

SINGAPORE WEEKLY NEWS



ข่าวประจำสัปดาห์



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์

enquiry@thaitrade.sg

12-16 ตุลาคม 2569

สิงคโปร์เดินทางรักษาความโดดเด่นของการแข่งขัน F1 เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจและท่องเที่ยว

โอกาสธุรกิจ MICE ในสิงคโปร์



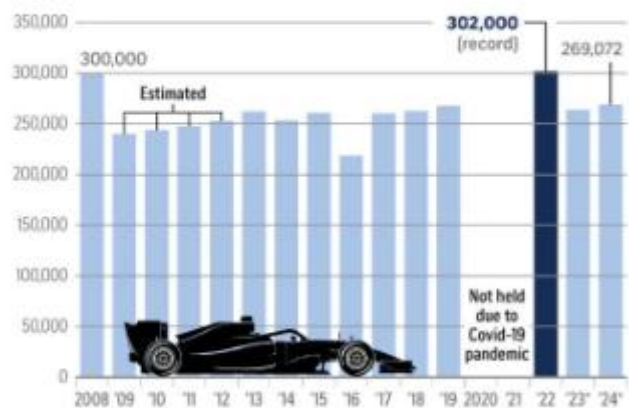
Red Bull driver Max Verstappen in action during the F1 Singapore Grand Prix sprint qualifying session at the Marina Bay Street Circuit on Oct 9. ST PHOTO: CHONG JUN LIANG

สิงคโปร์จัดการแข่งขันรถยนต์ Formula 1 (F1) รายการ Singapore Grand Prix มาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 18 ปี โดยเริ่มจัดการแข่งขันครั้งแรกในเดือนกันยายน 2551 ณ สนาม Marina Bay Street Circuit ซึ่งเป็นสนามแข่งรถบนถนนสาธารณะใจกลางเมืองที่มีเอกลักษณ์จากการจัดการแข่งขันในเวลากลางคืนเป็นแห่งแรกของโลก การแข่งขันดังกล่าวไม่เพียงเป็นกิจกรรมกีฬาระดับนานาชาติ แต่ยังเป็นเวทีสำคัญในการประชาสัมพันธ์ศักยภาพของสิงคโปร์ ทั้งด้านการท่องเที่ยว การบริการ โครงสร้างพื้นฐาน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และความสามารถในการจัดงานระดับนานาชาติที่มีความซับซ้อน

ปัจจุบัน หลายประเทศในภูมิภาคเอเชียเริ่มให้ความสนใจจัดการแข่งขัน F1 เพื่อเพิ่มการรับรู้ในระดับนานาชาติและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง โดยมาเลเซียมีแผนกลับมาจัดการแข่งขันที่สนามเซปังในเดือนตุลาคม หลังเว้นช่วงไป 9 ปี ขณะที่ไทยตั้งเป้าจัดการแข่งขันบนถนนในพื้นที่ จตุจักร กรุงเทพมหานคร ภายในปี 2571

Attendance at F1 S'pore Grand Prix since its 2008 inception

Crowd figures (over three days)



NOTE: *Route was amended to omit the Float @ Marina Bay

STRAITS TIMES GRAPHICS

การแข่งขัน Singapore Grand Prix 2569 ระหว่างวันที่ 9-11 ตุลาคม 2569 มีผู้เข้าชมงานรวมทั้งสิ้น 301,294 คน ซึ่งถือเป็นสถิติยอดผู้เข้าชมสูงที่สุดเป็นอันดับ 2 ของประวัติศาสตร์การแข่งขัน และสูงที่สุดนับตั้งแต่มีการปรับผังสนามในปี 2566 (สถิติสูงสุดอันดับ 1 คือ 302,000 คน ในปี 2565)

นักวิเคราะห์ตลาดและนักเศรษฐศาสตร์เห็นว่า การแข่งขัน Singapore Grand Prix ยังคงสร้างประโยชน์ให้แก่ประเทศในระดับที่สูงกว่าต้นทุนการจัดงาน แม้ผลตอบแทนโดยตรงจากการท่องเที่ยวอาจเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงเมื่อเวลาผ่านไป แต่การแข่งขันยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง กิจกรรมทางธุรกิจ และเงินทุนจากต่างประเทศ ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าการสร้างความได้เปรียบของสิงคโปร์ไม่ได้



facebook.com/thaitradecenter.singapore



thaitrade_sg

จำกัดอยู่เพียงการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันรถยนต์ในเวลากลางคืน เป็นแห่งแรกอีกต่อไป แต่เกิดจากการพัฒนางานให้เป็นเทศกาล ระดับเมืองที่ผสมผสานการแข่งขันกีฬาเข้ากับคอนเสิร์ต พื้นที่ ความบันเทิง ประสบการณ์ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจน กิจกรรมรูปแบบใหม่ เช่น เวที Barge Stage ริมน้ำ ซึ่งมีกำหนด เปิดตัวในปี 2569 พร้อมการแสดงจากดีเจนานาชาติ การผสมผสานองค์ประกอบเหล่านี้ช่วยให้ผู้เข้าชมสามารถใช้เวลา ท่องเที่ยวและเพลิดเพลินกับกิจกรรมในย่าน Marina Bay ได้ ตลอดทั้งวัน โดยไม่จำเป็นต้องมุ่งเน้นเฉพาะการแข่งขันรถยนต์

ในด้านผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ตั้งแต่การแข่งขันครั้งแรก ในปี 2551 จนถึงปี 2567 Singapore Grand Prix สร้างรายได้ จากการท่องเที่ยวส่วนเพิ่มให้แก่สิงคโปร์ประมาณ 2,200 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่า 720,000 คน โดยรายรับดังกล่าวส่วนใหญ่มาจากค่าที่พัก¹ บัตรเข้าชม สถานที่ท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม การซื้อสินค้า และค่าโดยสารเครื่องบิน เมื่อคำนวณเฉลี่ยแล้ว คิดเป็นการใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อชมการแข่งขันประมาณ 129 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ต่อปี หรือประมาณร้อยละ 0.4 ของรายรับจากการท่องเที่ยวทั้งหมดของสิงคโปร์ในปี 2568 ขณะที่ต้นทุนการจัดการแข่งขันอยู่ที่ประมาณ 140 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ต่อปี

การแข่งขันยังสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการในหลายสาขา ทั้งบริษัทที่รับผิดชอบการจัดตั้งสนามและสถานที่จัดงาน การโฆษณา การจัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ การให้เช่า อุปกรณ์ การขนส่งและโลจิสติกส์ ตลอดจนบริการซักรีดและทำความสะอาด นอกจากนี้ ช่วงเวลาการแข่งขันยังช่วยดึงดูดการจัดประชุมและกิจกรรมทางธุรกิจระดับนานาชาติ โดยในแต่ละปีมีการจัดการประชุมประมาณ 25–30 งานในช่วงสัปดาห์การแข่งขัน อาทิ Forbes Global CEO Conference, Milken Institute Asia Summit และ TOKEN2049 ซึ่งสามารถดึงดูดผู้บริหารระดับสูงประมาณ 90,000 คน ให้เดินทางมายังสิงคโปร์

นักท่องเที่ยวที่มีสินทรัพย์สุทธิสูงคิดเป็นประมาณร้อยละ 30 ของผู้เข้าชมการแข่งขัน แต่สร้างสัดส่วนการใช้จ่ายระหว่างช่วง

การแข่งขันสูงถึงร้อยละ 40 ส่งผลให้ความต้องการห้องพักและอัตราค่าห้องพักของโรงแรมเพิ่มขึ้น แม้แต่ในพื้นที่ที่ไม่ได้อยู่ใกล้สนามแข่งขันโดยตรง ขณะเดียวกัน สัญญาจ้างงานจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันได้ส่งต่อไปยังวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ตั้งอยู่ในสิงคโปร์ โดยเฉพาะธุรกิจด้านวิศวกรรม การก่อสร้าง และการบริการ

ในด้านการจ้างงาน การจัดการแข่งขันแต่ละครั้งมีบุคลากรผู้รับเหมา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องประมาณ 30,000 คน เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานที่เกี่ยวข้องกับสนามแข่งขัน และการจัดงานขนาดใหญ่ กิจกรรมดังกล่าวจึงช่วยสร้างการจ้างงานชั่วคราวและเปิดโอกาสให้บุคลากรได้พัฒนาทักษะในสาขาโลจิสติกส์ วิศวกรรมขั้นสูง การบริการ และการจัดงานเฉพาะทาง นอกจากนี้ การถ่ายทอดการแข่งขันไปยังผู้ชมทั่วโลกยังทำหน้าที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเทศ โดยนำเสนอภาพลักษณ์ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความปลอดภัย สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และวิถีชีวิตในเมืองของสิงคโปร์ ทั้งนี้ มีการประเมินว่าการแข่งขัน Singapore Grand Prix ในปี 2562 สร้างมูลค่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประมาณ 70–75 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ ตามผลการศึกษาของ McKinsey ที่กระทรวงพลังงาน การค้า และอุตสาหกรรมของสิงคโปร์นำมาอ้างอิง

เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน สิงคโปร์มีกำหนดจัดการแข่งขัน F1 Sprint เป็นครั้งแรกในวันที่ 10 ตุลาคม 2569 โดยเป็นการแข่งขันระยะทาง 100 กิโลเมตร และมีสนามแข่งขันเพียง 6 แห่ง ในฤดูกาลดังกล่าว รูปแบบการแข่งขันนี้จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับตารางการแข่งขัน และอาจทำให้ผู้ชมรู้สึกว่ามีวันแข่งขันสำคัญถึงสองวัน แทนที่จะเป็นเพียงวันแข่งขันหลักวันเดียว อีกทั้งยังอาจกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงเร็วขึ้น และพำนักรในสิงคโปร์นานขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจโรงแรมและบริการที่เกี่ยวข้อง

¹ แพลตฟอร์ม Trip.com เผยว่ายอดจองห้องพักช่วงสุดสัปดาห์ที่มีการแข่งขันเติบโตขึ้นมากกว่าร้อยละ 80 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยอัตราค่า

ห้องพักบางแห่งเพิ่มสูงขึ้นมากกว่า 7 เท่าจากปกติ เนื่องจากการแข่งขัน Formula 1 และงานประชุมทางธุรกิจที่จัดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน

ความคิดเห็นของสคต. และข้อเสนอแนะ

การจัดการแข่งขัน Singapore Grand Prix เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยสามารถสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจ โรงแรม ร้านอาหาร การค้าปลีก และบริการที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของสิงคโปร์ในระดับนานาชาติ อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางการแข่งขันจากประเทศในภูมิภาค สิงคโปร์จำเป็นต้องพัฒนารูปแบบกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความโดดเด่นและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในระยะยาว

การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน F1 ของไทยถือเป็นโอกาสในการยกระดับการท่องเที่ยวและดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ ตลอดจนสร้างรายได้และการจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยตรงแล้ว การจัดการแข่งขันยังคาดว่าจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของเมืองอัจฉริยะ ระบบคมนาคมขนส่ง และระบบดิจิทัล ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านต่างๆ อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการเผยแพร่วัฒนธรรม อาหาร และศิลปะไทยสู่เวทีโลก

แหล่งที่มาข้อมูล/ภาพ :

<https://www.straitstimes.com/business/f1-singapore-grand-prix-value-proposition-still-strong-after-18-years>

<https://www.straitstimes.com/sport/2026-singapore-grand-prix-attracts-301294-fans-second-highest-attendance-on-record?ref=search-results>

<https://www.channelnewsasia.com/singapore/hotel-rates-soar-formula-1-mice-events-tourism-6438861>

<https://www.straitstimes.com/sport/formula-one/the-big-question-why-is-the-singapore-grand-prix-still-the-hottest-ticket-in-town?ref=inline-article>

<https://www.nationthailand.com/news/general/40051367>

