บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมผู้ว่าธนาคารโลกและกองทุนการเงินระหว่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2535 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งเป็นอาคารที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการประชุมระดับนานาชาติแห่งแรกในเมืองไทย ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประชุมเริ่มมีความสำคัญ ซึ่งสามารถดึงดูดเงินตราเข้าภายในประเทศได้จากกลุ่มผู้มาประชุมซึ่งมีรายได้สูง โดยในระยะแรกธุรกิจการประชุมนั้นเป็นธุรกิจที่ยังไม่ได้รับความสนใจเท่าใดนัก แต่ต่อมาในปี พ.ศ. 2543 การเพิ่มขึ้นของศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เช่น ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค (IMPACT Convention Center) เมืองทองธานี ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (Bangkok International Trade and Exhibition Center – BITEC) ผนวกกับการเพิ่มขึ้นของความต้องการในการจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อันเนื่องมากจากการเติบโตของเศรษฐกิจและความนิยมในการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ที่นอกเหนือจากการโฆษณาผ่านสื่อสาธารณะ (below–the–line) สัมพันธ์กับความต้องการพื้นที่รองรับกิจกรรมดังกล่าวมากยิ่งขึ้น ซึ่งแม้กระทั่งศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เอง ก็มีการปรับเปลี่ยนพื้นที่การใช้งานบางส่วนของศูนย์ให้สอดคล้องกับกิจกรรมการแสดงสินค้า และล่าสุดอัตราการใช้พื้นที่ของศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติภายในปี พ.ศ. 2546 ของทุกศูนย์ภายในกรุงเทพมหานครนั้นสูงถึง 80 เปอร์เซ็นต์ ทำให้ภาครัฐเริ่มเห็นความสำคัญของการสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ และนำไปสู่การจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ (สสปน.) ซึ่งเดิมเคยเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งสนับสนุนอุตสาหกรรมการจัดประชุมย่อย การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุม และการแสดงสินค้า หรือรวมเรียกว่า "อุตสาหกรรมการจัดการประชุมและนิทรรศการ หรือ ไมซ์ (meeting, incentive travel, convention, and exhibition – MICE) ในฐานะการเป็นธุรกิจที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจระดับจุลภาคและมหภาค รวมถึงเศรษฐกิจระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี โดยมีแผนในการสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในจังหวัดศูนย์กลางภาค เช่น จังหวัดภูเก็ต สงขลา และเชียงใหม่ ซึ่งศูนย์ประชุมและ

แสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ จะสร้างแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2549 เพื่อรองรับการเป็นเจ้าภาพจัดงานการเกษตรโลก

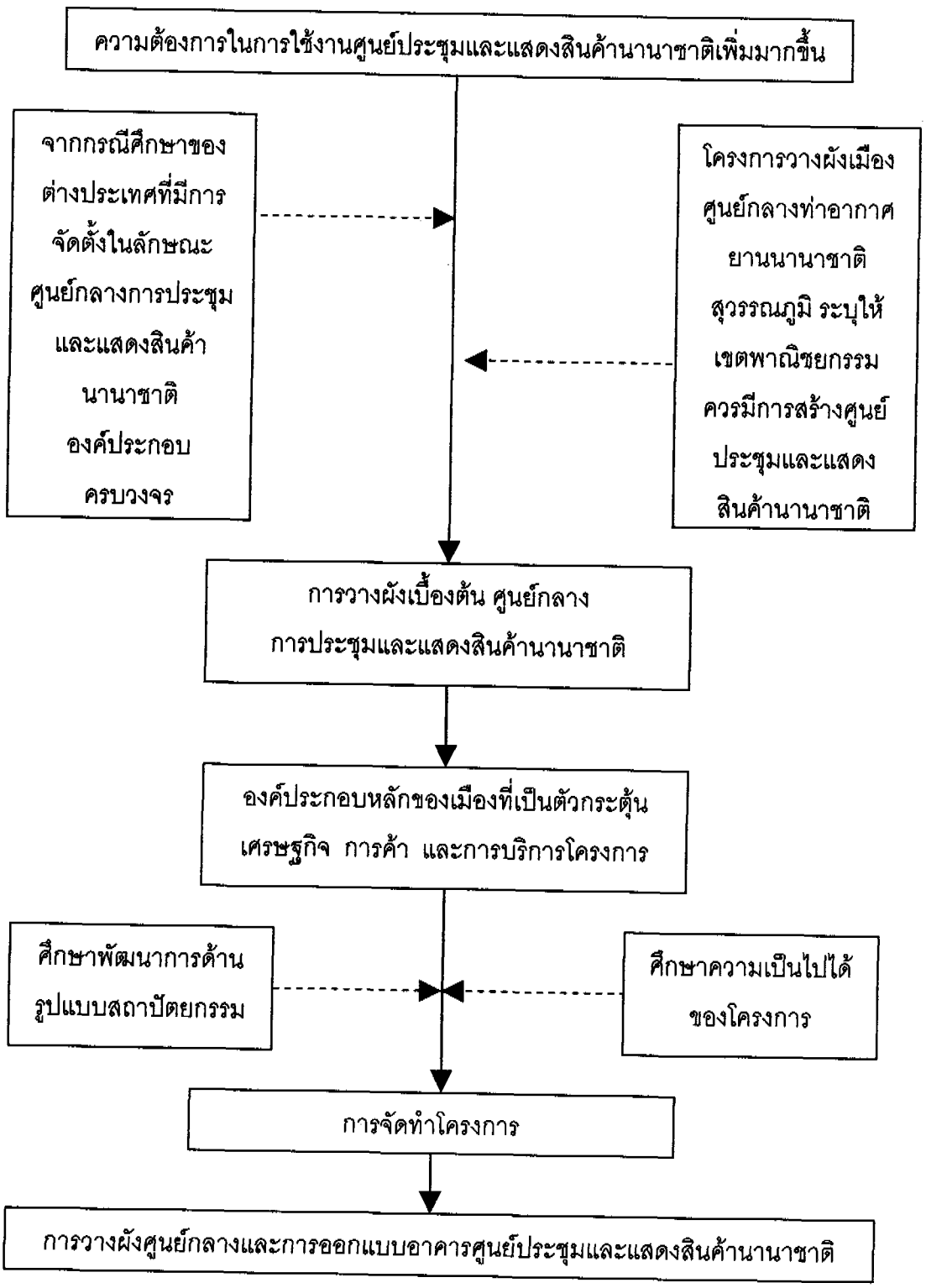
ในปี พ.ศ. 2549 นี้ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิจะมีการเปิดใช้บริการ ทำให้พื้นที่รอบท่าอากาศยานหรือเมืองศูนย์กลางท่าอากาศยาน มีการพัฒนาเพื่อให้สามารถรองรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบินได้ และตามโครงการวางผังเมืองศูนย์กลางการบินสุวรรณภูมิมีการสนับสนุนให้เขตพาณิชยกรรมของฝั่งลาดกระบังตะวันตก ประมาณ 700 ไร่ ให้มีการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เพื่อรองรับการติดต่อ การเจรจา การประชุมนานาชาติอันเนื่องมาจากธุรกิจการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เป็นธุรกิจทางอ้อมที่เกิดจากการสร้างสนามบินนานาชาติ แต่ในโครงการวางผังนั้นเป็นเพียงการระบุวัตถุประสงค์ในการออกแบบของเขตพาณิชยกรรมไว้โดยคร่าว ไม่ได้ลงลึกรายละเอียดถึงระดับผังเฉพาะหรือรูปแบบโครงการไว้

ซึ่งในต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นมาเลเซีย สิงค์โปร์ ฮ่องกง หรือเกาหลีใต้เอง มักมีการออกแบบพื้นที่ในเขตที่มีศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ในลักษณะของศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เช่น ซันเทคซิตี้ (Suntec City) ประเทศสิงค์โปร์ สกายซิตี้ (Sky City) เกาะฮ่องกง ประเทศจีน ซองโดซิตี้ ใต้ (Songdo City) ประเทศเกาหลี เป็นต้น โดยมีองค์ประกอบครบวงจร (complex) ทั้งศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ พาณิชยกรรม สำนักงาน ที่พักอาศัย ศูนย์บันเทิง ฯลฯ โดยศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาตินั้นถือว่าเป็นหัวใจของโครงการ ในการที่จะขับเคลื่อนกิจกรรมและเศรษฐกิจให้กับเมือง

ดังนั้นการวิจัยเรื่อง "ศูนย์กลาง และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ: แนวทางและการวางผังศูนย์กลาง และการออกแบบอาคารเบื้องต้น เมืองท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ" จะเป็นการออกแบบโดยกระบวนการบูรณาการทั้งด้านผังเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสถาปัตยกรรม และการศึกษากรณีศึกษา เพื่อสรรหาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดในการออกแบบ และการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทางภาครัฐและเอกชนในการเป็นแนวคิดเบื้องต้นที่สามารถนำไปพัฒนาเมืองศูนย์กลางการประชุม และแสดงสินค้านานาชาติให้ดียิ่งขึ้นได้

ภาพที่ 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา



1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาการวางผังศูนย์กลางและการออกแบบศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจากกรณีศึกษาต่างประเทศและประเทศไทยเพื่อเป็นแนวทางในการวางผังเมืองศูนย์กลางและการออกแบบเบื้องต้นศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสุวรรณภูมิ

2. ศึกษาพัฒนาการการออกแบบอาคารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยและต่างประเทศที่ส่งผลต่อการกำหนดรูปแบบ ขนาด และการสร้างเอกลักษณ์

3. ศึกษาการรูปแบบการลงทุนและการบริหารที่เหมาะสมของโครงการศูนย์กลางและศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ตลอดจนผลตอบแทนด้านการเงินของโครงการศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ

4. วิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งในการจัดตั้งศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในเขตเมืองศูนย์กลางท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

5. วางผังเบื้องต้น ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสุวรรณภูมิ

6. ออกแบบเบื้องต้นอาคารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสุวรรณภูมิ

7. ประเมินผลการการวางผังเบื้องต้นศูนย์กลางและการออกแบบเบื้องต้นอาคารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสุวรรณภูมิ เพื่อนำไปพัฒนาแบบที่เหมาะสมได้ดียิ่งขึ้น

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อการออกแบบทางสถาปัตยกรรมเป็นหลัก โดยการศึกษาพัฒนาการของอาคารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ และศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ มาเป็นฐานในการวางผังและออกแบบทั้งด้านผังเมืองและสถาปัตยกรรม ผนวกกับการบูรณาการความรู้ด้านความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อคัดเลือกแนวทางที่เหมาะสม และมีความเป็นไปได้สูงสุด ในการวางผังเบื้องต้นศูนย์กลางและออกแบบเบื้องต้นอาคารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสุวรรณภูมิ อีกทั้งการออกแบบต้องผ่านการประเมินความเหมาะสมด้านผังเมือง สถาปัตยกรรม จากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงการออกแบบให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.4 ขั้นตอนและระเบียบวิธีการของการวิจัย

1. ศึกษาพัฒนาการและแนวความคิดในการออกแบบอาคารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าจากอดีตสู่ปัจจุบัน ในเชิงสถาปัตยกรรม โดยศึกษาจากหนังสือ อินเตอร์เน็ต บทความทางวิชาการ วารสาร งานวิจัย และทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่วนกรณีศึกษาโดยการสืบค้นจากอินเตอร์เน็ตเป็นหลัก ได้แก่

1) อาคารแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าโลก (world exposition)

2) ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าทวีปอเมริกากลาง

3) ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าทวีปยุโรป ออสเตรเลีย และแคนาดา

4) ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าทวีปเอเชีย

2. ศึกษาเอกสารและลงพื้นที่จริง จากเอกสาร "รายงานการศึกษาขั้นสุดท้าย โครงการวางแผนผังการพัฒนาเมืองศูนย์กลางการบินสุวรรณภูมิ" จัดทำโดย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และเก็บข้อมูลพื้นที่โครงการบริเวณด้านตะวันตกเฉียงเหนือของเมืองศูนย์กลางท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ โดยการถ่ายภาพ วิเคราะห์แผนที่ วิเคราะห์กฎหมาย เพื่อจัดทำการวิเคราะห์พื้นที่ (site analysis)

3. วิเคราะห์มาตรฐานสำหรับการออกแบบอาคารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย โดยอาศัยค่าเฉลี่ยจากศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในประเทศคู่แข่ง ทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ มาเลเซีย ฮ่องกง สิงคโปร์ และความต้องการทางการตลาดภายในประเทศไทย โดยสัมพันธ์กับแนวความคิดของรัฐบาลในการสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติบริเวณเมืองศูนย์กลางท่าอากาศนานาชาติยานสุวรรณภูมิ

4. จัดทำรายละเอียดโครงการและวางผังเบื้องต้นศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสุวรรณภูมิ และการออกแบบเบื้องต้นอาคารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ

5. นำแบบอาคารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในข้อ 4 มาทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบ ประกอบไปด้วย

1) ผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ได้แก่ นักวิชาการ และสถาปนิกผู้มีประสบการณ์ในการออกแบบศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ

2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดประชุมและแสดงสินค้า ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญจากสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) (Trade Exhibition Association – TEA) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association – TICA) ผู้จัดงานประชุมมืออาชีพ

(professional convention organizer – PCO) และผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (professional exhibition organizer - PEO)

3) เจ้าของโครงการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เจ้าของศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเชียงใหม่ ภูเก็ต และศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ บริษัทบางกอกแลนด์ จำกัด เจ้าของศูนย์ประชุมอิมแพค เมืองทองธานี

6. ทำการวิเคราะห์สรุปผลความเห็นต่าง ๆ ของผู้เชี่ยวชาญ ทำข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

7. การอภิปราย สรุปผลการวิจัย และตั้งข้อเสนอแนะโดยเสนอเป็นแนวทางการออกแบบเพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสุวรรณภูมิ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ได้แนวทางในการออกแบบศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติได้
2. ได้แนวทางในการออกแบบอาคารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติได้
3. สามารถออกแบบโดยคำนึงถึงความคุ้มทุนและความเป็นไปได้ของโครงการ
4. ผลจากงานวิจัยสามารถเป็นฐานข้อมูลเบื้องต้นให้กับภาครัฐ ภาคเอกชน หรือผู้ที่สนใจในการพัฒนาศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในอนาคตต่อไป

1.6 นิยามคำศัพท์

ท่าอากาศยานนานาชาติกรุงเทพ (Bangkok International Airport – BIA) หมายถึง ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง เขตดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ท่าอากาศยานนานาชาติกรุงเทพแห่งที่ 2 (Second Bangkok International Airport - SBIA) หมายถึง ท่าอากาศนานาชาติสุวรรณภูมิ ตั้งอยู่บนถนนบางนา - ตราด อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ห่างจากกรุงเทพมหานคร 25 กิโลเมตร

เมืองศูนย์กลางการบินสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi Aerotropolis) หมายถึง บริเวณด้านทิศตะวันออกของสนามบินสุวรรณภูมิ จำนวน 37,000 ไร่ พื้นที่ลาดกระบังตะวันตก จำนวน 6,900 ไร่ พื้นที่ลาดกระบังตะวันออก จำนวน 15,000 ไร่

ศูนย์แสดงสินค้า หรือศูนย์แสดงนิทรรศการ (exhibition center) หมายถึง อาคารที่รองรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ และอาจมีการประชุมที่เกี่ยวข้องกับงานแสดงนั้น ๆ เพียงเล็กน้อย พื้นที่ใช้งานหลักประกอบไปด้วยโถงประชุมและห้องประชุมเล็ก

ศูนย์การประชุม (convention center) หมายถึง อาคารที่รองรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประชุมเป็นหลัก ประกอบด้วยห้องประชุมไม่ต่ำกว่า 2 ห้อง อาจมีศูนย์แสดงดนตรี (concert hall) หรือโถงอเนกประสงค์ที่สนับสนุนกิจกรรมประชุม จัดเลี้ยง และห้องประชุมย่อยจำนวนมาก

ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ (international convention and exhibition center) หมายถึง อาคารที่รองรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภคและผู้-ประกอบการ มากกว่าการประชุม โดยห้องประชุมนั้นอาจรองรับได้ถึง 5,000 คนหรือมากกว่า โถงแสดงสินค้า (exhibition hall) อาจมีพื้นที่ตั้งแต่ 50,000 – 150,000 ตารางเมตร และห้องรองรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ซึ่งศูนย์ต้องสามารถรองรับการจัดงานแสดงสินค้าและการประชุมระดับนานาชาติได้

ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ (center for International convention and exhibition center) หมายถึง โครงการเมืองที่ประกอบไปด้วยศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติขนาดใหญ่และครบวงจร โดยประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการหลัก คือ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ อาคารพาณิชยกรรม อาคารสำนักงาน อาคารพักอาศัย โรงแรม โดยจะต่างจากศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าสมัยก่อน ที่ภายในโครงการจะมีพื้นที่บริการเฉพาะการประชุมและการแสดงสินค้า

ธุรกิจไมซ์ (MICE) หมายถึง ธุรกิจการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (meeting, incentive travel, convention, and exhibition)

การประชุม (meeting) หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์กร โดยจะเป็นการประชุมเฉพาะกิจหรือวางแผนล่วงหน้าไว้แล้ว แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ การะประชุมระดับองค์กรหรือสมาคม การประชุมบริษัท และการประชุมภาครัฐ

การจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travel) หมายถึง การจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

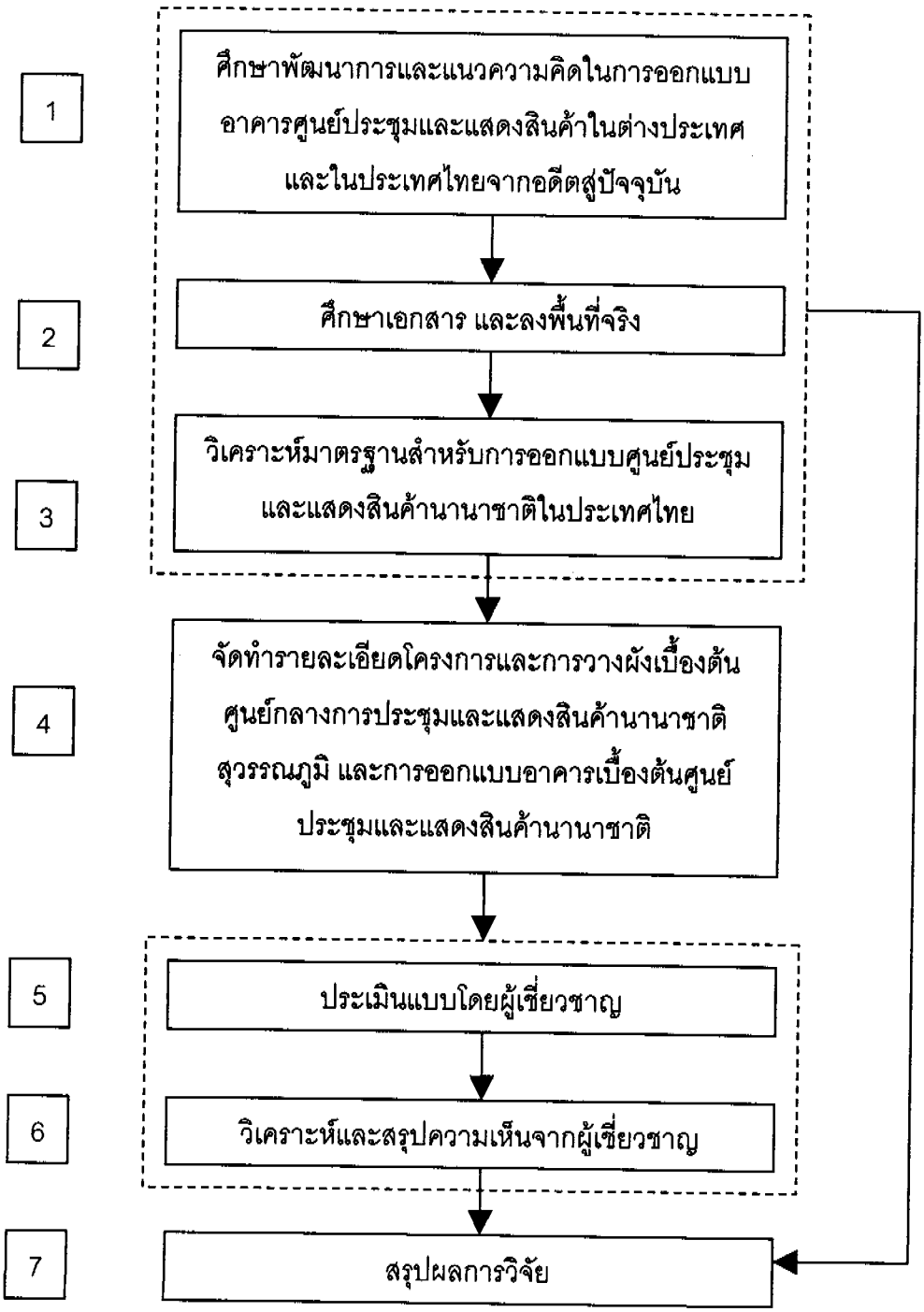
การประชุมขนาดใหญ่ (convention) หมายถึง การประชุมขนาดใหญ่ของกลุ่มบุคคลในสาขาอาชีพเดียวกัน หรือสมาคมวิชาชีพเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือความคิดเห็น โดยมีผู้เข้าประชุมระหว่าง 300 – 15,000 คน

การแสดงสินค้า หรือการแสดงนิทรรศการ (exhibition) หมายถึง การจัดงานเพื่อขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเปิดให้ผู้ชมทั่วไปได้เข้าร่วมงานด้วย

ผู้จัดโครงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมืออาชีพ (destination management organizer – DMO) หมายถึง ผู้ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีการจัดโครงการความพิเศษเหนือกว่าการจัดจากบริษัทท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งโครงการจะรวมถึงสิทธิพิเศษต่างๆ ที่จัดขึ้นให้เป็นการเฉพาะกลุ่ม เพื่อสร้างความรู้สึกแตกต่างที่น่าประทับใจ ซึ่งอาจอาศัยความร่วมมืออย่างดียิ่งจากหน่วยงานรัฐบาลในกรณีที่โปรแกรมพิเศษ

ผู้จัดงานประชุมมืออาชีพ (professional convention organizer – PCO) หมายถึง ผู้รับผิดชอบในการติดต่อประสานงานในการจองโรงแรมที่พัก และสถานที่จัดประชุม รวมทั้งบริการต่างๆ ที่จำเป็นในการจัดการประชุม

ผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (professional exhibition organizer - PEO) หมายถึง ผู้คิดจัดงานแสดงสินค้าขึ้น แล้วจึงประชาสัมพันธ์ไปยังผู้ผลิตสินค้าเพื่อชักชวนให้นำสินค้ามาจัดแสดง โดย จะประสานงานกับศูนย์แสดงสินค้า รวมทั้งบริการต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการแสดงสินค้า หรืออาจให้ศูนย์แสดงสินค้าเป็นผู้ติดต่อบริการต่างๆ เหล่านั้นเอง

ภาพที่ 2

ขั้นตอนและระเบียบวิธีวิจัย