

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวางผังศูนย์กลาง และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลหลากหลายประเภทที่เกี่ยวข้องเพื่อหาความเป็นไปได้ และความเหมาะสมสูงสุด เช่น ข้อมูลสถิติกิจกรรมการประชุมและแสดงสินค้า สถิติการก่อสร้างศูนย์กลางและศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ฯลฯ เนื่องจากโครงการประเภทนี้ เป็นโครงการขนาดใหญ่พิเศษ ประกอบไปด้วยอาคารหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็น โรงแรม ศูนย์การประชุม ศูนย์การแสดงสินค้า ศูนย์การค้า สำนักงาน ที่พักอาศัย ฯลฯ อีกทั้งยังเป็นโครงการใหม่สำหรับประเทศไทย ซึ่งอาศัยการลงทุนที่สูง แผนการพัฒนาแบบมหภาคซึ่งเป็นระยะยาวหลาย 10 ปี ดังนั้นผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ในบทที่ 4 เป็น 5 หัวข้อหลักดังนี้

1. พัฒนาการและแนวทางการออกแบบศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ จากอดีตสู่ปัจจุบัน
2. แนวทางการกำหนดขนาดและองค์ประกอบศูนย์กลางและศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ
3. การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ
4. การวางผังเบื้องต้นศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ
5. การออกแบบเบื้องต้นอาคารศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ
6. การประเมินผลการวางผังและการออกแบบเบื้องต้น

4.1 พัฒนาการและแนวทางการออกแบบศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจากอดีตสู่ปัจจุบัน

พัฒนาการสถาปัตยกรรมประเภทศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ (international convention and exhibition center) และประเทศไทยจากอดีตสู่ปัจจุบัน ได้ทำการวิเคราะห์จากกรณีศึกษาในต่างประเทศตั้งแต่ยุคงานแสดงนิทรรศการโลก (world's exposition)

ซึ่งยังไม่มีเกิดอาคารศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า มีเพียงแต่อาคารแสดงสินค้าซึ่งมีลักษณะคล้ายโบสถ์ จนกระทั่งปัจจุบันซึ่งมีรูปแบบอาคารศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าอย่างเฉพาะตัว โดยมีรายละเอียดพัฒนาการดังต่อไปนี้

4.1.1 พัฒนาการการออกแบบศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ

1. รูปแบบของอาคารที่ใช้เพื่อการแสดงสินค้าและนิทรรศการ ในช่วงปี ค.ศ. 1850 – 1900 ในงานแสดงสินค้าโลกนั้นการพัฒนาการด้านพื้นที่ใช้สอยอาคารนับตั้งแต่การปรับประยุกต์รูปแบบอาคารจากโบสถ์เพื่อนำมาใช้เป็นรูปแบบอาคารเพื่อแสดงสินค้าและนิทรรศการแล้วในช่วงตอนต้นของช่วง ค.ศ. 1850 – 1900 นั้น ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก แต่ในส่วนการออกแบบลักษณะอาคารภายนอกนั้น มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จากรูปแบบวิคตอเรียสู่รูปแบบโมเดิร์น นอกจากนี้ในด้านการออกแบบโครงสร้างอาคารได้มีการใช้โครงถัก (truss) มาตลอด แต่ในปี ค.ศ. 1899 มีการสร้างอาคารเพื่อแสดงสินค้า โดยใช้โครงโค้ง (portal frame) ซึ่งสามารถพาตระยะได้มากกว่า 100 เมตร ซึ่งถือว่าเป็นนวัตกรรมทางวิศวกรรม แต่ไม่เป็นที่นิยมนักเนื่องจากอาคารดูแข็งโป่งมาก จนเหมือนกรงนก และแปลกตามากเกินไปในสมัยนั้น ซึ่งรูปแบบอาคารที่ไม่ได้แสดงโครงสร้างอาคารและออกแบบในทำนองการระลึกถึงอดีต เช่น รูปแบบนีโอคลาสสิกและนีโอเรเนซองส์ที่ดูอ่อนโยน และสวยงาม หูหราคัลยาพระราชวังมักได้รับความนิยมมากกว่า

2. สถาปัตยกรรมลักษณะแบบพระราชวัง (theme palace) ในสมัยปี ค.ศ. 1901 – 1950 ถูกลดบทบาทอย่างมากตั้งแต่กลางยุค ซึ่งลักษณะสถาปัตยกรรมแบบพลับพลา (pavilion) ที่เป็นอาคารขนาดเล็กและสามารถออกแบบได้อย่างเป็นเอกเทศในงานแสดงสินค้าโลก ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทำให้ลักษณะสถาปัตยกรรมแบบพระราชวังไม่ได้ถูกสร้างขึ้นหลังจากนั้นเป็นต้นมา ซึ่งรูปแบบงานแสดงสินค้าโลกในช่วงหลังนั้นมีชีวิตชีวาและมีความแปลกมากมาย ทั้งสิ่งที่น่าสนใจแสดงและสถาปัตยกรรมคล้ายกับสวนสนุก (amusement park) มากกว่างานแบบทางการที่เน้นแต่การซื้อขายและแสดงสินค้าที่เคยจัดมาตั้งแต่กลางศตวรรษที่ 19

3. นับตั้งแต่การเกิดศูนย์การประชุมในปี ค.ศ. 1967 ในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นทำให้เกิดศูนย์การประชุมและแสดงสินค้ากระจายตัวมากมายในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก แต่ลักษณะของศูนย์ในประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี ค.ศ. 1951 – 2000 นั้น ในช่วงแรกของการช่วงได้มีการปรับประยุกต์จากอาคารแบบพระราชวังของงานแสดงสินค้าโลก อย่างมากเริ่มตั้งแต่ฟังก์ชันที่มีการเพิ่มในส่วนของที่รองรับการประชุมย่อย รวมถึงการแบ่งพื้นที่โถงแสดงสินค้าเป็น

แบบโถงย่อยและโถงรวม ซึ่งเป็นรูปแบบการออกแบบโถงนิทรรศการที่นิยมออกแบบมาในปัจจุบันนี้ นอกจากนี้ยังมีการออกแบบห้องบอลรูมที่เคยอยู่ในโรงแรม และห้องบรรยายใหญ่ (auditorium) ลักษณะคล้ายโรงภาพยนตร์มาอยู่ในศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า และพัฒนาการที่สำคัญ คือ การออกแบบอาคารรูปแบบโมเดิร์น (Modern) ที่เน้นอาคารหนาหนักทึบตัน ด้วยคอนกรีตในช่วงตอนต้นของช่วงการออกแบบอาคารที่เข้าใกล้ช่วงไฮเทคโดยการเน้นความแปลกของหลังคาทั้งโครงสร้างและวัสดุ เช่น ซานดิเอโกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ (San Diego Convention Center) เมืองซานดิเอโก รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งภาพรวมของอาคารยังคงไม่มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนัก เนื่องจากส่วนอาคารกับส่วนหลังคานั้นไม่กลมกลืนกันเหมือนกับว่าสถาปนิกนั้นแยกกันคิด แต่อย่างไรก็ตามก็นับว่าเป็นแนวทางการสร้างเอกลักษณ์ให้กับศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าในช่วงนั้นของสหรัฐอเมริกาได้เป็นอย่างดี และนอกจากนี้ยังมีการคิดค้นรูปแบบห้องโถงแสดงสินค้าแบบไร้เสา (column - free hall) ในช่วงปลายของช่วงเช่นกัน

4. ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าของประเทศในทวีปออสเตรเลีย ยุโรป และประเทศแคนาดานั้น เริ่มมีออกแบบโถงนิทรรศการแบบไร้เสาเป็นอย่างมากอีกทั้งยังเกิดโครงการที่โถงนิทรรศการทั้งหมดเป็นโถงไร้เสา เช่น แวนคูเวอร์คอนเวนชันเซ็นเตอร์ (Vancouver Convention Center) เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา สร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1987 โดยเกิดก่อนการเกิดโถงไร้เสาใน ซานดิเอโกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เมืองซานดิเอโก รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ปี ค.ศ. 1989 เพียง 2 ปี นอกจากนี้ยังเกิดการออกแบบพื้นที่สำหรับประชุมใหญ่ คือ โถงประชุมใหญ่ (convention hall) ขึ้น และการออกแบบพื้นที่เพื่อการประชุมย่อย (meeting room) นั้น บางที่มีขนาดใหญ่เกินกว่า 10,000 ตารางเมตร ส่วนรูปแบบอาคารเช่นเดียวกับศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าทางประเทศสหรัฐอเมริกาที่ตอนต้นของช่วงออกแบบรูปแบบโมเดิร์นและช่วงปลายช่วงเริ่มเข้าสู่รูปแบบไฮเทคและการก่อสร้างโดยใช้เหล็กและกระเบื้องรวมถึงกำแพงแขวนเริ่มเข้ามาแทนที่คอนกรีตโดยต่างจากทางประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการออกแบบรูปแบบไฮเทคของประเทศในทวีปยุโรป และประเทศในทวีปอื่น ๆ นั้น มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งอาคารซึ่งไม่ได้คำนึงแต่การออกแบบหลังคาเท่านั้น นอกจากนี้ความสูงของโถงอาคารแสดงสินค้านั้น มีความสูงเกือบ 16 เมตร ซึ่งมากกว่าทางประเทศสหรัฐอเมริกาเกือบ 2 เท่า เช่นเดียวกันกับพัฒนาการโครงสร้างระยะพาดโครงถัก ซึ่งกว้างถึง 70 เมตร ในขณะที่ประเทศทางสหรัฐอเมริกาเฉลี่ยกว้างเพียง 37 เมตรเท่านั้น

5. พัฒนาการของศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในทวีปเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 1950 – 2000 นั้น เกิดขึ้นตามหลังประเทศอเมริกาประมาณ 20 ปี และตามหลังประเทศในทวีปยุโรปและอื่น ๆ นั้นประมาณ 10 ปี แต่ด้วยการปรับประยุกต์และเลียนแบบการออกแบบศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าจากประเทศอื่นทำให้การออกแบบฟังก์ชันภายในศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านั้นพัฒนาจนสมบูรณ์ 3 ประการ คือ มีทั้งส่วนแสดงสินค้า ประชุมใหญ่ และประชุมย่อย ซึ่งศูนย์ฯ ในภูมิภาคเอเซียนั้นจะมีพื้นที่แสดงสินค้าเฉลี่ยมากกว่าทางยุโรปและอเมริกา แต่ในส่วนพื้นที่การประชุมย่อยนั้นน้อยกว่าทางยุโรปและอเมริกามาก นอกจากนี้ในช่วงนี้ของทางเอเซียยังได้เกิดโครงการศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าแบบครบวงจร (complex) และขนาดใหญ่ (mega project) แต่ในด้านรูปแบบและรูปแบบอาคารนั้นได้แยกออกเป็น 2 ฝั่งที่ค่อนข้างแตกต่างกัน คือ เอเชียตะวันออก เช่น ประเทศญี่ปุ่น ฮองกง (จีน) นั้นจะนิยมรูปแบบไฮเทคและมีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะ เน้นการใช้กระจก เหล็ก และการแสดงออกทางโครงสร้างโดยไม่ซ้ำแบบกับประเทศอื่น ๆ แต่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ประเทศไทย สิงคโปร์ ถึงแม้ว่าจะสร้างหลังจากประเทศทางเอเชียตะวันออกประมาณ 10 ปี แต่รูปแบบการออกแบบนั้นเป็นลักษณะโมเดิร์น เป็นกล่องทึบเน้นคอนกรีตและกระจกเพียงเล็กน้อย ซึ่งเทคโนโลยีการก่อสร้างอาคารและการออกแบบทางสถาปัตยกรรมนั้นล้ำช้ากว่าเพื่อนบ้านในทวีปเดียวกันเป็นอันมาก อีกทั้งรูปแบบอาคารโดยมากเป็นการลอกเลียนแบบจากทางตะวันตกเสียส่วนใหญ่ซึ่งทำให้อาคารศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ขาดความแตกต่างและมีเอกลักษณ์อย่างแท้จริงส่วนด้านความสูงของโถงแสดงสินค้าและความกว้างระยะพาดนั้น ไม่แตกต่างจากประเทศทางทวีปยุโรปและอื่น ๆ มากนัก

6. พัฒนาการศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในทวีปเอเชีย หลังปี ค.ศ. 2001 ถึงปัจจุบันนั้น ภาพรวมของการสร้างโดยมากจะมีการสร้างขึ้นในประเทศเกาหลีใต้และประเทศจีนเป็นหลัก เนื่องด้วยสภาพเศรษฐกิจที่ก้าวหน้า เทคโนโลยีการก่อสร้างที่สูง อีกทั้งความพร้อมในด้านทรัพยากรต่าง ๆ ของประเทศ ซึ่งแนวโน้มการออกแบบอาคารนั้น จะมีการเพิ่มขนาดโครงการให้ใหญ่และครบครันด้านพื้นที่รองรับการใช้สอย อีกทั้งได้กระจายไปตามเมืองสำคัญต่าง ๆ รองจากเมืองหลวง ทั้งนี้พัฒนาการด้านโครงสร้างระยะพาดที่กว้างมากยังคงมีอยู่ แต่ที่เห็นได้ชัดว่าการเปลี่ยนแปลง คือ หน้าตาอาคารและรูปแบบการออกแบบที่พัฒนาไปไกลมาก นักออกแบบพยายามสร้างเอกลักษณ์ ความแรง และพลวัติของรูปทรงอาคารอย่างเต็มที่โดยการผ่านทางารออกแบบรูปทรงและโครงสร้างที่แปลกตา หรือบางทีก็สร้างสิ่งที่น่าสนใจให้กับอาคาร ซึ่งจุดขายของศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านในช่วงที่ผ่านมาเดิมอาจจะเป็นด้านตำแหน่งและพื้นที่ แต่

ในช่วงหลังปี ค.ศ. 2000 นี้ ความสำคัญของภาพลักษณ์อาคารที่เฉพาะตัวและเป็นการคิดค้นใหม่จริง ๆ เริ่มเข้ามามีบทบาทให้การพิจารณาการเลือกสถานที่แสดงสินค้าและนิทรรศการมากของศูนย์นั้น ๆ และประเทศนั้น ๆ มากขึ้น ซึ่งการออกแบบอาคารผู้ออกแบบสามารถสร้างความกลมกลืนกับทั้งอาคาร โดยไม่เน้นเฉพาะเพียงหลังคาได้ดีกว่าช่วง ค.ศ. 1950 – 2000 ที่ผ่านมา

4.1.2 พัฒนาการการออกแบบศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าในประเทศไทย

ตั้งแต่ในสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้มีการจัดงานเพื่อส่งเสริมการค้าและการเกษตรของประเทศคือ "การแสดงกลีกรรรมและพานิชการ" เกิดขึ้นครั้งแรกบริเวณวังสระปทุมในปัจจุบัน และได้เข้าร่วมงานแสดงนิทรรศการโลก เดอะเวิร์ลด์แฟร์เซนต์หลุยส์ (The World's Fair St. Louis) ในปี พ.ศ. 2447 โดยมีวัตถุประสงค์ทั้งทางด้านการเมือง การค้า และการเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติภูมิของประเทศ หลังจากนั้นจึงได้เข้าร่วมการแสดงนิทรรศการโลกเรื่อยมาจนปัจจุบัน จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2534 กระทรวงการคลังได้สร้างศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ขึ้นมา เพื่อรองรับการประชุมสภาผู้ว่าธนาคารโลกและกองทุนการเงินระหว่างประเทศ ซึ่งนับว่าเป็นอาคารเพื่อการประชุมแห่งแรกในประเทศไทย แต่ใน พ.ศ. 2540 บริษัท ปรีนทอร์ จำกัด ได้ริเริ่มโครงการศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (Bangkok International Exhibition & Convention Center) จุดประสงค์เพื่อรองรับการแสดงสินค้าและการประชุมนานาชาติอย่างแท้จริง และ ใน พ.ศ. 2541 บริษัทบางกอกแลนด์ จำกัด ได้สร้างโครงการอิมแพค ณ เมืองทองธานี จังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับสนามกีฬาในร่ม และกลางแจ้งเพื่อรองรับการแข่งขันเอเชียนเกมส์ ซึ่งต่อมาภายหลังได้ขยายเพิ่มที่เพื่อรองรับการประชุมและแสดงสินค้า มีขนาดโถงแสดงสินค้ารวมพื้นที่ประมาณ 140,720 ตารางเมตร ซึ่งถือว่าใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้ในปัจจุบันรัฐบาลมีโครงการก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในแต่ละภาคของประเทศเพื่อให้รองรับอุตสาหกรรมไมซ์ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในขณะนี้ เช่น ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดสงขลา ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

ด้านการออกแบบอาคารศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยมีรูปแบบไม่หลากหลายและขาดเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ไม่เหมือนในประเทศอื่น ๆ เช่น ฮองกงคอนเวนชัน แอนด์เอกซ์ฮิบิชั่นเซนเตอร์ ประเทศจีน โตเกียวบิกไซต์ ประเทศญี่ปุ่น ฯลฯ ซึ่งสามารถสรุปแบบการออกแบบได้ดังนี้

1. รูปแบบไทยร่วมสมัย เช่น ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ (กำลังก่อสร้าง) ใช้การออกแบบโดยดึงเอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทย เช่น หลังคาจั่ว ผนังอาคาร ลักษณะเหมือนชานของเรือนไทย ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างปัจจุบัน เช่น การใช้เหล็ก กระฉก การทำให้ดูโปร่ง เพื่อผสมผสานในเข้ากับสมัยปัจจุบัน แต่การออกแบบรูปแบบทันสมัยนี้ ไม่นิยมมากนัก

2. รูปแบบทันสมัย เช่น ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค และศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค ออกแบบโดยอาศัยเหล็ก กระฉก และแผ่นอะลูมิเนียมผสม (composited aluminum) เป็นรูปแบบที่นิยมมาก เนื่องจากสามารถแสดงความเป็นสากลได้ง่าย

4.2 แนวทางการกำหนดขนาดและองค์ประกอบศูนย์กลางและ

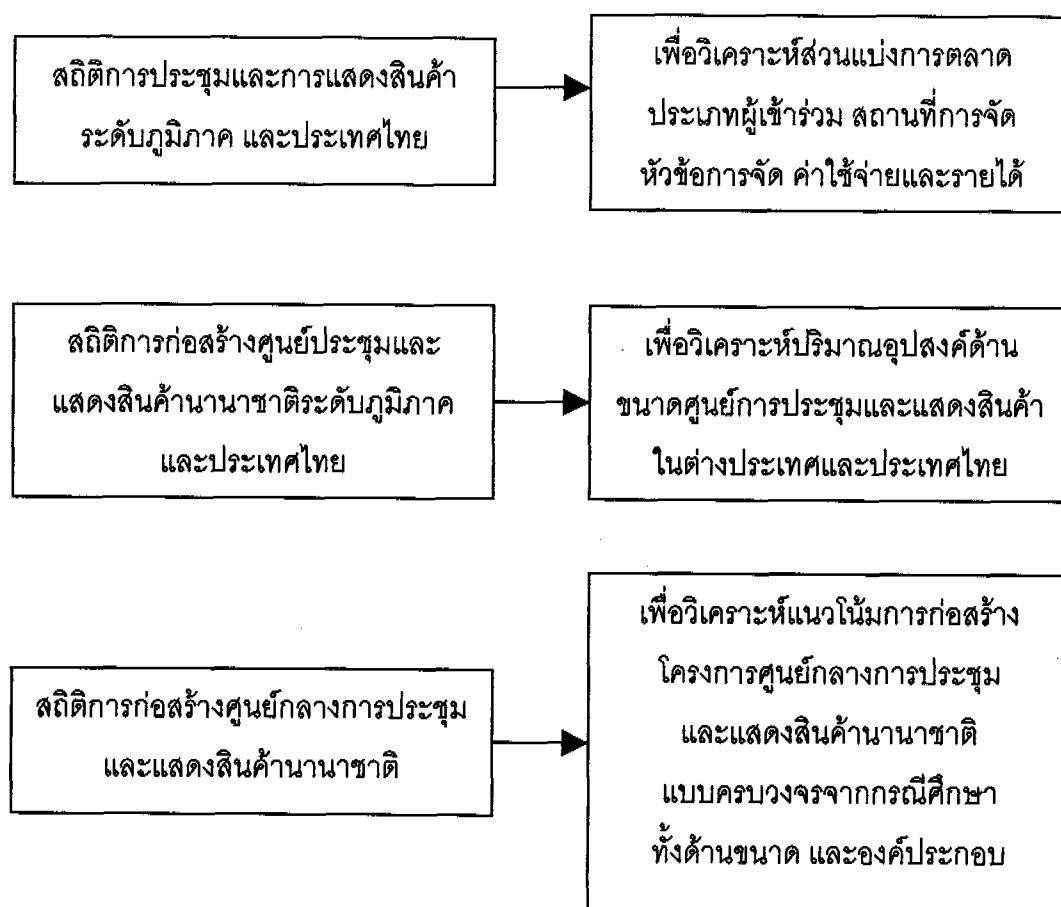
ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

ในการกำหนดแนวทางด้านและองค์ประกอบศูนย์กลางและศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสุวรรณภูมินั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากสถิติ 3 ส่วน ได้แก่ สถิติการประชุมและการแสดงสินค้าระดับภูมิภาค และประเทศไทย สถิติการก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า นานาชาติระดับภูมิภาค และประเทศไทย และสถิติการก่อสร้างศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ หลังจากนั้นข้อมูลดังกล่าวจะถูกสังเคราะห์เพื่อกำหนดขนาดและองค์ประกอบที่เหมาะสมในการก่อสร้างโครงการสำหรับประเทศไทยได้ โดยได้แบ่งการวิเคราะห์เป็น 4 หัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. สถิติการประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติระดับภูมิภาค และประเทศไทย
2. สถิติการก่อสร้างศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคและประเทศไทย
3. สถิติการก่อสร้างศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ
4. ขนาดและองค์ประกอบที่เหมาะสมในการก่อสร้างโครงการศูนย์กลาง และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย

ภาพที่ 4.1

แนวทางการกำหนดขนาดและองค์ประกอบศูนย์กลาง และศูนย์การประชุม
และแสดงสินค้านานาชาติ



4.2.1 สถิติการประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติระดับภูมิภาค และประเทศไทย

1. สถิติการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ

1.1 ตลาดการประชุมนานาชาติ (international convention market)

องค์กรที่ทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการจัดประชุมและการจัดนิทรรศการระดับนานาชาติ และได้รับการยอมรับโดยทั่วไป คือ International Congress and Convention Association (ICCA) ซึ่งตั้งอยู่ที่ประเทศเนเธอร์แลนด์ และ Union of International Association (UIA) ตั้งอยู่ที่กรุงบรัสเซล ประเทศเบลเยียม และมีหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บข้อมูลการจัดประชุมและการแสดงสินค้าในระดับนานาชาติที่ไม่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ

การจัดเก็บข้อมูลการประชุมระดับนานาชาติโดย UIA มีหลักเกณฑ์คือ

- จำนวนผู้เข้าร่วมต่ำสุด 300 คน
- จำนวนชาวต่างประเทศต่ำสุด 40% ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด
- จำนวนสัญชาติต่ำสุด 5 ชาติ
- ระยะเวลาการจัดประชุมต่ำสุด คือ 3 วัน

การจัดเก็บข้อมูลการประชุมระดับนานาชาติโดย ICCA มีหลักเกณฑ์คือ

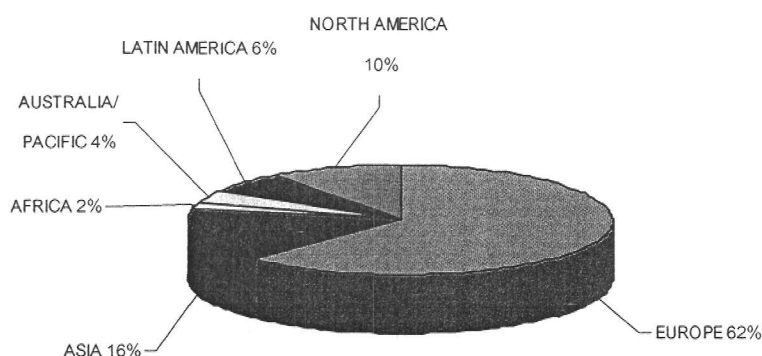
- การประชุมที่จัดขึ้นเป็นประจำ
- เป็นการประชุมที่จัดหมุนเวียนไปยังประเทศต่างๆ อย่างน้อย 4 ประเทศ
- มีผู้เข้าร่วมประชุมอย่างน้อย 50 คน

อุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติในระดับตลาดโลกที่รวบรวมโดย ICCA ระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 มีดังนี้

1) ส่วนแบ่งทางการตลาด (market share) ทวีปยุโรปเป็นผู้นำตลาดส่วนแบ่ง 3% และมีส่วนแบ่งมากที่สุดถึง 62% ของการประชุมระดับนานาชาติในปี พ.ศ. 2546 รองลงมา คือ ทวีปเอเชีย 16 % และทวีปอเมริกาเหนือ 10% (แผนภูมิที่ 4.1) โดย 5 ประเทศแรกที่มีความนิยมในการจัดการประชุม เรียงตามลำดับ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสเปน สหราชอาณาจักรอังกฤษ ประเทศเยอรมัน และประเทศอิตาลี ส่วนประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 21 (ตารางที่ 4.1)

แผนภูมิที่ 4.1

ส่วนแบ่งทางการตลาดการประชุมนานาชาติ



หมายเหตุ: n = 3,297

ที่มา: International Congress and Convention Center, 2004.

ตารางที่ 4.1
จำนวนการประชุมแบ่งตามประเทศ

อันดับ	ประเทศ	จำนวนครั้ง	อันดับ	ประเทศ	จำนวนครั้ง
1	สหรัฐอเมริกา	232	27	กรีซ	44
2	สเปน	220	28	แอฟริกาใต้	41
3	สหราชอาณาจักร	177	29	ตุรกี	39
4	เยอรมัน	161	30	จีน	37
5	อิตาลี	146	31	ฮ่องกง	34
6	ฝรั่งเศส	123	32	เม็กซิโก	29
7	สวิตเซอร์แลนด์	119	33	ไต้หวัน	25
8	ออสเตรเลีย	117	34	โปแลนด์	23
9	สวีเดน	116	35	ชิลี	22
10	ฟินแลนด์	114	36	โครเอเชีย	21
	เนเธอร์แลนด์	114		อินเดีย	21
12	ญี่ปุ่น	112	38	คิวบา	19
13	ออสเตรีย	111	39	รัสเซีย	18
14	โปรตุเกส	96	40	อาร์เจนตินา	17
15	แคนาดา	90		โซลเวเนีย	17
16	สิงคโปร์	75	42	นิวซีแลนด์	16
17	เดนมาร์ก	74	43	ฟิลิปปินส์	14
18	บราซิล	62	44	อุรุกวัย	12
19	นอร์เวย์	60	45	ไอซ์แลนด์	11
	เกาหลี	60	46	เอสโตเนีย	8
21	ฮังการี	57		อินโดนีเซีย	8
	ไทย	57		โมร็อกโค	8
23	มาเลเซีย	51	49	อียิปต์	7
24	เบลเยียม	47	50	เปรู	6
25	สาธารณรัฐเชค	45		โรมาเนีย	6
	ไอร์แลนด์	45		อื่น ๆ	113
รวม					3,297

ที่มา: International Congress and Convention Center, 2004.

2) ผู้เข้าร่วมการประชุม (participant) ประมาณ 65% ของการประชุมนั้น มีผู้เข้าร่วมประมาณ 50 – 500 คน เพียง 8 % ของการประชุมในปี พ.ศ. 2546 ที่ผู้เข้าประชุมมีมากกว่า 2,000 คน (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2

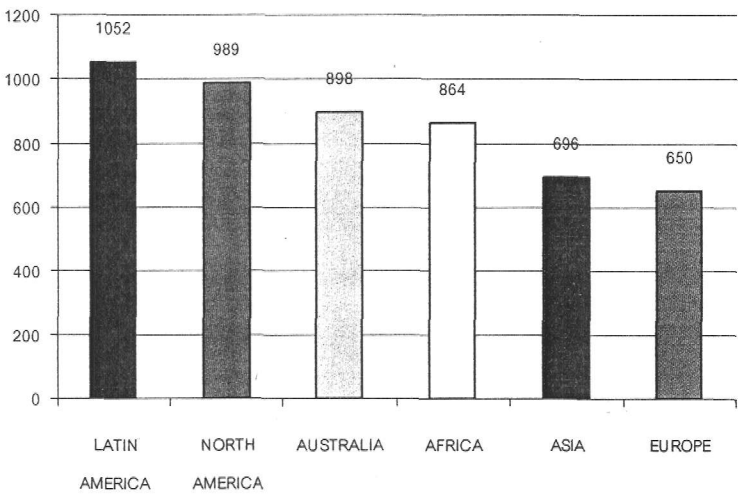
จำนวนผู้เข้าร่วมในการประชุมนานาชาติ

ช่วงของจำนวนผู้เข้าร่วม	จำนวนครั้งการประชุม	เปอร์เซ็นต์
50 - 249	808	39%
250 - 499	495	24%
500 - 999	372	18%
1000 - 1999	230	11%
2000 - 2999	68	3%
3000 - 3999	39	2%
>3999	56	3%
รวม	2,068	100%

ที่มา: International Congress and Convention Center, 2004.

ค่าเฉลี่ยของผู้เข้าร่วมการประชุมอยู่ที่ 714 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นโดยในปี พ.ศ. 2545 มีค่าเฉลี่ยเพียง 580 คน โดยค่าเฉลี่ยผู้เข้าร่วมการประชุม มากที่สุดถึงน้อยที่สุด มีดังนี้ ทวีปละตินอเมริกา จำนวน 1,052 ครั้ง ทวีปอเมริกาเหนือ จำนวน 989 ครั้ง ทวีปออสเตรเลีย 898 ครั้ง ทวีปแอฟริกา จำนวน 864 ครั้ง ทวีปเอเชีย จำนวน 696 ครั้ง และท้ายสุดทวีปยุโรป จำนวน 650 ครั้ง (แผนภูมิที่ 4.2)

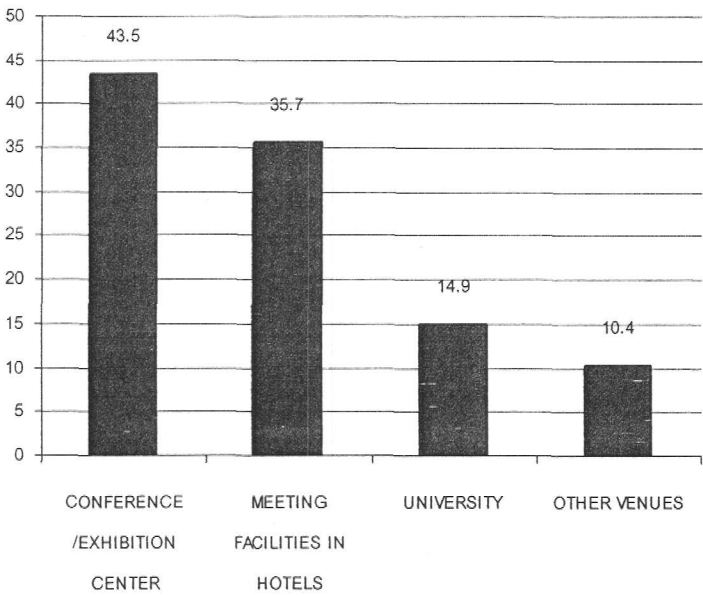
แผนภูมิที่ 4.2
ค่าเฉลี่ยผู้เข้าร่วมการประชุม



ที่มา: International Congress and Convention Center, 2004.

3) สถานที่จัดการประชุม (venue) ได้แก่ ศูนย์การประชุม หรือศูนย์แสดงสินค้า มีความนิยมในการจัดการประชุมมากที่สุดถึง 43.5% รองลงมา คือ พื้นที่เพื่อการประชุมในโรงแรม 35.7% มหาวิทยาลัย 14.9% และอื่น ๆ 10.4% ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.3
สถานที่จัดการประชุม



ที่มา: International Congress and Convention Center, 2004.

ซึ่งการจัดการประชุมในศูนย์การประชุมหรือศูนย์แสดงสินค้า และโรงแรมนั้นเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว แต่การจัดประชุมในมหาวิทยาลัย และสถานที่อื่น ๆ นั้นลดลง (แผนภูมิที่ 4.3)

4) หัวข้อการประชุม (topic) ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2536 หัวข้อประชุมนานาชาติ ด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ยังคงน้อยกว่า 28% หัวข้อวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และอุตสาหกรรม นั้นคงที่อยู่อันดับสอง สาม และสี่ ตามลำดับ ส่วนหัวข้อด้านสังคมศาสตร์นั้นเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย และหัวข้อด้านเกษตรกรรมลดลงจากปีที่แล้ว จากอันดับที่ 5 สู่อันดับที่ 9 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3
หัวข้อการประชุม

อันดับ	หัวข้อ	จำนวน	อันดับ	หัวข้อ	จำนวน
1	วิทยาศาสตร์การแพทย์	26.7%	14	กฎหมาย	2.0%
2	วิทยาศาสตร์	11.6%	15	ศิลปะ	1.9%
3	เทคโนโลยี	9.8%	16	กีฬาและสันทนาการ	1.7%
4	อุตสาหกรรม	7.6%	17	อื่น ๆ	1.7%
5	สังคมศาสตร์	4.6%	18	สถาปัตยกรรม	1.3%
6	การศึกษา	4.1%	19	ภาษาศาสตร์	1.2%
7	เศรษฐกิจ	3.8%	20	ความปลอดภัยและการป้องกัน	1.1%
8	การพาณิชย์	3.7%	21	ประวัติศาสตร์	0.9%
9	เกษตรกรรม	3.6%	22	ห้องสมุดและสารสนเทศน์	0.7%
10	บริหาร	3.1%	23	คณิตศาสตร์และสถิติ	0.7%
11	การคมนาคมและการสื่อสาร	2.9%	24	วรรณกรรม	0.6%
12	นิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อม	2.3%	25	ภูมิศาสตร์	0.3%
13	วัฒนธรรมและความคิด	2.1%	26	เรื่องทั่วไป	0.1%
รวม					100.0%

ที่มา: International Congress and Convention Center, 2004.

5) ค่าใช้จ่ายและรายได้จากการประชุม (fee and expenditure) ในปี พ.ศ. 2543 – 2545 ค่าเฉลี่ยการลงทะเบียนและค่าใช้จ่ายทั้งหมดลดลงทุกปี แต่ในปี พ.ศ. 2546 นั้นเพิ่มขึ้น

เป็นครั้งแรกในรอบ 3 ปี (ตารางที่ 4.4) และแนวโน้มรายได้จากการประชุมนานาชาติในรอบ 3 ปี นั้นลดลงเล็กน้อย แต่สูงสุดในปี พ.ศ. 2543

ตารางที่ 4.4
ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายและรายได้ในการประชุมนานาชาติ ปี พ.ศ. 2546

ประเภท	ลักษณะการประชุม	ค่าเฉลี่ย	ค่าใช้จ่าย (ดอลลาร์สหรัฐ)
ค่าใช้จ่าย	การประชุมทั่วไป	ค่าลงทะเบียน/ คน/ วัน	129
		ค่าใช้จ่าย/ คน/ วัน *	429
	การประชุมระดับนานาชาติ	ค่าลงทะเบียน/ คน/ วัน	549
		ค่าใช้จ่าย/ คน/ วัน	1,830
รายได้	การประชุมทั่วไป	ค่าลงทะเบียน/ คน/ วัน **	392,750
		ค่าใช้จ่าย/ คน/ วัน *	1,309,166
	การประชุมระดับนานาชาติ	ค่าลงทะเบียน/ คน/ วัน	1,289,397,767
		ค่าใช้จ่าย/ คน/ วัน ***	4,297,992,556

หมายเหตุ: * มาจากการประมาณ โดยค่าลงทะเบียน เป็น 30% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด
** การคำนวณ: ค่าลงทะเบียน/ คน/ วัน X ค่าเฉลี่ยจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ ปี พ.ศ. 2546
** การคำนวณ: รายได้จากค่าลงทะเบียน/ คน/ วัน X ค่าเฉลี่ยจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ ปี พ.ศ. 2546

ที่มา: International Congress and Convention Center, 2004.

1.2 ตลาดการแสดงสินค้านานาชาติ (international exhibition market)

การจัดนิทรรศการหรือการจัดแสดงสินค้า งานออกร้าน งานสินค้าผู้บริโภค มักจะจัดขึ้นเป็นการเฉพาะตามประเภทของอุตสาหกรรม และวัตถุประสงค์การจัดงานแสดงสินค้า เพื่อให้ผู้ผลิตและผู้บริโภค หรือผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน จุดประสงค์หนึ่งที่สำคัญคือ เพื่อให้เกิดการพบปะระหว่างผู้ผลิตรายใหม่กับผู้บริโภครายใหม่

ให้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ จากการสำรวจข้อมูลการจัดแสดงสินค้าและจัดนิทรรศการนานาชาติ ของ FKM (องค์การอาสาสมัครในการควบคุมสถิติการจัดงานและแสดงสินค้า) ประเทศเยอรมัน มีรายงานสถิติการแสดงสินค้าในต่างประเทศดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546, น. 6-27 – 6-33.)

1) ส่วนแบ่งทางการตลาด ทวีปยุโรปมีส่วนแบ่งการตลาดการจัดแสดงสินค้ามากที่สุดถึงร้อยละ 43.50 รองลงมา คือ ทวีปอเมริกาเหนือ ร้อยละ 39.48 และเอเชียร้อยละ 10.73 ส่วนภูมิภาคที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยที่สุด คือ ทวีปแอฟริกา เพียงร้อยละ 1.47 (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5

ส่วนแบ่งทางการตลาดการแสดงสินค้าแยกตามภูมิภาค พ.ศ. 2544

ภูมิภาค	จำนวนการจัดงาน แสดงสินค้า	ร้อยละ
แอฟริกา	161	1.47
เอเชีย	1,178	10.73
ออสเตรเลีย	139	1.27
อเมริกากลางและใต้	391	3.56
ยุโรป	4,778	43.50
อเมริกาเหนือ	4,336	39.48
รวม	10,983	100.00

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546, น. 6-34.

2) จำนวนผู้จัดงานแสดงสินค้า (exhibitor) ผู้จัดงานแสดงสินค้าในทวีปอเมริกาเหนือมีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 48.32 รองลงมา คือ ทวีปยุโรป ร้อยละ 32.84 และเอเชียร้อยละ 12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6
จำนวนผู้จัดงานแสดงสินค้าแยกตามภูมิภาค พ.ศ. 2544

ภูมิภาค	จำนวนผู้จัดงานแสดงสินค้า	ร้อยละ
แอฟริกา	57,638	2.21
เอเชีย	312,170	12.00
ออสเตรเลีย	27,522	1.06
อเมริกากลางและใต้	93,058	3.58
ยุโรป	854,637	32.84
อเมริกาเหนือ	1,257,440	48.32
รวม	2,602,465	100.00

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546, น. 6-34.

3) สถานที่จัดงานแสดงสินค้า (venue) ภูมิภาคที่มีพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าที่มากที่สุด คือ ทวีปอเมริกาเหนือ จำนวน 444,626,448 ตารางเมตร รองลงมา คือ ทวีปยุโรป จำนวน 34,017,975 ตารางเมตร และทวีปเอเชีย จำนวน 8,944,554 ตารางเมตรตามลำดับ

ตารางที่ 4.7
สถานที่จัดงานแสดงสินค้านานาชาติแยกตามภูมิภาค พ.ศ. 2544

ภูมิภาค	พื้นที่แสดงสินค้า (ตร.ม.)	ร้อยละ	เฉลี่ยพื้นที่จัด งานแสดงสินค้า (ตร.ม./ งานแสดง)	ค่าเช่าพื้นที่ ต่องานแสดง (US\$/ งาน)
แอฟริกา	1,457,372	0.29	9,052	2,172,480
เอเชีย	8,944,554	1.81	7,593	1,822,320
ออสเตรเลีย	1,456,442	0.29	10,487	2,514,720
อเมริกากลางและใต้	4,656,028	0.94	11,908	2,857,920

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ภูมิภาค	พื้นที่แสดงสินค้า (ตร.ม.)	ร้อยละ	เฉลี่ยพื้นที่จัด งานแสดงสินค้า (ตร.ม./ งานแสดง)	ค่าเช่าพื้นที่ ต่องานแสดง (US\$/ งาน)
ยุโรป	34,017,975	6.87	7,120	1,708,730
อเมริกาเหนือ	444,626,448	89.79	102,543	1,640,688
รวม	495,158,819	100.00		

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546.

นอกจากนี้ พื้นที่จัดแสดงสินค้าในแต่ละครั้ง มากที่สุด คือ ทวีปอเมริกา จำนวน 102,543 ตารางเมตร/ งานแสดง รองลงมา คือ อเมริกากลางและใต้ จำนวน 11,908 ตารางเมตร และทวีปออสเตรเลีย จำนวน 10,487 ตารางเมตร ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

4) หัวข้อการแสดงสินค้า สำหรับหัวข้อที่มีการจัดแสดงสินค้าพบว่ารายการ การแสดงสินค้าเฉพาะประเภท (specialized fairs and exhibition) เป็นสาขาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดโดยเฉพาะงานแสดงสินค้าประเภท สารสนเทศ การสื่อสาร สำนักงาน การศึกษา ความบันเทิง อิเลคทรอนิกส์ และอุปกรณ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยในการจัดงานแสดง 4 – 5 วัน ผู้เข้าร่วมงานเฉลี่ยต่องาน 10,000 – 300,000 คน (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8

หัวข้อการแสดงสินค้า จำแนกประเภทตามงานแสดง พ.ศ. 2544

อุตสาหกรรม	จำนวนงานแสดงสินค้า			ระยะเวลา เฉลี่ย(วัน)	จำนวนผู้จัด เฉลี่ย (ราย)	จำนวน ผู้ชมงานเฉลี่ย	
	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ			(คน)	ร้อยละ
1. อุตสาหกรรมหลายประเภท	5	1.66		6.00	4,396	189,223	
1.1 การลงทุนและสินค้าเพื่อผู้บริโภค	1			7.00	1,886	191,702	33.77
1.2 การลงทุนสินค้า	1			6.00	6,924	254,650	44.86
1.3 สินค้าเพื่อผู้บริโภค	3			5.00	4,378	121,317	21.37

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

อุตสาหกรรม	จำนวนงานแสดงสินค้า			ระยะเวลาเฉลี่ย(วัน)	จำนวนผู้จัดเฉลี่ย (ราย)	จำนวนผู้ชมงานเฉลี่ย	
	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ			(คน)	ร้อยละ
2. งานแสดงสินค้าเฉพาะประเภท	244	80.79		4.34	703	51,686	
2.1 เกษตรกรรม ป่าไม้ ประมง ภูมิทัศน์	8		3.28	4.60	594	68,899	8.33
2.2 อาหาร เครื่องดื่ม ยาสูบ ร้านอาหาร โรงแรม	17		6.97	4.80	1,089	67,100	8.11
2.3 สิ่งทอ เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องหนัง เครื่องประดับ	19		7.79	3.26	745	20,878	2.52
2.4 อาคาร การต่อเติม	28		11.48	3.64	637	43,464	5.22
2.5 สินค้าตกแต่งบ้าน อุปกรณ์	8		3.28	5.13	1,029	72,709	8.79
2.6 สุขภาพร่างกาย ที่ทำงาน	19		7.79	3.37	562	26,110	3.16
2.7 สิ่งแวดล้อม การป้องกัน ความปลอดภัย การทำความ	6		2.46	3.50	308	10,592	1.28
2.8 การคมนาคม การขนส่ง	4		1.64	5.25	523	86,914	10.51
2.9 การสื่อสาร สารสนเทศ สำนักงาน การศึกษา ความบันเทิง	15		6.15	4.20	1,097	108,625	13.14
2.10 เกมส์ กีฬา งานอดิเรก	66		27.05	4.73	271	60,536	7.32
2.11 วิศวกรรมไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์	7		2.87	3.57	733	27,020	3.27
2.12 งานโลหะและอุปกรณ์อัตโนมัติ	6		2.46	5.83	1,238	88,950	10.76
2.13 กระบวนการทำไม้และพลาสติก	4		1.64	5.00	1,404	100,296	12.13
2.14 สินค้าลงทุนอื่น ๆ	20		8.2	3.95	554	26,055	3.15
2.15 สินค้าบริโภคและงานบริการอื่น ๆ	8		3.28	3.25	315	1,556	0.91
2.16 ศิลปะและของโบราณ	9		3.69	5.33	142	11,586	1.40
3. งานแสดงสินค้าเพื่อผู้บริโภคทั่วไป	53	17.55		7.87	438	82,612	

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546.

5) รายได้จากการแสดงสินค้า ภูมิภาคที่มีกรายได้จากการให้เช่ามากที่สุด คือ ทวีปยุโรป 8,164,314,000 ดอลลาร์สหรัฐ รองลงมา คือ ทวีปอเมริกาเหนือมีรายได้ 7,114,023,168 ดอลลาร์สหรัฐ และทวีปเอเชีย 2,146,692,960 ดอลลาร์สหรัฐ

ตารางที่ 4.9
รายได้จากการให้เช่าพื้นที่แสดงสินค้า พ.ศ. 2544

ภูมิภาค	รายได้จากการให้เช่า (US\$)	ร้อยละ	เฉลี่ยพื้นที่จัด งานแสดงสินค้า (ตร.ม./ งานแสดง)	ค่าเช่าพื้นที่ ต่องานแสดง (US\$/ งาน)
แอฟริกา	349,769,280	1.82	9,052	2,172,480
เอเชีย	2,146,692,960	11.16	7,593	1,822,320
ออสเตรเลีย	349,546,080	1.82	10,487	2,514,720
อเมริกากลางและใต้	1,117,446,720	5.81	11,908	2,857,920
ยุโรป	8,164,314,000	42.43	7,120	1,708,730
อเมริกาเหนือ	7,114,023,168	36.97	102,543	1,640,688
รวม	19,241,792,208	100.00		

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546.

2. สถิติการประชุมและแสดงสินค้าในประเทศไทย

สถิติการประชุมและแสดงสินค้าในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่ สถิติการประชุมและสถิติการแสดงสินค้า ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 สถิติการประชุม

1) ส่วนแบ่งทางการตลาดและผู้เข้าร่วมประชุม สถิติปี พ.ศ. 2547 จำนวนการประชุมทั้งหมด 1,664 ครั้ง เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2544 และ 2545 ภาคกลางเป็นผู้นำตลาดการประชุมมากที่สุดถึง 1,091 ครั้ง รองลงมาคือ ภาคใต้และภาคเหนือ ซึ่งผู้เข้าร่วมโดยมากเป็นชาวต่างประเทศมากกว่าในประเทศ ตั้งแต่ พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน ผู้เข้าร่วมชาวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 79.45 หรือจำนวน 213,594 คน มากกว่าในประเทศถึง 55,241 คน

ตารางที่ 4.10
การจัดการประชุมในประเทศไทย แยกตามภูมิภาค

จังหวัด	พ.ศ. 2544				พ.ศ. 2545				พ.ศ. 2547			
	จำนวน การจัด	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)			จำนวน การจัด	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)			จำนวน การจัด	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)		
		รวม	ต่างประเทศ	ในประเทศ		รวม	ต่างประเทศ	ในประเทศ		รวม	ต่างประเทศ	ในประเทศ
1. ภาคกลาง	537	86,543	62,830	23,713	953	90,158	78,005	12,153	1,091	163,717	129,834	33,883
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	466	81,942	29,166	22,776	873	85,255	73,953	11,302	1,001	152,698	120,255	32,443
ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน)	42	1,502	1,110	392	46	1,775	1,346	429	47	4,876	3,985	891
เพชรบุรี (ชะอำ)	29	3,099	2,554	545	30	2,783	2,534	249	30	5,339	4,914	425
อื่น ๆ	-	-	-	-	4	345	172	173	13	804	680	124
2. ภาคเหนือ	113	13,362	9,700	3,662	159	15,713	11,853	3,860	125	20,095	15,241	4,854
เชียงใหม่	83	10,747	7,510	3,237	149	15,180	11,423	3,757	109	18,929	14,430	4,499
เชียงราย	27	1,575	1,170	405	7	453	362	91	14	1,014	716	298
อื่น ๆ	3	1,040	1,020	20	3	80	68	12	2	152	95	57
3. ภาคใต้	339	23,215	20,732	2,483	329	27,216	24,204	3,012	331	31,224	24,947	6,277
ภูเก็ต	280	19,626	17,967	1,659	293	23,742	22,329	1,413	258	25,080	20,697	4,383
สงขลา (หาดใหญ่)	27	1,831	1,668	163	14	2,023	1,036	987	42	3,257	2,132	1,125
สุราษฎร์ธานี	28	1,298	847	451	19	721	691	30	18	998	734	264
กระบี่	-	-	-	-	-	-	-	-	7	1,464	1,070	394
อื่น ๆ	4	460	250	210	3	730	148	582	6	425	314	111

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

จังหวัด	พ.ศ. 2544				พ.ศ. 2545				พ.ศ. 2547			
	จำนวนการจัด	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)			จำนวนการจัด	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)			จำนวนการจัด	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)		
		รวม	ต่างประเทศ	ในประเทศ		รวม	ต่างประเทศ	ในประเทศ		รวม	ต่างประเทศ	ในประเทศ
4. ภาคตะวันออก	71	12,297	9,019	3,278	101	38,626	26,739	11,887	98	51,724	42,038	9,686
ชลบุรี (พัทยา)	67	12,173	8,940	3,233	96	38,362	26,500	11,862	94	51,362	41,743	9,619
อื่น ๆ	4	124	79	45	5	264	239	25	4	362	295	67
5. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6	1,009	672	337	9	1,250	443	807	19	2,075	1,534	541
ขอนแก่น	3	350	116	234	6	734	397	337	11	1,140	821	319
อื่น ๆ	3	659	556	103	3	516	46	470	8	935	713	222
รวม	1,066	136,426	102,953	33,473	1,551	172,963	141,244	31,719	1,664	268,835	213,594	55,241

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2549.

2) ค่าใช้จ่ายและรายได้จากการประชุม ในปี พ.ศ. 2547 ระยะเวลาการประชุม เฉลี่ย 7.8 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน ประมาณ 264.93 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ 2,066 ดอลลาร์สหรัฐ ในการร่วมประชุมต่อคน ต่อครั้ง ประมาณการรายได้ คิดเป็น 251,603,173 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 10,441,531,688 บาท

ตารางที่ 4.11
ค่าใช้จ่ายและรายได้จากการประชุมในประเทศไทย

รายการ	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547	เปลี่ยนแปลง (%)
จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม (คน)	71,209	65,512	121,756	85.85%
จำนวนการประชุม (ครั้ง)	829	763	907	18.87%
ระยะเวลา	7.99	7.99	7.8	
ค่าเฉลี่ย ค่าใช้จ่าย/ คน/ วัน (US\$)	264.93	264.93	264.93	
ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่าย/ คน (US\$)	2,116.79	2,116.79	2,066.45	
ประมาณการรายได้ (US\$)	150,734,549	138,675,785	251,603,173	81.43%
ประมาณการรายได้ (บาท)	6,474,048,877.67	5,753,658,321	10,441,531,688.80	81.48%

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2549.

2.1 สถิติการแสดงสินค้า

1) ส่วนแบ่งทางการตลาดและหัวข้อการแสดงสินค้า โดยมากการแสดงสินค้ามักเป็นการแสดงสินค้านานาชาติ ดังในปี พ.ศ. 2547 จากการแสดงสินค้าทั้งหมด 369 ครั้ง แบ่งเป็นการจัดการแสดงสินค้านานาชาติถึง 249 ครั้ง นอกจากนี้ การแสดงสินค้านานาชาติมีจำนวนเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 โดยในปี พ.ศ. 2547 รวมทั้งสิ้น 120 ครั้ง โดยแบ่งตามสัดส่วนเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ การแสดงสินค้าเพื่อผู้บริโภค จำนวน 66 ครั้ง การแสดงสินค้าเพื่อผู้ประกอบการและผู้บริโภค จำนวน 35 ครั้ง และการแสดงสินค้าเพื่อผู้ประกอบการ จำนวน 19 ครั้ง โดยการแสดงสินค้าเพื่อผู้บริโภคมีการเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2545 มากที่สุด เพิ่มขึ้นถึง 29 ครั้ง

ตารางที่ 4.12

ส่วนแบ่งทางการตลาดระหว่างการแสดงสินค้า
ระดับนานาชาติและระดับประเทศ

ปี พ.ศ.	จำนวน (ครั้ง)		
	ระดับนานาชาติ	ระดับประเทศ	รวมทั้งหมด
2544	75	175	250
2545	79	192	271
2547	120	249	369

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2549.

ตารางที่ 4.13

ส่วนแบ่งทางการตลาดในการแสดงสินค้านานาชาติ

ประเภทการ แสดงสินค้า	พ.ศ. 2543		พ.ศ. 2544		พ.ศ. 2545		พ.ศ. 2547	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
การแสดงสินค้าเพื่อ ผู้ประกอบการ	30	40.54	24	32.00	19	24.05	19	15.83
การแสดงสินค้าเพื่อผู้บริโภค	25	33.78	25	33.33	37	46.84	66	55.00
การแสดงสินค้าเพื่อ ผู้ประกอบการและผู้บริโภค	19	25.68	26	34.67	23	29.11	35	29.17
รวม	74	100.00	75	100.00	79	100.00	120	100.00

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2549.

2) ผู้เข้าร่วมการแสดงสินค้า แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผู้ออกรงาน และผู้เข้าชมงาน โดยในปี พ.ศ. 2547 จำนวนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้านี้มีจำนวนมากที่สุด เป็นจำนวน 110,040 คน รองลงมา คือ ผู้ออกรงานแสดงสินค้า จำนวน 11,280 คน

ตารางที่ 4.14
จำนวนผู้เข้าร่วมการแสดงสินค้านานาชาติ

รายการ	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547
จำนวนผู้ออกงานแสดงสินค้า (บริษัท)	7,455	7,455	11,280
จำนวนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า (คน)	72,488	68,864	110,040
รวม (คน)	799,943	76,319	121,320

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2549.

3) ค่าใช้จ่ายและรายได้จากการแสดงสินค้า แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทผู้ออกงานแสดงสินค้าและผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า โดยปี พ.ศ. 2547 ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน ของผู้ออกงานแสดงสินค้า ประมาณ 2,792 ดอลลาร์สหรัฐ

ตารางที่ 4.15
ค่าใช้จ่ายและรายได้จากการแสดงสินค้า ประเภทผู้ออกงานแสดงสินค้า

รายการ	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547	เปลี่ยนแปลง
จำนวนผู้ออกงานแสดงสินค้า (บริษัท)	7,455	7,455	11,280	51.31%
จำนวนการแสดงสินค้า (ครั้ง)	79	79	120	51.90%
ระยะเวลา	7.63	7.63	8.00	
ค่าเฉลี่ย ค่าใช้จ่าย/ คน/ วัน (US\$)	349.03	349.03	349.03	
ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่าย/ คน (US\$)	2,663.09	2,663.09	2,792.24	
ประมาณการรายได้ (US\$)	19,853,335.95	19,853,335.95	31,496,467.20	58.65%
ประมาณการรายได้ (บาท)	823,913,441.93	823,714,908.57	1,307,103,388.80	58.68%

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2549.

ผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า 1,914.39 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของผู้ออกงานแสดงสินค้ามีค่ามากกว่าผู้เข้าชมงาน แต่ในทางกลับกันรายได้จากการแสดงสินค้าของผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า 8,742,355,450.75 บาท มีค่ามากกว่าผู้ออกงานแสดงสินค้า 1,307,103,388.80 บาท เนื่องจากจำนวนผู้เข้าชมงานมีค่ามากกว่านั่นเอง

ตารางที่ 4.16

ค่าใช้จ่ายและรายได้จากการแสดงสินค้า ประเภทผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า

รายการ	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547	เปลี่ยนแปลง
จำนวนผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า (คน)	72,488	68,864	110,040	59.79%
ระยะเวลา	7.81	7.81	7.81	
ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่าย/ คน/ วัน (US\$)	245.12	245.12	245.12	
ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่าย/ คน (US\$)	1,914.39	1,914.39	1,914.39	
ประมาณการรายได้ (US\$)	138,770,302.32	131,831,787.20	210,659,167.49	59.79%
ประมาณการรายได้ (บาท)	5,960,184,484.64	5,469,700,851.09	8,742,355,450.75	59.83%

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2549.

ประมาณการรายได้รวมทั้งผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าและผู้ออกงานในปี พ.ศ. 2547 มีมูลค่า 10,049,458,839.55 บาท

ตารางที่ 4.17

ค่าใช้จ่ายและรายได้จากอุตสาหกรรมการแสดงสินค้า

รายการ	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547	เปลี่ยนแปลง
จำนวนผู้เข้าชมงานและผู้ ออกงานแสดงสินค้า (คน)	79,943	75,946	121,320	59.75%
ประมาณการรายได้ (US\$)	158,623,638.27	150,692,456	242,155,634.69	60.70%
ประมาณการรายได้ (บาท)	6,812,885,263.70	6,252,230,014	10,049,458,839.55	60.73%

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2549.

4.2.2 สถิติการก่อสร้างศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาค และประเทศไทย

1. ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาค

ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าในภูมิภาค ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย เกาเซี่ยงกง (ประเทศจีน) และประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งสำคัญในระบบอุตสาหกรรมการประชุมและแสดงสินค้า โดยมีสถิติการก่อสร้างพื้นที่ดังนี้

1) พื้นที่โครงการ

เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 170 ไร่ โดยกัวลาลัมเปอร์เอกซ์ฮิบิชั่นแอนด์คอนเวนชันเซนเตอร์ ประเทศมาเลเซีย มีพื้นที่โครงการมากที่สุดถึง 262 ไร่

2) พื้นที่เช่าโรงแสดงนิทรรศการ

เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 32,000 ตารางเมตร จำนวนโรง 6 โรง เอเชียเวลด์เอกซ์โป มีพื้นที่โรงแสดงนิทรรศการมากที่สุดถึง 55,540 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็น 10 โรงย่อย

3) พื้นที่เช่าห้องประชุมใหญ่

เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 6,200 ตารางเมตร ชันเทคคอนเวนชันเซนเตอร์ ประเทศสิงคโปร์ มีพื้นที่ห้องประชุมขนาดใหญ่มากที่สุดประมาณ 12,000 ตารางเมตร

4) พื้นที่เช่าห้องบอลรูม

เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 1,450 ตารางเมตร กัวลาลัมเปอร์เอกซ์ฮิบิชั่นแอนด์คอนเวนชันเซนเตอร์ ประเทศมาเลเซีย มีพื้นที่ห้องบอลรูมใหญ่ที่สุดประมาณ 2,500 ตารางเมตร

5) พื้นที่เช่าห้องประชุมย่อย

เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 3,000 ตารางเมตร จำนวน 19 ห้อง ฮองกงคอนเวนชันแอนด์เอกซ์ฮิบิชั่นเซนเตอร์ ประเทศจีน มีพื้นที่รวมห้องประชุมย่อยมากที่สุด ประมาณ 5,775 ตารางเมตร แบ่งเป็น 30 ห้องย่อย

พื้นที่เช่าลานนิทรรศการกลางแจ้งและอารีนา ไม่เป็นที่นิยมในการก่อสร้าง นอกจากนี้ค่าเฉลี่ยการก่อสร้างโครงการประมาณ 12,900 ล้านบาท โครงการที่มีมูลค่าก่อสร้างสูงสุด ได้แก่ ฮองกงคอนเวนชันแอนด์เอกซ์ฮิบิชั่นเซนเตอร์ 24,800 ล้านบาท

ตารางที่ 4.18

ค่าเฉลี่ยพื้นที่เข้าศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาค

ชื่อสถานที่	ที่ตั้ง	พื้นที่โครงการ	โถงแสดงนิทรรศการ		ประชุมใหญ่	ห้องบอลรูม	ห้องประชุมย่อย		ลานนิทรรศการกลางแจ้ง	จอวีน่า	ที่จอดรถ		รวม	ราคาค่าก่อสร้าง
			ตร.ม.	จำนวน			ตร.ม.	จำนวน			ตร.ม.	คัน		
กัวลาลัมเปอร์เอกซ์โพนชั่นแอนด์คอนเวนชั่นเซนเตอร์	มาเลเซีย	262	10,200	4	3,500	2,500	3,590	24	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	19,790	ไม่ระบุ
จิงเอกซ์โป	สิงคโปร์	156	36,000	6	1,302	ไม่ระบุ	165	9	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	37,467	1,210
ซันเทค	สิงคโปร์	75	12,000	4	12,000	ไม่ระบุ	3,671	26	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	27,671	26,400
ฮองกงคอนเวนชั่นแอนด์เอกซ์โพนชั่นเซนเตอร์	จีน	255	46,296	7	3,880	1,819	5,775	30	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	57,770	24,800
เอเชียเวสต์เอกซ์โป	จีน	105	55,540	10	10,300	ไม่ระบุ	1,811	5	ไม่ระบุ	10,800	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	78,451	12,000
รวมทั้งหมด		853	160,036	31	30,982	4,319	15,012	94	-	10,800	-	-	221,149	64,410
ค่าเฉลี่ย		170	32,000	6	6,200	1,450	3,000	19	-	10,800	-	-	44,200	12,900

2. ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าในประเทศไทย

ปัจจุบันศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยที่เปิดใช้งานในปี พ.ศ. 2549 มีเพียง 3 ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค และศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค และศูนย์การประชุมที่กำลังดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จ พ.ศ. 2551 ได้แก่ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังมีศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติที่อยู่ระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ ได้แก่ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสงขลาและภูเก็ต

1) พื้นที่โครงการ

เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 210 ไร่ โดยศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค มีพื้นที่โครงการมากที่สุดถึง 210 ไร่

2) พื้นที่เช่าโรงแสดงนิทรรศการ

เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 32,000 ตารางเมตร จำนวนโรง 6 โรง ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค มีพื้นที่โรงแสดงนิทรรศการมากที่สุดถึง 140,720 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็น 13 โรงย่อย

3) พื้นที่เช่าห้องประชุมใหญ่

เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 4,200 ตารางเมตร ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสงขลา มีพื้นที่ห้องประชุมขนาดใหญ่มากที่สุดประมาณ 5,700 ตารางเมตร

4) พื้นที่เช่าห้องบอลรูม

เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 1,440 ตารางเมตร ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค มีพื้นที่ห้องบอลรูมใหญ่มากที่สุดประมาณ 2,000 ตารางเมตร

5) พื้นที่เช่าห้องประชุมย่อย

เฉลี่ยพื้นที่ประมาณ 3,960 ตารางเมตร จำนวน 20 ห้อง ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเชียงใหม่ มีพื้นที่รวมห้องประชุมย่อยมากที่สุด ประมาณ 7,016 ตารางเมตร แบ่งเป็น 39 ห้องย่อย

พื้นที่เช่าลานนิทรรศการกลางแจ้งและอารีน่า ไม่เป็นที่นิยมในการก่อสร้าง นอกจากนี้ค่าเฉลี่ยการก่อสร้างโครงการประมาณ 2,630 ล้านบาท โครงการที่มีมูลค่าก่อสร้างสูงสุด ได้แก่ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค 8,000 ล้านบาท

ตารางที่ 4.19

ค่าเฉลี่ยพื้นที่เช่าศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย

ชื่อสถานที่	ที่ตั้ง	พื้นที่ โครงการ	โถงแสดงนิทรรศการ		ประชุม ใหญ่	ห้อง บอลรูม	ห้องประชุมย่อย		ลาน นิทรรศการ กลางแจ้ง	ชลประทาน	ที่จอดรถ		ราคาค่า ก่อสร้าง
			ตร.ม.	จำนวน			ตร.ม.	จำนวน			ตร.ม.	คัน	
ศูนย์การประชุม แห่งชาติสิริกิติ์	กรุงเทพ	50	9,315	2	4,656	875	1,822	10	ไม่มี	ไม่มี	19,500	650	2,400
ศูนย์แสดงสินค้าและ การประชุมอิมแพ็ค	นนทบุรี	600	140,720	13	5,000	2,000	5,850	22	ไม่มี	4,000	540,000	18,000	8,000
ศูนย์นิทรรศการและ การประชุมไบเทค	กรุงเทพ	163	32,750	6	1,780	ไม่มี	2,097	17	14,410	ไม่มี	150,000	4,700	1,500
ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเชียงใหม่	เชียงใหม่	250	11,214	3	3,175	ไม่มี	7,016	39	6,432	ไม่มี	85,559	2,525	1,623
ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติภูเก็ต	ภูเก็ต	160	11,520	4	5,000	ไม่มี	6,000	22	ไม่มี	ไม่มี	28,060	900	1,194
ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสงขลา	สงขลา	45	8,000	3	5,700	ไม่มี	1,000	9	ไม่มี	ไม่มี	31,000	1,000	1,076
รวมทั้งหมด		1,268	213,519	31	25,311	2,875	23,785	119	20,842	4,000	854,119	27,775	15,793
ค่าเฉลี่ย		210	35,600	5	4,200	1,440	3,960	20	10,420	4,000	142,350	4,630	2,630

3. สถิติการก่อสร้างศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ

ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเป็นรูปแบบการพัฒนาใหม่ที่นิยมสร้างใกล้ท่าอากาศยานนานาชาติหรืออยู่ในเมืองศูนย์กลางท่าอากาศยานโดยมีสถิติพื้นที่ดังนี้

1) พื้นที่โครงการ

เฉลี่ยมีพื้นที่ประมาณ 300 ไร่ อยู่ใกล้สนามบินประมาณ 20 นาที โครงการที่มีพื้นที่มากที่สุด ได้แก่ ดูไบเวิร์ลด์เทรดเซนเตอร์ ประเทศเอมิเรตส์ มีพื้นที่ทั้งหมด 400 ไร่

2) พื้นที่ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ

เฉลี่ยมีพื้นที่โครงการประมาณ 100 ไร่ และพื้นที่ใช้สอยประมาณ 69,780 ตารางเมตร เอเชียคอนเวนชันซิตี มีพื้นที่ใช้สอยศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติมากที่สุดถึง 101,000 ตารางเมตร

3) พื้นที่พาณิชยกรรม

เฉลี่ยพื้นที่ก่อสร้างประมาณ 128,530 ตารางเมตร ประกอบไปด้วยศูนย์การค้าและศูนย์บันเทิง ของโดชิโต้ ประเทศเกาหลีใต้ มีพื้นที่พาณิชยกรรมมากที่สุดประมาณ 174,707 ตารางเมตร

4) พื้นที่อาคารสำนักงาน

เฉลี่ยพื้นที่ก่อสร้างประมาณ 257,480 ตารางเมตร ซึ่งเกี่ยวข้องกับธุรกิจการบินและการประชุมและแสดงสินค้า กัวลาลัมเปอร์ซิตีเซนเตอร์มีพื้นที่ก่อสร้างมากที่สุดถึง 463,760 ตารางเมตร เนื่องจากสามารถสร้างเป็นตึกสูงระฟ้า (skyscraper) ได้

5) พื้นที่โรงแรม

โรงแรมภายในศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ นิยมสร้าง 2 ลักษณะควบคู่กัน ได้แก่ โรงแรมหรูหาระดับห้าดาว 500 ห้อง และโรงแรมธุรกิจระดับ 4 ดาว จำนวน 500 ห้องเช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ยพื้นที่ก่อสร้างประมาณ 910 ห้องพัก แบ่งเป็น 2 อาคาร พื้นที่ก่อสร้าง 91,000 ตารางเมตร ของโดชิโต้มีพื้นที่ก่อสร้างโรงแรมมากที่สุดถึง 113,342 ตารางเมตร จำนวนห้องพัก 3,616 ห้อง

6) พื้นที่ที่พักอาศัย

เฉลี่ยพื้นที่ก่อสร้างประมาณ 158,800 ตารางเมตร พื้นที่ใช้งานอื่น ๆ ประกอบในโครงการศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติมักไม่นิยมก่อสร้าง แต่ยังมีบางโครงการซึ่งสามารถสร้างสนามกอล์ฟ หรือฟิสิทเธราสตีตว์น้ำได้ ซึ่งค่าเฉลี่ยพื้นที่ก่อสร้างโครงการทั้งหมดประมาณ 598,100 ตารางเมตร ค่าเฉลี่ยงบประมาณการลงทุน 46,600 ล้านบาท โดยโครงการเอเชีย

คอนเวนชันซิตี ลงทุนสูงสุดถึง 80,000 ล้านบาท เนื่องจากส่วนใหญ่ของโครงการเป็นตึกสูง (high - rise) และดีกระฟ้า

ตารางที่ 4.20

ค่าเฉลี่ยพื้นที่ก่อสร้างศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ

โครงการ		ดูไบเวิร์ลด์ เทรด์ เซนเตอร์	เอเชีย คอนเวนชัน ซิตี	กัวลาลัมเปอร์ ซิตีเซนเตอร์	สกายซิตี	ซองโดซิตี	ผลรวม	ค่าเฉลี่ย
ระยะเวลาเดินทาง จากสนามบิน (นาที)		15	20	25	5	15	80	20
พื้นที่ทั้งหมด (ไร่)		400	200	262	360	237	1,459	300
ศูนย์การ ประชุมและ แสดงสินค้า นานาชาติ	พื้นที่ไร่	200	73	19	105	98	495	100
	%	50	37	7	29	41	164	30
	พื้นที่ ก่อสร้าง	91,000	100,000	29,000	101,000	27,872	348,872	69,780
พาณิชยกรรม	พื้นที่ ก่อสร้าง	-	100,000	139,400	100,000	174,707	514,107	128,530
อาคาร สำนักงาน	จำนวน อาคาร	2	5	3	2	5	17	3
	พื้นที่ ก่อสร้าง	163,800	300,000	463,760	30,000	329,804	1,287,364	257,480
โรงแรม	จำนวน อาคาร	2	-	2	2	2	8	2
	จำนวน ห้อง	622	-	1,214	560	1,220	3,616	910
	พื้นที่ ก่อสร้าง	94,550	-	107,000	48,720	113,342	363,612	91,000
ที่พักอาศัย	จำนวน อาคาร	7	-	2	-	10	19	10
	พื้นที่ ก่อสร้าง	84,000	-	67,000	-	325,161	476,161	158,800
พื้นที่การใช้งานอื่น		-	-	พิพิธภัณฑ์ สัตว์น้ำ	สนาม กอล์ฟ	-	-	
รวมพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด		433,350	500,000	806,160	279,720	970,886	2,990,116	598,100
งบประมาณการก่อสร้าง เฉพาะศูนย์ฯ ครอบคลุม (ล้านบาท)		ไม่ระบุ	80,000	ไม่ระบุ	10,400	49,400	139,800	46,600

4. ขนาดและองค์ประกอบที่เหมาะสมในการก่อสร้างโครงการศูนย์กลาง และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย

การหาความเหมาะสมสำหรับการก่อสร้าง “โครงการศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย” จำเป็นต้องใช้ค่าเฉลี่ยจากกรณีศึกษาระหว่างศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติประเทศไทย ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาค และศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ในเมืองท่าอากาศยานนานาชาติเพื่อสร้างเกณฑ์มาตรฐานในการออกแบบ ทั้งนี้หากจะนำไปใช้ในการออกแบบต้องมีการปรับสัดส่วนให้เหมาะสมตามแต่ละท้องที่ เนื่องจากปริมาณความต้องการการใช้งานในประเทศในปัจจุบัน เศรษฐกิจจุลภาค มหภาค รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลเกี่ยวเนื่องในแต่ละแห่งนั้นต่างกัน ซึ่งค่าเฉลี่ยและสัดส่วนเป็นดังนี้

ตารางที่ 4.21

ค่าเฉลี่ยจากกรณีศึกษาระหว่างศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติประเทศไทย
ในภูมิภาค และศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ

ชื่อสถานที่		ศูนย์การประชุม และแสดงสินค้า นานาชาติ ประเทศไทย	ศูนย์การ ประชุมและ แสดงสินค้า นานาชาติ ในภูมิภาค	ศูนย์กลางการ ประชุมและ แสดงสินค้า นานาชาติ	ผลรวม	ค่าเฉลี่ย
พื้นที่โครงการ (ไร่)		210	170	300	680	230
ศูนย์การ ประชุมและ แสดงสินค้า นานาชาติ	ห้อง แสดงสินค้า	35,600	32,000	-	67,600	33,800
	ห้อง ประชุมใหญ่	4,200	6,200	-	10,400	5,200
	ห้องบอลรูม	1,440	3,000	-	4,440	2,220
	ห้อง ประชุมย่อย	3,960	3,527	-	7,487	3,740
	พื้นที่เช่า ทั้งหมด	45,200	44,727	598,100	688,027	229,340
พาณิชยกรรม		-	-	128,530	128,530	128,530
อาคารสำนักงาน		-	-	257,480	257,480	257,480
โรงแรม		-	-	91,000	91,000	91,000
ที่พักอาศัย		-	-	158,800	158,800	158,800
พื้นที่ก่อสร้างรวม		-	-	705,400	705,400	705,400

1) ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เฉลี่ยพื้นที่ใช้งานหลักรวมทั้งหมด ประมาณ 65,076 ตารางเมตร

- ห้องแสดงสินค้า เฉลี่ย 33,800 ตารางเมตร
- ห้องประชุมใหญ่ เฉลี่ย 5,200 ตารางเมตร
- ห้องบอลรูม เฉลี่ย 2,220 ตารางเมตร
- ห้องประชุมย่อย เฉลี่ย 3,740 ตารางเมตร

2) ส่วนพาณิชยกรรมหรือศูนย์การค้า เฉลี่ยพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด 128,530 ตารางเมตร

3) ส่วนอาคารสำนักงาน เฉลี่ยพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด 257,480 ตารางเมตร

4) โรงแรม เฉลี่ยพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด 91,000 ตารางเมตร

5) ที่พักอาศัย เฉลี่ยพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด 158,800 ตารางเมตร

6) ค่าเฉลี่ย พื้นที่ก่อสร้างรวม ประมาณ 705,400 ตารางเมตร

4.3 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการศูนย์กลางการประชุม และแสดงสินค้านานาชาติเมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การวิเคราะห์เพื่อหาที่ตั้งโครงการศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมินั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความเหมาะสมเบื้องต้นโดยให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาเมืองศูนย์กลางท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่จัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นอันดับแรก เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาพื้นที่ระดับมหภาค ซึ่งปรากฏว่าจากพื้นที่พาณิชยกรรม 3 เขต ได้แก่ ลาดกระบังตะวันตก ด้านตะวันออกของสนามบิน และด้านตะวันตกของสนามบิน ได้ถูกจำแนกเพื่อให้เห็นถึงความเหมาะสมเหลือเพียง 2 เขต ได้แก่ ลาดกระบังตะวันตก และด้านตะวันออกของสนามบิน และเหตุผลในการไม่เลือกด้านตะวันตกของสนามบินนั้น เนื่องจากพื้นที่บริเวณดังกล่าวเป็นพื้นที่ซึ่งมีการพัฒนาแบบผสมผสานอยู่แล้ว ยากแก่การจัดระเบียบ อีกทั้งยังมีโครงการสร้างศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าอัญธานี โดยภาคเอกชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมอัญธานีอยู่แล้ว หลังจากนั้นจึงได้สร้างเกณฑ์ในการเลือกสถานที่ตั้งโดยการให้คะแนนอย่างละเอียดเพื่อเป็นการคัดสรรพื้นที่ที่เหมาะสมต่อไป ผลปรากฏว่าพื้นที่บริเวณลาดกระบังตะวันตกมีความเหมาะสมมากกว่าพื้นที่บริเวณตะวันออกของสนามบิน โดยคะแนนด้านความเหมาะสมทางสถาปัตยกรรมและความเหมาะสมทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมมีค่า

มากกว่า จึงได้เลือกให้เขตพาณิชย์กรรมบริเวณลาดกระบังตะวันตกจำนวน 700 ไร่ เป็นพื้นที่ในการพัฒนาโครงการศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในอนาคตได้

นอกจากนี้ในการการวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ สามารถแบ่งเป็น 2 หัวข้อ ดังนี้

- 1. สรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับแนวโน้มในการใช้ที่ดินเพื่อการก่อสร้างศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- 2. เกณฑ์การเลือกสถานที่ตั้งเพื่อการก่อสร้างศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

4.3.1 สรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับแนวโน้มในการใช้ที่ดินเพื่อการก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ในการศึกษาแนวโน้มการใช้ที่ดินเพื่อการจัดตั้งศูนย์โครงการนั้น ทางภาครัฐได้มีการวางแนวทางให้การก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าเป็นส่วนหนึ่งในศูนย์ธุรกิจการค้า ประกอบไปด้วยโรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สถานบันเทิง ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า ฯลฯ ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่พาณิชย์กรรมเป็นหลัก ดังปรากฏการพัฒนาในระยะที่ 1 พ.ศ. 2549 - 2558 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.22

การพัฒนาพื้นที่เมืองศูนย์กลางการบินสุวรรณภูมิ

ประเภทการใช้ที่ดิน	แผนการใช้ที่ดิน (ไร่)											
	ลาดกระบังตะวันตก				ตะวันออกของสนามบิน				ลาดกระบังตะวันออก			
	ระยะ 1	ระยะ 2	ระยะ 3	รวม	ระยะ 1	ระยะ 2	ระยะ 3	รวม	ระยะ 1	ระยะ 2	ระยะ 3	รวม
อุตสาหกรรม	1,000	1,000	0	2,000	1,000	2,000	3,000	6,000	-	-	3,000	3,000
พาณิชย์กรรม	700	-	-	700	1,000	500	-	1,500	-	-	-	-
ที่พักอาศัย	800	1,400	-	2,200	1,000	2,000	3,000	6,000	-	-	4,000	4,000
ถนน	600	600	-	1,200	2,500	2,500	2,500	7,500	-	-	3,000	3,000

หมายเหตุ ไม่มีการรายงานรายละเอียดการพัฒนาพื้นที่ด้านตะวันตกของสนามบิน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่พัฒนาแบบผสมผสานอยู่แล้ว และพื้นที่ของที่ดินเป็นพื้นที่พัฒนาสุทธิ ไม่คิดรวมพื้นที่ถนนหลักและรองในแผนพัฒนา

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546.

- 1) ลาดกระบังตะวันตก จะถูกให้ความสำคัญในการพัฒนาเพื่อเป็น “เมืองหน้าด่าน” และเป็นจุดยุทธศาสตร์ให้แก่สนามบิน โดยมีพื้นที่ประมาณ 700 ไร่ อยู่ในเขตที่ดินอาศัยประเภท หนาแน่นน้อยและปานกลาง เป็นชุมชนผู้มีรายได้สูง เหมาะสมในการ “สร้างเขตการค้าสนามบิน ควรเชื่อมกับสนามบิน ประกอบไปด้วยโรงแรม อพาร์ทเมนต์บริการ ศูนย์นิทรรศการและศูนย์ ประชุม ศูนย์บันเทิง สำนักงาน ภัตตาคาร และร้านค้าย่อย”
- 2) พื้นที่ทางตะวันออกของสนามบิน มีพื้นที่ประมาณ 1,000 ไร่ อยู่ในเขตที่ดินอาศัย ประเภทหนาแน่นน้อยและปานกลาง “ซึ่งเดิมเตรียมไว้รองรับการโยกย้ายราษฎรออกจากพื้นที่ ก่อสร้างท่าอากาศยาน ซึ่งต่อมาไม่มีความจำเป็นต้นใช้ ต่อมาจึงพัฒนาพื้นที่ดังกล่าว เป็นชุมชนที่ อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานในท่าอากาศยาน”
- 3) ด้านตะวันตกของสนามบิน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการใช้อย่างผสมผสานอยู่แล้ว จึง เป็นการยากที่จะปรับเปลี่ยนการใช้ที่ดิน ทางรัฐมีแผนที่จะควบคุมการพัฒนาที่จะเกิดขึ้น เพื่อผลักดัน ให้การใช้ที่ดินทางตะวันตกนี้ ค่อย ๆ เปลี่ยนมาสู่การใช้ประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการบิน ต่อไป และควร “ส่งเสริมให้เกิดอุทยานแสดงสินค้า ศูนย์รวมร้านค้าย่อย ศูนย์ขนส่งสินค้า ศูนย์สินค้า ขยายส่ง”

ตารางที่ 4.23

สรุปแนวโน้มการพัฒนาเขตพาณิชยกรรม
เพื่อการจัดตั้งศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ระยะที่ 1

เขตพื้นที่	ประเภทการใช้ที่ดิน	แนวพัฒนาตามผังเมือง	พื้นที่ (ไร่)	ประเภทที่ดินที่อยู่อาศัย
ลาดกระบังตะวันตก	พาณิชยกรรม	สร้างเขตการค้าสนามบิน และศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าครบวงจร (อาจสร้างอุทยานวิจัยและพัฒนา และอุทยานการบินอวกาศ)	700	หนาแน่นน้อยถึงปานกลาง
ตะวันออกของสนามบิน	พาณิชยกรรม	ศูนย์แสดงสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ และการพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการบิน และโครงการนำร่องของรัฐ	1,000	หนาแน่นน้อยถึงปานกลาง และมีชุมชนที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานในท่าอากาศยาน

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

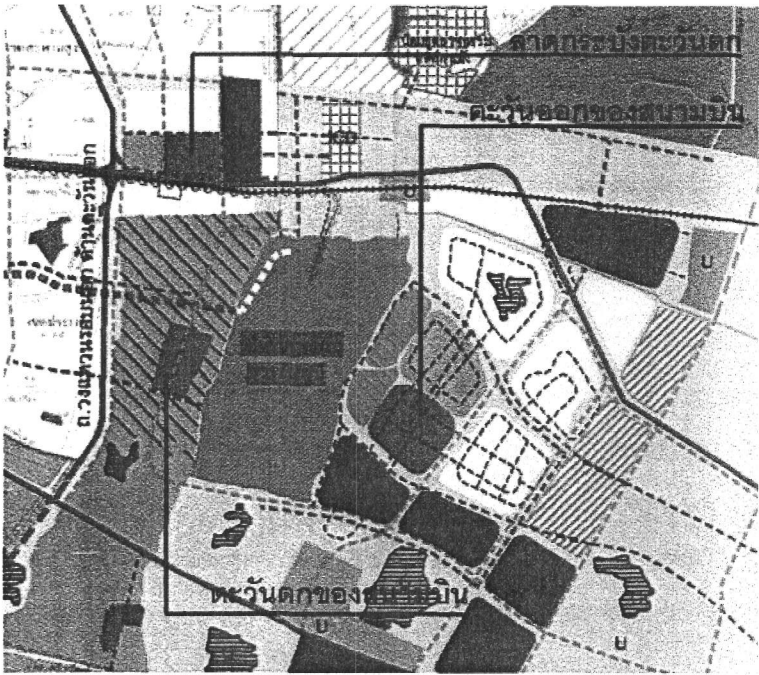
เขตพื้นที่	ประเภทการใช้ที่ดิน	แนวพัฒนาตามผังเมือง	พื้นที่ (ไร่)	ประเภทที่ดินที่อยู่อาศัย
ตะวันตกของสนามบิน	ไม่ระบุ	เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาในลักษณะผสมผสานที่ไร้ระเบียบ และการยากที่จะปรับเปลี่ยนการใช้ที่ดิน ควรส่งเสริมให้มีโครงการประเภทอุทยานแสดงสินค้า ศูนย์รวมร้านค้าย่อย ศูนย์สินค้าขายส่ง โรงแรม	ไม่ระบุ	ที่ดินแบบผสมผสาน (mixed - use)

หมายเหตุ : พื้นที่ของที่ดินเป็นพื้นที่พัฒนาสุทธิ ไม่คิดรวมพื้นที่ถนนหลักและรองในแผนพัฒนา

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546.

ภาพที่ 4.2

พื้นที่เมืองศูนย์กลางท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
ที่มีแผนจัดตั้งโครงการศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546.

4.3.2 เกณฑ์การเลือกสถานที่ตั้งเพื่อการก่อสร้างศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

เนื่องจากเขตพื้นที่ที่ทางโครงการวางแผนผังการพัฒนาเมืองศูนย์กลางสนามบินสุวรรณภูมิได้ระบุไว้เพื่อพัฒนาเป็นศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ นั้นอยู่ในลักษณะการกำหนดแนวความคิดไว้ในผังแม่บทโดยคร่าว และไม่ได้กำหนดขอบเขตและรายละเอียดที่ชัดเจนว่าควรออกแบบให้มีลักษณะโครงการแบบใดจึงจะเหมาะสม หรือพื้นที่ใดที่มีศักยภาพในการพัฒนาได้มีประสิทธิภาพมากที่สุด จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ด้านพื้นที่ให้ละเอียดยิ่งขึ้น เพื่อหาความเป็นไปได้ในการจัดทำรายละเอียดโครงการ ซึ่งในการก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติใกล้ท่าอากาศยานนานาชาติอรัญญิกเกณฑ์ในการพิจารณาเบื้องต้นดังนี้

ภาพที่ 4.3

ภาพถ่ายทางอากาศพื้นที่เมืองศูนย์กลางท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
ที่มีแผนจัดตั้งโครงการศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า



ที่มา : Google Earth, 2006.

1. ขนาดพื้นที่โครงการทั้งหมดประมาณ 230 ไร่ (ตารางที่ 4.21)
2. อยู่ใกล้ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และคมนาคมจากท่าอากาศยานได้สะดวก
3. มีถนนใหญ่เข้าถึงพื้นที่ได้โดยตรง
4. อยู่ในพื้นที่พาณิชยกรรมและไม่อยู่ในเขตพื้นที่เกษตรกรรม เขตอนุรักษ์ ป่า แหล่งต้นน้ำลำธาร
5. เข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะ
6. เป็นที่ดินซึ่งง่ายต่อการปฏิรูป

จากเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น พบว่ามีพื้นที่ทางเลือกควรได้รับการพิจารณาเบื้องต้นจำนวน 2 แห่ง ดังนี้ (ภาพที่ 4.3)

1. ลาดกระบังตะวันตก พื้นที่เพื่อพัฒนาด้านพาณิชยกรรม 700 ไร่
2. ด้านตะวันออกของท่าอากาศยาน พื้นที่เพื่อพัฒนาด้านพาณิชยกรรม 1,000 ไร่

เกณฑ์การพิจารณาความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ทางเลือกของที่ตั้งศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ประกอบด้วย การพิจารณาความเหมาะสม 3 ด้านหลัก คือ

1. ความเหมาะสมทางสถาปัตยกรรม ได้แก่
 - 1.1 ความเหมาะสมของที่ตั้งและการได้ที่ดินนั้นมา
 - 1.2 ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม
 - 1.3 ความสะดวกปลอดภัยในการจราจรขนส่ง
 - 1.4 ความสะดวกปลอดภัยในสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ
2. ความเหมาะสมทางวิศวกรรม
 - 2.1 ความมั่นคงแข็งแรงพื้นฐาน
 - 2.2 ความประหยัด
 - 2.3 การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า
3. ความเหมาะสมทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม
 - 3.1 ขนาดของการใช้จ่ายงบประมาณในการก่อสร้างจัดเตรียมสาธารณูปโภค
 - 3.2 ความเหมาะสมในการลงทุนพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและความเหมาะสมในการขยายตัว
 - 3.3 ความเหมาะสมในด้านการเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจมหภาค
 - 3.4 การพึ่งพาประโยชน์จากวัฒนธรรมท้องถิ่นและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

จากข้อกำหนดข้างต้น เมื่อนำมาพิจารณากำหนดตัวแปรที่สามารถใช้ในการวัดหรือเปรียบเทียบค่าคะแนนความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ทางเลือก จะได้รายละเอียดของตัวแปรต่าง ๆ ดังในตารางที่ 4.26 4.27 และ 4.28

ผลจากการวิเคราะห์ความเหมาะสม โดยจากการจัดเรียงอันดับเพื่อหาความเหมาะสม ด้านตำแหน่งที่ตั้งของโครงการ “ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” มีผลสรุปให้พื้นที่บริเวณลาดกระบังตะวันตกมีความเหมาะสมมากกว่าด้าน ตะวันออกของสนามบิน ในด้านสถาปัตยกรรมและเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ด้านตะวันตกมี คะแนนรวม 353 คะแนน มากกว่าด้านตะวันออก 15 คะแนน ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24

สรุปผลคะแนนในการพิจารณาความเหมาะสมในการก่อสร้าง
ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

หัวข้อพิจารณา	คะแนนความเหมาะสม			
	ลาดกระบังตะวันตก		ตะวันออกของสนามบิน	
	การให้ค่า	คะแนน	การให้ค่า	คะแนน
1. ความเหมาะสมทางสถาปัตยกรรม	40	140	33	114
2. ความเหมาะสมทางวิศวกรรม	8	24	8	24
3. ความเหมาะสมทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม	49	189	43	150
รวมผลการประเมิน	97	353	84	338
การจัดอันดับความเหมาะสม	1		2	

ตารางที่ 4.25

ตัวแปรวิเคราะห์และการให้คะแนนในการพิจารณาความเหมาะสมในการก่อสร้าง
ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
ด้านความเหมาะสมทางสถาปัตยกรรม

หัวข้อพิจารณา	ตัวแปรที่ใช้วิเคราะห์	น้ำหนัก	คะแนนความเหมาะสม				
			ลาดกระบัง ตะวันตก		ตะวันออกของ สนามบิน		
			การให้ค่า	คะแนน	การให้ค่า	คะแนน	
1. ความเหมาะสมทางสถาปัตยกรรม							
1.1 ความเหมาะสม ของที่ตั้งและการได้ ที่ดินนั้นมา	1.1.1	ความเหมาะสมของที่ตั้งในแง่ของ ความสัมพันธ์ทางผังเมืองของศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าครบวงจรกับผังเมือง ศูนย์กลางท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	4	4	16	4	16
	1.1.2	ความเหมาะสมด้านขนาดของพื้นที่สัมพันธ์กับ ขนาดโครงการ	4	4	16	3	12
	1.1.3	ความเหมาะสมได้ด้านความสะดวกในการ คมนาคมจากสนามบินถึงโครงการ	3	5	15	4	12
	1.1.4	ความเหมาะสมในแง่ของการเป็น ภาพลักษณ์ทางธุรกิจ	4	4	16	3	12
	1.1.5	กรรมสิทธิ์ที่ดิน และความยากง่ายในการ ได้มาซึ่งที่ดิน	2	3	6	2	4
1.2 ความเหมาะสมกับ สภาพแวดล้อม	1.2.1	สภาพแวดล้อมทางกายภาพปัจจุบัน	2	1	2	1	2
	1.2.2	สภาพแวดล้อมทางสังคมและการตั้งถิ่นฐาน ในปัจจุบัน	2	2	4	2	4
1.3 ความสะดวก ปลอดภัยในการจราจร ขนส่ง	1.3.1	ความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่	4	4	16	2	8
	1.3.2	โครงข่ายการคมนาคมและระบบถนน โดยรอบพื้นที่	3	3	9	5	15
	1.3.3	ระบบขนส่งสาธารณะ	5	4	20	3	15
1.4 ความสะดวก ปลอดภัยใน สาธารณูปโภคและ สาธารณูปการ	1.4.1	สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ การระบายน้ำ)	4	4	16	3	12
	1.4.2	สาธารณูปการและสิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐาน (โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สถานี ดับเพลิง)	2	2	4	1	2
รวมผลการประเมินทางสถาปัตยกรรม				40	140	33	114

ตารางที่ 4.26

ตัวแปรวิเคราะห์และการให้คะแนนในการพิจารณาความเหมาะสมในการก่อสร้าง
ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
ด้านความเหมาะสมทางวิศวกรรม

หัวข้อพิจารณา	ตัวแปรที่ใช้วิเคราะห์	น้ำหนัก	คะแนนความเหมาะสม				
			ลาดกระบังตะวันตก		ตะวันออกของสนามบิน		
			การให้ค่า	คะแนน	การให้ค่า	คะแนน	
2. ความเหมาะสมทางวิศวกรรม							
2.1 ความมั่นคงแข็งแรงพื้นฐาน	2.1.1	การรับน้ำหนัก และการทรุดตัวของดิน	4	2	8	2	8
2.2 ความประหยัด	2.1.2	ความประหยัดในการก่อสร้างอาคารและโครงสร้างพื้นฐาน	4	2	8	2	8
2.3 การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า	2.1.3	แนวโน้มและความเป็นไปได้ในการสร้างอาคารประหยัดพลังงาน	2	4	8	4	8
รวมผลการประเมินทางวิศวกรรม				8	24	8	24

ตารางที่ 4.27

ตัวแปรวิเคราะห์และการให้คะแนนในการพิจารณาความเหมาะสมในการก่อสร้าง
ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
ด้านความเหมาะสมทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

หัวข้อพิจารณา		ตัวแปรที่ใช้วิเคราะห์	น้ำหนัก	คะแนนความเหมาะสม			
				ลาดกระบัง ตะวันออก		ตะวันออกของ สนามบิน	
				การให้ค่า	คะแนน	การให้ค่า	คะแนน
3. ความเหมาะสมทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม							
3.1 ขนาดของการใช้ จ่ายงบประมาณในการ ก่อสร้างจัดเตรียม สาธารณูปโภค	3.1.1	ค่าชดเชยที่ดินและการย้ายถิ่นฐาน	2	2	4	2	4
	3.1.2	ค่าก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ	4	4	16	4	16
	3.1.3	ค่าใช้จ่ายในการขยายระบบสาธารณูปโภคสำหรับองค์ประกอบสนับสนุนศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ	3	4	12	3	9
3.2 ความเหมาะสมใน การลงทุนพัฒนา คุณภาพสิ่งแวดล้อม และความเหมาะสมใน การขยายตัว	3.2.1	การจ้างงานและรายได้ที่เกิดจากการก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติแห่งใหม่	5	4	20	5	25
	3.2.2	ผลทางเศรษฐกิจโดยรวม	5	4	20	4	20
	3.2.3	ผลทางสังคมโดยรวม	3	4	12	3	9
	3.2.4	ต้นทุนการเดินทางของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ	4	5	20	4	16
	3.2.5	ต้นทุนในการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	3	3	9	2	6
	3.2.6	ความประหยัดที่เกิดจากการเป็นเมือง	3	3	9	2	6
3.3 ความเหมาะสมใน ด้านการเชื่อมโยง ต่อเศรษฐกิจมหภาค	3.3.1	ด้านอุตสาหกรรม	2	2	4	4	8
	3.3.2	ด้านพาณิชยกรรม	3	4	12	2	6
	3.3.3	ด้านการบริการ	4	4	16	4	16
3.4 การพึ่งพา ประโยชน์จาก วัฒนธรรมท้องถิ่นและ แหล่งท่องเที่ยว ใกล้เคียง	3.4.1	ด้านการท่องเที่ยวในเชิงพักผ่อนหย่อนใจประเภทรีสอร์ท	2	1	2	1	2
	3.4.2	ด้านการท่องเที่ยวเชิงจับจ่ายใช้สอย	3	3	9	1	3
	3.4.3	ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	2	2	4	2	4
รวมผลการประเมินทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม				49	189	43	150

4.4 การวางผังศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ

เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

โครงการศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตั้งอยู่บนพื้นที่เขตลาดกระบังตะวันตก ทางทิศเหนือของทางด่วนพิเศษกรุงเทพ – ชลบุรี สามารถเดินทางจากท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิภายใน 5 นาที อยู่ในพื้นที่พาณิชย์กรรมของเขตลาดกระบังตะวันตก จำนวน 700 ไร่ ที่ทางภาครัฐระบุให้พัฒนาเพื่อเป็นเมืองหน้าด่านที่มีโครงการเกี่ยวข้องกับการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งโครงการมีพื้นที่ทั้งหมด 350 ไร่ แบ่งเป็น 5 เขต ดังนี้ เขตโรงแรมครบวงจร เขต ศูนย์การค้าและสำนักงานครบวงจร เขตศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า เขตที่อยู่อาศัยครบวงจร และเขตอุทยานธุรกิจ โดยเขตที่เป็นหัวใจหลักของโครงการคือ เขตศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า มีพื้นที่ทั้งหมดถึง 140 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 40 ของพื้นที่โครงการทั้งหมด ทั้งนี้การพัฒนาโครงการจะใช้เวลาทั้งสิ้น 9 ปี แบ่งเป็น 3 ช่วง ช่วงละ 3 ปี เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาผังเมืองรวมเมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 แล้วเสร็จปลายปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้การก่อสร้างโครงการมีจุดประสงค์เพื่อสร้างศูนย์เศรษฐกิจและธุรกิจแห่งใหม่ใกล้ท่าอากาศยาน โดยอาศัยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเป็นแม่เหล็กดึงดูดสำคัญ โดยในการการวางผังศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สามารถแบ่งบทวิเคราะห์ได้ 5 บทย่อย ดังนี้

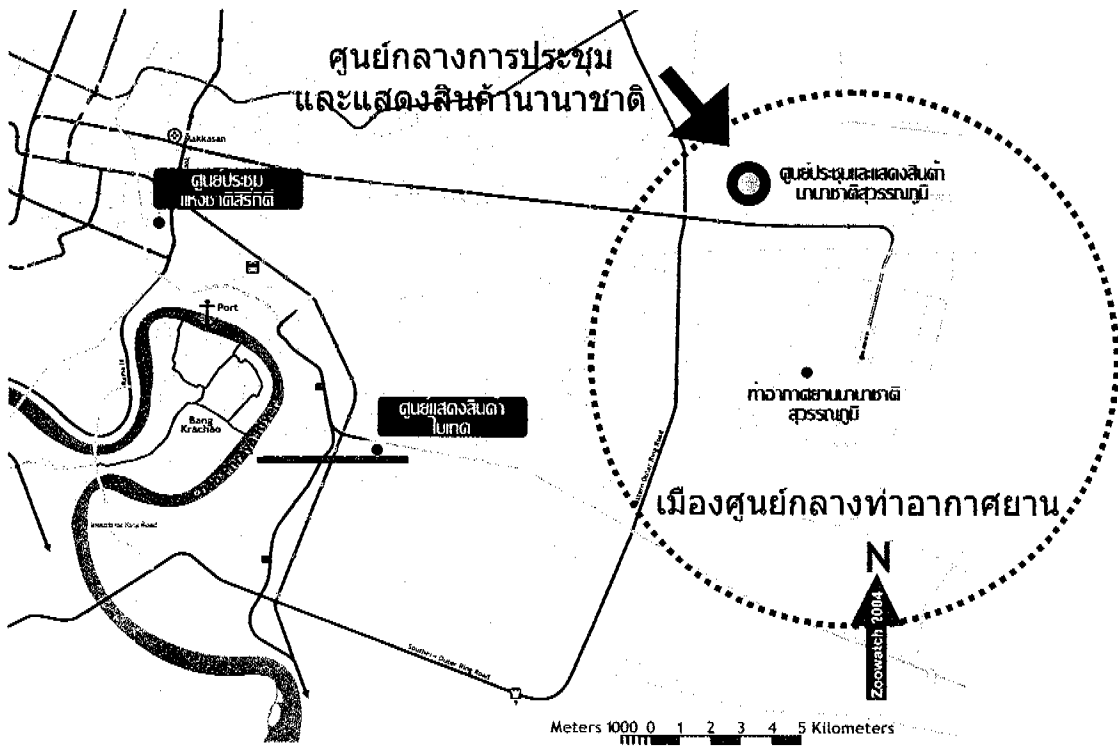
1. การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ
2. แนวคิดในการวางผัง
3. การวางผังเบื้องต้น
4. รูปแบบการลงทุนและบริหารจัดการ
5. ระยะเวลาในการพัฒนา

4.4.1 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ

การศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ศึกษาโครงการก่อสร้างศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการศึกษาความเหมาะสมพื้นที่ก่อสร้างโครงการโดยครอบคลุม

ลักษณะทางกายภาพที่สำคัญ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโครงการและการวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ

ภาพที่ 4.4
สถานที่ตั้งโครงการศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ
เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

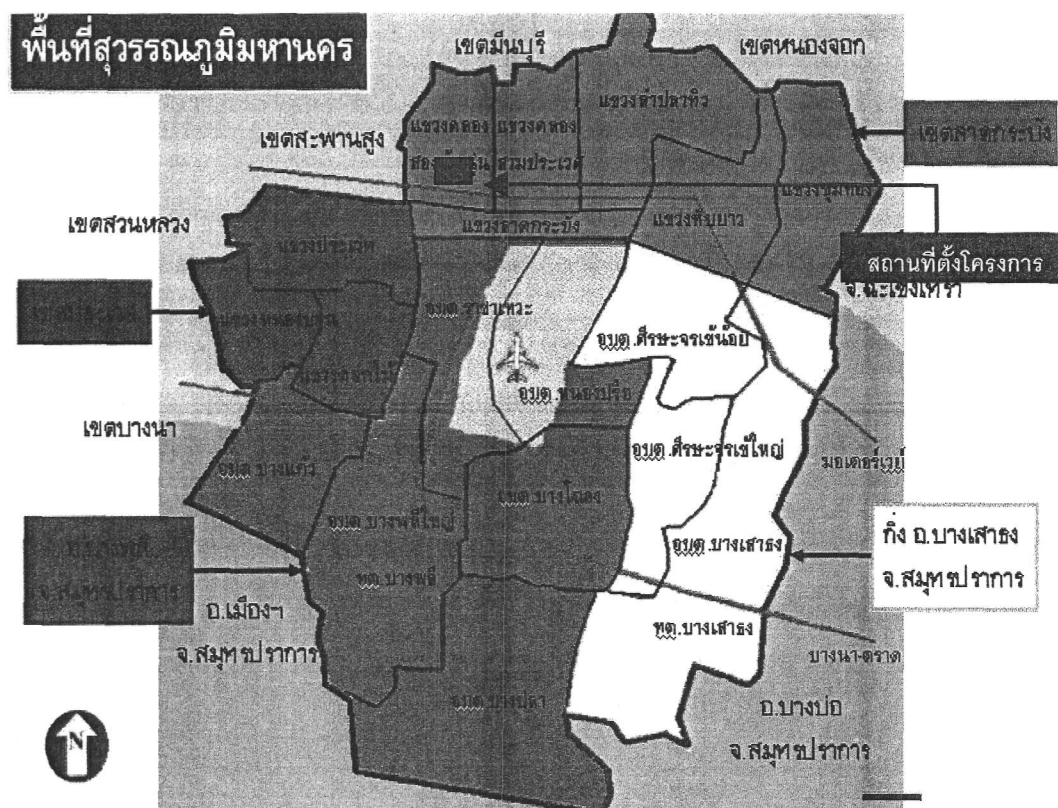


1. ทำเลที่ตั้งโครงการ

1.1 อาณาเขต ที่ตั้งโครงการศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ตั้งอยู่ในเขตพาณิชย์กรรมลาดกระบังตะวันตก แขวงคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่โครงการจำนวน 350 ไร่ จาก 700 ไร่ ซึ่งมีอาณาเขตดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	เขตลาดกระบังและเขตมีนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ทิศใต้	ติดต่อกับ	อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	เขตสะพานสูง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 4.5
อาณาเขตติดต่อ บริเวณสถานที่ตั้ง



ที่มา: wikipedia, 2006

1.2 สภาพภูมิประเทศ เป็นที่ราบลุ่มรับน้ำ พื้นที่เดิมใช้ในการเกษตรกรรม ทำนา

1.3 สภาพภูมิอากาศ กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีสภาพอากาศร้อนเป็นส่วน ใหญ่ มีอุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี 28.3 องศาเซลเซียส โดยมีค่าอุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 35.5 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 24.6 องศาเซลเซียส เนื่องจากอิทธิพลจากลมชายทะเล และลมมรสุม ตะวันตกเฉียงใต้มี ปริมาณ ฝนตกมาก ช่วงเดือนกันยายนและตุลาคมปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยตลอดปี 2542 เท่ากับ 1,756.33 มิลลิเมตร เฉลี่ยฝนตกต่อปี 99 วัน เดือนพฤษภาคมเป็นเดือน ซึ่งมีน้ำฝน มากที่สุด และเดือนธันวาคมเป็นเดือนซึ่งมีปริมาณฝนน้อยที่สุด

1.4 การคมนาคม ถนนสายหลักที่ผ่านเขตลาดกระบัง คือทางด่วนกรุงเทพ – ชลบุรี ซึ่งเชื่อมต่อกับถนนวงแหวนรอบนอก สามารถเดินทางได้สะดวก อีกทั้งการเดินทางจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สามารถผ่านทางถนนสาย A2 และ A4 ซึ่งอยู่ด้านบนของสนามบินได้

นอกจากนี้ ยังมีรถไฟฟ้าสายพิเศษมักกะสัน – สุวรรณภูมิ โดยสามารถลงที่สถานีที่ลาดกระบังได้ และระบบการคมนาคมทางอากาศสามารถผ่านทางท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ซึ่งสามารถเพิ่มศักยภาพในการขนส่งสินค้าในการจัดแสดงและช่วยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงโครงการอีกทางหนึ่งด้วย

2. การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ

สถานที่ตั้ง	อำเภอ แขวงคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง
ขนาดที่ตั้ง	350 ไร่

2.1 การใช้ที่ดิน

จากรายงานฉบับสุดท้าย การวางแผนผังเมืองศูนย์กลางท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ระบุให้บริเวณที่ตั้งโครงการเป็นพื้นที่พาณิชยกรรม (สีแดง) ซึ่งเดิมที่ดินเป็นของเอกชนใช้งานเพื่อเกษตรกรรมและทำนา ซึ่งตามรายงานระบุให้พัฒนาพื้นที่บริเวณนี้เป็นเมืองใหม่หรือเมืองหน้าด่านที่ประกอบไปด้วยพาณิชยกรรมที่เกี่ยวข้องธุรกิจการบิน การประชุมและการแสดงสินค้า

นอกจากนี้พื้นที่โดยรอบโครงการเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ทำนา ไม่มีการสร้างอาคารทั้งด้านตะวันออก ตะวันตก และด้านเหนือ ส่วนด้านใต้ติดกับทางด่วนพิเศษกรุงเทพ – ชลบุรี

2.2 การสัญจรและการเข้าถึง

การเข้าถึงโครงการโดยรถยนต์จะมาทางถนนสายหลัก คือ ถนนด่วนพิเศษกรุงเทพ – ชลบุรี ซึ่งมี 5 ช่องทางจราจร

2.3 การได้มาซึ่งที่ดิน

ที่ดินนี้เป็นที่ดินของเอกชน แต่โครงการศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นโครงการขนาดใหญ่มาก ส่งผลต่อมหภาคโดยรวมร่วมทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน จึงต้องมีการเวนคืนที่ดินเพื่อการพัฒนาในอนาคต

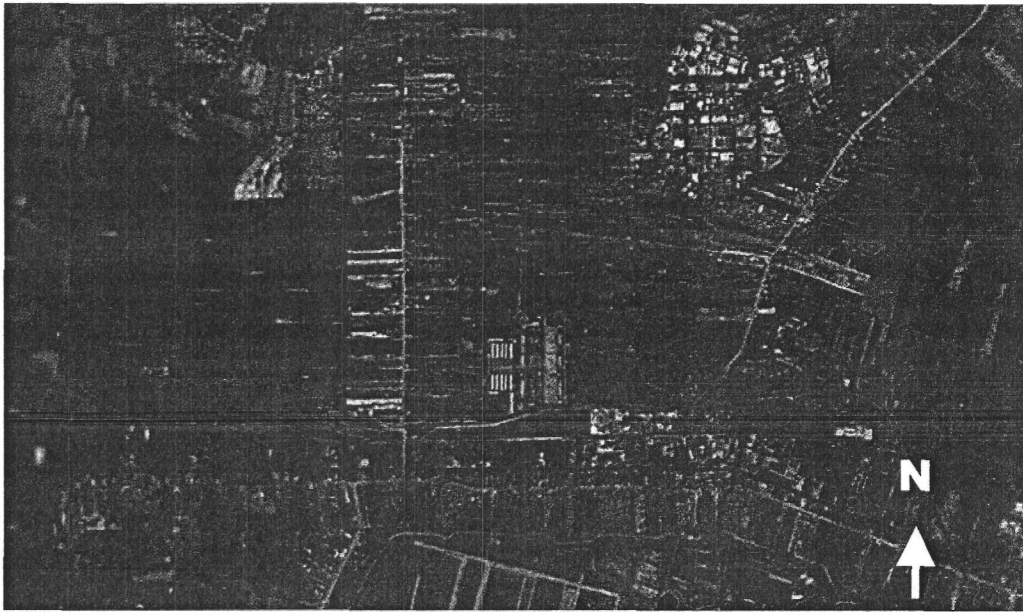
2.4 ทัศนียภาพ

มุมมองจากทางด่วนพิเศษกรุงเทพ – ชลบุรี สามารถมองเห็นตัวโครงการได้ทั้งด้านขาเข้าและขาออก เนื่องจากพื้นที่โครงการนั้นติดกับถนน และพื้นที่โดยรอบไม่มีการปลูกสร้างอาคาร สามารถทำให้เห็นโครงการได้อย่างชัดเจน เช่นเดียวกัน

มุมมองภายในโครงการ ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้จะเห็นท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านทิศตะวันตกจะเห็นวงแหวนรอบนอก บริเวณทิศใต้จะเป็นทางด่วนพิเศษกรุงเทพ – ชลบุรี

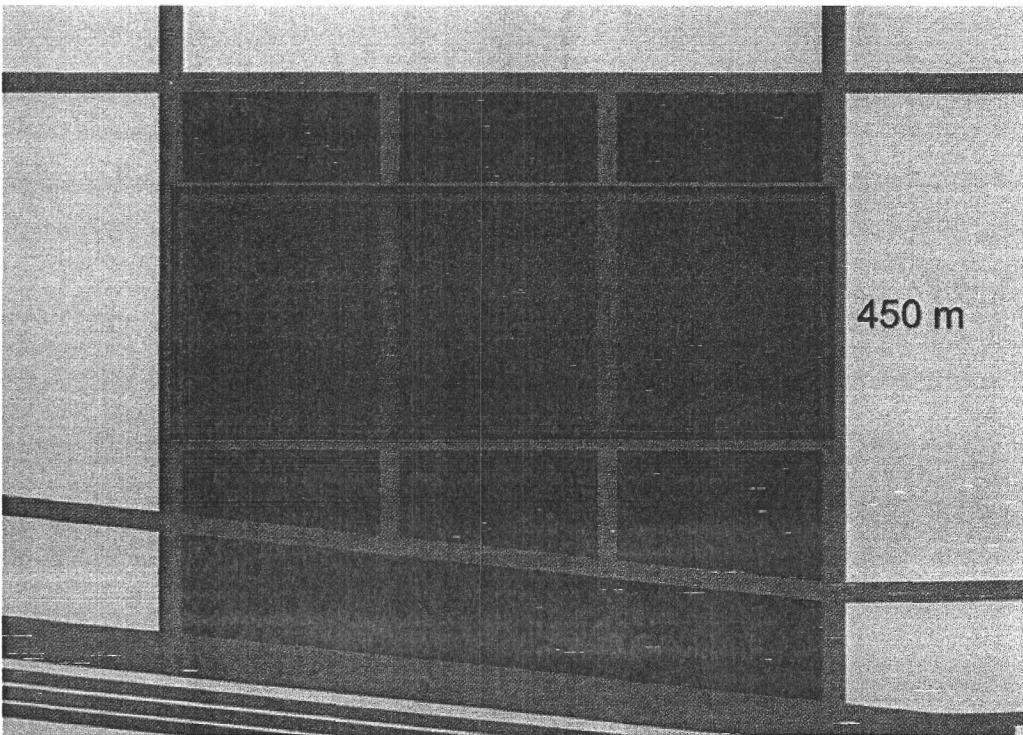
ภาพที่ 4.6

ภาพถ่ายทางอากาศบริเวณที่ตั้งโครงการ



ภาพที่ 4.7

เขตพาณิชยกรรมบริเวณลาดกระบังตะวันตก สถานที่ตั้งโครงการศูนย์กลางการประชุม
และแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ



4.4.2 แนวคิดในการวางผัง

โครงการเมืองศูนย์กลางการประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติสุวรรณภูมิ มีขนาด 350 ไร่ ตั้งอยู่ในเขตศูนย์กลางของพื้นที่พาณิชยกรรมของลาดกระบังตะวันตก ซึ่งอยู่ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือของสนามบินประมาณ 5 กิโลเมตร โดยมีแนวความคิดในการออกแบบโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การกำหนดแนวคิดของการวางผัง

เมืองศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติแห่งใหม่ ในเขตเมืองศูนย์กลางท่าอากาศยานสุวรรณภูมินั้น จะมีแนวคิดการออกแบบในลักษณะ “เมืองภายในเมือง” (city – within – a – city) โดยภายในโครงการจะเอื้อประโยชน์ต่อผู้อยู่อาศัย ผู้มาประชุมและแสดงสินค้า นักธุรกิจ นักท่องเที่ยว และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นอย่างครบวงจร กล่าวคือ สนองต่อกิจกรรมทั้งการทำงาน การพักอาศัย การท่องเที่ยว การจับจ่ายใช้สอย การประชุม การพักผ่อนหย่อนใจ ฯลฯ โดยสามารถสรุปแนวคิดเบื้องต้นในการวางผังได้ดังนี้

1.1 สร้างศูนย์กลางธุรกิจของเมืองแห่งใหม่ หรือ ซีบีดี (central business district: CBD) โดยอาศัยธุรกิจหลักด้านการประชุมและแสดงสินค้าเป็นตัวกระตุ้นกิจกรรมก่อให้เกิดรายได้ให้กับท้องถิ่น และเป็นแหล่งดึงดูดการลงทุนในพื้นที่ใกล้เคียง ให้เกิดการพัฒนาศักยภาพให้สอดคล้องกับธุรกิจหลักของเมือง

1.2 ทุกส่วนในโครงการ มีความสัมพันธ์เชื่อมต่อกันโดยทั่วถึง ทั้งการประชุมและการแสดงสินค้า การจับจ่ายใช้สอย การพักอาศัย การทำงาน การพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อรองรับการใช้งานที่ครบครัน และแต่ละส่วนของโครงการเป็นการพัฒนาพื้นที่แบบผสมผสาน (mixed – used development)

1.3 สร้างเอกลักษณ์ ความเป็นเมืองศูนย์กลางการประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติระดับโลก (world – class) ที่ทันสมัย สามารถสร้างบรรยากาศการประชุม

2. องค์ประกอบภายในโครงการ

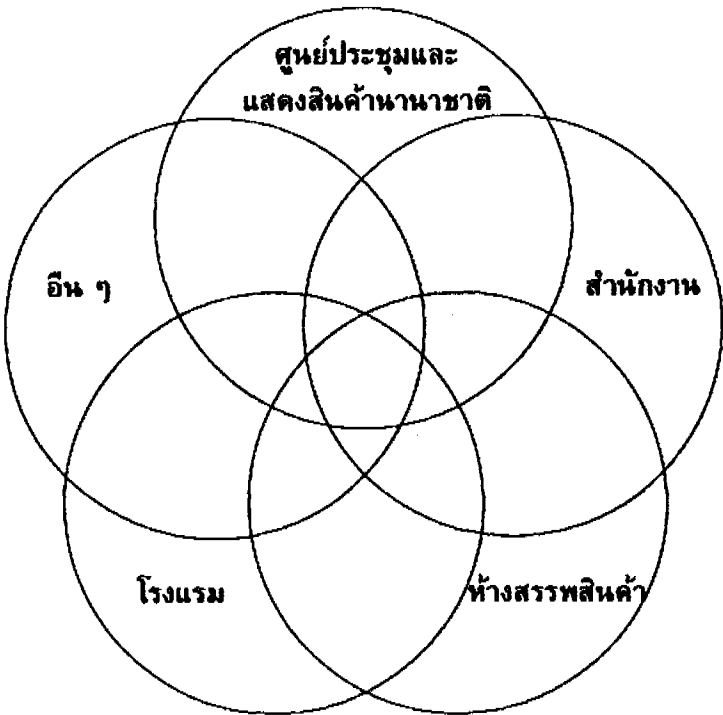
ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติครบวงจร เมืองท่าอากาศยานสุวรรณภูมินั้น เป็นการสร้างเมืองเพื่อรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ หรือ อุตสาหกรรมการประชุมและแสดงสินค้า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การพบปะ (Meeting, Incentive Travel, Convention, and Exhibition: MICE) ที่กำลังเป็นที่นิยมและได้มีการพัฒนาทั่วโลกทั้งในยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย และเอเชีย โดยภาพรวมของโครงการนั้นประกอบไปด้วยอาคารประเภทต่าง ๆ

เรียงลำดับตามความสำคัญมากไปน้อย ดังนี้ สถานที่ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ พาณิชยกรรม สำนักงาน และที่พักอาศัย ซึ่งสามารถระบอบองค์ประกอบโครงการโดยละเอียดได้ดังนี้

ภาพที่ 4.8

องค์ประกอบศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ (ครบวงจร)

องค์ประกอบศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติแบบใหม่



เมืองศูนย์กลางการประชุม
และแสดงสินค้านานาชาติ

- 1) ศูนย์ประชุมหรือสัมนา และศูนย์แสดงสินค้าระดับนานาชาติ (international convention & exhibition center) เพื่อรองรับการประชุมสัมมนาขนาดใหญ่ซึ่งยังไม่มีอาคารก่อสร้างใกล้ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และให้เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนสินค้า การเจรจาธุรกิจ การเปิดตัวเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของภูมิภาคและโลก

2) ศูนย์การค้า/ย่านพาณิชยกรรม (shopping mall / commercial area) เพื่อรองรับผู้มาเข้าร่วมประชุมและแสดงสินค้า นักธุรกิจชาว และประจำภายในศูนย์กลางการประชุม และแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และเพื่อรองรับความต้องการของผู้อยู่อาศัยในเมืองศูนย์กลางท่าอากาศยานนานาชาติ

3) สถาบันเทริงครบวงจร (entertainment complex) เพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป โดยเป็นสถาบันเทริงครบวงจรและสถานที่แสดงศิลปวัฒนธรรมไทยหรือร่วมสมัยได้ทั้งในเวลากลางวันและกลางคืน

4) อาคารสำนักงาน (office building) สามารถรองรับธุรกิจที่เกิดในอนาคตทั้งที่เป็นธุรกิจทางตรงที่มีความเกี่ยวข้องกับการประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ และการท่องเที่ยว รวมถึงธุรกิจทางอ้อม เช่น ธุรกิจการบินระหว่างประเทศ โดยอาคารสำนักงานนั้นสามารถรองรับผู้ประกอบการด้านธุรกิจการบิน ที่ต้องการสำนักงานใหญ่ระดับภูมิภาคได้

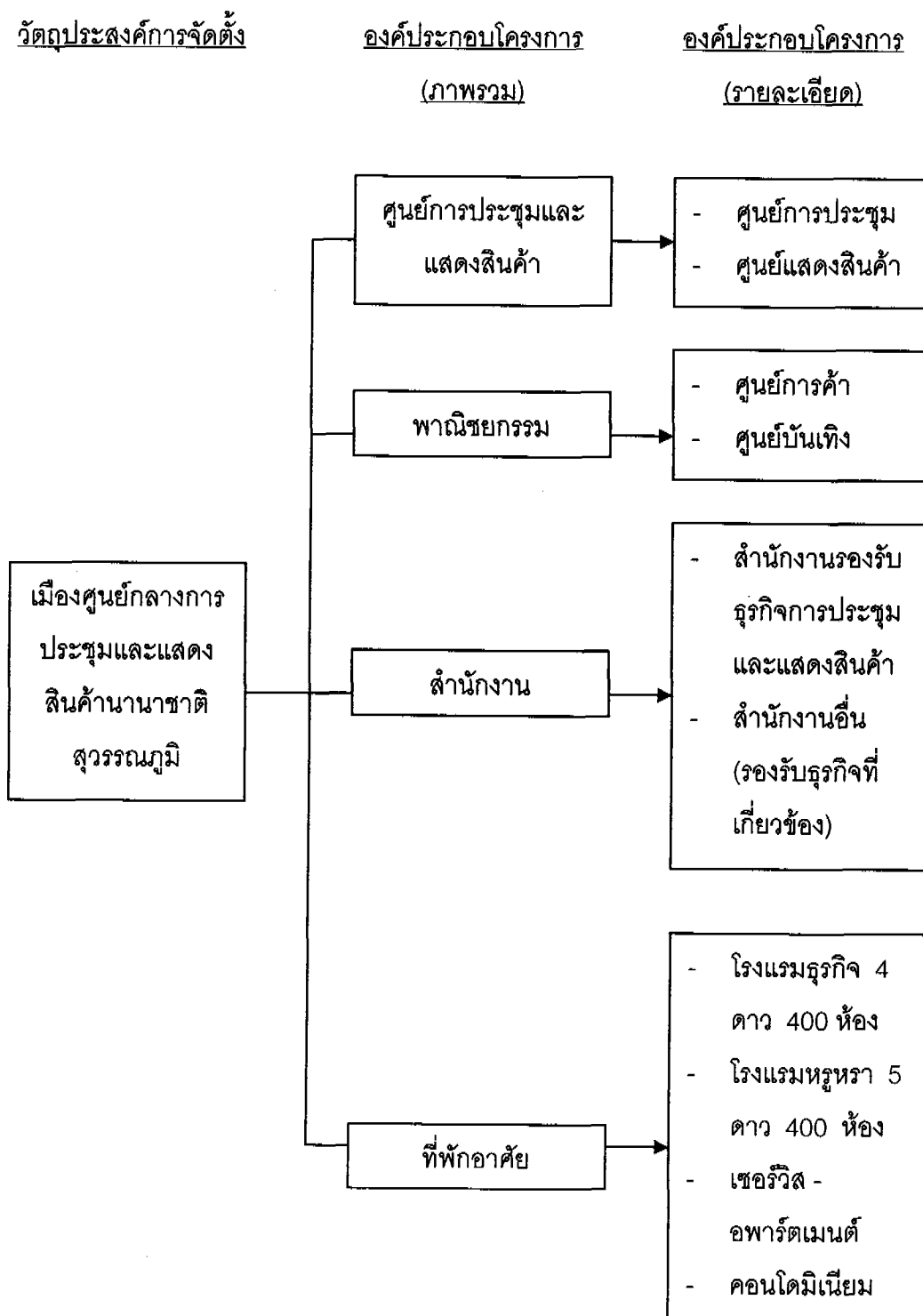
5) โรงแรม (hotel) อย่างน้อยต้องการห้องพักโรงแรมสำหรับผู้เข้าร่วมสัมมนาและการแสดงสินค้าให้เพียงพอ โดยแบ่งเป็นโรงแรมธุรกิจระดับสี่ดาว และโรงแรมหรูห้าดาว ระดับห้าดาว

6) เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ (serviced apartment) สำหรับผู้มาทำธุรกรรมชั่วคราวที่มีงบประมาณสำหรับการพักอาศัยระดับปานกลาง ต้องการพักเป็นหมู่คณะ หรือไม่ต้องการพักโรงแรมที่โรงแรม ซึ่งสามารถประหยัดได้มากกว่า

7) คอนโดมิเนียม (condominium) คอนโดมิเนียมเป็นที่พักอาศัยสำหรับผู้มีรายได้สูง เพื่อรองรับผู้ทำงานระดับสูงภายในเมืองศูนย์กลางการแสดงสินค้านานาชาติ หรือนักธุรกิจ พนักงานระดับบนชาวต่างประเทศที่ต้องการพำนักระยะยาวภายในประเทศไทย

ภาพที่ 4.9

วัตถุประสงค์และองค์ประกอบศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติสุวรรณภูมิ



ตารางที่ 4.28

เหตุผลและความต้องการในการสร้างองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในโครงการ

	องค์ประกอบ	เหตุผล	ความต้องการ
1	ศูนย์การประชุม และแสดงสินค้านานาชาติ	- เพื่อรองรับการประชุมสัมมนาขนาดใหญ่ซึ่งยังไม่มี มีการก่อสร้างใกล้ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ	ศูนย์การประชุม นานาชาติ
		- ต้องมีศักยภาพในการรองรับสูงถึงระดับโลกเพื่อ แข่งขันกับประเทศอื่นๆ	
		- มีความต้องการงานแสดงสินค้าทั้งภายใน ประเทศไทยเองและการเพิ่มขึ้นของตลาดภายนอก ประเทศ ด้วยโอกาสจากการเปิดท่าอากาศยาน นานาชาติแห่งใหม่	ศูนย์แสดงสินค้า นานาชาติ ขนาดใหญ่
		- ให้เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนสินค้า การเจรจา ธุรกิจ การเปิดตัวเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของภูมิภาคและ โลก	
2	อาคารสำนักงาน	- ในปัจจุบัน อาคารสำนักงานบริเวณท่าอากาศยาน นานาชาติมีเพียงแต่แผนงานที่เป็นการวางแผน แนวคิดผังเมืองรวมโดยคร่าว และไม่ทราบ เจ้าของโครงการเป็นภาครัฐหรือเอกชน อีกทั้ง บริเวณท้องที่เดิมเป็นเพียงทุ่งนาเท่านั้นไม่มี โครงการเกิดขึ้น	สำนักงาน
		- สามารถรองรับธุรกิจที่เกิดขึ้นในอนาคตทั้งที่เป็น ธุรกิจทางตรงที่มีความเกี่ยวข้องกับการประชุมและ การแสดงสินค้านานาชาติ และการท่องเที่ยว รวมถึงธุรกิจทางอ้อม เช่น ธุรกิจการบินระหว่าง ประเทศ โดยอาคารสำนักงานนั้นสามารถรองรับ ผู้ประกอบการด้านธุรกิจการบินที่ต้องการ สำนักงานใหญ่ระดับภูมิภาคได้	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

เหตุผลและความต้องการในการสร้างองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในโครงการ

องค์ประกอบ		เหตุผล	ความต้องการ
3	ศูนย์การค้าและ ย่านพาณิชยกรรม	- เพื่อรองรับผู้มาเข้าร่วมประชุมและแสดงสินค้า นักธุรกิจชาว และประจำภายในศูนย์กลางการ ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศ ยานนานาชาติสุวรรณภูมิ	ศูนย์การค้า ขนาดใหญ่
		- เพื่อรองรับความต้องการของผู้อยู่อาศัยในเมือง ศูนย์กลางท่าอากาศยานนานาชาติ	ศูนย์การค้า ขนาดกลาง ย่าน พาณิชยกรรม
4	สถานบันเทิง	- เพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา นักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป โดยเป็นศูนย์บันเทิงครบวงจร และสถานที่แสดงศิลปวัฒนธรรมไทยหรือร่วมสมัย ได้ทั้งในเวลากลางวันและกลางคืน	ศูนย์บันเทิง ครบวงจร
5	โรงแรม	- ในปัจจุบันสถานที่พักใกล้ท่าอากาศยาน นานาชาติสุวรรณภูมิมีเพียงโรงแรมโนโวเทล สาขา สนามบินสุวรรณภูมิ จำนวน 600 ห้อง ที่สร้าง ภายในปี พ.ศ. 2548 นี้	โรงแรมธุรกิจ ระดับ 4 ดาว 400 ห้อง
		- อย่างน้อยต้องการห้องพักสำหรับผู้เข้าร่วม สัมมนาและการแสดงสินค้าให้เพียงพอ โดย แบ่งเป็นโรงแรมธุรกิจระดับสี่ดาว และโรงแรม หรูหราระดับห้าดาว	โรงแรมหรูหราระดับ 5 ดาว 400 ห้อง

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

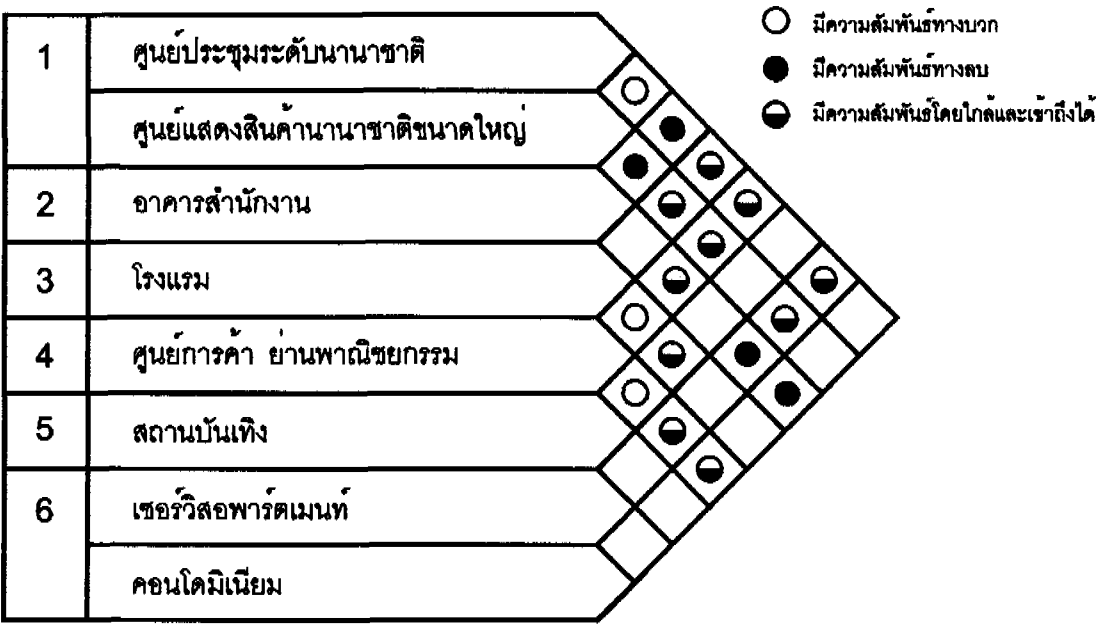
เหตุผลและความต้องการในการสร้างองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในโครงการ

องค์ประกอบ		เหตุผล	ความต้องการ
6	ที่พักอาศัย (เชอร์วิล - อพาร์ทเมนต์และ คอนโดมิเนียม)	- เชอร์วิลอพาร์ทเมนต์ สำหรับผู้มาทำธุรกรรม ชั่วคราว ที่มีงบประมาณสำหรับการพักอาศัยระดับ ปานกลาง ต้องการพักเป็นหมู่คณะ หรือไม่ต้องการ พักแรมที่โรงแรม ซึ่งสามารถประหยัดได้มากกว่า	เชอร์วิล อพาร์ทเมนต์
		- คอนโดมิเนียมเป็นเขตที่พักอาศัยสำหรับผู้มี รายได้สูงเพื่อรองรับผู้ทำงานระดับสูงภายในเมือง ศูนย์กลางการแสดงสินค้านานาชาติ หรือนักธุรกิจ พนักงานระดับบนชาวต่างประเทศที่ต้องการพำนักระยะยาวภายในประเทศไทย	คอนโดมิเนียม

2.1 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภายในโครงการ

เนื่องจากโครงการ “ศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ” นั้นมีขนาดใหญ่มาก มีเนื้อที่โครงการประมาณ 350 ไร่ อีกทั้งเป็นโครงการในลักษณะเมืองครบวงจร (complex) จึงจำเป็นต้องมีความหลากหลายของพื้นที่ใช้งาน เพื่อสร้างกลุ่มของกิจกรรมในแต่ละพื้นที่ให้มีความสอดคล้องกัน จึงจำเป็นต้องมีการใช้ ตารางความสัมพันธ์ (relation matrix) เพื่อหาความสัมพันธ์ของโปรแกรมภายในโครงการ ซึ่งได้ผลดังนี้

ภาพที่ 4.10
ตารางความสัมพันธ์ของโปรแกรมภายในโครงการ



หมายเหตุ: ความสัมพันธ์ทางบวก หมายถึง ต้องอยู่ติดกัน
ความสัมพันธ์ทางลบ หมายถึง ไม่ต้องอยู่ติดกัน

ตารางที่ 4.29

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบระหว่างภายในโครงการ

องค์ประกอบหลัก	ลักษณะความสัมพันธ์	องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง
1. ศูนย์ประชุมระดับนานาชาติ	ทางบวก	ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติขนาดใหญ่
	ใกล้ชิดและเข้าถึงได้	โรงแรม ศูนย์การค้า
	ทางลบ	อาคารสำนักงาน
2. ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติขนาดใหญ่	ทางบวก	ศูนย์ประชุมระดับนานาชาติ
	ใกล้ชิดและเข้าถึงได้	โรงแรม ศูนย์การค้า เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์
	ทางลบ	อาคารสำนักงาน
3. อาคารสำนักงาน	ใกล้ชิดและเข้าถึงได้	ศูนย์การค้า หรือย่านพาณิชยกรรม
	ทางลบ	เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม
4. โรงแรม	ทางบวก	ศูนย์การค้าหรือย่านพาณิชยกรรม
	ใกล้ชิดและเข้าถึงได้	ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติขนาดใหญ่ ศูนย์ประชุมระดับนานาชาติ สถาบันเทিং
5. ศูนย์การค้าหรือย่านพาณิชยกรรม	ทางบวก	โรงแรม สถาบันเทিং
	ใกล้ชิดและเข้าถึงได้	ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติขนาดใหญ่ ศูนย์ประชุมระดับนานาชาติ อาคารสำนักงาน เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม
6. สถาบันเทিং	ทางบวก	ศูนย์การค้า
	ใกล้ชิดและเข้าถึงได้	โรงแรม
7. เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์	ใกล้ชิดและเข้าถึงได้	ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติขนาดใหญ่ ศูนย์ประชุมระดับนานาชาติ ศูนย์การค้า
	ทางลบ	อาคารสำนักงาน
คอนโดมิเนียม	ใกล้ชิดและเข้าถึงได้	ศูนย์การค้า
	ทางลบ	อาคารสำนักงาน