสามารถทำงานตามที่กำหนดไว้ได้อย่างไม่ผิดพลาด

2) นวัตกรรม (Innovation) เป็นผลงานที่องค์กรสร้างสรรค์ขึ้นมาด้วยความอุตสาหะพยายาม ต้องใช้เวลาทุนทรัพย์ในการพัฒนาเป็นอย่างมาก ทำให้ต้องอาศัยความสามารถในการจัดการอย่างสูงเพื่อปกป้องผลประโยชน์ ที่จะพึงได้จากความอุตสาหะพยายามนั้น ๆ

ด้วยเหตุที่การสร้างนวัตกรรมเพื่อให้เป็นจุดเด่นในการแข่งขันนั้น มีความยากลำบากและเสียค่าใช้จ่ายสูง จึงทำให้องค์กรหรือผู้ประกอบการที่สามารถคิดค้นสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นของตนเองได้นั้นมีอยู่จำกัด โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาที่ขาดแคลนทั้งบุคลากรและทุนทรัพย์ที่จะสนับสนุนการค้นคว้าวิจัย เพื่อสร้างความรู้ที่มีพื้นฐานมาจากภูมิปัญญาของตนเอง ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้การติดต่อสื่อสารและส่งผ่านข้อมูลเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว เป็นการสนับสนุนให้เกิดกระแสโลกาภิวัตน์ที่รุนแรง ความพยายามในการพัฒนาความรู้ของตนเองในหมู่ประเทศกำลังพัฒนาที่ทำได้ยากลำบากอยู่แล้วนั้น ก็จะเลือนหายไปเนื่องจากการนำเอาความรู้และเทคโนโลยีสำเร็จรูปนั้นสะดวกและใช้เวลาน้อยกว่า แม้จะต้องเสียทรัพยากรเงินตราเพื่อที่จะซื้อหากก็ตาม ด้วยปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ทำให้มีผู้สมัครใจที่จะรอบริโภควิธีความสำเร็จจากการสร้างนวัตกรรม และพร้อมที่จะใช้เงินซื้อความสำเร็จนั้น ๆ ไปใช้ในการผลิตผลงานของตนเอง ส่วนผู้ที่สนใจร่วมลงทุนลงแรง และอุทิศเวลาในการสร้างนวัตกรรมที่เกิดจากความคิดของตนเองอย่างแท้จริงกลับมีน้อยลง

การเติบโตอย่างก้าวกระโดดภายในระยะเวลาอันสั้น ของวงการออกแบบและก่อสร้างของไทยในช่วงที่

เศรษฐกิจเฟื่องฟูนั้น ไม่เอื้อต่อการสังเคราะห์และคิดค้นนวัตกรรมทางด้านสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างที่เหมาะสมกับสภาพของตนเองอย่างแท้จริงขึ้นมาได้ การถือกำเนิดขึ้นของสถาปัตยกรรมรูปแบบใหม่ ๆ ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน อย่างเช่น อาคารสูง อาคารอัจฉริยะที่มีระบบดำเนินการและตรวจสอบโดยอัตโนมัติ หรือชุมชนระฟ้าที่เรียกว่าคอนโดมิเนียม เป็นตัวอย่างของการนำเข้านวัตกรรมทางสถาปัตยกรรมจากภายนอกอย่างมากมาย ตามมาด้วยวัสดุอุปกรณ์การก่อสร้างที่ทันสมัย เทคโนโลยีการก่อสร้างรูปแบบใหม่ ๆ ตลอดจนที่ปรึกษาในด้านการก่อสร้างและตกแต่งจากต่างประเทศ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว นวัตกรรมและเทคโนโลยีเหล่านั้นได้รับการผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของประเทศผู้คิดค้น ที่อาจมีพื้นฐานแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับสภาพแวดล้อมและการใช้งานในประเทศที่มีภูมิอากาศร้อนชื้นอย่างประเทศไทย อาทิเช่น การใช้กระจกที่มีคุณสมบัติกักเก็บความร้อนในอาคารได้ดี นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในเมืองหนาว แต่กลับนำมาใช้เป็นผนังภายนอกของอาคารสำนักงานกันอย่างแพร่หลายในประเทศแถบเส้นศูนย์สูตร โดยคำนึงถึงรูปลักษณ์ของอาคารเป็นสำคัญ และมิได้มีการทดสอบคุณสมบัติในการใช้งานในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันอย่างจริงจัง ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบตามมาอย่างมากมาย ตั้งแต่การสะท้อนแสงแดดที่แรงกล้าจนสร้างความเดือดร้อนรำคาญต่อเพื่อนบ้าน ความร้อนสะสมที่เกิดขึ้นในอาคารทำให้สิ้นเปลืองพลังงานในการทำมาเย็นเพื่อสร้างภาวที่น่าสบาย โดยตลอดจนกรรมวิธีการติดตั้งและการบำรุงรักษามังกระจกที่ขาดความเข้าใจที่อาจกลายเป็นระเบิดเวลาที่สำคัญที่รอวันปะทุ เช่น การใช้วัสดุต่อเชื่อมแผ่นกระจกกับโครงสร้างที่มีปัญหาการยึดติดเพื่อความมั่นคงแข็งแรง ย่อมส่งผลต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้อาคารและผู้ที่อยู่ในบริเวณรอบข้างอย่างร้ายแรงในอนาคต

อย่างไรก็ดี สัญญาณแห่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านนวัตกรรมได้เริ่มปรากฏให้เห็นมากขึ้น ตั้งแต่กระแสการโหมก่อสร้างอย่างมากมายเกิดการสะดุดหยุดนิ่งเนื่องจากตลาดโดยทั่วไปซบเซา ทำให้การก่อสร้างอาคารที่ไร้คุณภาพจำนวนมากต้องหยุดลงไปด้วย การแทรกแซงของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund, IMF) เพื่อแก้ปัญหาวิกฤตทาง

การเงิน ก่อให้เกิดปรากฏการณ์สะท้อนกลับอีกด้านหนึ่ง คือ กระแสชาตินิยมได้เกิดขึ้นในสังคมไทยอีกครั้ง นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับความสนใจและส่งเสริมให้มีการพัฒนาให้ทันสมัย เพื่อสร้างผลผลิตที่สามารถสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น ในแวดวงสถาปัตยกรรมที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจถดถอย ก็ได้มีการหยุดคิดพิจารณาบทบาทของสถาปนิกที่ผ่านมา เพื่อหาแนวทางการประกอบวิชาชีพที่เหมาะสมและพึงตัวเองได้ให้มากขึ้น โดยจะเห็นได้จากแนวคิดหลักของการจัดงานประจำปีของสมาคมสถาปนิกสยาม ฯ ในช่วง 3 - 4 ปีที่ผ่านมา นับจาก “ฟื้นฟูอยู่อย่างไทย (Back to Basics: Thai Lifestyle)” ในปี 2542 “ผสานใหม่ให้ชุมชน (Glocal Architecture)” ในปี 2543 และ “โลกใบใหม่ (Brave New World)” ในปี 2544

ด้วยข้อจำกัดและลักษณะเฉพาะของนวัตกรรม ประกอบกับความบอบช้ำในแวดวงวิชาชีพจากภาวะวิกฤต ทำให้ความหวังในการสร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจใหม่ ๆ ในด้านสถาปัตยกรรมและการก่อสร้าง คงจะต้องตกอยู่ที่แวดวงวิชาการและสถาบันการศึกษา ที่ได้สั่งสมความรู้ไว้อย่างต่อเนื่องและยาวนานทั้งในศาสตร์แห่งสถาปัตยกรรม-ไทยและสถาปัตยกรรมในแนวสากล และมีโอกาสในการพัฒนาหลักสูตร การเรียนการสอนและทิศทางการทำวิจัยอย่างสม่ำเสมอ มีศักยภาพและความพร้อมที่จะผลิตบัณฑิตที่สามารถใช้ความรู้จากการศึกษาและวิจัยเข้ามาปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการประกอบวิชาชีพเพื่อสร้างสถาปัตยกรรมและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับสังคมไทย

3) **ชื่อเสียง (Reputation)** คือ ข้อมูลหรือข้อเท็จจริงขององค์กรที่สาธารณชนทั่วไปรับรู้และเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นในทางบวกหรือในทางตรงกันข้าม โดยผู้ใช้บริการจะใช้ข้อมูลเหล่านี้ประกอบการตัดสินใจในการใช้บริการหรือทำธุรกิจกับองค์กรหรือวิชาชีพนั้น ๆ

ชื่อเสียงของผู้ประกอบการย่อมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า ชื่อเสียงที่ดีของสถาปนิกที่เกิดขึ้นจากคุณภาพในการให้บริการที่ผ่านการพิสูจน์มาแล้วในช่วงเวลาหนึ่ง สามารถเป็นหลักประกันให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ

และมั่นใจที่จะมอบหมายให้ทำงานที่มีมูลค่ามากทั้งในแง่ทรัพย์สินและจิตใจ เมื่อสถาปนิกสร้างผลงานที่ดีเป็นที่ประทับใจของเจ้าของงาน ก็จะได้รับค่าตอบแทนคุณความดีที่เกิดขึ้นจากความสามารถนั้น โดยการแนะนำต่อ ๆ กันไป หรือผลงานที่ปรากฏเป็นที่ชื่นชมของผู้ที่ได้พบเห็น ทั้งในแง่ของการออกแบบได้เหมาะสมลงตัว หรือเยี่ยมไปด้วยความคิดสร้างสรรค์จนถึงขั้นเป็นนวัตกรรมใหม่ (innovation) ทางสถาปัตยกรรม จะทำให้เกิดศรัทธาจากบรรดาเจ้าของโครงการ และได้รับการติดต่อให้สร้างสรรค์งานที่มีคุณภาพในระดับเดียวกันต่อไปในที่สุด

3.1) จรรยาบรรณในวิชาชีพสถาปนิกและการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ด้วยการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจรับออกแบบและให้บริการทางสถาปัตยกรรมที่เข้มข้นขึ้นทุกขณะ ทำให้มีการปรับทิศทางของการทำงานให้เป็นธุรกิจบริการเพื่อที่จะสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ พร้อมกับประยุกต์เอาหลักการทางการตลาดมาใช้ร่วมกับการดำเนินธุรกิจด้วย การโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการวิชาชีพและเผยแพร่ผลงานออกไปให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยคาดหวังผลประโยชน์ต่อเนื่องในทางธุรกิจ เริ่มเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้งทางด้านจริยธรรมของสถาปนิกในแง่ของการไม่พึงโฆษณาตนเอง ที่ยึดถือเป็นธรรมเนียมติดต่อกันมาเป็นเวลานานในสังคมสถาปนิกทั่วโลก เพื่อป้องกันผลเสียจากการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่อาจเกินจริงหรือขาดความรับผิดชอบจนส่งผลเสียหายต่อส่วนรวมได้

อย่างไรก็ดี หากมองกันในด้านบวกแล้ว การเผยแพร่ชื่อเสียงของสถาปนิกอย่างตั้งใจไว้ว่าจะก่อให้เกิดแต่ผลลัพธ์ในด้านลบเสมอไป การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการอย่างมีหลักการภายใต้มาตรฐานทางด้านจรรยาบรรณของแต่ละสังคมได้กำหนดไว้ ย่อมมีส่วนสร้างเสริมความเข้าใจอันดีต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ด้วยเหตุผลที่ว่า การที่เจ้าของผลิตภัณฑ์หรือผู้ให้บริการใด ๆ เผยแพร่สรรพคุณของสินค้าและบริการของตนเองตามความเป็นจริงไปในวงกว้างด้วยวิธีการต่าง ๆ นอกจากจะเป็นการสร้างคุณค่า (differentiation) ด้วยการจำแนกให้เกิดความแตกต่างจากสินค้าหรือบริการแบบเดียวกันที่มีอยู่ทั่วไปแล้ว

ยังเป็นการให้สัญญา (commitment) กับประชาคมถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ว่าดีเยี่ยมสมกับที่กล่าวอ้างถึงกระนั้น การโฆษณาการบริการวิชาชีพในวงกว้างก็ยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายนัก แม้ในประเทศสหราชอาณาจักรที่อนุญาตให้สถาปนิกโฆษณาตัวเองได้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1986 เนื่องจากสถาปนิกยังรู้สึกว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์เน้นการเผยแพร่ข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาแบบเดียวกับสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปนั้น ไม่เหมาะสมกับลักษณะการปฏิบัติวิชาชีพที่ต้องพิสูจน์กันด้วยฝีมือและความสามารถที่แท้จริง [6] ด้วยเหตุนี้ องค์การวิชาชีพทางด้านสถาปัตยกรรมทั่วโลก จึงได้กำหนดข้อบัญญัติเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงและคุณสมบัติของสถาปนิกเอาไว้เป็นกรอบมาตรฐานให้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด อย่างเช่น The Royal Institute of Architects (RIBA) องค์การสถาปนิกแห่งสหราชอาณาจักร ได้บัญญัติหลักปฏิบัติในการโฆษณา อยู่ ใน RIBA Code of Professional Conduct 1997 [7] โดยกำหนดอยู่ในหมวดคุณธรรมและจริยธรรม (integrity) และยังมีแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ชื่อเสียงและผลงานของสถาปนิกในข้อบัญญัติ The Standard of Professional Performance [8] ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับคุณภาพของการทำงานที่จะต้องคำนึงถึงผู้ว่าจ้างและผู้ใช้อาคารต่อไปในอนาคตเป็นสำคัญ

สำหรับในประเทศไทย สมาคมสถาปนิกสยามฯ ได้บัญญัติ “มาตรฐานการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม พ.ศ. 2532” เช็กอย่างมีคุณธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไว้ด้วย โดยได้ระบุเป็น “พันธกรณี” [9] ที่สมาชิกมีต่อสาธารณะ ลูกค้ายาวิชาชีพสถาปัตยกรรมและวิชาชีพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีขอบเขตและเนื้อความใกล้เคียงกันกับข้อบัญญัติของสมาคมวิชาชีพในประเทศอื่น ๆ คือ จะต้องปฏิบัติงานในฐานะที่เป็นมืออาชีพอย่างแท้จริง ใช้ความรู้ความสามารถที่มีอยู่ทำงานโดยสุจริต และซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพ โดยให้บริการแก่ผู้ว่าจ้างโดยสุดความสามารถ

3.2) แนวทางการเผยแพร่ผลงานและชื่อเสียงของสถาปนิก

แชปเพล และวิลลิส (Chappel & Willis) [6] ได้ให้แนวทางการนำเสนอบริการทางสถาปัตยกรรมและเผยแพร่ผลงานของสถาปนิกในอีกลักษณะหนึ่ง ด้วยวิธีการตลาดในเชิงรุก (active marketing) ที่เหมาะสมกับการให้บริการวิชาชีพมากกว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยตรง ดังนี้

1. การเข้าไปมีส่วนร่วมในสมาคมวิชาชีพ

วัตถุประสงค์หลักอย่างหนึ่งของการรวมตัวกันขึ้นเป็นสมาคมวิชาชีพ คือ การช่วยเหลือสมาชิกและเพื่อนร่วมวงการในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพ และยังทำหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีในวิชาชีพสถาปัตยกรรม ดังนั้น การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของสมาคมวิชาชีพ จึงเป็นแนวทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์วิชาชีพ ออกสู่สังคมภายนอกได้อย่างเหมาะสม ยกตัวอย่างเช่น The Royal Institute of British Architects (RIBA) ที่นอกจากจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนของวิชาชีพสถาปนิกในสหราชอาณาจักรแล้วยังมีบทบาทเป็นสื่อเชื่อมโยงสถาปนิกผู้มีความสามารถกับลูกค้าที่ต้องการรับบริการทางด้านสถาปัตยกรรมอีกด้วย โดยผ่านทางโครงการ Clients Advisory Service (CAS) ที่ให้คำปรึกษาทางด้านสถาปัตยกรรมแก่บุคคลทั่วไป สถาปนิกที่ได้ขึ้นทะเบียนเข้าร่วมในโครงการนี้ จะมีชื่อปรากฏอยู่ในรายนามสถาปนิกที่ปรึกษาโดยผู้ที่มาติดต่อกับ CAS สามารถเลือกใช้บริการได้ กิจกรรมดังกล่าวนอกจากจะเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงผลฝีมือ สิ่งสมประสงค์และชื่อเสียงส่วนบุคคลแล้ว ยังเป็นโอกาสให้กับผู้ประกอบวิชาชีพได้เผยแพร่ความเข้าใจที่ถูกต้องในวิชาชีพสถาปัตยกรรมผ่านการปฏิบัติงานจริง ที่ย่อมแตกต่างจากบทบาทอื่น ๆ ที่สังคมคุ้นเคย ไม่ว่าจะเป็นงานในวงการบันเทิง หรืองานที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์อื่น ๆ ที่มีส่วนทำให้เกิดบทบาทที่แท้จริงของสถาปนิกพลาและผดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง

2. การให้ความสำคัญกับการประกาศเกียรติคุณของสถาปนิก

แต่เดิมสถาปนิกโดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาปนิกไทยนั้นเป็นช่างมืออาชีพที่แม้จะสร้างสรรค์งานที่มีคุณค่า สะท้อนวิถีชีวิต

ของคนในสังคม และประเพณีวัฒนธรรมประจำถิ่น แต่ท่านเหล่านั้น มักจะอยู่ในฐานะผู้ปิดทองหลังพระอยู่เสมอ เมื่อออกแบบและก่อสร้างอาคารเสร็จแล้วก็แล้วกัน ชื่อเสียง-เรียงนามของสถาปนิกเองนั้น ก็ไม่ได้รับการจารึกชื่อเอาไว้คู่กับผลงานเหมือนงานศิลปะสาขาอื่น ๆ ทั้งยังมีจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ ที่ไม่เปิดโอกาสให้สถาปนิกในยุคต่อ ๆ มาเผยแพร่ผลงานของตนในเชิงประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวางมากนัก ทำให้สถาปนิกกลายเป็นผู้สร้างสรรค์ที่ไม่สามารถประกาศตนต่อสังคมได้อย่างเต็มที่

ดังนั้น จึงควรที่จะมีการยกสถานะและประกาศเกียรติคุณของสถาปนิกให้เป็นผู้สร้างสรรค์แถวหน้า ที่พร้อมรับการเชิดชูเกียรติและวิพากษ์วิจารณ์เหมือนกับศิลปินในสาขาอื่น ๆ หากมีการริเริ่มจดจารึกข้อมูลเกี่ยวกับผู้ออกแบบไว้เป็นส่วนหนึ่งของอาคารอย่างถาวร ดังปรากฏอยู่คู่กับอาคารที่ออกแบบในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 ต่อกับช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 ในกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส จะทำให้วิชาชีพสถาปนิกและการออกแบบสถาปัตยกรรมเป็นที่รู้จักมากขึ้น คุณประโยชน์ทางอ้อมประการหนึ่งจากการจดจารึกชื่อของผู้สร้างงานก็คือ จะเป็นข้อเตือนใจให้สถาปนิกทำงานอย่างระมัดระวัง คำนึงถึงคุณภาพและประสิทธิภาพในการใช้งานของอาคารมากขึ้น โดยไม่ย่อท้อจากความกดดันและข้อจำกัดนานัปประการที่เป็นอุปสรรคในการสร้างสรรค์และบั่นทอนคุณภาพและสุนทรียภาพของงานให้ลดลงไป ด้วยเหตุที่ชื่อเสียงไม่ว่าจะเป็นในทางลบหรือทางบวกนั้นสามารถขจรขยายไปด้วยวิธีจากปากต่อปากได้รวดเร็วกว่าวิธีสื่อสารใด ๆ ทั้งสิ้น

3. การเผยแพร่ผลงานและความคิดในวาระโอกาสต่าง ๆ

ส่วนหนึ่งของวิชาชีพสถาปนิกนั้น จะต้องสื่อสารให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับสายงานได้เข้าใจถึงแนวความคิดด้วยการสื่อสารผ่านคำพูดและท่าทาง และเทคนิคการนำเสนอด้วยภาพแบบสองและสามมิติ การทำหุ่นจำลอง การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยในการสร้างโลกเสมือนจริงที่จะเกิดขึ้นเมื่องานเสร็จลุล่วงสมบูรณ์ แต่วิธีการทำงานดังกล่าว มิได้มี

การเผยแพร่ในวงกว้างเท่าที่ควร ทำให้สถานภาพของสถาปนิกในฐานะผู้ออกแบบสภาพแวดล้อมไม่เป็นที่เข้าใจกันมากนัก หากเป็นช่วงเวลาพิเศษที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองอย่างในอดีตที่ผ่านมา สถาปนิกต่างก็มีงานล้นมือ ทำให้ไม่มีโอกาสได้สื่อสารถึงบทบาทหน้าที่ที่ต้องของตนเองและต่อสังคมอย่างที่เราควรจะเป็น

ดังนั้น เมื่อเกิดการเว้นวรรคในการประกอบวิชาชีพ ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวย สถาปนิกควรใช้ช่วงเวลาที่เหมาะสมนี้เปิดตัวสู่สังคมในวงกว้างให้มากขึ้น โดยอาจเริ่มต้นจากในแวดวงผู้ที่ใช้ศิลปะในการประกอบวิชาชีพในแนวทางเดียวกันก่อน แล้วจึงค่อยขยายออกไปในแวดวงอื่น ๆ การเปิดประเด็นพูดคุย เสวนา หรือการแสดงปาฐกถาว่าด้วยเรื่องของปรัชญาและความคิดที่อยู่เบื้องหลังการสร้างสรรคงานสถาปัตยกรรมในวาระและโอกาสที่แตกต่างกัน จะนำไปสู่การสนทนาซักถามในประเด็นอื่น ๆ อีกต่อไป อันจะทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงระหว่างสถาปนิกและผู้สนใจทั่วไปมากขึ้น นอกจากนี้ หากสถาปนิกมีโอกาสแสดงความคิดผ่านข้อเขียนลงในสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยไม่จำเป็นต้องมีเนื้อหาในเชิงวิชาการอย่างเต็มที่ อาทิเช่น การเขียนบทความในวารสารหรือเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับแวดวงการออกแบบและก่อสร้าง หรือนิตยสารสำหรับผู้อ่านในวงกว้าง อย่างเช่น นิตยสารสำหรับสตรี นิตยสารสำหรับครอบครัว ก็จะสามารถสื่อสารความคิดและเผยแพร่ความรู้สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในวิชาชีพสถาปนิกได้อย่างกว้างขวางขึ้นไปอีก แนวทางดังกล่าวเป็นการแสดงตัวของสถาปนิกในฐานะมืออาชีพที่เป็นที่ยอมรับและอยู่ในวิสัยที่พึงปฏิบัติได้ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ รายการ “หมอบ้าน” ที่กลุ่มสถาปนิกอาสาได้เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับบ้านและการก่อสร้าง ด้วยการให้คำปรึกษาและถามตอบปัญหาที่พบเห็นได้ประจำวัน โดยเผยแพร่ออกไปในสื่อหลายลักษณะ ไม่ว่าจะเป็นการออกอากาศทางวิทยุ โทรทัศน์ เผยแพร่เป็นข้อเขียนลงในหนังสือพิมพ์ หรือการจัดสถานที่เพื่อให้คำปรึกษาในงานสถาปนิก 44 ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

4) คุณสมบัติพิเศษที่ใช้เป็นกลยุทธ์ (Strategic Asset) เพื่อความได้เปรียบขององค์กร ซึ่งเกิดจากการทำธุรกิจนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง เป็นระยะเวลายาวนาน จนเกิดเป็นข้อได้เปรียบในการให้บริการหรือนำเสนอสินค้าเหนือคู่แข่งอื่น ๆ

แนวทางการได้มาซึ่งข้อได้เปรียบในทัศนะของจอห์น เคย์มีอยู่หลายกรณี [2] กรณีแรกมาจากเหตุผลตามธรรมชาติ (natural monopoly) คือ เมื่อผู้บุกเบิกธุรกิจจนประสบความสำเร็จในระบบเศรษฐกิจขนาดเล็ก ย่อมจะมีข้อได้เปรียบจากการเป็นผู้เสนอสินค้าและบริการเพียงหนึ่งเดียวในตลาด กระบวนการทำธุรกิจของผู้บุกเบิกธุรกิจนั้น ก็จะถือเป็นมาตรฐานในการทำธุรกิจในด้านนั้นต่อไป กรณีที่สองเป็นผลสืบเนื่องจากการบุกเบิกและอยู่ในธุรกิจนั้น ๆ เป็นเวลานาน ย่อมที่จะต้องมีการลงทุนเพื่อกิจการนั้นสม่ำเสมอ ตลอดจนผลตอบแทนจากการลงทุนนั้นย่อมที่จะส่งผลให้เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้ อาทิเช่น การสั่งสมชื่อเสียงด้วยมาตรฐานสินค้าและบริการร่วมกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าและตลาดอย่างเป็นระบบ และมีเงินลงทุนหมุนเวียนอยู่ในธุรกิจเป็นจำนวนมาก และสม่ำเสมอ การได้มาซึ่งข้อได้เปรียบในกรณีสุดท้าย คือ การได้เปรียบในการแข่งขันโดยอาศัยมาตรการของรัฐหรือผู้มีอำนาจควบคุมดูแลการดำเนินธุรกิจนั้น ด้วยการบัญญัติกฎหมายหรือกฎเกณฑ์พิเศษขึ้นใช้บังคับ เช่น การออกใบอนุญาตเฉพาะที่ให้ความคุ้มครองสิทธิ (exclusivity) ในการดำเนินธุรกิจหรือประกอบวิชาชีพเป็นพิเศษ

หากวิเคราะห์ถึงคุณสมบัติที่เป็นข้อได้เปรียบในการประกอบวิชาชีพของสถาปนิกไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จะพบว่า เป็นข้อได้เปรียบที่มาจากการออกข้อบัญญัติหรือกฎหมายเฉพาะทั้งสิ้น โดยเริ่มจากประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 281 ว่าด้วยการกำหนดหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ที่ห้ามคนต่างด้าวทำงานใด ๆ ที่เกี่ยวกับสถาปัตยกรรม ตั้งแต่งานออกแบบ เขียนแบบ ประเมินราคา อำนวยการก่อสร้าง ไปจนถึงการทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา มาถึงปัจจุบันที่มีการตราพระราชบัญญัติสถาปนิก พ.ศ. 2543 ขึ้นบังคับใช้ แต่สิทธิที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายในลักษณะผูกขาดเหล่านั้น กำลังถูกลิดรอนให้ลดน้อยถอยลง เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันกันอย่างเสรีมากขึ้น อันมีสาเหตุเนื่องมาจากการที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมลงนามในข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าด้านบริการ (General

Agreement on Trade in Services) หรือ GATS อันเป็นการเปิดเสรีทางการค้าภาคบริการ โดยมุ่งสลายข้อจำกัดทางการค้าระหว่างชาติในการประกอบอาชีพบริการประเภทต่าง ๆ รวมทั้งวิศวกร สถาปนิก โดยมีเป้าหมายให้ผู้ประกอบวิชาชีพดังกล่าวสามารถทำงานในประเทศที่เป็นสมาชิกได้อย่างเสรี เมื่อการเจรจาสามารถบรรลุข้อตกลง

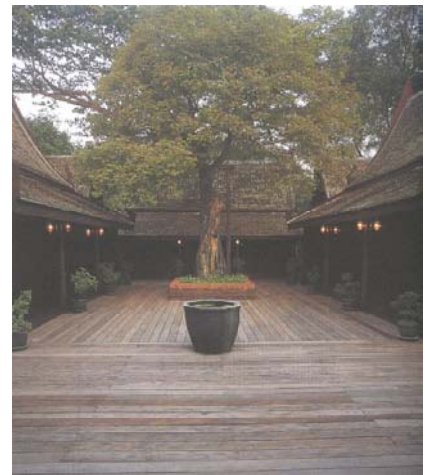
เมื่อนำการพัฒนาการของแนวคิดโลกาภิวัตน์และความร่วมมือทางด้านการค้าในระดับนานาชาติมาประกอบกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ทำให้การถ่ายทอดข้อมูลระหว่างกันเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดสังคมโลกที่ไร้พรมแดนที่ยากจะดำเนินธุรกิจแบบผูกขาดได้อีกต่อไป ดังนั้น มาตรการดั้งเดิมที่มีไว้เพื่อสกัดกั้นหรือคุ้มครองผลประโยชน์และสร้างข้อได้เปรียบตลอดจนรักษาสิทธิพิเศษของตนเองอย่างไม่เป็นธรรม จึงต้องลดน้อยและสูญสิ้นไป เปิดทางให้กับการแข่งขันเสรีที่ผู้ที่แข็งแกร่งกว่า อันหมายรวมถึงผู้ที่มีความสามารถมากกว่า มีทรัพยากรสนับสนุนที่พร้อมมูลกว่าเท่านั้นจึงจะอยู่รอดและประสบความสำเร็จ

ด้วยเหตุนี้ สถาปนิกไทยจะต้องคิดหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับวิชาชีพของตนเอง โดยใช้ข้อได้เปรียบที่มีอยู่ในด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากการอาศัยกฎหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบง่าย ๆ ในลักษณะผูกขาดอย่างที่เคยเป็นมา แนวทางหนึ่งที่เหมาะสมที่จะได้มีการนำไปปรับใช้อย่างจริงจัง ก็คือ การอาศัยข้อได้เปรียบในความเป็นคนท้องถิ่นที่มีความรู้เป็นอย่างดีในการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกับภูมิประเทศและภูมิอากาศของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นความรู้ในเรื่องของโครงสร้าง สังคม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัสดุและเทคนิคการก่อสร้าง ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นความรู้ที่สั่งสมและถ่ายทอดกันมานานเปรียบได้กับทุนเดิมที่มีอยู่และพร้อมที่จะนำไปใช้เป็นทรัพยากรในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (รูป 10 และ 11) ในขณะที่คู่แข่งผู้มาใหม่ไม่สามารถเรียนรู้และประยุกต์ใช้เพื่อแข่งขันได้ในระยะเวลาอันสั้น จากนั้นจึงพัฒนาความศักยภาพของสถาปนิกไทยให้แข็งแกร่งบนพื้นฐานและรากเหง้าที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษจนสามารถแข่งขันกับสถาปนิกต่างชาติได้ ตั้งแต่โครงสร้างของ

วิชาชีพโดยรวมที่จะต้องมีกรอบแบบกลไกที่เอื้อต่อการพัฒนากระบวนการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีระหว่างกัน สามารถพัฒนานวัตกรรมการออกแบบก่อสร้างที่เหมาะสมกับภูมิหลังของประเทศ อันจะนำไปสู่การประกอบวิชาชีพที่ยั่งยืนต่อไป



รูป 10



รูป 11

ความรู้ในทางสถาปัตยกรรมชั้นสูงของไทยหลากหลายประเภท อาทิเช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (รูป 10) ซึ่งเป็นอาคารทางศาสนา หรือพระตำหนักทักษิณ จังหวัดนครปฐม ที่เป็นเรือนไทยประเพณี (รูป 11) ถือได้ว่าเป็นภูมิปัญญาอันเปรียบเสมือนทุนเดิมที่ทรงคุณค่าของสถาปนิกไทย

บทสรุป: การวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการประกอบ- วิชาชีพสถาปัตยกรรมในอนาคต

ผลดีที่เห็นได้ชัดจนประการแรกจากการวิเคราะห์เพื่อค้นหาความสามารถอันโดดเด่นในการประกอบวิชาชีพ คือ การค้นพบแนวทางในการคลี่คลายปัญหาในเรื่อง “สถานภาพ” และ “บทบาท” ที่เป็นปัญหาที่สถาปนิกไทยตระหนักดี เริ่มจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในเรื่อง “จุดยืน” หรือ “สถานภาพ” ของสถาปนิก จะสามารถคลี่คลายลงด้วยการปรับแนวทางในการทำงาน โดยให้ความสำคัญมากขึ้นกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในกรอบกำหนดของจรรยาบรรณ เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียง (reputation) ในการเป็นมืออาชีพทางด้านการสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมของสถาปนิก ส่วนปัญหาเรื่อง “บทบาท” นั้น จะบรรเทาเบาบางลงด้วยการที่สถาปนิกได้มีมุมมองที่กว้างขึ้นในการประกอบวิชาชีพ เปลี่ยนทัศนคติจากการมุ่งแต่จะทำงานออกแบบสถาปัตยกรรมแต่เพียงอย่างเดียว มาเป็นการเลือกทำงานที่ตนเองถนัดและทำได้ดีที่สุด โดยไม่จำเป็นต้องจำกัดตัวเองเพียงแค่การเป็นสถาปนิกออกแบบเท่านั้น เพราะในความเป็นจริงแล้ว สถาปนิกที่มีความถนัดและความสนใจทางด้านอื่น ๆ ก็สามารถพัฒนาตนเองเป็นมืออาชีพในการให้บริการวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับงานทางด้านสถาปัตยกรรมได้เช่นเดียวกัน

สำหรับขั้นตอนและกระบวนการในการวางกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive strategy) สำหรับการประกอบวิชาชีพอย่างยั่งยืนและประสบความสำเร็จ ในแนวทางที่สถาปนิกแต่ละคนเลือกไว้นั้น จะต้องอาศัยข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงอย่างเป็นขั้นตอน โดยในขั้นตอนแรกสถาปนิกจะต้องเลือกสนามในการแข่งขันหรือตลาดที่ตนเองคิดว่าน่าจะมีข้อได้เปรียบที่สุดในการแข่งขัน (competitive advantage) ยกตัวอย่างเช่น การที่สถาปนิกคนหนึ่งตระหนักถึงจุดเด่นของตนเองที่สามารถออกแบบสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางสถาปัตยกรรม โดยผสมผสานเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมไทยเข้ากับวิถีชีวิตแบบตะวันตกได้อย่างกลมกลืน อันเป็นจุดแข็งที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้โดยง่าย การประยุกต์ใช้จุดเด่นดังกล่าวเพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถกระทำได้โดยการเลือกนำเสนอบริการนี้ในกลุ่ม

ลูกค้าที่กำลังนิยมในงานที่มีเอกลักษณ์ไทยสมัยใหม่ จะเห็นได้ว่า สถาปนิกผู้นั้นย่อมจะได้เปรียบในการแข่งขันเหนือสถาปนิกอื่น ๆ อย่างแน่นอน ในขั้นตอนต่อไปจึงจะถึงการวางแผน หรือการกำหนดกลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างความเป็นต่อที่เหนือกว่าคู่แข่ง ด้วยการกำหนดอัตราค่าบริการและระดับในการให้บริการ (price and positioning) ให้เหมาะสมกับลักษณะงาน มีความแตกต่าง และสามารถแข่งขันกับสถาปนิกคนอื่น ๆ ที่ทำงานในลักษณะใกล้เคียงกันได้ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (advertising and branding) ที่สามารถสื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการและปฏิบัติตามจรรยาบรรณของวิชาชีพที่กำหนดไว้ รักษาและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในหมู่พันธมิตรในทางธุรกิจ ที่เป็นความสัมพันธ์ในแนวตั้ง (vertical relationship) ไม่ว่าจะเป็นหุ้นส่วน ผู้ลงทุน สถาปนิกผู้ร่วมวิชาชีพ ตลอดจนช่างเขียนแบบ ผู้รับเหมาก่อสร้าง พนักงานในองค์กรและลูกค้า ความสำเร็จที่ได้รับจากการวางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมนั้น จะเห็นได้จากการที่สถาปนิกที่มีความสามารถในการออกแบบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ผู้นั้น ได้รับการว่าจ้างให้ออกแบบสถาปัตยกรรมไทยร่วมสมัยอย่างต่อเนื่อง สร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพจนมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในวงกว้าง

เป้าหมายของสถาปนิกไทยในการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมในอนาคต หลังจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสถานการณ์ที่ผันผวนต่าง ๆ ได้ผ่านพ้นไป คงไม่ถูกจำกัดเพียงความได้เปรียบชั่วคราว หรือความอยู่รอดของสถาปนิกแต่เพียงฝ่ายเดียว นอกเหนือจากความพยายามของสถาปนิกที่จะกำหนดจุดยืนของวิชาชีพให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคม หรือการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพของตนเองในด้านต่าง ๆ จนสามารถแข่งขันกับเพื่อนร่วมวิชาชีพในระดับนานาชาติได้อย่างทัดเทียม ตลอดจนการวางกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในโลกธุรกิจแล้ว ในขณะเดียวกัน สถาปนิกไทยจะต้องหันกลับมาให้ความสนใจต่อปัจจัยที่ถูกกละเลยมานาน อย่างเช่น วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม

และชุมชน ทั้งนี้ส่วนหนึ่งมีแรงส่งมาจากกระแสความคิดในสหรั-
 วรรณใหม่ของมนุษย์ ที่เริ่มรู้สึกรับผิดชอบต่อธรรมชาติและปัจจัย
 อื่น ๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นชีวิตและโลกโดยองค์รวม เนื่องจาก
 ปัจจัยเหล่านี้ เป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยฟื้นฟูเอก-
 ลักษณะของสังคมไทยที่สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้ง
 ยังเป็นจุดเริ่มต้นในการคิดสร้างสรรค์สถาปัตยกรรม อันแสดงออก
 ถึงวัฒนธรรมประจำชาติที่คู่แข่งจากที่ใด ๆ ในโลกไม่สามารถ
 เลียนแบบได้

วิชาชีพสถาปัตยกรรมในอนาคตจะต้องไม่จำกัดตัว
 เองเป็นเพียงเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาและสนับสนุนวิถี-
 ชีวิตแบบวัตถุนิยม แต่ควรจะเป็นวิชาชีพที่ยังประโยชน์ต่อ
 สังคมด้วยการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมโดยยึดหลักการพัฒนา
 ที่ยั่งยืน ผลงานสร้างสรรค์ของสถาปนิกที่เกิดขึ้นจากการใช้
 ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ จะเป็นศิลปะอีกแขนงหนึ่ง
 ที่ช่วยเติมเต็มจิตวิญญาณของคนในสังคมไทยได้อย่าง
 สมบูรณ์

รายการอ้างอิง (References)

- [1] Saint, A. (1996). Architecture as image: Can we rein this new beast?. In W. S. Saunders (Ed.). Reflections on architectural practices in the nineties. New York: Princeton Architectural Press, 12-19.
- [2] Kay, J. (1995). Foundations of corporate success. Oxford: Oxford University Press.
- [3] ผุสดี ทิพทัส. (2539). สถาปนิกสยาม: พื้นฐาน บทบาท ผลงาน และแนวคิด (พ.ศ. 2475-2537) เล่ม 2. กรุงเทพฯ: สมาคมสถาปนิก-
 สยามในพระบรมราชูปถัมภ์.
- [4] Maister, D. H. (1997). Managing the professional service firm. New York. Free Press Paperbacks.
- [5] พิเศษ ฐิโรจนวานิช. (2544). บางแนวคิดในการปรับแต่งขอบเขตและกระบวนการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม. กรุงเทพฯ: สมาคม
 สถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์. (อัดสำเนา).
- [6] Chappell, D., & Willis, C. (1992). The architect in practice (7th ed.). Oxford: Blackwell Science.
- [7] ข้อบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเผยแพร่การบริการของสถาปนิกในสหราชอาณาจักร ได้รับการบรรจุอยู่ในหมวดหมู่ของคุณ-
 ธรรมและจริยธรรม ดังนี้

Principle Two

A member shall, at all times, avoid any action or situation which is inconsistent with his professional obligations or which is likely to raise doubts about his integrity.

To uphold this Principle a Member undertakes:

2.3 *not to make, support or acquiesce in any statement, written or otherwise which is contrary to his own knowledge or bona fide professional opinion, or which he knows to be misleading, or unfair to others or otherwise discreditable to the profession.*

2.7 *not to give or accept any commission or gifts or other inducement to show favour to any person or body, nor allow his name to be used in advertising any service or product associated with the construction industry.*

- [8] ข้อกำหนดมาตรฐานในการประกอบวิชาชีพ The Standard of Professional Performance ที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ชื่อเสียงและ
 ผลงาน มีรายละเอียดดังนี้

8. Not lay to claim to expertise which they do not have, nor accept commissions which they know are beyond their skill and experience, without arranging for appropriate assistance and advice which will enable them to satisfy the Standards of Professional Performance in the discharge of their professional duties.

[9] มาตรฐานการปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตยกรรม พ.ศ. 2532 ของสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการโฆษณาเผยแพร่การให้บริการทางด้านสถาปัตยกรรม มีรายละเอียดดังนี้

หมวดที่ 1 พันธกรณี

1.1 พันธกรณีต่อสาธารณะ

1.1.1 สถาปนิกอาจเสนอบริการต่อบุคคลใด ๆ ได้โดยคิดค่าตอบแทน ค่าธรรมเนียมเงินเดือน ค่าลิขสิทธิ์ตามมาตราฐานที่ยอมรับกันทั่วไป ในฐานะที่เป็นตัวแทน ที่ปรึกษา ผู้แนะนำหรือผู้ช่วย ทั้งนี้สถาปนิกต้องผดุงไว้ซึ่งคุณธรรมแห่งวิชาชีพอย่างเคร่งครัด

1.1.2 สถาปนิกต้องปฏิบัติหน้าที่ทางวิชาชีพของตนด้วยความสามารถ และจะต้องสนองต่อผลประโยชน์ของลูกค้าของตนและสาธารณะอย่างถูกต้อง

1.1.3 สถาปนิกต้องไม่โฆษณาตนเอง หรือยอมให้ผู้อื่นใช้ชื่อตนหรือผลงานของตน ในเชิงยกย่อง โอ้อวด ชักจูงให้หลงผิด เว้นแต่จะเป็นเพียงการเผยแพร่ด้านวิชาการ หรือเพื่อแสดงข้อมูล ตำแหน่ง ที่อยู่ หรือสำนักงานของสถาปนิกเท่านั้น รวมทั้งไม่ประกาศรับรองสินค้าใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการงานวิชาชีพสถาปัตยกรรม

1.2 พันธกรณีต่อลูกค้า

1.2.1 สถาปนิกจะต้องให้บริการทางวิชาชีพอย่างมีคุณภาพ พร้อมทั้งเป็นตัวแทนทางด้านวิชาการ คำนวณผลประโยชน์ให้แก่ลูกค้า และสิทธิทั้งปวงของบุคคลต่าง ๆ ซึ่งมีในสัญญา ให้สถาปนิกจัดการคำแนะนำและคำวินิจฉัยของสถาปนิกจะต้องมีเหตุผลและเที่ยงธรรม

1.3 พันธกรณีต่อวิชาชีพ

1.3.1 สถาปนิกต้องไม่ทำการใด ๆ ในลักษณะที่เป็นความเสียหายต่อผลประโยชน์ที่ดีที่สุดของวิชาชีพ และควรร่วมทำงานเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ขององค์การวิชาชีพของตน

บรรณานุกรม (Bibliography)

มุสดี ทิพพัส. (2539). สถาปนิกสยาม: พื้นฐาน บทบาท ผลงาน และแนวคิด (พ.ศ. 2475-2537). 2 เล่ม. กรุงเทพฯ ฯ สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์.

เพ็ญสุภา สุขคตะ. (2543). เยี่ยมเรือน เยือนอดีต. กรุงเทพฯ: ร่วมด้วยช่วยกัน.

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร และคนอื่น ๆ. (2536). พัฒนาการแนวความคิดและรูปแบบของงานสถาปัตยกรรม: อดีต ปัจจุบัน และอนาคต. กรุงเทพฯ ฯ สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์.

สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์. (2537). คู่มือสถาปนิก 2537. กรุงเทพฯ ฯ สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์.

Bloom, P. N. (1984). Effective marketing for professional services. Harvard Business Review. September-October, 102-110.