

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติและการจัดงานแสดงสินค้า (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition: MICE) เป็นหนึ่งในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่ทำรายได้เข้าประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก และช่วยกระจายรายได้ไปยังภาคธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจที่พักอาศัยตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้า ธุรกิจรับจัดงานแสดงสินค้า ศูนย์จัดแสดงสินค้า เป็นต้น ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมของไทยที่สามารถรองรับการเติบโตของ ตลาดดังกล่าวได้เป็นอย่างดี (ศิริพรรณ เปลียนสกุล, 2547) โดยสามารถนำนักท่องเที่ยวคุณภาพจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2547 ได้ถึง 443,599 คนและนำรายได้เข้าประเทศได้ถึง 33,075 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น กลุ่มการจัดสัมมนา 5,553 ล้านบาท กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 7,031 ล้านบาท กลุ่มการจัดประชุมนานาชาติ 10,441 ล้านบาท และกลุ่มการจัดงานแสดงสินค้า 10,049 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดสัมมนาและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2547)

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาด MICE ในประเทศไทยเติบโตขึ้นนั้นมาจากโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทย ที่สามารถตอบสนองตลาดดังกล่าวได้ เช่น ความพร้อมทางด้านสถานที่จัดงานและสถานที่พักในระดับนานาชาติ ล่าสุดคือการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมสุดยอดผู้นำ 21 เขตเศรษฐกิจ (APEC) ที่ประเทศไทยสามารถดำเนินการได้เป็นอย่างดี อีกทั้งประเทศไทยยังมีศูนย์จัดแสดงสินค้าที่มีมาตรฐานการให้บริการในระดับมาตรฐาน โลก เช่น ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติไบเทค บางนา ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพ็ค เมืองทองธานี เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งที่สนับสนุนธุรกิจนี้คือการที่ภาครัฐพยายามผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการในภูมิภาคเอเชีย แทนประเทศสิงคโปร์และฮ่องกง และมีเป้าหมายที่จะให้จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางการประชุมสัมมนา และแสดงสินค้านานาชาติหรือ World Class Convention and Exhibition Center โดยเริ่มจากการวางแผนที่จะสร้างศูนย์การประชุมนานาชาติที่จังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต การปรับปรุงสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น การก่อสร้างสนามบินสุวรรณภูมิ การเปิดเสรีการบิน การเปิดสายการบินราคาประหยัด หรือ Low Cost Airline เป็นต้น

ในส่วนของปัจจัยเสี่ยงที่เป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของตลาด MICE ในประเทศไทยคือ การมีคู่แข่งที่สำคัญ คือสิงคโปร์และฮ่องกง ซึ่งมีศักยภาพและวางกลยุทธ์ที่ชัดเจน ตลอดจนความไม่สะดวกของขั้นตอนการเข้ามาในประเทศไทย เช่น ความล่าช้าของการตรวจคนเข้าเมือง การเก็บภาษี อุปกรณ์นำเข้าสำหรับจัดประชุม เป็นต้น

อย่างไรก็ตามรัฐบาลไทยมีนโยบายส่งเสริมการสัมมนาและแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยให้เป็นแหล่งนำรายได้เข้าประเทศ พร้อมทั้งผลักดันให้มีการกระจายรายได้ไปสู่ส่วนภูมิภาคต่างๆ ของประเทศโดยเฉพาะภายในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น จังหวัดภูเก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรีได้แก่พัทยาและจังหวัดสงขลาได้แก่หาดใหญ่ เป็นต้น ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้ทำการศึกษาศักยภาพทางการตลาดของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว โดยได้ศึกษาประเมินความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นศูนย์การสัมมนาและแสดงสินค้านานาชาติได้ ถ้ามีการพัฒนาด้านอำนวยความสะดวกด้านการจัดงานแสดงสินค้าให้รองรับความต้องการของตลาดได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะเป็นผู้รับผิดชอบการออกแบบและการก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ มีกำหนดก่อสร้างแล้วเสร็จปลายปี พ.ศ. 2550 เมื่อกำหนดให้ศูนย์สัมมนามีความจุ 3,000 ที่นั่ง พื้นที่แสดงสินค้า 4,500 ตารางเมตร ในเขตตำบลหนองฮ่อ อำเภอเมือง ห่างศูนย์ราชการจังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 1 กิโลเมตร ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างขั้นตอนการปรับปรุงแบบก่อสร้างให้สอดคล้องกับความต้องการในการใช้งาน ในระหว่างนี้รัฐบาลได้มอบหมายให้สำนักงานส่งเสริมการจัดสัมมนาและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จัดทำแผนบริหารจัดการศูนย์สัมมนาและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการ และกำหนดกลยุทธ์การเจริญเติบโตของศูนย์สัมมนาเชียงใหม่ต่อไป ด้านนายพิระพงษ์ เอื้อสุนทรวัฒนา ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดสัมมนาและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) กล่าวว่า ราวปลายปี พ.ศ. 2549 จะเปิดรับพิจารณาบริษัทเอกชนเข้ามาเป็นผู้บริหารศูนย์ โดยจะเปิดรับพิจารณาทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้ในปัจจุบันเชียงใหม่ยังไม่มีผู้จัดงานแสดงสินค้า (Professional Exhibition Organizers: PEO) ที่มีมาตรฐานพอจะรองรับกิจกรรมระดับนานาชาติได้ (ศูนย์ข่าวเชียงใหม่, 2549: 28)

การมีศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาตินั้นก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทั้งที่เป็นองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบสนับสนุน โดยธุรกิจที่เป็นองค์ประกอบหลักได้แก่ เจ้าของงาน ผู้จัดงานแสดงสินค้า ศูนย์สัมมนาและแสดงสินค้า ผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้จัดการขนส่งสินค้า ผู้แสดงสินค้า และธุรกิจที่เป็นองค์ประกอบสนับสนุนทางตรงได้แก่ ธุรกิจรักษาความปลอดภัย ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจรับจัดกิจกรรมพิเศษ ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจรถเช่า ธุรกิจเช่าอุปกรณ์ ธุรกิจทำความสะอาด (วรรณฯ ศิลปอาษา, 2546: 69)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติยังอยู่ในระหว่างขั้นตอนการปรับปรุงแบบก่อสร้าง และการดำเนินการจัดหาผู้บริหารที่มีประสบการณ์เหมาะสมมาดำเนินการบริหาร การกำหนดกลยุทธ์ของศูนย์สัมมนาและการจัดแสดงสินค้าให้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการใช้บริการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ของผู้จัดงานแสดงสินค้า
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อธุรกิจที่เป็นองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบสนับสนุนทางตรงที่ต้องมีเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าของจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความต้องการใช้บริการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ของผู้จัดงานแสดงสินค้า
2. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้จัดงานแสดงสินค้าต่อธุรกิจที่เป็นองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบสนับสนุนทางตรงที่ต้องมีเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าของจังหวัดเชียงใหม่
3. เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์ของผู้บริหารขององค์การทั้งที่เป็นองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบสนับสนุนของธุรกิจการจัดแสดงสินค้าต่อไป

นิยามศัพท์

ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ มีที่ตั้งโครงการอยู่ในที่ดินราชพัสดุเลขทะเบียนที่ ชม. 1754 ตั้งอยู่บนถนนเลียบริมคลองชลประทาน เขตตำบลหนองฮ่อ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดงานแสดงสินค้า (Professional Exhibition Organizers) หมายถึง ผู้บริหารการจัดงาน ในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าอาจดำเนินงานในรูปของสมาคม บริษัท หรือเป็นกิจการนิติบุคคลที่ทำหน้าที่รับจ้างจัดงานแสดงสินค้าในลักษณะของมืออาชีพ (สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2546: 70) ผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานส่งเสริมการจัดสัมมนาและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ในประเทศไทยมีทั้งสิ้น 12 ราย

ความต้องการ หมายถึง ความต้องการใช้บริการหรือไม่ใช้บริการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ เหตุผลที่ต้องการหรือไม่ต้องการใช้บริการ รวมทั้งประเภทของบริการต่างๆ ที่ต้องการใช้บริการในการจัดงานแสดงสินค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved