

ความได้เปรียบทางการแข่งขันในงานแสดงสินค้าของเมืองพัทยาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

The Competitiveness Advantages of Exhibitions in Pattaya in Eastern Economic Corridor

♦ อติเทพ กำแพงเสรี

หัวหน้าภาควิชาการจัดการนิทรรศการและการประชุม คณะอุตสาหกรรมบริการ

วิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา

Adithep Kampangseree

Head of MICE and Events Management Department, Faculty of Hospitality Industry,

Dusit Thani College, Pattaya, E-mail: adithep.ka@dtc.ac.th

♦ ศักดา กาญจนนาวัลย์

ผู้อำนวยการและอาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการนิทรรศการและการประชุม

คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา

Sakda Kanjanawanawan

Director and Instructor, MICE and Events Management Department, Faculty of

Hospitality Industry, Dusit Thani College, Pattaya, E-mail: sakda.ka@dtc.ac.th

♦ กวินรัตน์ เรืองเอี่ยม

อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการนิทรรศการและการประชุม คณะอุตสาหกรรมบริการ

วิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา

Gawinrat Ruang-iem

Lecturer, MICE and Events Management Department, Faculty of Hospitality Industry,

Dusit Thani College, Pattaya, E-mail: gawinrat.ru@dtc.ac.th

Abstract

The objective of this study was to study the potential of Pattaya's Exhibitions in Eastern Economic Corridor and to present a guideline of the competitiveness advantages of Exhibitions in Eastern Economic Corridor. The summary is as follows:

1. The Potentials of Exhibitions in Pattaya in Eastern Economic Corridor. The study of factors was related to Exhibition development included 4 factors: infrastructure, management of government policies, involvement of stakeholders and promotion of public relations and

advertising. In the main core must be from the work of the government, the private sector according to the main policies of the country in order to achieve the development and advantages of the industrial business group to hold exhibitions in Eastern Economic Corridor.

2. The competitiveness advantages of Pattaya's exhibitions in Eastern Economic Corridor. It is considered an important role to be able to overcome other competitors. The areas of the Eastern Economic Corridor includes 3 factors: creating difference areas, marketing focus of industry groups and creating advantages in terms of cost with a concrete reflection. These elements will be the main strategy that makes the exhibitions in the Eastern Economic Corridor integrate and drive the industry with creativity and innovation. These are the advantages over the other areas in Thailand. It can move forward to the future of Asia leading in the MICE Business Industry.

Keywords: MICE Industry, Exhibition, Eastern Economic Corridor

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของงานแสดงสินค้าของเมืองพัทยาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกและเพื่อนำเสนอถึงแนวทางความได้เปรียบทางการแข่งขันในงานแสดงสินค้าของเมืองพัทยาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ศักยภาพของงานแสดงสินค้าของเมืองพัทยาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก คือ มีการศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนางานแสดงสินค้า ซึ่งประกอบไปด้วย องค์ประกอบ 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการจัดการของนโยบายภาครัฐ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ซึ่งแกนหลักสำคัญจะต้องมีจากการทำงานของภาครัฐ ภาคเอกชน ตามนโยบายหลักของประเทศเพื่อให้เกิดการพัฒนาและเกิดความได้เปรียบของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมต่อ งานแสดงสินค้าในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

2. แนวทางการสร้างความได้เปรียบของงานแสดงสินค้าของเมืองพัทยาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ถือว่าเป็นบทบาทสำคัญที่จะสามารถเอาชนะคู่แข่งอื่น ๆ ได้ซึ่งพื้นที่ของระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกจะเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการพัฒนาของประเทศไทย โดยมีประเด็นสำคัญ 3 ประการ คือ การสร้างความแตกต่างของพื้นที่ การมุ่งตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมเฉพาะ การสร้างความได้เปรียบในด้านของต้นทุน โดยมีภาพสะท้อนให้เห็นชัดอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยองค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นกลยุทธ์หลักที่ทำให้งานแสดงสินค้าในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษเกิดการบูรณาการและขับเคลื่อน อุตสาหกรรมด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเป็นกุญแจสำคัญที่จะสร้างความได้เปรียบมากกว่า พื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทยได้อย่างเต็มที่และก้าวไปสู่ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมไม่ซ้ำกันของเอเชียในอนาคต

คำสำคัญ : อุตสาหกรรมไมซ์ งานแสดงสินค้า พื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

บทนำ

ประเทศไทยได้มีการวางรากฐานของการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาประเทศไปในทิศทางเดียวกันจึงมีการสร้างแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ขึ้น นับตั้งแต่ประเทศไทยได้มีการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 เป็นต้นมา ทำให้ประเทศเกิดการพัฒนาในกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางที่มีการขับเคลื่อนด้วยระบบทางสังคมและวัฒนธรรมที่อาจส่งผลถึงการขับเคลื่อนได้อย่างไม่เต็มประสิทธิภาพ จนปัจจุบันเกิดการเข้ามาของเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เพื่อต้องการขับเคลื่อนในการพัฒนาประเทศ ซึ่งก่อให้เกิดความขัดแย้งทางความคิดและอุดมการณ์ที่มีรากฐานของความเหลื่อมล้ำ ความเท่าเทียม (Eastern Economic Corridor Office, 2018) ดังนั้น ตามวิสัยทัศน์ของแผนฯ 20 ปีได้กล่าวว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่ตอบสนองต่อผลประโยชน์ต่อประเทศชาติ ด้วยสิ่งนี้จึงเป็นการพัฒนาประเด็นของยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อให้ประเทศไทยได้บรรลุตามวิสัยทัศน์ ซึ่งมีการกำหนดไว้ 6 ยุทธศาสตร์ ซึ่งยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อการจัดการงานต่าง ๆ คือ ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อพัฒนาและมุ่งเน้นการยกระดับทางศักยภาพของประเทศไทยในทุก ๆ มิติ บนฐานแนวความคิดทั้ง 3 ประการ คือ 1) การต่อยอดจากอดีตที่มองย้อนกลับไปที่รากเหง้าของอัตลักษณ์ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ประเพณี และวิถีชีวิต โดยสร้างจุดเด่นเพื่อให้เกิดความได้เปรียบและนำมาผสมผสานกับเทคโนโลยีและวัฒนธรรมเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกยุคใหม่ 2) การปรับปรุงปัจจุบัน สามารถนำไปสู่การพัฒนาผ่านระบบโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายโทรคมนาคมและการขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล เพื่อเอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต 3) เกิดการสร้างคุณค่าใหม่ ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่และยังสามารถปรับการดำเนินธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการของตลาดผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคตบนพื้นฐานของการต่อยอดในการดำเนินธุรกิจ เรื่องการจ้างงาน ขยายฐานการค้าและการลงทุนในอุตสาหกรรมทั่วโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้ เพิ่มขึ้นของจำนวนชนชั้นกลางและลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศ ซึ่งที่ผ่านมาประเทศไทยต้องเผชิญกับการผันผวนทางเศรษฐกิจโลก กฎระเบียบระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องทางการค้า ทักษะความสามารถและความต้องการทางด้านแรงงาน ซึ่งผลเหล่านี้จะนำไปสู่การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาไกลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม การบริการ และการท่องเที่ยว ทั้งนี้การยกระดับในการดำเนินงาน มีผลต่อการพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบ เกิดการเชื่อมโยงในการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว และปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน โครงข่ายคมนาคม เทคโนโลยีต่อการเชื่อมโยงประเทศไทยกับประชาคมโลก (Eastern Economic Corridor Office, 2018) ดังนั้นนักธุรกิจมีความต้องการที่จะลงทุนในประเทศไทยมากขึ้นตามระบบเครือข่ายในการพัฒนาประเทศ (National Strategy, 2018) ด้วยเหตุนี้การเพิ่มขีดความสามารถและสร้างความเข้มแข็งของ

อุตสาหกรรมยังให้ความสำคัญกลุ่มพื้นที่ทางธุรกิจของระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกจึงเป็น การยกระดับกลุ่มภาคอุตสาหกรรมใหม่ (New S - Curve) และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ 5 อุตสาหกรรมเดิม (First S - Curve) เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนให้กับเศรษฐกิจไทย โดย 5 อุตสาหกรรมใหม่ ประกอบไปด้วย 1) อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ 2) อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ 3) อุตสาหกรรมการแพทย์ ครบวงจร 4) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ 5) อุตสาหกรรมดิจิทัล ไม่เพียงแต่ 5 อุตสาหกรรมใหม่ ยังมี 5 อุตสาหกรรมเดิมที่พยายามสร้างบทบาทและเสถียรภาพในการดำเนินงาน คือ 1) อุตสาหกรรม ยานยนต์แห่งอนาคต 2) อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ 3) อุตสาหกรรมการเกษตรและ เทคโนโลยีชีวภาพ 4) อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร และสุดท้ายคือ การท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ แต่อุตสาหกรรมเดิมก็ยังคงเป็นรากฐานสำคัญในการรักษามาตรฐานอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ จำนวนมากให้แก่ประเทศ (Vuttichat, 2018) ซึ่งมีการขยายไปในกลุ่มพื้นที่ทั้ง 3 จังหวัด คือ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดฉะเชิงเทรา (Eastern Economic Corridor Office, 2018) ทำให้อุตสาหกรรม ต่าง ๆ ต้องเกิดการนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อประชาชน ลูกค้า หรือนักธุรกิจต่างได้รับรู้ถึงการพัฒนาของ อุตสาหกรรมในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยงานแสดงสินค้าถือว่าเป็นตัวเชื่อมโยง ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายทำให้เกิดการรับรู้และทำให้สินค้านั้นเป็นที่รู้จักในธุรกิจ

โดยสิ่งสำคัญในการจัดงานแสดงสินค้า คือ การจัดแสดงสำหรับการแลกเปลี่ยนสินค้านั้นระหว่างผู้ซื้อ กับผู้ขาย หรือผู้มาออกงาน กับผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งกิจกรรมการจัดการแสดงสินค้านั้นเป็นการส่งเสริมการขาย อย่างหนึ่งที่ทำให้สินค้านั้นเป็นที่รู้จัก ไม่เพียงเท่านั้นการขายสินค้าที่ประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีการสื่อสาร ที่เที่ยงตรงและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตัวสินค้า ซึ่งเกิดขึ้นจากผู้ซื้อและผู้ขาย (Prapon and Theerawat, 2016) ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาททำให้การแสดงสินค้าเป็นเรื่องง่ายมากขึ้น ผู้ซื้อสามารถติดต่อทาง ออนไลน์โดยการดูสินค้าผ่านหน้าจอบริษัทคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ เป็นผลของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี แต่บางครั้งก็ไม่ได้เป็นผลดีกับลูกค้าบางรายที่ต้องการติดต่อกับผู้ขายโดยตรงด้วยตนเอง ด้วยเหตุนี้สำนักงาน ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ มีการใช้นโยบายตามแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี (2560 - 2564) ของ แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า ซึ่งเป้าหมายสำคัญ คือ การเพิ่มจำนวนของผู้ซื้อ และเพิ่มจำนวนงานในกลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์หรืองานแสดงสินค้าเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุผลนี้ทำให้ธุรกิจการจัด งานแสดงสินค้ามีจำนวนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2560 28 ล้านคน (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2018) ด้วยนวัตกรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการ เข้ามาจัดงานแสดงสินค้าไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติ ซึ่งหมายรวมถึงผู้จัดงานต้องมียุทธศาสตร์ ความรู้ ข้อมูลหรือสถิติที่ช่วยวางแผนและพัฒนาอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าให้มีความพร้อมสำหรับการเป็น ศูนย์กลางการจัดงานในระดับสากล

ด้วยเหตุผลนี้ทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรมในกลุ่มพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก จึงมีความสำคัญ ในการผลักดันงานแสดงสินค้า งานนิทรรศการให้มาจัดในประเทศไทย ภายใต้กรอบการพัฒนาประเทศไทย

4.0 เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้จัดงานเข้ามามากขึ้น ในขณะที่เดียวกันโครงการ EEC ของรัฐบาลมีส่วนสำคัญที่ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย โดยเฉพาะเมื่อระบบโครงสร้างพื้นฐานเสร็จสิ้น ก็จะสามารถรองรับกลุ่มนักเดินทางเพื่อจัดงานแสดงสินค้าได้อีกเป็นจำนวนมาก อีกทั้งประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พร้อมทั้งมีรถไฟเชื่อม 3 สนามบิน คือ สนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง และสนามบินอู่ตะเภา เพื่อรองรับการจัดงานขนาดใหญ่ ทั้งนี้เมืองพัทยามีความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐาน และสถานที่จัดงานขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้เป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนจึงมีความสนใจในเรื่อง ความได้เปรียบทางการแข่งขันในงานแสดงสินค้าของเมืองพัทยาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก เพื่อทำให้เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวและเป็นศูนย์กลางของการจัดงานแสดงสินค้าในเขตภาคตะวันออกต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของงานแสดงสินค้าของเมืองพัทยาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อการพัฒนางานแสดงสินค้าของเมืองพัทยาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ศักยภาพของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

Talun (2017) ได้กล่าวถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ว่าการลงทุนเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับกลุ่มธุรกิจ เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ทั้งสนามบิน ท่าเรือ รถไฟ และถนน ล้วนแล้วแต่มีความจำเป็นต่องานแสดงสินค้า เพื่อยกระดับให้ประเทศไทยไปสู่ระดับที่สูงกว่าในการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค (Somkiet, 2017) โดยพื้นที่ของอีอีซี มีการลงทุนอย่างต่อเนื่องทั้งสนามบินอู่ตะเภาที่มีแผนการลงทุนมูลค่ากว่า 2 แสนล้านบาท ถือว่าเป็นเสาหลักสำคัญที่จะยกระดับต่อการดึงดูดนักลงทุนเข้ามา เนื่องจากมีข้อได้เปรียบในด้านของทำเลที่ตั้ง เพื่อทำให้ประเทศไทยและพื้นที่อีอีซีก้าวขึ้นสู่ศูนย์กลางภูมิภาค ด้วยเหตุนี้ธุรกิจ นักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมบริการ และอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ จึงมีความต้องการที่จะเจรจาทางธุรกิจเพื่อเป็นเวทีของการแลกเปลี่ยนความรู้และธุรกิจร่วมกันภายในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ทั้งนี้เป็นการสะท้อนให้เห็นว่านโยบายของทางภาครัฐจะเป็นการประสานความร่วมมือต่อนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อจัดตั้งธุรกิจในกลุ่มอีอีซี เป็นจำนวนที่มากขึ้น และเกิดการบูรณาการในการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อดึงดูดนักลงทุน ดังภาพที่ 1



สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Office, 2018) ได้กล่าวถึงโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) เป็นแผนยุทธศาสตร์ภายใต้ไทยแลนด์ 4.0 ด้วยการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่ต่อยอดความสำเร็จมาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ Eastern Seaboard โดยทางสำนักงานเพื่อการพัฒนาาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีเป้าหมายในการเติมเต็มภาพรวมในการส่งเสริม การลงทุนที่จะเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเติบโตเพิ่มขึ้นในระยะยาว โดยระยะแรกจะเป็นการยกระดับใน 3 พื้นที่จังหวัด คือ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อให้เป็นพื้นที่

เขตเศรษฐกิจภาคตะวันออกรองรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพผ่านกลไกการบริหารจัดการภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการเพื่อผลักดันให้โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษเป็นแผนสำคัญที่จะทำให้ภูมิภาคเอเชียเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนโลก ทั้งด้านการลงทุน การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยมีประเทศอื่น ๆ เช่น จีน ญี่ปุ่น อินเดีย เกาหลีใต้ รวมทั้งประเทศในอาเซียนเป็นหัวใจของการขับเคลื่อน ที่มีประชากรมากกว่า 3,500 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 32 ของรายได้ประชาชาติ โดยประเทศไทยก็เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียนจากเหนือสู่ใต้ จีนสู่อินโดนีเซีย ทั้งในด้านของฐานการผลิต การค้า การส่งออกและการขนส่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักลงทุนที่กำลังต้องการความเจริญเติบโตเพื่อเชื่อมแต่ละประเทศเข้าด้วยกัน เกิดเป็นการยกระดับของอุตสาหกรรม โดยมีการพัฒนาระดับ 5 อุตสาหกรรมเดิม สร้าง 5 อุตสาหกรรมใหม่ จนทำให้ประเทศไทยกลายเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ศูนย์กลางการลงทุนด้วยพื้นที่ขนาดใหญ่ มีกำลังซื้อจากอาเซียน จีน และอินเดีย มีความเป็นผู้นำในด้านของธุรกิจการส่งออก และมีการเกษตรที่ทันสมัย อุตสาหกรรม นำไปสู่โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการลงทุนในทุกรูปแบบ ก่อให้เกิดแผนลงทุนของรัฐบาลตามกรอบการลงทุนรวมของภาครัฐและเอกชน ระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564) ซึ่งโครงการหลักของระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกและมีการส่งเสริม 5 พื้นที่ คือ

- 1) เขตส่งเสริมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อยกระดับสนามบินอู่ตะเภาให้เป็นศูนย์กลางการบิน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสารในอนาคต 2) เขตส่งเสริมนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อยกระดับการพัฒนาวิจัยและนวัตกรรม 3) เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อขยายและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลรองรับการเป็นศูนย์กลางข้อมูล 4) นิคมอุตสาหกรรม Smart Park 5) นิคมอุตสาหกรรมเหมราช นอกจากนี้ยังมีการอนุมัติโครงการพื้นฐานด้านคมนาคมที่สำคัญคือ การศึกษาระบบรางเพื่อเชื่อมโยง 3 สนามบิน คือ อู่ตะเภา สุวรรณภูมิและดอนเมือง รวมถึงการพัฒนาท่าเรือน้ำลึกหลัก 3 แห่ง เพื่อให้โครงการหลักของอีอีซีที่ต้องการยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจโลก

2.2 แผนปฏิบัติการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ตามแผนปฏิบัติการฯของพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกในพื้นที่ 3 จังหวัด เป็นฐานรากของการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ ซึ่งรัฐบาลได้มีนโยบายนำร่องไทยแลนด์ 4.0 เพื่อเป็นฐานการสะสมเทคโนโลยี โดยระบบโครงสร้างพื้นฐานก็เป็นสิ่งสำคัญจึงมีการวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการลงทุนที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้โครงสร้างพื้นฐานได้รับการพัฒนาอย่างครอบคลุมจึงมีการกำหนดข้อมูลดังนี้

2.2.1 ข้อมูลพื้นฐานด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

- 1) ทางถนน สามารถเชื่อมโยงทุกภาคของประเทศไทย โดยทางหลวงสายหลัก รวมถึงถนนหมายเลข 7 ที่อยู่ในระหว่างดำเนินการก่อสร้างเพื่อเพิ่มช่องจราจรและบูรณะทางหลวงในพื้นที่ภาคตะวันออก เพื่อแก้ไขความแออัดของการจราจร

2) ทางราง ด้วยพื้นที่ของเส้นทางรถไฟทางภาคตะวันออกแบ่งออกเป็น 2 สายหลัก คือ เส้นทาง กรุงเทพฯ-อรัญประเทศ และ เส้นทางกรุงเทพฯ-สาดหีบ โดยการรถไฟมีโครงการพัฒนาระบบการขนส่งทางรางที่สำคัญ ทั้งโครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อม 3 ท่าอากาศยาน และโครงการเพิ่มประสิทธิภาพรถไฟทางคู่ ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2565

3) ทางน้ำ พื้นที่ของระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก มีความสำคัญต่อการคมนาคมขนส่งทางน้ำของประเทศไทย เนื่องจากมีท่าเรือหลัก 2 แห่ง คือ ท่าเรือแหลมฉบัง และ ท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด ซึ่งทั้ง 2 นับว่าเป็นท่าเรือพาณิชย์ที่สำคัญที่สุดของประเทศในการนำเข้าและส่งออกสินค้า โดยอนาคตต้องการพัฒนาโดยมีแผนการรองรับการขนส่งที่เพิ่มขึ้น เช่น โครงการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบัง โครงการพัฒนาศูนย์การขนส่งตู้สินค้าทางรถไฟที่ท่าเรือแหลมฉบัง และโครงการพัฒนาท่าเทียบเรือชายฝั่ง (ท่าเทียบเรือ A) ที่ท่าเรือแหลมฉบัง

4) ทางอากาศ ในพื้นที่ของท่าอากาศยานอู่ตะเภา ระยอง-พัทยา เป็นท่าอากาศยานแห่งเดียวในพื้นที่ 3 จังหวัดมีเที่ยวบิน ประมาณ 4,700 เที่ยวบินต่อปี ซึ่งมีขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสารได้ประมาณ 3 ล้านคนต่อปี และอยู่ระหว่างการดำเนินพัฒนาให้เป็นท่าอากาศยานเชิงพาณิชย์แห่งที่ 3 ซึ่งจะทำให้พื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกกลายเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมการบินและการขนส่งอาเซียน (Eastern Economic Corridor Office, 2018)

ซึ่งจากการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการขนส่งที่สูงขึ้น และสามารถลดต้นทุนที่จะสามารถกับคู่แข่งได้ ด้วยเหตุผลนี้ทำให้งานแสดงสินค้าจะสามารถจัดขึ้นที่เมืองพัทยาที่เป็นศูนย์กลางของธุรกิจในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ซึ่งมีศักยภาพของสถานที่จัดงานแสดงสินค้าที่มีประสิทธิภาพจะสามารถกระจายงานจากกรุงเทพมหานครมาจัดงานในพื้นที่เมืองพัทยาได้ ก่อให้เกิดการลดต้นทุนในการเดินทางและช่วยเหนี่ยวนำให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2.2 แผนของการปฏิบัติการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

1) วิสัยทัศน์ (Vision) คือ การพัฒนาโลจิสติกส์รองรับ EEC มุ่งสู่ความเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของอาเซียน

2) พันธกิจ (Mission) คือ ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการพัฒนา EEC สนับสนุนให้ท่าเรือแหลมฉบังเป็นประตูเศรษฐกิจของ CLMV และอนุภูมิภาค สนับสนุนให้ท่าอากาศยานอู่ตะเภาเป็นศูนย์กลางและเมืองการบินของภูมิภาค สนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจของภาคเอกชนทั้งในภาคบริการและการท่องเที่ยว สุดท้ายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง

3) วัตถุประสงค์ (Objectives) เพื่อพัฒนาระบบการขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศให้สามารถรองรับการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกได้อย่างพอเพียงและมีประสิทธิภาพ และ

ยังมีการพัฒนาท่าอากาศยานอยู่ต่อเนื่องให้เป็นศูนย์กลางการบินและอุตสาหกรรมอากาศยาน รวมถึงการพัฒนาท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือมาบตาพุดให้รองรับสินค้าได้อย่างพอเพียง

4) เป้าหมาย (Goals) มีการลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ต่อ GDP ลงร้อยละ 2 มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคภายในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกได้รับการพัฒนาและขยายศักยภาพให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ พัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งให้มีประสิทธิภาพ โดยเน้นสนามบินอยู่ต่อเนื่องให้เป็นสนามบินหลักของพื้นที่ โดยยึดสนามบินหลักแห่งที่ 3 ต่อจากสนามบินสุวรรณภูมิและดอนเมือง เพื่อรองรับการเป็นมหานครการบินระดับโลก ศูนย์กลางการค้า ธุรกิจ อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว (Eastern Economic Corridor Office, 2018)

2.3 แผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งแผนงานย่อยภายใต้พื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการยกระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัดในภาคตะวันออกสู่การท่องเที่ยวระดับโลกรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้สูงและกลุ่มเชิงสุขภาพ โดยมีพญา เป็นพื้นที่หลักของการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสู่ระยองและฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติโดยมีการขยายไปยังพื้นที่อื่น ๆ ทำให้เกิดรายได้แก่ประชาชนที่สูงขึ้น โดยมีการพัฒนาตามหลักโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมและโลจิสติกส์เพื่อเชื่อมโยงระบบการขนส่งและสถานที่ท่องเที่ยวให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น และสร้างความมั่นใจและภาพลักษณ์ด้านการขนส่งและการท่องเที่ยวให้แก่ประชาชน นักท่องเที่ยว นักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อเป็นการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผสมผสานการเดินทางเพื่อธุรกิจและการท่องเที่ยวในคราวเดียวกัน ซึ่งจากสถานการณ์ของการท่องเที่ยวในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นทั้งด้านจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2559 มีนักท่องเที่ยวมาในพื้นที่ EEC กว่า 26 ล้านคน และมีการสร้างรายได้กว่า 240,000 ล้านบาท ซึ่งแนวโน้มปี พ.ศ. 2560 - 2564 จะมีผู้มาเยี่ยมเยือนเพิ่มขึ้นเป็น 46 ล้านคนและมีรายได้กว่า 500,000 ล้านบาท (Eastern Economic Corridor Office, 2018)

โดยพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญจำนวนมากและมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งทางบก ทางน้ำ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวเกษตรกรรมที่สำคัญ หรือแม้แต่แหล่งท่องเที่ยวเชิงธุรกิจหรือธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเป็นอย่างมาก (Eastern Economic Corridor Office, 2018) ด้วยศักยภาพของพื้นที่จะสามารถสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบที่หลากหลายและสอดคล้องกับ

ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวธุรกิจและการลงทุนระดับนานาชาติ ซึ่งสามารถพัฒนาโครงการที่สำคัญ 4 โครงการ ได้แก่

1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการดึงดูดและจูงใจให้นักเดินทางเกิดความอยากมาท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ปรับปรุงป้ายบอกทางและสัญลักษณ์ให้มีมาตรฐานไปในทิศทางเดียวกัน การจัดพื้นที่ (Zoning) เพื่อการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพการจัดการพื้นที่และสิ่งแวดล้อม โดยมีโครงการเร่งด่วนอย่าง MICE City Pattaya on Pier

2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาได้สะดวก รวดเร็วและปลอดภัย รวมถึงการช่วยการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ด้วยการสนับสนุนการลงทุนพัฒนาคมนาคมและโลจิสติกส์ เช่น การทำถนนมอเตอร์เวย์ ทำรถไฟความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน พัฒนาท่าเรือให้สามารถขนถ่ายสินค้าสู่พื้นที่อุตสาหกรรม เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ ผู้จัดงาน และนักท่องเที่ยวไปในพื้นที่ต่าง ๆ ได้

3) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสอดคล้องกับมาตรฐานความเป็นสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาดและครอบคลุมทุกสาขาของการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนรวมถึงชุมชนในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อสอดคล้องกับตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การจัดงาน และสนับสนุนให้บุคลากรมีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงานและได้รับการฝึกอบรมที่มีมาตรฐานสากล เช่น โครงการจัดตั้งสถาบันพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวและศูนย์การศึกษาด้านการท่องเที่ยว (Tourism Education Center)

4) การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว โดยการพัฒนาภาพลักษณ์และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวอันก่อให้เกิดการสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้นที่มีผลต่อเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ของ EEC พร้อมทั้งเสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัย ให้กับพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของกรท่องเที่ยวเมืองพัทยาและมุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ของ EEC ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมและมีคุณภาพ มีมาตรการรักษาความปลอดภัยและการป้องกัน เช่น โครงการติดตั้ง CCTV การสร้างระบบรักษาความสงบเรียบร้อย เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบ

3.1 ความหมายของการสร้างความได้เปรียบ คือ สิ่งที่เป็นความเชี่ยวชาญหรือที่มีความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งหรือไม่มีผู้ใดที่จะลอกเลียนแบบได้ หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการพัฒนาและปรับปรุงเป็นอย่างมากก่อนที่จะมาทัดเทียมกับองค์กร เช่น นวัตกรรม ระบบการจัดการภายใน ระบบการบริหารองค์กร รวมไปถึงภาพลักษณ์ ดังนั้นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่จำเป็นที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ ความรู้

ซึ่งจะเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินงานโดยใช้กลยุทธ์เป็นการสร้างแรงกระตุ้นในการผลักดันต่อไป (Tritos, 2009)

3.2 กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

เป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจเกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง และมีการสนับสนุนให้มีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Tritos, 2009) ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 4 ด้าน คือ

3.2.1 การสร้างความแตกต่าง หมายถึง การกำหนดรูปแบบและการดำเนินการเพื่อพัฒนาแนวทางที่จะสร้างสินค้าให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ดังนั้นการสร้าง ความแตกต่างด้านคุณภาพของสินค้าก็ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อตัวสินค้ามากขึ้นและส่งผลให้ธุรกิจ สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.2 ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน ซึ่งความเจริญในด้านของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วและผู้บริโภคสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่หลากหลายได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังสามารถ ตรวจสอบข้อมูลโดยการเปรียบเทียบราคาของสินค้าหรือพื้นที่ก่อนตัดสินใจ ซึ่งถ้าพื้นที่ของงานดีแต่มีราคา ที่ต่ำก็จะเกิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์มากที่สุดและผลเสียที่น้อยที่สุด

3.2.3 การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน หมายถึง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยใช้รูปแบบ ของกลยุทธ์มุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีจุดมุ่งหมายหลัก คือมุ่งที่กลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เจาะจงเฉพาะส่วนโดย สามารถใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงและให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจพิเศษได้

3.2.4 การตอบสนองอย่างรวดเร็ว หมายถึง การมีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคในภาคธุรกิจ และสามารถนำเสนองานต่าง ๆ ที่ตรงกับความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งแสดงถึง สมรรถนะและแรงกระตุ้นของผู้ประกอบการที่ต้องการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ซื้อ

4. แนวคิดเกี่ยวกับงานแสดงสินค้า (Exhibition)

4.1 ความหมายของงานแสดงสินค้า (Exhibition)

Boonlert (2013) ได้ให้ความหมายของงานแสดงสินค้า คือ งานที่จัดขึ้นเพื่อเป็นที่พบปะของ ผู้คนที่อาศัยอยู่ในวงการเดียวกันหรือที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน โดยผู้จัดงานจะจัดการพื้นที่ให้ผู้ที่ต้องการนำ สินค้ามาเสนอขายมาจัดแสดงให้แก่ผู้เข้าชมงาน โดยมีกิจกรรมที่หลากหลายนอกเหนือจากการแสดงสินค้า เพื่อให้กิจกรรมนั้นเกิดความสำเร็จตามต้องการได้

Thailand Convention and Exhibition Bureau (2014) ได้ให้ความหมายของงานแสดงสินค้า คือ การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการถือว่าเป็นหนึ่งกิจกรรมในธุรกิจไมซ์ที่มีบทบาทต่อการผลักดัน ด้านเศรษฐกิจให้กับพื้นที่และสร้างแรงขับเคลื่อนให้กับประเทศ

ซึ่งสรุปได้ว่า งานแสดงสินค้า คือกิจกรรมพิเศษทางการจัดแสดงเพื่อให้ผู้ชมได้เข้ามาชมงาน ของผู้จัดงานโดยก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับหน่วยงานและสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ ซึ่งสถานการณ์ในประเทศไทยในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดด้วยภาพลักษณ์และจำนวนของ

สถานที่จัดงานแสดงสินค้าที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักลงทุนและผู้ประกอบการที่ต้องการที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ตัวสินค้าเพื่อที่จะให้ลูกค้าเข้ามาพูดคุยและทำการตกลงการค้าร่วมกัน ดังนั้นงานแสดงสินค้าจึงเป็นตัวกลางหลักที่จะสามารถทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยเหตุผลนี้พื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกจึงเป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่จะสามารถเป็นตัวกลางเคลื่อนอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าให้เกิดรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 ประเภทและการจำแนกงานแสดงสินค้า

Thailand Convention and Exhibition Bureau (2014) ได้จำแนกคำของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการได้หลายคำ ซึ่งมีความแตกต่างกัน โดยสามารถจำแนกได้ ดังนี้

4.2.1 งานแสดงสินค้า (Fair) คือ การรวมตัวของผู้คนที่มีขึ้นเป็นประจำเพื่อแลกเปลี่ยนและซื้อขายสินค้ากัน โดยเริ่มต้นจากประเพณีแลกเปลี่ยนสินค้า เช่น การค้าขายสินค้าประเภทผ้าไหม เครื่องเทศ และอัญมณี

4.2.2 งานนิทรรศการ (Exhibition) คือ การหาสถานที่หรือตลาดเพื่อรองรับสินค้าอุตสาหกรรม โดยให้ผู้ผลิตสามารถนำสินค้าออกแสดงและกระตุ้นโอกาสทางการตลาดเพื่อให้เกิดการซื้อขายระหว่างกัน

4.2.3 งานมหกรรม (Exposition) มีความใกล้เคียงกับคำว่า นิทรรศการ (Exhibition) ซึ่งงานมหกรรมมักจะมีการจัดในพื้นที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะ เน้นการซื้อขายกันในอนาคตและเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ซื้อและผู้ขายได้มาแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในช่วงเวลา โดยผู้จัดงานแสดงสินค้าอาจจะเป็นได้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเป็นการส่งเสริมการค้า การส่งออกด้วยอีกประการหนึ่ง

5. ข้อมูลเกี่ยวกับเมืองพัทยา

Pattaya City (2018) จากข้อมูลของเมืองพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยวจากการเริ่มต้นของหมู่บ้านชาวประมงขนาดเล็ก มีลักษณะทางกายภาพแนวหาดพัทยาทอดตัวยาวอยู่ในวงล้อมของอ่าวครึ่งวงกลมด้วยมนต์เสน่ห์ของน้ำทะเล เม็ดทรายที่ขาวนวล พร้อมกับบรรยากาศที่น่าประทับใจ กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่าอยู่ เริ่มต้นจากการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเป็นการสร้างรากฐานที่มั่นคงแข็งแรงให้กับเมือง คุณภาพชีวิตที่ดีของชาวพัทยา และความพร้อมในด้านต่าง ๆ เพื่อต้อนรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยว การที่พัทยาเป็น “เมืองท่องเที่ยวที่น่าอยู่” ซึ่งหมายความว่าพัทยาคือมากกว่า “เมืองท่องเที่ยว” แต่จะเป็นเมืองที่เมื่อมาเที่ยวครั้งแรกแล้วพอใจ อยากมาเที่ยวอีกและเมื่อมาเที่ยวครั้งต่อไป ก็รู้สึกว่าเป็นที่นี่ที่อยู่ก็ดี บ้านเมืองก็ดี ผู้คนก็ยิ้มแย้มแจ่มใส (Service Mind) เมื่อมาอยู่เป็นระยะเวลานานขึ้น ก็เห็นช่องทางในการประกอบอาชีพ ทำธุรกิจหรือค้าขายก็สามารถทำได้ จะลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ทำโรงแรม ทำให้เมืองพัทยากลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เป็น 1 ใน 3 อันดับในใจของผู้ที่คิดจะเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ด้วยธรรมชาติ หาดทราย หมู่เกาะ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศูนย์กลางแห่งศิลปะ ประเพณีพื้นบ้านและวัฒนธรรมร่วมสมัย เมืองภาพยนตร์ ดนตรีและกีฬา รวมทั้งที่พักชั้นนำหรูหรามีระดับ ศูนย์การประชุมสัมมนา ระดับนานาชาติ เทศกาลและกิจกรรมระดับนานาชาติที่ต่อเนื่องตลอดทั้งปี

บทสรุป

1. ศักยภาพของงานแสดงสินค้าของเมืองพัทยาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

จากการวิเคราะห์ในด้านศักยภาพของงานแสดงสินค้าของเมืองพัทยาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกจากแผนพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ผู้เขียนได้ศึกษาเพื่อให้เกิดการดำเนินงานแสดงสินค้าเกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนตลอดจนผู้จัดงาน ผู้เข้าร่วมงาน ผู้ลงทุน นักธุรกิจของแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถแบ่งองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ

ด้านที่ 1 คือ ด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐาน ภายในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก มีการขยายฐานการเจริญเติบโตด้านโครงสร้างพื้นฐานเป็นอย่างมาก ทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกสบายในการเดินทางต่อการเข้าร่วมประชุม การจัดงานแสดงสินค้า มีสถานที่รองรับผู้เข้าร่วมงานอย่างเพียงพอและเกิดความประทับใจต่อสถานที่จัดงาน รวมถึงมีทรัพยากรบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการและผู้รับบริการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกันอย่างลงตัว เช่น การจัดงานแสดงสินค้าในเมืองพัทยา ซึ่งมีพื้นที่ของอาคารแสดงสินค้าขนาดใหญ่ ถึง 3 แห่ง คือ ศูนย์การประชุมและงานแสดงสินค้าอเนกนุช พัทยา ศูนย์ประชุมพีช และอาคารสนามกีฬาภาคตะวันออก หอประชุมพญาศรี ด้วยเหตุนี้จึงมีการขยายระบบเครือข่ายทั้งทางถนน ทางราง ทางอากาศและทางน้ำ ที่มีการขยายพื้นที่ของอาคารผู้โดยสารในสนามบินอู่ตะเภา การพัฒนาท่าเรือแหลมฉบังและมาบตาพุด รวมถึงการเชื่อมเส้นทางของรถไฟเชื่อม 3 สนามบิน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นพื้นฐานสำคัญที่ในการพัฒนาการจัดงานแสดงสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

ด้านที่ 2 คือ ด้านการจัดการของนโยบายภาครัฐ จากการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ทั้งสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก กระทรวงอุตสาหกรรม และสำนักงานนายกรัฐมนตรี มีส่วนช่วยในการผลักดันให้เกิดการส่งเสริมการลงทุนทางด้านของอุตสาหกรรมในด้านต่าง ๆ ของบริเวณพื้นที่ ด้วยเหตุนี้การร่วมมือขององค์กรต่าง ๆ เช่น สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) กรมส่งเสริมการส่งออก มีส่วนสนับสนุนในการเจรจาการค้าระหว่างธุรกิจต่อธุรกิจ เพื่อให้เกิดแนวทางการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและส่งเสริมการลงทุนของทั้งนักธุรกิจชาวไทยและต่างชาติ

ด้านที่ 3 คือ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับธุรกิจงานแสดงสินค้าที่ต้องการยกระดับงานการค้าหรือการเจรจาทางธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจอุตสาหกรรมสามารถเกิดการขยายตัวและเข้ามาติดต่อหาหรือเพื่อส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ โดยหน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะเข้ามาให้การช่วยเหลือ รวมถึงบริษัทต่าง ๆ ที่รับจัดงานแสดงสินค้าที่ต้องการจากองค์กรในพื้นที่เข้าไปเจรจาการค้า เพื่อยกระดับพื้นที่ให้เกิดความได้เปรียบกว่าพื้นที่อื่น ๆ ในต่างจังหวัด

ด้านที่ 4 คือ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยการมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์หรือเข้าถึงข้อมูลที่มีความหลากหลายและสามารถเข้าถึงกิจกรรมงานแสดงสินค้าได้อย่างง่ายดาย เช่น เว็บไซต์ของ

งานแสดงสินค้า เว็บไซต์ของสมาคมต่าง ๆ หรือการโฆษณาเพื่อให้ผู้ลงทุนเกิดการรับรู้ในกิจกรรมและเกิดเป็นการประสานความร่วมมือร่วมกัน เกิดให้เป็นที่รู้จักและมีความต้องการที่จะเข้าร่วมอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งจากการวิเคราะห์ศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนก่อให้เกิดการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันต่องานแสดงสินค้า ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีนโยบายที่พัฒนาตามกรอบแนวคิดของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2016) ซึ่งตามกรอบยุทธศาสตร์ที่ 3 ในด้านการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันอย่างยั่งยืน จะเป็นการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจทั้งในด้านการสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ที่มีการพัฒนา โดยให้เกิดการร่วมลงทุนของเอกชนผ่านกิจกรรมงานแสดงสินค้า ด้วยเหตุนี้เมืองพัทยาจึงเป็น 1 ในจุดหมายปลายทางหลักจากประเทศไทยที่ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการลงทุนเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

2. แนวทางการนำเสนอความได้เปรียบทางการแข่งขันของงานแสดงสินค้าของเมืองพัทยาในพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ความได้เปรียบทางการแข่งขันของงานแสดงสินค้าของเมืองพัทยา ถือว่าเป็นบทบาทสำคัญที่จะสามารถเอาชนะเมืองอื่น ๆ ในประเทศไทย เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ ขอนแก่น ซึ่งทั้งหมดถือว่าเป็นเมืองแห่งไมซ์ ทำให้เมืองพัทยายู่ในพื้นที่ของระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกจะเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการพัฒนาของประเทศไทยจากความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้เกิดการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ก่อให้เกิดการสร้างความแตกต่างของพื้นที่ที่กำหนดขึ้นที่มีคุณลักษณะเด่นกว่าพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทยไม่นับรวมกรุงเทพมหานคร เนื่องจากคือศูนย์กลางของการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย แต่ถ้าความต้องการของนักธุรกิจหรือนักลงทุนที่เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ซึ่งอยู่ในพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกที่ไม่ต้องการจัดงานในกรุงเทพมหานคร ผู้จัดงานสามารถบริหารจัดการบริเวณพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยศักยภาพในการขับเคลื่อนงานแสดงสินค้าตามกรอบของการพัฒนาประเทศเพื่อไปสู่ประเทศที่พัฒนา ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคอุตสาหกรรมร่วมกับงานแสดงสินค้า รวมถึงการอบรมเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการ (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2016) ด้วยเหตุนี้ทำให้การมุ่งตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในปัจจุบันต้องมีความเฉพาะเจาะจงหรือเป็นกลุ่ม Niche Market มากขึ้น จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจเข้าร่วมเจรจาการค้าได้อย่างเต็มความสามารถ อีกประการหนึ่งคือการสร้างความได้เปรียบในด้านของต้นทุนที่เป็นตัวเงินและระยะเวลาที่ไม่ต้องเดินทางเข้าไปไกล ถ้ามีพื้นที่งานเจรจาการค้าบริเวณกลุ่มจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ยิ่งไปกว่านั้น พัทยาที่มีศูนย์การจัดงานแสดงสินค้าที่มีประสิทธิภาพด้วยแล้วก็จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดงานได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งทางสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้มีนโยบายในการจัดตั้งโมเดล EMC3 ขับเคลื่อนไมซ์ในพื้นที่ Chiruth (2018) กล่าวว่า สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การ

มหาชน) ร่วมผลักดันให้ธุรกิจไมซ์เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่จะขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ยุคเศรษฐกิจ 4.0 เพื่อยกระดับการค้าและการลงทุน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ใน 10 อุตสาหกรรมที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ด้วยเหตุนี้ทางนโยบายของโมเดล EMC3 หรือ Eastern MICE Corridor จึงเป็นยุทธศาสตร์หลักอีกหนึ่งตัวที่จะทำให้เกิดการส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ก่อให้เกิดการบูรณาการ เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเน้นสร้างประเทศไทยด้วยธุรกิจภาคบริการมากขึ้น ดังนั้นกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมจึงจำเป็นต้องแสดงศักยภาพถึงความเป็นมืออาชีพที่จะสามารถพัฒนาร่วมไปกับธุรกิจบริการด้วยเมืองพัทยาเป็นเมืองแห่งไมซ์กับการพัฒนาของโครงสร้างพื้นฐานที่ครบทุกรูปแบบทั้งการพัฒนาทางถนนต่อเชื่อมกับถนนมอเตอร์เวย์ การขยายพื้นที่ของสนามบินอู่ตะเภาและท่าเรือ จึงเป็นเหตุผลที่พื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกจะเป็นกุญแจสำคัญที่จะสร้างความได้เปรียบมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทยได้อย่างเต็มที่และก้าวไปสู่ยุทธศาสตร์ไมซ์ชั้นนำของเอเชียในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ด้วยศักยภาพความพร้อมของพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีแนวทางในการจัดตั้ง แต่อยู่ในช่วงของการก่อสร้างทั้งด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงความร่วมมือของหน่วยงานยังไม่ได้ประสานงานกับพื้นที่โดยตรง ซึ่งผลการวิเคราะห์จากงานชิ้นนี้จะเป็นเครื่องมือที่จะทำให้ศักยภาพของพื้นที่ได้เกิดการพัฒนาในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดงานแสดงสินค้าในเมืองพัทยาเพิ่มมากขึ้น
2. หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายตามแผนยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายตามแผนฯ ทำให้พื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกจะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ แต่ต้องหมายรวมถึงผู้ประกอบการ นักธุรกิจต้องสนใจและให้ความร่วมมือต่อองค์กรต่าง ๆ ในการจัดสรรงานแสดงสินค้าเพื่อให้ นักลงทุนชาวต่างชาติเข้ามาเจรจาการค้า เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนของธุรกิจและยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชียได้อย่างแน่นอน

References

- Eastern Economic Corridor Office (2018). *First S-Curve Industries* (Online) Source: <https://www.eeco.or.th/en/content/targeted-industries>. Retrieved on November 28, 2018 (In Thai)
- Eastern Economic Corridor Office (2018). *Background* (Online) Source: <https://www.eeco.or.th/en/background>. Retrieved on November 28, 2018 (In Thai)
- Eastern Economic Corridor Office (2018). *Infrastructure Overview* (Online) Source: <https://www.eeco.or.th/en/content/infrastructure-overview>. Retrieved on November 28, 2018 (In Thai)

- Eastern Economic Corridor Office (2018). *Development Plan for Infrastructure in Eastern Economic Corridor Area*. Bangkok: Eastern Economic Corridor Office (In Thai)
- Eastern Economic Corridor Office (2018). *Develop and Promote Plan for Tourism in Eastern Economic Corridor Area*. Bangkok: Eastern Economic Corridor Office (In Thai)
- Laosirihongthong, Tritos (2009). *Competitive Manufacturing Operations Strategy*. Bangkok. Thammasart University Printing. (In Thai)
- Leksuma, Prapon and Chuntuk, Thirawat (2016). *The Role and Importance of the Participation in International Exhibition of Food Industry Entrepreneurs*. Bangkok: Silpakorn University.
- Ministry of Science and Technology (2017). *Feasibility Study of Special Economic Zone Making of Innovation in Eastern Economic Corridor*. Bangkok: Ministry of Science and Technology. (In Thai)
- National Strategy 2018 (2018, 13 October). *Government Gazette*. Book No.135 Section 82 A. Page 1-71. (In Thai)
- Pattaya City (2018). *History of Pattaya* (Online). Source: <http://www.pattaya.go.th/ประวัติเมืองพัทยา>. Retrieved on December 5, 2018. (In Thai)
- Pongpeng Preecha (2017). Expectations and Recognitions of Service Receivers towards Public Utility Services of Mab Taput Industry in Special Economic Zone (Economic Corridor), Eastern Region. Bangkok: Suan Sunandha Rajabhat University.
- Isarangkul Na Ayutthaya, Chiruth (2018). *Model of EMC3 to Driving MICE Area for Develop Eastern MICE Corridor*. Thailand Convention and Exhibition Bureau. (Online). Source: <https://www.thaipr.net/finance/896007>. Retrieved on November 28, 2018. (In Thai)
- Tangjitwattana, Boonlert (2014). *MICE Business*. Bangkok. Fernkhaluang Printing. (In Thai)
- Tangkitvanich, Somkiat (2017). *Emerging Ckecking of EEC to Driving Thailand 4.0*. Thailand Development Research Institute. (Online). Source: <https://tdri.or.th/2017/09/eec-thailand/> Retrieved on November 4, 2018. (In Thai)
- Thailand Convention and Exhibition Bureau (2016). *20 Years of Key Action Plan*. Bangkok. Thailand Convention and Exhibition Bureau. (In Thai)
- Thailand Convention and Exhibition Bureau (2017). *Introduction to MICE Industry*. Bangkok. Thailand Convention and Exhibition Bureau.

Thailand Convention and Exhibition Bureau (2018). *MICE Statistic 2017*. Bangkok. Thailand Convention and Exhibition Bureau.

Theng, Talun (2017). *TCEB Searching MICE Industry for EEC Benefit of Thailand*. Thansettakij Multimedia (online) Source: <http://www.thansettakij.com/content/221724>. Retrieved on December 7, 2018. (In Thai)

Soonthonmai Vuttichat (2018). *Potentiality of Collaboration for Thai New S-Curve Industries on Business Matching*. Chonburi: Burapha University.



Adithep Kampangseree, Master of Arts (Hospitality and Tourism) Bangkok University, Head of MICE and Events Management Department, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani College, Pattaya.



Sakda Kanjanawanawan, Master of Arts (Language and Communication) National Institute of Development Administration (NIDA) , Director and Instructor of MICE and Events Management Department, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani College, Pattaya.



Gawinrat Ruang-iem, Master of Business Administration (Marketing), Ramkhamhang University, Instructor of MICE and Events Management Department, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani College, Pattaya.