

ปัจจัยความพึงพอใจของบริษัทออกแบบด้านงานสถาปัตยกรรมขนาดเล็กกับการจ้างฟรีแลนซ์

สมบูรณ์ เพ็ชรนารถ

บทคัดย่อ

บริษัทออกแบบสถาปัตยกรรมขนาดเล็กมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในการจ้างงานฟรีแลนซ์เฉพาะทาง เพื่อรองรับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นในบางช่วงเวลา ซึ่งเกินขีดความสามารถของทีมงานและพนักงานในบริษัทเพื่อดำเนินงานให้เสร็จตามเวลาและมาตรฐานที่กำหนด อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนการของบริษัทในเรื่องของด้านบุคลากรและทรัพยากรภายในองค์กร ในขณะเดียวกัน รูปแบบการทำงานแบบฟรีแลนซ์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการทั้งรายได้และความยืดหยุ่นในการใช้ชีวิตและการทำงาน การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านความต้องการและความพึงพอใจของบริษัทออกแบบขนาดเล็กที่มีการจ้างงานฟรีแลนซ์ โดยใช้เครื่องมือการแปลงหน้าที่เชิงคุณภาพ (Quality Function Deployment: QFD) เป็นกรอบวิเคราะห์ ข้อมูลได้มาจากการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม พบว่า บริษัทออกแบบขนาดเล็กให้ความสำคัญสูงสุดกับ 3 ปัจจัยแรก ในการจ้างงานฟรีแลนซ์คือ 1) แบบก่อสร้างต้องมีความชัดเจน ครบถ้วน ถูกต้องตามกฎหมาย และสามารถใช้อ้างอิงในขั้นตอนการก่อสร้างจริง 2) ฟรีแลนซ์ควรมีความสามารถในการประสานงานผ่านช่องทางที่หลากหลาย และพร้อมเข้าร่วมประชุม 3) ฟรีแลนซ์ต้องเคารพลิขสิทธิ์ของบริษัท โดยไม่เผยแพร่หรือนำผลงานไปใช้ในทางอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต

คำสำคัญ : ฟรีแลนซ์, บริษัทออกแบบขนาดเล็ก, เทคนิคการแปลงหน้าที่เชิงคุณภาพ, ความพึงพอใจของลูกค้า

Abstract

Small architectural design firms are increasingly turning to specialized freelancers to manage surges in workload that exceed the capacity of their in-house teams, in order to meet project deadlines and maintain quality standards. Hiring freelancers also helps reduce personnel and internal resource costs. Simultaneously, freelance work is gaining popularity, particularly among younger professionals seeking both income and flexible work-life balance. This study aims to analyze the factors influencing the demand for and satisfaction with freelance services among small architectural firms, using the Quality Function Deployment (QFD) framework as the analytical tool. Data were collected through focus group interviews. The findings indicate that the three most critical factors for firms when hiring freelancers are: 1) Construction drawings must be clear, complete, legally compliant, and suitable for real-world construction use; 2) Freelancers should demonstrate effective coordination skills across multiple communication channels and be available for meetings; 3) Freelancers must respect the company's intellectual property rights and refrain from publishing or using the work elsewhere without permission.

Keywords: Freelance, Small Design Firms, Quality Function Deployment, Customer Satisfaction

1. บทนำ

ในปัจจุบัน บริษัทออกแบบงานสถาปัตยกรรมขนาดเล็กมีแนวโน้มจ้างฟรีแลนซ์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีงานเข้ามาจำนวนมาก จนทำให้พนักงานประจำไม่สามารถดำเนินการให้เสร็จทันกำหนดเวลาและยังคงคุณภาพตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนดได้ การจ้างฟรีแลนซ์จึงเป็นทางเลือกสำคัญที่ช่วยให้สามารถส่งมอบงานได้ตรงเวลา รักษาคุณภาพ และลดภาระค่าใช้จ่ายของบริษัท ทั้งในด้านค่าจ้างประจำ สวัสดิการ และการจัดหาอุปกรณ์สำนักงาน การทำงานกับฟรีแลนซ์ที่มีข้อตกลงและเงื่อนไขการทำงานที่ชัดเจนยังช่วยให้บริษัทควบคุมคุณภาพงานได้ใกล้เคียงกับการจ้างพนักงานประจำ ขณะเดียวกัน แนวโน้มการทำงานอิสระก็เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความยืดหยุ่นและรายได้ที่หลากหลาย สืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่เร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการทำงานประจำในสำนักงานไปสู่การทำงานอิสระในหลากหลายสาขา รวมถึงงานด้านการออกแบบที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว (มิ่งสรรพ ขวสอาด, 2566) สำหรับบริษัทขนาดเล็กที่มีพนักงานไม่เกิน 5 คน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562) ซึ่งมักมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ การจ้างฟรีแลนซ์จึงเป็นทางเลือกที่สอดคล้องกับข้อจำกัดและความต้องการขององค์กร (ชนาภา มานะเพ็ญศิริ, 2565) โดยช่วยให้บริษัทสามารถขยายขอบเขตการให้บริการ รับงานที่มีความหลากหลายมากขึ้น และปรับตัวได้อย่างยืดหยุ่นในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การใช้ฟรีแลนซ์ช่วยเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจขนาดเล็กในการแข่งขัน ทั้งในด้านความเชี่ยวชาญและต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ (Freelancers Union, 2014) ฟรีแลนซ์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางเป็นทางเลือกสำหรับบริษัทที่ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบระหว่างบริษัทกับฟรีแลนซ์ จะช่วยให้บริษัทสามารถรักษาคุณภาพของงานและส่งมอบได้ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ (กระทรวงแรงงาน, 2568; ชนาภา มานะเพ็ญศิริ, 2565) อย่างไรก็ตาม มีข้อสงสัยว่าสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านของบริษัทออกแบบขนาดเล็กได้อย่างแท้จริงหรือไม่ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยความพึงพอใจของบริษัทที่จ้างงานฟรีแลนซ์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการดำเนินงานของฟรีแลนซ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของบริษัทได้อย่างเป็นรูปธรรม

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของบริษัทออกแบบขนาดเล็กที่จ้างงานฟรีแลนซ์

3. วิธีการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งหาและวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของบริษัทออกแบบด้านสถาปัตยกรรมขนาดเล็กต่อการจ้างงานฟรีแลนซ์ โดยดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. การทบทวนวรรณกรรม ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

ทฤษฎีการตลาด 7Ps (Kotler, 2016) เป็นการพัฒนาแนวคิดการตลาด ให้ครอบคลุมเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงในภาคธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคเหมาะสำหรับธุรกิจบริการ ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

- Product ความสำคัญของการพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค
- Price การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณค่าของสินค้า
- Place ช่องทางการจัดจำหน่ายต้องสะดวกและเข้าถึงได้ง่ายสำหรับลูกค้า
- Promotion การส่งเสริมการขายและการตลาดเป็นวิธีการสร้างการรับรู้ในสินค้า
- People ผู้ที่เกี่ยวข้องในการให้บริการหรือมีผลต่อประสบการณ์ของลูกค้า เช่น พนักงานขาย พนักงานบริการ
- Process วิธีการและขั้นตอนในการให้บริการลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ
- Physical Evidence สิ่งที่ต้องได้หรือเป็นรูปธรรมที่ช่วยเสริมความมั่นใจในบริการ เช่น เว็บไซต์ บรรจุภัณฑ์

ทฤษฎีคุณภาพผลงาน (Product Quality) (Garvin, 1988) เป็นแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์และวัดคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือผลงาน โดยพิจารณาจากความตรงตามความต้องการของลูกค้า มีองค์ประกอบดังนี้

- Performance ความสามารถของผลิตภัณฑ์ในการทำหน้าที่หลักได้ดีตามที่ผู้ใช้คาดหวัง

- Conformance ผลิตภัณฑ์เป็นไปตามข้อกำหนดที่ตั้งไว้ ความสอดคล้องเป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการ
- Reliability ความสม่ำเสมอในการทำงานโดยไม่ขัดข้องในระยะเวลาที่กำหนด
- Serviceability ความง่ายและรวดเร็วในการซ่อมแซม บำรุงรักษา หรือการรับประกัน
- Features ความหลากหลายของคุณสมบัติเสริมที่เพิ่มคุณค่าและความสะดวกให้ผู้ใช้
- Customer Perceived Quality ความรู้สึกหรือการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพโดยรวม

ทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) เป็นเรื่องคุณภาพด้านการบริการ ซึ่งมีด้วยองค์ประกอบดังนี้

- Access ลูกค้าสามารถติดต่อ ขอรับบริการ หรือขอข้อมูลได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว
- Communication การสื่อสารอธิบายสิ่งที่ลูกค้าควรรู้ได้อย่างเข้าใจง่าย ตอบคำถามได้ชัดเจน
- Competence ความรู้ ความชำนาญ และทักษะเฉพาะทาง ผู้ให้บริการมีเพียงพอในการให้บริการอย่างมืออาชีพ
- Courtesy การปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเคารพ เป็นมิตร และสุภาพเสมอ
- Creditability ความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส และชื่อเสียงของผู้ให้บริการที่ทำให้ลูกค้าไว้วางใจ
- Reliability ความสามารถในการให้บริการได้อย่างถูกต้อง ตรงเวลา และไว้วางใจได้
- Responsiveness ความตั้งใจและความรวดเร็วในการช่วยเหลือลูกค้าและตอบสนองต่อความต้องการ
- Security ลูกค้ารู้สึกมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวและผลประโยชน์จะไม่ถูกละเมิด
- Tangibles รูปลักษณ์ของสถานที่ พนักงาน อุปกรณ์ และเอกสารที่ใช้ในการให้บริการ
- Understanding Customers ความสามารถในการรับรู้และเข้าใจความต้องการ ความคาดหวัง เฉพาะของลูกค้าแต่ละราย

แต่ละราย

2. การออกแบบแบบสอบถาม พัฒนาแบบสอบถามโดยอิงจากทฤษฎีทั้ง 3 และเสริมด้วยคำถามปลายเปิดจากบุคคลที่ปัจจุบันทำงานบริษัทออกแบบสถาปัตยกรรมขนาดเล็กในกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 5 แห่ง มีประสบการณ์จ้างฟรีแลนซ์มากกว่า 5 ปี เพื่อค้นหาประเด็นเพิ่มเติมและการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญเพื่อความน่าเชื่อถือและความเหมาะสมของคำถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างคือบุคคลที่เคยทำงานหรือปัจจุบันทำงานกับบริษัทขนาดเล็กและมีประสบการณ์ในการจ้างงานฟรีแลนซ์ คำนวณหากลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบขนาดของประชากร ใช้โมเดลของ Cochran, W. G. (1977) กำหนดเป้าหมายไว้ที่ 68 คน ผ่านแบบสอบถามเพื่อหาค่าความสำคัญของแต่ละปัจจัย (Importance Value, (IMP)) โดยแบบสอบถามจะใช้ระดับคะแนน 1-5 เป็นการกำหนดเกณฑ์สำหรับแต่ละระดับคะแนน เช่น การใช้คะแนน 1 สำหรับ "ไม่สำคัญ" ไปจนถึง 5 สำหรับ "สำคัญมาก" จากนั้นจึงประเมินคะแนนแต่ละปัจจัยตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

4. วิเคราะห์เพื่อหาความสำคัญของปัจจัยความต้องการของบริษัทออกแบบสถาปัตยกรรมขนาดเล็กที่จ้างฟรีแลนซ์

5. สรุปผลการศึกษา

4. ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้หาปัจจัยความพึงพอใจของบริษัทออกแบบด้านงานสถาปัตยกรรมขนาดเล็กกับการจ้างฟรีแลนซ์ ด้วยวิธีการอ้างอิงจากทฤษฎี 7Ps, PQ และ SQ ร่วมกับการสนทนากลุ่มกับบริษัทออกแบบขนาดเล็กในกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 5 แห่ง ที่มีประสบการณ์จ้างฟรีแลนซ์มากกว่า 5 ปี เพื่อให้ได้ประเด็นความต้องการเพิ่มเติมจากการประยุกต์ทฤษฎี ซึ่งได้แก่ประเด็น Empathy / Responsiveness ฟรีแลนซ์ที่มีทัศนคติที่ดีต่อบริษัท และ Responsiveness/ Empathy ฟรีแลนซ์สามารถส่งข้อมูลงานย้อนหลังให้บริษัทได้ พร้อมปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่เคยทำงานหรือปัจจุบันทำงานกับบริษัทขนาดเล็กและมีประสบการณ์ในการจ้างงานฟรีแลนซ์จำนวน 70 คน ได้ลำดับการให้ความสำคัญของปัจจัย ซึ่งแสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ของทฤษฎีกับความต้องการของบริษัท (Customer Requirements) และค่าคะแนนความสำคัญ (Importance Value,IMP) พร้อมลำดับความสำคัญ () ในวงเล็บ

7Ps	PQ	SQ	Importance Value (IMP)	CR	Customer Requirements (CR)
Product	Performance		4.143 (8)	CR.1	การออกแบบ ถูกต้องตามหลักวิชาชีพ โดยครอบคลุมถึงกฎหมายควบคุมอาคาร (กฎหมายผังเมือง ข้อกำหนดการก่อสร้างอาคาร) การขออนุญาตก่อสร้างอาคาร การออกแบบ ตามหลักทฤษฎีเพื่อประโยชน์ใช้สอย(FAR ,OSR) ตามความต้องการของบริษัท
Product	Performance		4.357 (1)	CR.2	งานเขียนแบบ ถูกต้องตามข้อกำหนดการขออนุญาตก่อสร้างอาคาร และสามารถนำไปใช้อ้างอิงกับหน้างาน การก่อสร้างได้จริง มีความแม่นยำ ชัดเจน ครบถ้วน ของรายละเอียดแบบก่อสร้าง
Product	Conformance		4.229 (4)	CR.3	แบบสถาปัตยกรรม ต้องมีความสอดคล้องกับงานส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องด้วยการ combine แบบ เช่น งานวิศวกรรม โครงสร้างและงานระบบ M&E งานภูมิสถาปัตยกรรม เป็นต้น

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ของทฤษฎีกับความต้องการของบริษัท (Customer Requirements) และค่าคะแนนความสำคัญ (Importance Value,IMP) พร้อมลำดับความสำคัญ () ในวงเล็บ (ต่อ)

7Ps	PQ	SQ	Importance Value (IMP)	CR	Customer Requirements (CR)
Product	Reliability		4.157 (7)	CR.4	แบบมีความถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ คงเส้นคงวา งานที่ส่งกลับมาให้บริษัท ฟรีแลนซ์สามารถทำให้อยู่ในมาตรฐานที่บริษัทกำหนดไว้ได้อย่างสม่ำเสมอ เกิดความผิดพลาดน้อย เช่น งานที่บริษัทส่งให้ฟรีแลนซ์ทำหลายๆ งานจะอยู่ในมาตรฐานที่บริษัทกำหนดไว้เช่น การเขียนแบบที่ใช้ระบบการตั้งค่าLayer Text Plotstyle เป็นต้น
Price		Understanding customer	4.057 (15)	CR.5	ฟรีแลนซ์สามารถรับราคาจ้างและปรับราคาจ้างให้ตรงกับความต้องการของบริษัทได้ คือ สามารถปรับอัตราค่าจ้างที่อยู่ในเงื่อนไขของบริษัทได้ โดยจะมีมาตรฐานของราคาที่แยกประเภทของงานแต่ละงานเป็นตัวกำหนด เช่น ขนาดโครงการ ระยะเวลาการทำงาน อ้างอิงจากกฎกระทรวงการจ้างงานออกแบบและควบคุมงาน 2562 ที่แยกลักษณะของงานอาคารที่ไม่ซับซ้อน ซับซ้อนและซับซ้อนมาก เป็นต้น
Promotion	Features		4.071 (11)	CR.6	ฟรีแลนซ์มีผลงานแสดงผ่านช่องทาง Online งานที่แสดงมีความหลากหลายโครงการ มีทั้งเป็นรูปภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพเปรียบเทียบของงานออกแบบและภาพสถานที่ก่อสร้างจริง รวมถึงสามารถส่งผลงานได้มากกว่า ความต้องการหรือข้อตกลงกับบริษัท เช่น เงื่อนไขการส่งมอบงานFinal ด้วยFile PDF หรือ File DWG. (autocad) อาจจะส่งเพิ่มด้วยFile งาน 3d Model ,Sketch up,Revit เป็นต้น

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ของทฤษฎีกับความต้องการของบริษัท (Customer Requirements) และค่าคะแนนความสำคัญ (Importance Value,IMP) พร้อมลำดับความสำคัญ () ในวงเล็บ (ต่อ)

7Ps	PQ	SQ	Importance Value (IMP)	CR	Customer Requirements (CR)
Place		Access /Communication	4.286 (2)	CR.7	ฟรีแลนซ์สามารถติดต่อประสานงานได้หลายช่องทาง เช่น ทาง โทรศัพท์ ,Line ,Mail และดูงานนอกสถานที่ได้ เช่น กรณีบริษัทต้องการให้ไปดู Site Location ที่จะทำให้การออกแบบ เขียนแบบ ฟรีแลนซ์สามารถเข้ามาที่บริษัทเพื่อประชุมงานหรือประชุมทางออนไลน์ได้ เพื่อรับฟังข้อมูลและcomment เพิ่มเติมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้โดยตรง
People		Assurance/ Credibility/ Reliability/ Competence	4.186 (5)	CR.8	ฟรีแลนซ์สามารถทำให้บริษัทมีความเชื่อมั่นไว้วางใจที่จะตกลงให้งาน โดยพิจารณาจากประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมา ทำงานให้อยู่ในกรอบระยะเวลาการทำงานและส่งมอบงานตรงต่อเวลา
People	Customer Perceived Quality	Competence	4.129 (9)	CR.9	ฟรีแลนซ์มีทักษะและความรู้ความสามารถมีความชำนาญเกี่ยวกับงานที่มอบหมาย อาจจะเป็นความชำนาญเฉพาะทางของฟรีแลนซ์ เช่น ฟรีแลนซ์บางคนจะถนัดเรื่องอาคารคอนโดมิเนียม อาคารสูง หรือบางคนอาจจะถนัดอาคารพักอาศัย Low Rise เป็นต้น
People		Empathy/ Understanding customer	3.794 (18)	CR.10	ฟรีแลนซ์สามารถแชร์แบ่งปันความรู้ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับงานให้บริษัทได้ เช่น วิธีการทำงาน เทคนิคการทำงาน ของฟรีแลนซ์ที่เคยผ่านงานและความชำนาญเฉพาะทางของแต่ละท่าน

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ของทฤษฎีกับความต้องการของบริษัท (Customer Requirements) และค่าคะแนนความสำคัญ (Importance Value,IMP) พร้อมลำดับความสำคัญ () ในวงเล็บ (ต่อ)

7Ps	PQ	SQ	Importance Value (IMP)	CR	Customer Requirements (CR)
People		Understanding customer/ Empathy	3.814 (17)	CR.11	ฟรีแลนซ์สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า ให้ความสนใจลูกค้าเฉพาะบุคคล เช่น จัดจํารายละเอียดการทำงานของลูกค้าได้ มีความสัมพันธ์ไมตรี มากกว่าการจ้างงาน เช่นรับรู้ความต้องการงานของผู้ว่าจ้าง ที่มากกว่าScopeงาน และให้ความช่วยเหลือโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เพื่อให้งานดำเนินต่อไปได้โดยสะดวก
People		Security	4.246 (3)	CR.12	ฟรีแลนซ์ ต้องไม่เผยแพร่งานของบริษัท ออกภายนอกหรือไม่ทำซ้ำงานเพื่อไปใช้เอง สามารถรักษาความลับของบริษัทได้ งานที่จ้างฟรีแลนซ์เป็นลิขสิทธิ์ของบริษัทเท่านั้น
People	Serviceability	Responsiveness/ Empathy	4.058 (14)	CR.13	ฟรีแลนซ์สามารถส่งข้อมูลงานย้อนหลังให้บริษัทได้ ในกรณีบริษัทขอข้อมูลโครงการเก่าๆ ที่บริษัทเคยว่าจ้าง
People	Serviceability	Responsiveness/ Communication	3.957 (16)	CR.14	ฟรีแลนซ์สามารถได้ตอบประสานงานได้ทันที เมื่อบริษัทมีคำถามหรือต้องการทราบเกี่ยวกับเรื่องงานที่มอบหมายได้ สามารถแก้ไขปัญหาและชี้แจงงานได้รวดเร็ว ตามความต้องการของบริษัท
People	Serviceability	Communication/ Responsiveness	4.071(11)	CR.15	ฟรีแลนซ์มีความสามารถในการสื่อสาร การรับฟังและการส่งต่อที่ดี การเข้าใจในเนื้องานที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขงาน ตามความต้องการของบริษัทในช่วงระหว่างการทำงานได้
People		Courtesy/ Tangibles	4.114 (10)	CR.16	ฟรีแลนซ์มีบุคลิกภาพที่ดี มีอัธยาศัยไมตรี มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายเหมาะสมกับสถานที่ รวมถึงการบริการที่รวดเร็ว มีความตรงต่อเวลาในการนัดหมายและการส่งงานด้วย

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ของทฤษฎีกับความต้องการของบริษัท (Customer Requirements) และค่าคะแนนความสำคัญ (Importance Value,IMP) พร้อมลำดับความสำคัญ () ในวงเล็บ (ต่อ)

7Ps	PQ	SQ	Importance Value (IMP)	CR	Customer Requirements (CR)
Physical Evidence		Reliability	4.071 (11)	CR.17	ฟรีแลนซ์สามารถวางแผนงาน นัดหมาย ประชุมร่วมกับบริษัทได้ รับฟังอธิบายงาน ได้โดยตรง เช่น ร่วมกับบริษัททำ Schedule แผนงาน การตรวจงาน การส่งงาน การส่งรายงานความก้าวหน้า เป็นต้น
Process		Empathy	4.186 (5)	CR.18	ฟรีแลนซ์มีทัศนคติที่ดีต่อบริษัท พร้อมเรียนรู้และศึกษาข้อมูลจากบริษัทผู้ว่าจ้าง สามารถปรับตัวและมีความยืดหยุ่นต่องานที่ได้รับมอบหมาย

5.สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของบริษัทออกแบบสถาปัตยกรรมขนาดเล็กในการจ้างงานฟรีแลนซ์ โดยใช้กรอบแนวคิดจากทฤษฎี 7Ps Marketing Mix, Product Quality (PQ) และ Service Quality (SQ) ประกอบกับการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับบริษัทออกแบบจำนวน 5 แห่งที่มีประสบการณ์จ้างฟรีแลนซ์มากกว่า 5 ปี และผลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่เคยทำงานหรือปัจจุบันทำงานกับบริษัทขนาดเล็กและมีประสบการณ์ในการจ้างงานฟรีแลนซ์ ได้กำหนดความต้องการของบริษัท (Customer Requirements: CR) ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความต้องการของบริษัทที่จ้างฟรีแลนซ์มีทั้งหมด 18 ข้อ โดยปัจจัยที่มีค่าคะแนนความสำคัญ (IMP) มากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่

1. ความถูกต้องของงานเขียนแบบ แบบก่อสร้างต้องมีความแม่นยำ ครบถ้วน และถูกต้องตามข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาตก่อสร้างอาคาร สามารถนำไปใช้อ้างอิงในขั้นตอนการก่อสร้างจริงได้
2. การประสานงานของฟรีแลนซ์ ฟรีแลนซ์ควรสามารถติดต่อประสานงานกับบริษัทได้อย่างสะดวกผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์, Line, หรืออีเมล รวมถึงสามารถเดินทางไปดูสถานที่ก่อสร้าง
3. การรักษาความลับและสิทธิ์ในผลงานฟรีแลนซ์ต้องเคารพในความลับของบริษัท ห้ามนำแบบหรืองานออกแบบที่ได้รับมอบหมายไปเผยแพร่ ทำซ้ำ หรือใช้ในงานอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต

โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ สามารถนำไปวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ หรือ Quality Function Deployment (QFD) (Akao, 1990) เป็นกระบวนการจัดการเชิงคุณภาพที่แปลงความต้องการของลูกค้า ช่วยให้สามารถมองเห็นภาพรวมของความต้องการทั้งหมดและนำไปพัฒนาจุดที่ต้องปรับปรุงต่อไปได้

6.ข้อเสนอแนะ

กำหนดความต้องการของบริษัทควรอิงจาก TOR หรือสัญญาจ้างงานร่วมกับทฤษฎี 7Ps, PQ และ SQ เพื่อความครบถ้วนและแม่นยำ

บรรณานุกรม

- Khawsaad, M. (2023). "Freelance": A survival path for the new generation of workers – How young people are changing their work mindset. Retrieved May 25, 2025, from <https://www.bangkokbiznews.com/health/labour/1097287>
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2019). **SMEs situation report 2019**. Bangkok: Office of Small and Medium Enterprises Promotion.
- Chanapha Manapensiri. (2022). **Freelance... “Alternative” or “Survival” for Modern SMEs?** Retrieved May 26, 2025, from <https://www.bangkokbanksme.com/en/the-big-blue-freelance-alternative-or-survival-for-smes>
- Freelancers Union & Upwork. (2014). **Freelancing in America: A national survey of the new workforce**. Retrieved May 26, 2025, from https://www.shareable.net/wp-content/uploads/2014/09/https__fu-web-storage-prod.s3.amazonaws.com_content_filer_public_c2_06_c2065a8a-7f00-46db-915a-2122965df7d9_fu_freelancinginamericareport_v3-rgb.pdf
- Ministry of Labour. (2025). **Freelance occupations**. Retrieved May 26, 2025, from <https://lb.mol.go.th/คนทำงาน-คนว่างงาน/แนะแนวอาชีพ/อาชีพอิสระ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing management** (15th ed.). Pearson Education.
- Garvin, D. A. (1988). **Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge**. New York: The Free Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1990). **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations**. New York: Free Press.
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling techniques**. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Akao, Y. (1990). **Quality Function Deployment: Integrating Customer Requirements into Product Design**. Cambridge, MA: Productivity Press.