



การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์
การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

โดย

นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์
การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

CO-CREATION OF VALUE IN PROMOTING FORMULA ONE EVENT
HOSTING IN THAILAND



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Arts TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT

Academic Year 2024

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
โดย	นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระชานนท์ ทวีผล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย สุธะนันท์)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิตพนธ์ ชุมเกตุ)
.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระชานนท์ ทวีผล)
.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณนนต์ แดงสังวาลย์)

661220035 : การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2

นางสาว รัชต์ธร หมวกรอง: การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระชานนท์ ทวีผล

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และ (2) แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์และการแข่งขันกีฬายานยนต์

ผลการศึกษาพบว่า (1) การจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยเกี่ยวข้องกับความไม่พร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ ระบบคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์ และสนามแข่งขันที่ไม่ได้มาตรฐานสากล ปัญหาด้านงบประมาณและค่าลิขสิทธิ์ที่สูง การบริหารนโยบายภาครัฐที่ยังขาดความต่อเนื่อง ระบบราชการที่ซับซ้อน รวมถึงการขาดบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะทางและภาพลักษณ์ของประเทศในฐานะจุดหมายปลายทางของการแข่งขันระดับโลก (2) แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมที่ได้จากการศึกษาครอบคลุม 13 ด้าน ประกอบด้วย (2.1) ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม (2.2) ด้านศักยภาพของเมือง (2.3) ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน (2.4) ด้านการตลาด (2.5) ด้านการออกแบบประสบการณ์ (2.6) ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย (2.7) ด้านสถานที่จัดงาน (2.8) ด้านคุณภาพบริการ (2.9) ด้านเทคโนโลยี (2.10) ด้านภาพลักษณ์ที่ดี (2.11) ด้านพัฒนาบุคลากร (2.12) ด้านกระบวนการทำงาน และ (2.13) ด้านบริหารการเงิน โดยผลการประเมินแปรผลความเหมาะสมจากแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีรายการไม่สอดคล้องกันระหว่างผลการวิจัยเชิงอนาคต โดยเฉพาะด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน ด้านพัฒนาบุคลากร และด้านบริหารการเงิน สะท้อนให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความยั่งยืนของงานอีเวนต์และภาพลักษณ์ของประเทศไทยในระยะยาว

661220035 : Major TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT

MISS Ratchatorn MOUCKRONG : Co-Creation of Value in Promoting Formula One Event Hosting in Thailand Thesis advisor : Assistant Professor Rachanon Taweephol, Ph.D.

This thesis aims to investigate (1) The problems and obstacles in organizing Formula One events in Thailand, and (2) The co-creation strategies to promote the effective and sustainable organization of Formula One events in the country. The study employs a qualitative research methodology using the Ethnographic Delphi Futures Research (EDFR) approach, in-depth interviews, and participant observation. Data were collected from 17 experts who are stakeholders in the MICE industry and motorsport sector.

The findings reveal that (1) organizing Formula One events in Thailand faces several challenges, including inadequate infrastructure such as transportation systems, logistics, and racing facilities that do not meet international standards. Additional issues include high budget requirements and licensing fees, lack of continuity in government policies, bureaucratic complexity, insufficient specialized human resources, and the country's limited image as a global racing destination (2) The co-creation strategies identified from the study encompass 13 dimensions: (2.1) Collaboration (2.2) City potential (2.3) Management (2.4) Marketing (2.5) User experience (2.6) Security (2.7) Venue (2.8) Service quality (2.9) Technology (2.10) Image (2.11) Personnel (2.12) Process and (2.13) Financial. Evaluation results from expert questionnaires indicated discrepancies between future-oriented findings and current assessments, particularly in the areas of sustainable resource management, human resource development, and financial management. These inconsistencies highlight critical components for fostering event sustainability and enhancing the country's long-term international reputation.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องการสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก เป็นอย่างสูงที่คอยสนับสนุนพร้อมทั้งให้คำแนะนำมาตั้งแต่กระบวนการแรกของงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ทางการศึกษา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิตพนธ์ ชุมเกต ประธานกรรมการ วิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณนันทน์ แดงสังวาลย์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกในการให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะ เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ หน่วยงานภาครัฐ การกีฬาแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมกีฬา (รยสท.) ภาคเอกชน ผู้บริหารองค์กรเกี่ยวกับ ผู้จัดการ ผู้สนับสนุน ผู้ให้บริการสถานที่จัดแข่งขัน นักแข่งขัน ตัวแทนผู้เข้าร่วมงาน ตัวแทนสื่อสังคมออนไลน์ และนักวิชาการที่ให้ความอนุเคราะห์ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วน ผ่านแบบสอบถามทุกท่าน ซึ่งเป็นข้อมูลอันทรงคุณค่าต่อความสมบูรณ์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบุคคลที่สำคัญที่สุด บิดา มารดา น้องชาย และครอบครัวของผู้วิจัย ที่คอยอยู่เคียงข้าง สนับสนุนและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถือเป็นอีกก้าวที่สำคัญของการศึกษา ขอขอบพระคุณทุกอย่างในชีวิตที่ทำให้ประสบความสำเร็จในวันนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยต่อไปในอนาคต

รัชต์ธร หมวกรอง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	5
3. คำถามการวิจัย.....	5
4. ขอบเขตการศึกษา.....	5
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
6. นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	10
1. การจัดการงานอีเวนต์ (Event Management).....	10
1.1 ความเป็นมาของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)	10
1.2 ประเภทของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE).....	14
1.3 ที่มาและความสำคัญของอีเวนต์ (Event).....	16
1.4 ความหมายและความสำคัญของการจัดการ	18
1.5 องค์ประกอบของการจัดการ	19
1.6 ปัจจัยความสำเร็จของการจัดงานอีเวนต์	21

2. อีเวนต์ประเภทกีฬา (Sport Event)	28
2.1 ความหมายและความสำคัญของอีเวนต์ประเภทกีฬา.....	28
2.2 องค์ประกอบของอีเวนต์ประเภทกีฬา.....	29
2.3 การพัฒนาองค์ประกอบของการจัดอีเวนต์ประเภทกีฬา.....	34
3.การแข่งขันรถฟอร์มูลาวัน (Formula One)	38
3.1 ความสำคัญของการแข่งขันรถฟอร์มูลาวัน	38
3.2 การศึกษาผลกระทบของการแข่งขันรถฟอร์มูลาวัน	41
4.การสร้างคุณค่าร่วม (Value Co-Creation).....	46
4.1 แนวคิดทฤษฎีของการสร้างคุณค่าร่วม	46
4.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมในบริบทอีเวนต์.....	50
5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	56
5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการจัดการงานอีเวนต์ (Event Management).....	56
5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับอีเวนต์ประเภทกีฬา (Sport Event)	58
5.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าร่วม (Value Creation).....	61
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	71
1. วิธีดำเนินการวิจัย.....	71
2. แหล่งข้อมูลและผู้เชี่ยวชาญ	72
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	75
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	76
5. การวิเคราะห์ข้อมูล	78
6. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล	80
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	82
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย.....	166
สรุปผลการวิจัย.....	166

อภิปรายผลการวิจัย.....	177
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	195
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	195
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	200
รายการอ้างอิง.....	202
ภาคผนวก.....	215
ประวัติผู้เขียน.....	276

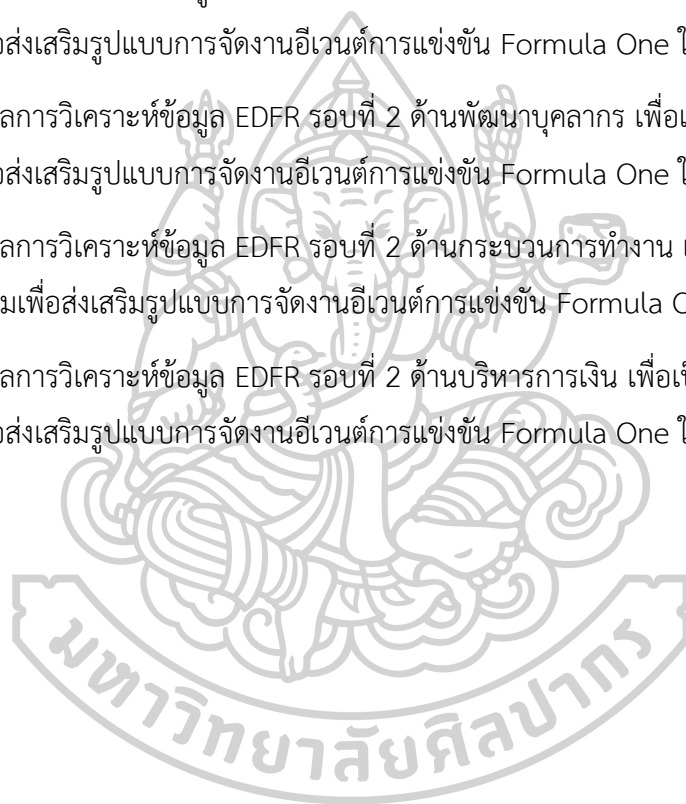


สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 การรวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	65
ตารางที่ 2 การลดระดับของความคลาดเคลื่อน.....	73
ตารางที่ 3 ระดับค่ามัธยฐาน	80
ตารางที่ 4 คุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญในการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	82
ตารางที่ 5 การสังเคราะห์ผลสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ.....	116
ตารางที่ 6 ค่า IOC ของแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย.....	138
ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	148
ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านศักยภาพของเมือง เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	150
ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย.....	151
ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านการตลาด เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	152
ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านการออกแบบประสบการณ์ เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย.....	154
ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	155

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDJR รอบที่ 2 ด้านสถานที่จัดงาน เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	157
ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDJR รอบที่ 2 ด้านคุณภาพบริการ เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	158
ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDJR รอบที่ 2 ด้านเทคโนโลยี เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	160
ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDJR รอบที่ 2 ด้านภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	161
ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDJR รอบที่ 2 ด้านพัฒนาบุคลากร เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	162
ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDJR รอบที่ 2 ด้านกระบวนการทำงาน เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	163
ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDJR รอบที่ 2 ด้านบริหารการเงิน เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	165



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัย	77
ภาพที่ 2 แผนภาพข้อสรุปการวิจัย	176



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยยังคงได้รับการยอมรับให้เป็นหนึ่งในสิบของจุดหมายปลายทางชั้นนำในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลในปี พ.ศ. 2565 ประเทศไทยยังคงอยู่ในอันดับที่ 32 และเข้าสู่อันดับที่ 26 ของโลก ภายใน 1 ปี จากผลการจัดอันดับขององค์กรด้านไมซ์สากล เช่น สมาคมการประชุมนานาชาติ (ICCA : The International Congress and Convention Association) สมาคมการแสดงสินค้าโลก (UFI : The Global Association of the Exhibition Industry) เป็นต้น ถือเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ในช่วง พ.ศ. 2558 – 2566 พบว่า มีค่าใช้จ่ายหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ มูลค่ารวมทั้งสิ้น 1.24 ล้านล้านบาท สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจประเทศ คิดเป็น 963,502 ล้านบาท นอกจากนี้ รัฐบาลยังสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางงานแสดงสินค้าและเทศกาลระดับนานาชาติ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2567) ในขณะเดียวกันประเทศไทยยังคงขาดการพัฒนาศักยภาพมาตรฐานการยกระดับการแข่งขันการจัดการประชุมและนิทรรศการในตลาดโลก รวมถึงการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน สมาคม และระดับท้องถิ่น ตลอดจนการสร้างอัตลักษณ์เรื่องราวชุมชนเฉพาะถิ่นในแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อก้าวทันความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปในอุตสาหกรรมไมซ์ของโลก (จิรภา สุชนวนิช, 2566) ประกอบกับการศึกษาตลาดของกลุ่มเป้าหมายตามความเป็นไปได้เพื่อออกแบบกิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์เพื่อดึงดูดงานระดับนานาชาติเข้ามาสู่ประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสของผู้จัดงานทั้งในและต่างประเทศเล็งเห็นถึงความเชื่อมั่นด้านมาตรฐานการจัดงานให้สามารถไปแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ระดับนานาชาติได้ (จิรภา สุชนวนิช, 2567)

ในขณะที่อุตสาหกรรมไมซ์ประเภทกีฬาเป็นหนึ่งในรายได้หลักที่สามารถวางรากฐานของเศรษฐกิจให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องภายในประเทศดำเนินต่อไปได้ เนื่องจากการบูรณาการของธุรกิจหลายประเภทช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจหลักถูกพัฒนาให้มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการเข้าร่วมอีเวนต์ประเภทกีฬา ไม่เพียงแต่ผู้เข้าร่วมงานจะได้รับสุขภาพแข็งแรงจากการเข้าร่วมแข่งขัน ยังมีส่วนช่วยส่งเสริมสุขภาพจิตใจที่ดี จากการเข้าร่วมชมและเชียร์การแข่งขันกีฬาตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ ทำให้รัฐบาลได้เล็งเห็นประโยชน์จากการจัดอีเวนต์การแข่งขันประเภทกีฬาที่ควรค่าแก่การส่งเสริมด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก และ

ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทยที่แปรผันตรงกับรายได้ของประเทศอย่างต่อเนื่อง เกิดการสร้างอาชีพและกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น (วรพรรณ แดงพุททางกูร, 2564) นอกจากนี้ ความโดดเด่นด้านเอกลักษณ์ความเป็นไทยไม่ตรีจิต ความพร้อมของการขนส่งสินค้า ระบบคมนาคม ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจ สถานที่เหมาะแก่การเก็บตัว ผักซั่มของผู้เข้าแข่งขัน รวมถึงการคำนึงถึงแนวทางการพัฒนาปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม และอาจมีข้อจำกัดด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ การศึกษาวัฒนธรรมเฉพาะของนักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ละประเทศ อีกทั้งการให้บริการของรถโดยสารสาธารณะที่ยังไม่ครอบคลุมในพื้นที่ห่างไกลเช่นกัน (วิทยา อินทร์พงษ์พันธุ์, 2562)

การแข่งขัน Formula One (F1) หรือชื่อทางการคือ FIA Formula One World Championship เป็นหนึ่งตัวแปรที่สำคัญของวงการอุตสาหกรรมไมซ์และการท่องเที่ยว ทำรายได้กว่า 4,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีผู้เข้าร่วมงานเพื่อชมการแข่งขันกว่า 600 ล้านคนจากทั่วโลก โดยประเทศที่ได้เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันสามารถสร้างอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของประเทศ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อถือในศักยภาพการบริหาร รวมถึงคาดหวังประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยว (Tuba, 2023) นอกจากนี้องค์ประกอบของการจัดการแข่งขัน Formula One ยังมีสิ่งสนับสนุนอีกหลายประการ เช่น นักแข่ง ทีมผู้เข้าแข่งขัน สนามแข่ง สภาพอากาศ อาหาร เครื่องดื่ม ความคุ้มค่าของราคาตั๋วเข้าชมในแต่ละโซน หากเจ้าภาพจัดการแข่งขันไม่สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านี้ให้แก่ผู้เข้าร่วมงานได้ ย่อมส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศตามลำดับ ดังนั้น สิ่งสำคัญในการทำข้อตกลงร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและองค์กรต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการรับผิดชอบ เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ควบคู่กับธุรกิจการท่องเที่ยวให้เติบโตไปในทางเดียวกัน (Emre et al., 2023) เนื่องจากการแข่งขัน Formula One เป็นอีเวนต์ระดับนานาชาติ ยังคงต้องพิจารณาถึงความแตกต่างด้านวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านอาหาร สถานที่ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงานที่มีความต้องการแตกต่างกันไป นอกจากนี้ รัฐบาลและผู้จัดงาน ควรร่วมกันผลักดันการท่องเที่ยวหลังจากการชมการแข่งขัน (Post-tour) เพื่อสร้างรายได้ให้กับธุรกิจท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ และชุมชนท้องถิ่นที่นอกเหนือจากรายได้ของการเข้าชมการแข่งขัน (Chiu & Leng, 2019)

ในกรณีตัวอย่างของการจัดการแข่งขัน Formula One ในประเทศสิงคโปร์ ณ Marina Bay Street Circuit ดึงดูดผู้เข้าร่วมงานด้วยการนำเสนอจุดเด่นของการแข่งขันช่วงกลางคืนในเส้นทาง

เลียบอ่าวแห่งแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีกทั้งยังมีสถานบันเท็กซัสครบวงจรตลอดช่วง สัปดาห์การแข่งขัน ส่งผลให้ประเทศสิงคโปร์มีรายได้เข้ามากกว่า 39,240 ล้านบาท แบ่งเป็นค่า สนับสนุนการจัดจากรัฐบาลในสัดส่วนร้อยละ 60 และภาคเอกชนคิดเป็นร้อยละ 40 ประเทศสิงคโปร์ ต่อสัญญาการเป็นเจ้าภาพ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2022-2028 (แบรนด์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส, 2023) ใน ขณะเดียวกันการแข่งขัน Formula One ในประเทศมาเลเซียยังเป็นประเทศแรกในภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้เป็นเจ้าภาพจัดแข่งขัน Formula One มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ณ สนาม Sepang International Circuit อย่างไรก็ตามหลังจากการทุ่มเทจัดการแข่งขันมาอย่างต่อเนื่อง ยาวนานถึง 19 ปี ประเทศมาเลเซียจึงตัดสินใจยุติการเป็นเจ้าภาพในปี พ.ศ. 2561 เหตุผลหลักมาจากการ ขาดทุนสะสม สืบเนื่องจากค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์ (Hosting Fee) ที่ผู้เป็นเจ้าภาพต้องจ่ายในทุกปี โดยมีขั้นต่ำประมาณ 740 ล้านบาทต่อปี ในโมนาโก และสูงสุดถึง 2,111 ล้านบาทต่อปี ในอาเซอร์ไบจาน ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาและปรับปรุงสนามแข่งที่เพิ่มสูงขึ้น (สำนักงาน ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2567) สำหรับการแข่งขัน Formula One ในประเทศจีน ณ Shanghai International Circuit ในปี ค.ศ. 2024 ประเทศจีนได้มีการต่อสัญญาการเป็นเจ้าภาพไป จนถึง ค.ศ. 2030 หลังจากการขาดสัญญามานานถึง 5 ปี การขยายสัญญาในครั้งนี้แสดงถึง ความสำเร็จและการเติบโตด้านการแข่งขัน Formula One เนื่องจากพบว่าความนิยมบนช่องทางสื่อ สังคมออนไลน์และจำนวนผู้เข้าร่วมงานเพิ่มขึ้นถึง 150 ล้านคนจากช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (สมศักดิ์ จันทวิชชประภา, 2567)

เนื่องจากการแข่งขัน Formula One เป็นอีเวนต์การแข่งขันประเภทกีฬา จึงต้องอาศัยการ สร้างสรรค์คุณค่าร่วม หรือ Value Co-Creation ในการใช้กลยุทธ์เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมงานได้มีส่วน ร่วมพัฒนาสร้างคุณค่า เพื่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดี มีความประทับใจและความพึงพอใจสูงสุด ตลอดจนรู้สึกผูกพันจงรักภักดีต่องานอีเวนต์ ตลอดจนการอยากกลับมาชมอีกครั้ง นอกจากนี้ ผู้ผลิตและผู้ร่วมสร้างคุณค่า ยังสามารถช่วยแก้ไขปัญหาคอขวดที่เกิดขึ้น รวมถึงสร้างความร่วมมือ ระหว่างผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน (สุธา พงศ์ถาวรวิญญู, 2562) การสร้างคุณค่าร่วม สามารถทำได้ โดยการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้เข้าร่วมงาน รวมทั้งข้อมูล เฉพาะเจาะจงรายบุคคล (Personalization) เป็นการรับรู้ถึงคุณค่าที่ผู้จัดงานส่งมอบสู่ผู้เข้าร่วมงาน ผ่านสินค้าและบริการภายในงานมีรูปแบบที่จัดทำขึ้นเฉพาะรายบุคคล องค์ประกอบสุดท้าย คือ ความสัมพันธ์ เกิดขึ้นได้จากการสื่อสารร่วมกัน เพื่อให้การส่งมอบบริการตรงกับความต้องการ ของผู้เข้าร่วมงานมากที่สุด (Byon et al., 2022) อีกทั้งยังเป็นกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่าง

ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานในการแสดงความคิดเห็นผ่านการปฏิสัมพันธ์ รวมถึงการสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ เพื่อสร้างความไว้วางใจให้ข้อมูลสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเพิ่มความสัมพันธ์เชิงบวกในระยะยาว และสร้างความเข้าใจของเป้าหมายการจัดการแข่งขันให้เป็นไปในทางเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นการตระหนักถึงการรับรู้คุณค่าของอีเวนต์ร่วมกัน (ชุดิมา เกศดาญรัตน์, 2562) ในขณะเดียวกันรัฐบาลของประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมอีเวนต์ระดับโลก โดยเฉพาะการแข่งขัน Formula One เป็นหนึ่งในอีเวนต์กีฬาที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงและสามารถยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศในระดับสากล ในวันที่ 17 มิถุนายน 2568 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้ประเทศไทยเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน Formula One ในระหว่างปี พ.ศ. 2571-2575 พร้อมเร่งดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้อย่างรอบด้าน ทั้งด้านพื้นที่จัดงาน งบประมาณ และความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ มีการเสนอพื้นที่บริเวณสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร เป็นสนามแข่งขันชั่วคราวระยะทางประมาณ 5.7 กิโลเมตร ใช้เวลาจัดงานเฉลี่ย 3 วันต่อปี พร้อมตั้งงบประมาณเบื้องต้นกว่า 40,000 ล้านบาท และเตรียมจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับองค์กร Formula One และหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางรากฐานการจัดงานอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (สำนักประชาสัมพันธ์รัฐบาล, 2568)

อย่างไรก็ตามการแข่งขัน Formula One เป็นอีเวนต์ระดับนานาชาติ มีความเกี่ยวข้องในหลายภาคส่วน ทั้งผู้จัดงาน หน่วยงานเกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับนานาชาติ การจัดการแข่งขันดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบเป็นวงกว้างทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว สายการบิน ระบบโทรคมนาคม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่พร้อมรองรับให้เพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศ ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งศึกษาในประเด็นมุมมองของการเป็นเจ้าภาพการจัดการแข่งขัน Formula One ในฐานะผู้จัดงาน หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้ประเทศไทยสามารถก้าวสู่การเป็นเจ้าภาพการจัดการแข่งขันระดับนานาชาติ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้จัดงานต้องทราบถึงปัญหาและอุปสรรคก่อนการดำเนินงานจริง ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงสถานที่จัดการแข่งขัน จัดทำแผนพัฒนานโยบายของรัฐ รวมถึงการประเมินแนวทางการปฏิบัติเพื่อสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมให้รูปแบบการจัดการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยเกิดขึ้นได้จริงอย่างมีคุณค่าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศต่อไปในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

3. คำถามการวิจัย

1. ปัญหาและอุปสรรคการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยเป็นอย่างไร และประกอบด้วยสาเหตุหรือปัจจัยอะไรบ้าง
2. แนวทางใดบ้างที่สามารถสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

4. ขอบเขตการศึกษา

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการงานอีเวนต์ (Event Management) อีเวนต์ประเภทกีฬา (Sport Event) การสร้างคุณค่าร่วม (Value Creation) การแข่งขัน Formula One และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นคำถามการวิจัยสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยในแต่ละข้อ

4.2 ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) คือ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ประกอบด้วย ออแกไนซ์ (Organizer), ผู้สนับสนุน (Sponsor) สถานที่การแข่งขัน (Venue) หน่วยงานภาครัฐและเอกชน นักกีฬาแข่งขัน ผู้เข้าร่วมงาน ตัวแทนสื่อสังคมออนไลน์ และนักวิชาการ รวมทั้งสิ้นจำนวน 17 คน

4.3 ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 ถึงมิถุนายน พ.ศ. 2568 เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 10 เดือน เริ่มตั้งแต่กระบวนการกำหนดประเด็นปัญหาจากการวิจัย การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ผล การสรุป ตลอดจนการอภิปรายผล

4.4 ขอบเขตด้านสถานที่

ผู้วิจัยคัดเลือกสถานที่จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ผู้ให้บริการสนามแข่งจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ (1) สนามแข่งรถแก่งกระจาน เซอร์กิต (2) สนามพีระ อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต และ (3) สนามแข่งรถไทยแลนด์เซอร์กิต นครปฐม รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดอีเวนต์ด้านการแข่งขันยานยนต์ในสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศไทย

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ประโยชน์เชิงวิชาการ

5.1.1 ผลการวิจัยนี้ ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย นำไปสู่ประเด็นและความท้าทายของรัฐบาลไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สมาคมส่งเสริมการประชมนานาชาติ (ไทย) และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีเป้าหมายต้องการให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในเจ้าภาพการจัดการแข่งขัน Formula One สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันร่วมเป็นเจ้าภาพงานดังกล่าว หรือแม้กระทั่งการหลีกเลี่ยงข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นจากทรัพยากรที่ใช้ในการจัดงาน

5.1.2 ผลการวิจัยนี้ ทำให้ทราบถึงแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการต่างประเทศ กรมการท่องเที่ยว และกรมส่งเสริมการส่งออก เป็นต้น รวมถึงองค์กรภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการประชุมและแสดงสินค้าแห่งประเทศไทย (TICA) สมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA) สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (EMA) บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการเตรียมพร้อมรองรับการจัดอีเวนต์ประเภทกีฬาในระดับนานาชาติครั้งต่อไปในประเทศไทย ตลอดจนการปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับการดำเนินงานในอุตสาหกรรมอีเวนต์ให้เป็นไปได้สะดวกขึ้น อีกทั้งเอื้อประโยชน์ต่อการตัดสินใจของกลุ่มนักลงทุนผู้สนับสนุนต่าง ๆ

5.2 ประโยชน์ทางการจัดการ

5.2.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) เช่น ผู้สนับสนุน (Sponsor) ที่เกี่ยวข้องกับงานผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ อาทิ โรงแรม แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร และ

สายการบิน เป็นโอกาสที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มผ่านการสร้างคุณค่าร่วมกับการจำหน่ายและให้บริการ รวมถึงพัฒนาศักยภาพธุรกิจของผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการให้ตรงกับความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

5.2.2 การส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในหลายประเภทมากขึ้น อีกทั้งสามารถแสดงศักยภาพด้านการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบคมนาคม ให้ก้าวไปสู่ระดับนานาชาติ (Mega Event) นำไปใช้เป็นข้อมูลการประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนผู้เข้าร่วมงาน นักท่องเที่ยวที่สนใจ กลุ่มนักลงทุนและผู้สนับสนุนรายอื่น ๆ

6. นิยามคำศัพท์เฉพาะ

6.1 การจัดการงานอีเวนต์ (Event Management) แบ่งเป็นคำว่า อีเวนต์ (Event) หมายถึง เหตุการณ์หรือกิจกรรมพิเศษที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง มีเป้าหมายเพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะหรือสื่อสารข้อความสำคัญไปยังกลุ่มเป้าหมาย เช่น การประชุม นิทรรศการ การแข่งขันกีฬา หรือกิจกรรมเฉลิมฉลองต่าง ๆ ในขณะที่คำว่า การจัดการ (Management) หมายถึง การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างคุ้มค่า เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ผ่านการวางแผน การจัดองค์กร การควบคุม และการประสานงาน ในบริบทของการจัดงานอีเวนต์ ความสำเร็จขึ้นอยู่กับอีกหลากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นการเลือกสถานที่ให้ตอบสนองกับความต้องการและความคาดหวัง การใช้ทรัพยากรที่ครอบคลุมทุกส่วนงาน และการออกแบบกิจกรรมที่น่าสนใจ ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญยังรวมถึง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน การเดินทางที่สะดวก ความปลอดภัย ความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ และการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน ทั้งในแง่ของประสบการณ์และภาพลักษณ์ของประเทศเจ้าภาพ ดังนั้น การจัดงานอีเวนต์ที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยการทำงานร่วมกันจากหลายภาคส่วน รวมถึงการพัฒนามาตรฐานบริการ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุมและยั่งยืน

6.2 อีเวนต์ประเภทกีฬา (Sport Event) หมายถึง การจัดงานที่มีบทบาทสำคัญ ทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตลอดจนผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดงานกีฬา ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับนานาชาติ อีเวนต์ประเภทกีฬาไม่เพียงแต่สร้างรายได้จากการจำหน่ายบัตร แต่ยังส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ การคมนาคมขนส่งในท้องถิ่น และสถานที่ให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวก

สะดวกต่าง ๆ ให้แก่ผู้เข้าร่วมงานทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังสามารถดึงดูดการลงทุนจากกลุ่มนักลงทุนที่มองเห็นศักยภาพของการจัดงานและแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเมืองหรือประเทศเจ้าภาพ รวมถึงการให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรมนุษย์หรือทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านเงินทุนเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาเป็นอันดับแรก ในแง่ของสังคม กีฬาเป็นสัญลักษณ์แห่งการสร้างสามัคคีและความภาคภูมิใจ ในด้านวัฒนธรรม กีฬามักถูกใช้เป็นพื้นที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์เฉพาะและความหลากหลายทางของรูปแบบการดำเนินชีวิตช่วยส่งเสริมความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ตลอดจนการเพิ่มความน่าสนใจในเชิงการท่องเที่ยวและชุมชน เพื่อให้การจัดอีเวนต์ประเภทกีฬาเกิดความยั่งยืนทั้งในด้านเงินทุนและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างผลกระทบที่ดีต่อประเทศเจ้าภาพได้ในระยะยาว

6.3 การแข่งขันฟอร์มูลาวัน (Formula One) หมายถึง การนำกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านเกมกีฬาและการสร้างความร่วมมือระดับโลกมาเสริมสร้างแบรนด์สู่ระดับโลก รวมถึงการเป็นสปอนเซอร์ในการจัดแข่งขันกีฬาระดับโลกสามารถสะท้อนถึงทฤษฎีแลกเปลี่ยนทางธุรกิจ (B2B Exchange Theory) มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและเชื่อมโยงแบรนด์กับทีมแข่งขัน ตลอดจนการพิจารณาถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น ภูมิศาสตร์ ศักยภาพของทีม และผลการแข่งขันทั้งหมดมีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของศักยภาพในแต่ละทีมมีส่วนช่วยให้ผู้สนับสนุนสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในตลาดต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนถึงคุณลักษณะของแบรนด์ในสายตาผู้บริโภค ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการแข่งขัน และคุณภาพระดับโลก จากการลงทุนลักษณะนี้ยังส่งผลต่อการประเมินผลตอบแทนจำเป็นต้องพิจารณาถึงหลายปัจจัยสนับสนุนเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความสำเร็จของทีมที่สนับสนุน ผลการแข่งขันที่ดีสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนและสร้างความร่วมมือระยะยาว ในขณะที่ผลการแข่งขันที่ไม่ประสบความสำเร็จยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการสนับสนุน เนื่องจากมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน สะท้อนถึงการพัฒนาเทคโนโลยี การส่งเสริมการตลาด และส่งเสริมศักยภาพความเป็นเลิศด้านวิศวกรรม เช่น การพัฒนาเครื่องยนต์เทอร์โบชาร์จหรือระบบพลังงานไฮบริดให้สอดคล้องกับความต้องการของโลกในยุคดิจิทัล อย่างไรก็ตาม การแข่งขันฟอร์มูลาวันไม่เพียงแต่ดึงดูดผู้ชมด้วยความเร็วและความตื่นเต้น แต่ยังการแสดงให้เห็นถึงการบูรณาการระหว่างเทคโนโลยี การตลาด และความร่วมมือระหว่างประเทศที่สอดคล้องกับความต้องการของโลกและความต้องการของผู้เข้าร่วมงานที่เปลี่ยนแปลงไป

6.4 การสร้างคุณค่าร่วม (Value Co-Creation) หมายถึง แนวคิดที่สำคัญในบริบทของการจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน การรับรู้คุณค่าของ

ผู้เข้าร่วมงานผ่านการวิเคราะห์ประโยชน์ที่ได้รับจากบริการเทียบกับสิ่งที่ต้องเสียไป แบ่งออกเป็น
 คุณค่าเชิงอรรถประโยชน์ (Utilitarian Value) และคุณค่าทางอารมณ์ความรู้สึก (Hedonic Value)
 นอกจากนี้ การสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประสาทสัมผัส ไม่เพียงแต่เป็นการตอบสนองความ
 ต้องการของผู้เข้าร่วมงานเท่านั้น แต่ยังต้องพัฒนาประสบการณ์ที่น่าจดจำเพื่อส่งเสริมความจงรักภักดี
 ต่อแบรนด์และงานอีเวนต์หรือแม้กระทั่งการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทสำคัญกับการ
 สร้างความแตกต่างเพื่อเชื่อมโยงผู้เข้าร่วมงานกับผู้จัดการและผู้เข้าร่วมรายอื่นผ่านการมีปฏิสัมพันธ์
 เช่น การเผยแพร่ข้อมูล การแสดงความคิดเห็น และการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ เริ่มจากการมี
 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้เข้าร่วม รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงานด้วยกันเอง
 อันส่งผลต่อศักยภาพในการสร้างคุณค่าทางอารมณ์และสังคม การจัดการความคิดเห็นและความเป็น
 ส่วนตัวของผู้เข้าร่วมงาน จึงเป็นความท้าทายสำคัญที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้กระบวนการ
 สร้างคุณค่าร่วมให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยนี้ศึกษาเรื่อง “การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การจัดงานอีเวนต์ (Event Management)
 - 1.1 ความเป็นมาของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)
 - 1.2 ประเภทของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)
 - 1.3 ที่มาและความสำคัญของอีเวนต์ (Event)
 - 1.4 ความหมายและความสำคัญของการจัดการ
 - 1.5 องค์ประกอบของการจัดการ
 - 1.6 ปัจจัยความสำเร็จของการจัดงานอีเวนต์
2. อีเวนต์ประเภทกีฬา (Sport Event)
 - 2.1 ความหมายและความสำคัญของอีเวนต์ประเภทกีฬา
 - 2.2 องค์ประกอบของอีเวนต์ประเภทกีฬา
 - 2.3 การพัฒนาองค์ประกอบของการจัดอีเวนต์ประเภทกีฬา
3. การแข่งขันรถฟอร์มูลาวัน (Formula One)
 - 3.1 ความสำคัญของการแข่งขันรถฟอร์มูลาวัน
 - 3.2 การศึกษาผลกระทบของการแข่งขันรถฟอร์มูลาวัน
4. การสร้างคุณค่าร่วม (Value Creation)
 - 4.1 แนวคิดทฤษฎีของการสร้างคุณค่าร่วม
 - 4.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมในบริบทอีเวนต์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การจัดงานอีเวนต์ (Event Management)

1.1 ความเป็นมาของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

อุตสาหกรรมไมซ์ หรือ ธุรกิจไมซ์ (MICE Business) ในอดีตไม่เคยถูกระบุไว้อย่างเป็นทางการถึงหลักฐานความเป็นมาของต้นกำเนิดธุรกิจ ในช่วงเดือนกันยายน ค.ศ. 1814 ถึงช่วงเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1815 มีการจัดประชุมระดับนานาชาติครั้งแรกที่กรุงเวียนนา ประเทศออสเตรีย เป็นการประชุมในเรื่องการรวมอำนาจจากผู้แทนหลายประเทศที่มาร่วม ในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19

ทวีปยุโรปเริ่มมีการจัดประชุมระดับนานาชาติเกี่ยวกับการเมืองและความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์มากขึ้น นับว่าเป็นเหตุการณ์แรกในประวัติศาสตร์ที่มีการรวมกันของ 4 ประเทศมหาอำนาจ ได้แก่ บริเตน รัสเซีย ฝรั่งเศส และออสเตรีย โดยหารือร่วมกันอย่างไม่เป็นทางการ ในหัวข้อเรื่อง การสร้างข้อตกลงเพื่อจัดทำสนธิสัญญา นอกจากนี้ ในปีเดียวกัน ประเทศสหรัฐอเมริกา มีการรวมกลุ่มทางการค้าและจัดตั้งสมาคมการค้าของสาขาวิชาชีพขึ้น เพื่อการบริหารค่าจ้างและมาตรฐานการทำงานที่เป็นธรรม ทำให้มีการจัดประชุมตลอดทั้งปีตามสถานที่ต่าง ๆ จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้นเป็นผลให้ในปี ค.ศ. 1896 ประเทศสหรัฐอเมริกาก่อตั้ง องค์การบริหารศูนย์การจัดประชุม (Convention Bureau) เป็นแห่งแรกเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 1896 ณ เมืองดีทรอยต์ อีกทั้งยังก่อตั้ง สมาคมการประชุมดีทรอยต์และนักธุรกิจ (The Detroit Convention and Businessmen's League) ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น Detroit Metro Convention & Visitors Bureau เป็นองค์กรประเภท Convention แห่งแรกในโลกที่มีการว่าจ้างพนักงานขายแบบเต็มเวลาเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นเศรษฐกิจในธุรกิจการประชุมในพื้นที่ ต่อมาในปี ค.ศ. 1914 มีการจัดตั้งสมาคมสำนักประชุมระหว่างประเทศ (The International Association of Convention Bureaus: IACB) เพื่ออำนวยความสะดวกและแลกเปลี่ยนข้อมูลประเด็นปัญหาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการประชุมในกลุ่มสมาชิกและส่งเสริมการจัดประชุมให้เป็นธรรมเนียมปฏิบัติอย่างมืออาชีพ จึงเป็นที่มาของการเพิ่มคำว่า Visitors: V ในชื่อของสมาคมทำให้ในปี ค.ศ. 1974 จึงเปลี่ยนเป็นใช้คำว่า The International Association of Convention and Visitor Bureaus (IACVB) สำนักงานส่งเสริมการประชุมและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ นอกจากนี้ปี ค.ศ. 1963 ยังก่อตั้งสมาคมที่ใช้ชื่อว่า The International Congress and Convention Association มีบทบาทอย่างมากในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ อีกทั้งในปี ค.ศ. 1982 มีการก่อตั้ง The Birmingham Convention and Visitor Bureaus สามารถสื่อถึงความเจริญรุ่งเรืองและการพัฒนาให้ธุรกิจการจัดประชุมและการท่องเที่ยวในสหรัฐอเมริกาเติบโตอย่างก้าวกระโดดมากกว่าประเทศในยุโรป หลังจากนั้นหัวเมืองใหญ่ จึงเริ่มสร้างศูนย์การประชุมฯ ขึ้นเอง เพื่อรองรับการประชุมทั้งในด้านธุรกิจการค้า ศาสนา ตลอดจนการหารือข้อตกลงทางการเมืองระหว่างประเทศ ในขณะที่ช่วงปีคริสต์ศตวรรษที่ 18 ช่วงยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมได้แพร่ขยายไปทั่วยุโรป ขณะที่ประเทศอังกฤษได้เริ่มพัฒนาอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เกิดความต้องการจัดการประชุมระหว่างนักธุรกิจและผู้ประกอบการ มีการแนะนำสินค้า กรรมวิธีการผลิตของสินค้าใหม่ ๆ แก่ผู้ผลิตและผู้บริโภคที่ให้ความสนใจ เช่น งานมหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ จัดขึ้น ณ อาคาร The Crystal Palace ในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ (Spiller, 2002)

ผลตอบรับอย่างดีเยี่ยม ทำให้หลายประเทศให้ความสนใจและเริ่มนิยมจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้าเพิ่มขึ้น นับว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจไมซ์เกิดขึ้นอย่างเต็มรูปแบบ ในปี ค.ศ. 1851 ได้ถือกำเนิดคำว่า “World's Fair” ซึ่งต่อมาเปลี่ยนมาใช้คำว่า “Expo” มาจากคำว่า Exposition

กลายเป็นคำที่รู้จักกันดีในอุตสาหกรรมนี้คือ “World Expo” มีการจัดงานครั้งแรก ใช้ชื่อว่า “Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations” หรือที่เรียกว่า “The Great Exhibition” เป็นงานที่แสดงถึงความก้าวหน้าทันสมัยของอุตสาหกรรมที่รุ่งเรืองในยุคสมัยนั้น ไม่ว่าจะเป็นผลงานด้านสถาปัตยกรรม คุณค่าทางวัฒนธรรม สิ่งประดิษฐ์ เครื่องคิดเลข เครื่องพิมพ์ดีด รวมถึงโทรศัพท์ เครื่องแรกของโลก นอกจากการสร้างรายได้อย่างมหาศาล ยังช่วยสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมถึงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมความรู้ เพื่อพัฒนาต่อยอดไปสู่การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ในระดับโลกอีกด้วย ในช่วงปี ค.ศ. 1980-1990 จากเดิมที่นิยมจัดงานประชุมในโรงแรมหรือในศูนย์การประชุม ทางผู้จัดงานเริ่มหันมาจัดการประชุมนอกสถานที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยว และชายหาด เป็นต้น จากการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ผ่านมา มีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทานที่แปรผันตามกับรายได้และแนวโน้มของนักเดินทาง อันประกอบด้วย การขยายตัวของรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจนำไปสู่ความต้องการจัดการประชุมระหว่างองค์กรมากขึ้น การเติบโตของบรรษัทข้ามชาติและหน่วยงานระหว่างประเทศ จำเป็นจะต้องพึ่งพากันข้ามภูมิภาคมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงเทคนิคการขาย การเปิดตัวสินค้าการประชุมส่งเสริมการขาย การปรับปรุงข้อมูล และวิธีการให้ทันสมัยอยู่เสมอ เป็นผลให้ความรู้ความสามารถในวิชาชีพถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Weber & Chon, 2002)

ในขณะที่ Cheung & Low (2002) และ O’Bren & Shaw (2002) กล่าวว่า การประชุมนานาชาติมีกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายภาคส่วน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการหรือสถานที่จัดการประชุมระดับนานาชาติ พ่อค้าคนกลาง ตัวแทนผู้ให้บริการฝ่ายต้อนรับและจัดเลี้ยง สายการบิน บริษัทจัดหาเที่ยว หน่วยงานผู้สนับสนุนการให้บริการทั้งภาครัฐและเอกชน จากการร่วมมือดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การเป็นประเทศเจ้าภาพการจัดงานสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศและกระจายรายได้ครอบคลุมสู่ธุรกิจ สำหรับธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า รวมถึงนิทรรศการนานาชาติ สามารถเรียกโดยย่อได้ว่า ไมซ์ (MICE) มีข้อได้เปรียบมากมายสำหรับการเรียกชื่อ เช่น ธุรกิจการประชุม (MICE Segment) ธุรกิจจัดประชุม การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (MCE) อุตสาหกรรมประชุม (Convention Industry) และธุรกิจงานกิจกรรม (Business Event Sector) ขึ้นอยู่กับชนิดของงานที่ต้องการศึกษา (Roger, 2003) หรืออาจแตกต่างกันไปตามภูมิศาสตร์ เช่น ทวีปยุโรปมักเรียกว่า อุตสาหกรรมประชุม (Meeting Industry) สำหรับประเทศออสเตรเลียจะเรียกว่า ธุรกิจกิจกรรม (Business Event Sector) ในขณะที่ทวีปอเมริกาเหนือและทวีปเอเชียจะใช้คำว่า อุตสาหกรรมไมซ์ (Dawyer et al., 2007)

วรานิษสุดขยา ภิญญภาพ (2566) อธิบายความหมายของธุรกิจไมซ์ (MICE) หมายถึง องค์ประกอบของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ 4 ประเภท อันประกอบด้วย

(1) M: Meeting หมายถึง การประชุมของหน่วยงานองค์กรเดียวกันหรือในเครือบริษัทเดียวกัน รวมถึงการประชุมร่วมกันของตัวแทนแต่ละหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน มีวัตถุประสงค์เพื่อพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อคิดเห็น (2) I: Incentive Travel หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง การนำเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงานขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง วัตถุประสงค์เพื่อตอบแทนการทำงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรได้ ซึ่งองค์กรนั้น ๆ เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดให้การท่องเที่ยว (3) C: Convention หรือ Conference หมายถึง การประชุมในสาขาวิชาชีพเฉพาะ วัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดความรู้ในเรื่องใหม่ ๆ เฉพาะด้านแก่ผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์ภายในการประชุมอันก่อให้เกิดการอภิปรายแลกเปลี่ยนนวัตกรรมใหม่ ตลอดจนการสร้างเครือข่าย การร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นภายในงาน มักจะเป็นการประชุมของสมาคมระดับนานาชาติ อาจเป็นการประชุมงานหรือหมุนเวียนการเป็นเจ้าภาพในแต่ละประเทศสมาชิก (4) E: Exhibition หมายถึง การจัดงานแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการตั้งแต่ระดับประเทศไปจนถึงระดับนานาชาติ รวมทั้งกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง การแสดงสินค้า หรือผลงานในหัวข้อต่าง ๆ วัตถุประสงค์เพื่อการค้าเชิงพาณิชย์ การติดต่อซื้อขายระหว่างผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้บริโภค

ในขณะเดียวกันงานวิจัยของมัตติกา ชัยมีแรง และคณะ (2566) อธิบายถึง นิยามของสมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศเอเชีย (Asia Association Convention and Visitor Bureaus : AACVB) กล่าวว่า ไมซ์ (MICE) หมายถึง การรวมกันของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับการจัดการประชุมขององค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้า ร่วมกับการบริหารงานที่ดี ทั้งในด้านสถานที่ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านระบบการขนส่งสินค้า และองค์ประกอบสำคัญอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมให้การจัดงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุตามเป้าหมายของการจัดงาน ดังนั้น บทบาทของไมซ์ (MICE) สามารถสื่อถึงองค์ประกอบของ 4 ตัวอักษรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและเกี่ยวข้องกันอย่างมีนัยยะสำคัญ เรียกว่า ธุรกิจไมซ์ (MICE Business) (Bauer et al., 2001) สอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวลักษณ์ ชาวบ้านโพธิ์ (2560) และปัญญาฤทธิ์ ทองกลืน (2562) กล่าวถึงความหมายของไมซ์ (MICE) ประกอบด้วย การจัดการประชุมองค์กร (Meeting: M) หมายถึง การประชุมขององค์กรเดียวกันหรือต่างองค์กรในระดับภูมิภาคไปจนถึงระดับนานาชาติ มักเป็นการประชุมเฉพาะเรื่องและวางแผนเตรียมการล่วงหน้าก่อนเกิดการประชุม เช่น การประชุมประจำปี การประชุมคณะกรรมการ เป็นต้น การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรที่สามารถดำเนินงานได้ตรงตามเป้าหมายที่กำหนด ได้รับรางวัลท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจสำคัญที่มีคุณค่ามากกว่าผลตอบแทนในรูปแบบเงิน การจัดประชุมนานาชาติ (Convention, Conference, Congress: C) จัดขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้เฉพาะด้านหรือการให้คำปรึกษา รวมถึงการหาแนวทางแก้ไขปัญหากลุ่มอาชีพในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน มักใช้เวลาในการเลือกจุดหมายปลายทางของสถานที่จัดงานเป็นเวลานาน

เนื่องจากมีผู้เข้าร่วมงานจากหลากหลายประเทศ และการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibition, Exposition: E) หมายถึง การจัดแสดงผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ในหลายวัตถุประสงค์ มักเป็นหมวดหมู่ใกล้เคียงกัน เพื่อร่วมกันนำเสนอสินค้าและบริการให้กับผู้เข้าชมที่มีกำลังซื้อ นอกจากนี้ยังเป็นการรวมตัวของกลุ่มเป้าหมายกับผู้ผลิตและผู้ให้บริการมาอยู่ในสถานที่เดียวกันอาศัยพื้นที่กว้างขวางสำหรับการจัดบูธ (Booth) เพื่อการเจรจาต่อรองธุรกิจได้อย่างอิสระในช่วงระยะเวลาที่จำกัด กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวสามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้จัดการประชุมและผู้เข้าร่วมงานประชุม ผู้แสดงสินค้าและผู้เยี่ยมชมการแสดงผล และผู้ให้การสนับสนุน (McCabe et al., 2000) ส่งผลให้แนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมและบุคลากรเป็นที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทางธุรกิจ มีกำลังการซื้อสูงต้องการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม สายการบิน และการขนส่งที่สามารถรองรับกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ได้อย่างดีนำไปสู่ยอดการใช้จ่ายเฉลี่ยในประเทศของกลุ่มนักท่องเที่ยวในธุรกิจไมซ์มีมูลค่ารวมสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 2 - 3 เท่า ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ

1.2 ประเภทของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (2557) ยังให้ความหมายของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (MICE) ไว้ว่า การประชุมองค์กร หรือ Meetings หมายถึง การประชุมสำคัญที่ถูกจัดขึ้นอย่างเป็นทางการของพนักงานในองค์กร มักจัดการประชุมนอกสถานที่ที่มีข้อแตกต่างกับการประชุมวิชาการในเรื่องวัตถุประสงค์ของการจัดงาน กล่าวคือ การประชุมวิชาการ หรือ Convention หมายถึง การมุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดองค์ความรู้ใหม่ ในการพัฒนาต่อยอดในสายงานวิชาชีพของตน ซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรือ Incentive Travel เป็นเครื่องมือในการบริหารบุคลากรในองค์กรผ่านการส่งมอบประสบการณ์พิเศษที่ไม่สามารถได้รับจากการท่องเที่ยวทั่วไป เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานให้ไปสู่เป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้ การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ หรือ Exhibition ยังถือว่าเป็นการส่งเสริมการตลาดรูปแบบหนึ่ง เป็นการรวบรวมหลากหลายบริษัทเพื่อนำเสนอสินค้าในแต่ละอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมการแพทย์ เป็นต้น สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ งานจำหน่ายสินค้าแก่ผู้บริโภค (Consumer Show) และงานแสดงสินค้าเพื่อต่อยอดทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ (Trade Show) สอดคล้องกับนิยามของ Fenich (2005) สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การประชุมองค์กร (Meetings) หมายถึง การจัดการรวมกลุ่มคนมาอยู่สถานที่ภายในองค์กรหรือนอกสถานที่ อาจมีการเช่าสถานที่ ยานพาหนะ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อาจมีรูปแบบแตกต่างกันไปในแต่ละบริษัท เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมงาน ขนาดของพื้นที่ห้องประชุม

หัวข้อที่จัดประชุม และระยะเวลาการประชุม ทั้งนี้เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารภายในองค์กรให้มีจุดมุ่งหมายการดำเนินงานไปในทางเดียวกัน แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) การประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลในสาขาอาชีพเดียวกัน (Association Meeting) ใช้ระยะเวลาเตรียมงานนานถึง 1 ปี จากนั้นจัดการประชุม 4-5 วัน อาจมีความหมายเดียวกันกับ Convention ได้อีกด้วย รวมถึงการสัมมนากลุ่มย่อย เช่น การประชุมที่รวมผู้ชำนาญการเฉพาะต่างทักษะ (Seminar) แต่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันเพื่ออบรมหรือเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ของงาน และการประชุมลักษณะนำเสนอผลงาน (Symposium) จากผู้เชี่ยวชาญมาพิจารณาแสดงความคิดเห็นร่วมกัน (2) การประชุมขององค์กรเดียวกันหรือเครือเดียวกัน (Corporate Meeting) การรวมตัวของพนักงานและผู้จัดจำหน่ายมาจากหลายประเทศทั่วโลก ทางบริษัทเป็นผู้ดำเนินการจัดงานเป็นการประชุมภายในองค์กรเครือข่ายเดียวกัน มักใช้ระยะเวลาเตรียมงานน้อยกว่า 1 ปี และ (3) การประชุมของรัฐบาลจากหลายประเทศทั่วโลกที่เดินทางมาเข้าร่วมการประชุม (Government Meeting) เช่น องค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation: APEC) เป็นต้น

2. การตอบแทนผลสำเร็จของงานเป็นผลตอบแทนในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) โดยทั่วไปมักมอบให้เป็นรูปแบบตัวเงิน หรือการเดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงผลตอบแทนในลักษณะการเข้าร่วมประชุมสัมมนา เพื่อนำเสนอสินค้าหรือนวัตกรรมใหม่ การฝึกอบรมทักษะในการต่อยอด อีกทั้งกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำงานต่อไปในอนาคต อาจใช้คำว่า Event ในการนิยามความหมายการท่องเที่ยว 1 ครั้ง เช่น 1 Event หมายถึง 1 Incentive Group แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) การจัดงานเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสำหรับพนักงานแต่ละบุคคลมีอิสระในการเลือกสถานที่ได้เอง (Individual Incentive Travel) แต่อาจมีข้อจำกัดเป็นสถานที่ในประเทศเท่านั้น และ (2) การจัดงานเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลรูปแบบกลุ่ม (Group Incentive Travel) จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาวางแผนจัดเตรียมนานกว่าประเภทรายบุคคล มักไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่จัดงาน และต้นทุนค่าใช้จ่ายแบบกลุ่มที่ถูกกว่า

3. การผสมผสานการประชุมและการแสดงสินค้า (Conventions) ได้รับความนิยมจากสมาคมวิชาชีพหรือสมาคมทางธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุน เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายรายบุคคลค่อนข้างสูง นิยมใช้กันในสหรัฐอเมริกา สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ (1) การจัดประชุมแบบหมุนเวียนตามประเทศสมาชิก มักเป็นการเวียนตามตัวอักษรและตามภูมิภาค และ (2) การประชุมเพื่อเป็นประเทศเจ้าภาพในการจัดงาน โดยต้องส่งตัวแทนของสมาคมของแต่ละประเทศเพื่อเข้าร่วมประชุม ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากองค์กรภาครัฐและเอกชนในประเทศร่วมกันสนับสนุนการจัดงานดังกล่าว นอกจากนี้ คำว่า Congress มักถูกใช้ในทวีปยุโรป และเครือจักรภพแห่งประชาชาติ เกี่ยวข้องกับ

การเมืองการปกครอง ในประเทศอังกฤษคำว่า Congress หมายความว่า การประชุมรัฐสภาอีกด้วย สำหรับคำว่า Conference หมายถึง การประชุมใหญ่ที่มีผู้เข้าร่วมงานจากทั่วโลกตั้งแต่ 100 ถึง 1,000 คนขึ้นไป ใช้ระยะเวลาจัดการประชุมเป็นเวลาหลายวัน

4. งานจัดแสดงสินค้าขนาดใหญ่ (Exhibitions) ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายในแต่ละบริษัท สามารถมาเปิดตัวนำเสนอสินค้า ส่งเสริมประชาสัมพันธ์การตลาดให้กับสินค้า รวมทั้งให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค มีค่าใช้จ่ายสำหรับเช่าพื้นที่ขึ้นอยู่กับขนาดและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ มุ่งเน้นความสัมพันธ์การค้าขายระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ หรือ Business-to-Business (B2B) แบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ (1) การจัดแสดงสินค้าและบริการที่เจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะและชัดเจน (Trade Show) จัดสำหรับกลุ่มเฉพาะเท่านั้น ไม่รวมถึงประชาชนทั่วไป (2) การจัดแสดงสินค้าและบริการเป็นสาธารณะ (Consumer Show) ในหัวข้อทั่วไปที่กลุ่มประชาชนสามารถเข้าถึงได้

1.3 ที่มาและความสำคัญของอีเวนต์ (Event)

นอกเหนือจากคำว่า ไมซ์ (MICE) ที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้ว ตัวอักษร E ที่หมายถึง Exhibition นั้นยังสามารถหมายถึง E: Events ได้เช่นกัน (ภคจิรา แสนใจ, 2558) ในประเทศไทยคำว่า กิจกรรม พิเศษ หรือ Special Event มักถูกใช้ทับศัพท์ในภาษาต่างประเทศด้วยคำว่า อีเวนต์ (Event) นิยมใช้ในการแข่งขันกีฬา ตั้งแต่ในอดีตจนถูกยอมรับและนิยมใช้โดยแพร่หลายในวงการวิชาการ ตั้งแต่ นักสื่อสารการตลาด นักการตลาด ตลอดจนสื่อมวลชนทั่วไป ซึ่งงานวิจัยของเสรี วงษ์มณฑา (2540) นิยามความหมายของการจัดกิจกรรมพิเศษ หมายถึง เหตุการณ์หรือวาระพิเศษที่จัดขึ้น เพื่อสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้เข้าร่วมงานควบคู่กับการส่งเสริมการขายให้กับสินค้าและบริการให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการนำเหตุการณ์ต่าง ๆ เชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม การจัดงานอาจขึ้นอยู่กับการประยุกต์นำเอาความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนางานให้นำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์และเป็นประโยชน์ โดยไม่มีรูปแบบกำหนดและเป็นการให้ความสำคัญกับผู้เข้าร่วมงานเป็นหลัก นอกจากนี้ คำว่า อีเวนต์ หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งและจัดขึ้น ณ สถานที่หนึ่ง รวมถึงเหตุการณ์พิเศษตามวาระโอกาส หรือเหตุการณ์สำคัญที่น่าจดจำ ในขณะเดียวกัน Shone & Parry (2004) พบว่า กิจกรรมพิเศษทุกรูปแบบ ทั้งเพื่อสันถนาการศึกษา เพื่อสืบทอดประเพณี วัฒนธรรม เพื่อการเฉลิมฉลองในโอกาสใดโอกาสหนึ่ง ตลอดจนกิจกรรมพิเศษสำหรับองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการขาย การเมืองการปกครอง รวมถึงกิจกรรมพิเศษในระดับส่วนบุคคล เช่น งานฉลองมงคลสมรส เป็นต้น ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกันกับ Goldblatt (1997) กล่าวว่า อีเวนต์ หมายถึง ช่วงเวลาพิเศษสำหรับการเฉลิมฉลองผ่านการจัดพิธีการและพิธีกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตราภรณ์ จรัสรัมย์ (2562) อธิบายว่า อีเวนต์ หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญกับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

แตกต่างกันไปตามรูปแบบการจัดของแต่ละผู้จัดและวัตถุประสงค์สำคัญของงาน อย่างไรก็ตามคำว่า อีเวนต์ ในมุมมองที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์จะหมายถึง การสร้างประสบการณ์พิเศษระหว่างเหตุการณ์ผู้เข้าร่วมงาน (Special Event) ในขณะที่วัตถุประสงค์เพื่อเป็นหนึ่งในกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event) ส่งเสริมการรับรู้และการประชาสัมพันธ์ของสินค้าและบริการให้กับองค์กร นอกจากนี้ เกรียงไกร กาญจนโกศล (2555) อธิบายว่า รูปแบบของกิจกรรมพิเศษสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กิจกรรมที่เจ้าของแบรนด์เป็นผู้ดำเนินการเอง (Sole Event) และกิจกรรมที่มีหลายองค์กรเข้ามาเกี่ยวข้อง (Joint Event) ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละกลุ่มดังนี้

1.1 กิจกรรมที่เจ้าของแบรนด์เป็นผู้ดำเนินการเอง (Sole Event)

1.1.1 งานเปิดตัวสินค้าและบริการ (Launching) เป็นกลุ่มพิธีเปิดงานต่าง ๆ เช่น Grand Opening หรือ Opening Ceremony มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการใหม่ และสร้างการรับรู้ในตลาด

1.1.2 งานฉลองครบรอบ (Anniversary) เป็นกิจกรรมเพื่อสร้างเป้าหมายทางการตลาดประชาสัมพันธ์ หรือลูกค้าสัมพันธ์ โดยการออกแบบกิจกรรมจะขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของแต่ละองค์กร

1.1.3 งานประชุม (Meeting/Convention/Conference) เป็นการสื่อสารและสร้างความเข้าใจในองค์กร รวมถึงกระตุ้นยอดขาย โดยเฉพาะในกรณีที่มีตัวแทนจำหน่าย และเป็นโอกาสให้ตัวแทนได้แลกเปลี่ยนความรู้หรือรับการฝึกอบรม

1.1.4 การจัดประกวด (Contest) เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมกับแบรนด์ เช่น การประกวด Miss Universe Thailand เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าร่วมงาน

1.1.5 การแข่งขัน (Competition) เป็นการออกแบบงานเพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมงานและผู้ชม เช่น การแข่งขันหุ่นยนต์ Rescue Robot จัดโดย SCG เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ด้านนวัตกรรมของแบรนด์

1.1.6 งานสัมมนา (Seminar/Symposium) เป็นงานที่ส่งเสริมความมั่นคงด้านวิชาการ โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญมาบรรยายเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ เช่น ธุรกิจด้านความสวยงามที่เชิญแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมงาน เป็นต้น

1.1.7 งานมอบรางวัล (Award Presentation) เป็นกิจกรรมสำคัญในธุรกิจที่มีตัวแทนจำหน่าย เช่น งาน วันแห่งเกียรติยศของบริษัท ไทยประกันชีวิต ที่จัดเพื่อเชิดชูเกียรติฝ่ายขายและสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

1.1.8 กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (CRM Event) และกิจกรรมกระตุ้นยอดขาย (Incentive) เช่น การท่องเที่ยวหรือคอนเสิร์ตพิเศษ เพื่อแสดงความขอบคุณลูกค้าหรือทีมงานที่สามารถบรรลุเป้าหมายของยอดขาย

1.1.9 กิจกรรมประชาสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อสังคม (PR and CSR Event) เป็นกิจกรรมปลูกป่าหรือสร้างฝายขององค์กร เพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

1.1.10 กิจกรรมสร้างความบันเทิงและกีฬา (Entertainment/Sport Event) เป็นกิจกรรมที่ใช้ความบันเทิงเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจให้กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วม เช่น งานคอนเสิร์ตหรือการแข่งขันกีฬาเพื่อสร้างความสนุกสนาน

1.2 กิจกรรมที่มีหลายองค์กรเข้ามาเกี่ยวข้อง (Joint Event)

1.2.1 งานนิทรรศการ (Exhibition/Exposition) เป็นงานแสดงภาพลักษณ์หรือผลงานมากกว่าการส่งเสริมการขาย เช่น งาน BOI Fair ที่หน่วยงานต่าง ๆ มาแสดงศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

1.2.2 งานแสดงสินค้า (Trade Show) เป็นงานเจรจาทางการค้า ระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ เช่น งานแสดงสินค้าของขวัญและของใช้ในบ้านจัดโดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

1.2.3 งานออกร้านขายสินค้า (Trade Fair) เป็นการรวมสินค้าหลากหลายประเภทในงานเดียว เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจับจ่ายซื้อของได้สะดวก เช่น งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ เป็นต้น

1.2.4 การสนับสนุนกิจกรรมพิเศษ (Event Sponsorship) เป็นการสนับสนุนองค์กรเพื่อสร้างกิจกรรมที่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับสินค้าและบริการ เช่น เครื่องดื่มชูกำลังเรดบูลล์สนับสนุนการแข่งขันรถ Formula One เพื่อเสริมภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งและรวดเร็ว เช่นเดียวกับคนรุ่นใหม่

1.4 ความหมายและความสำคัญของการจัดการ

อย่างไรก็ตาม กลุ่มนักรัฐประศาสนศาสตร์ในประเทศเยอรมันและออสเตรีย ได้ให้คำจำกัดความ หมายถึง การควบคุมกิจการต่าง ๆ ในบริบทของรัฐบาล เรื่องภาษี อาณานิคม การบริหารการเงิน และธุรกิจอุตสาหกรรมในช่วงเวลานั้น ต่อมาปลายศตวรรษที่ 19 และต้นศตวรรษที่ 20 อุตสาหกรรมการค้าขายสินค้าถูกพัฒนาขึ้นในทวีปยุโรปและอเมริกา ส่งผลให้ธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว รวมถึงการแข่งขันเพื่อคิดค้นและพัฒนาด้านนวัตกรรมสำหรับการลดต้นทุนร่วมกับวิธีการทางวิทยาศาสตร์ สามารถแบ่งช่วงเวลาดังกล่าวได้เป็น 4 ยุค เริ่มต้นจากยุคโบราณ จากนั้นเข้าสู่ยุคคลาสสิกการเริ่มนำเครื่องจักร เครื่องทุ่นแรงทดแทนกำลังคน มุ่งเน้นที่กำลังการผลิตเป็นหลัก ในทางกลับกันยุค Human Relation มีความเชื่อว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นกำลังหลักสำคัญในการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเมื่อเข้าสู่ยุค Behavioral Science เป็นช่วงเวลาแห่งการศึกษาค้นคว้านวัตกรรมใหม่ เพื่อนำไปต่อยอดในการบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด และตั้งแต่ช่วง ค.ศ. 1950 เป็นต้น มุ่งเน้นในเรื่องการประยุกต์ใช้หลักการทางจิตศาสตร์เป็นส่วนสนับสนุนเป็นหลัก ประกอบกับ แนวคิดการจัดการเชิงระบบ

(System Approach) และการคิดวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative or Decision Making Approach) เช่น คอมพิวเตอร์ การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นต้น (วินัย มีมาก, 2564)

สำหรับนิยามของคำว่า การจัดการ (Management) ตามพจนานุกรมการบริหาร หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมที่ศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยเชื่อมั่นว่าสามารถดำเนินงานหรือกิจกรรมนั้น ได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ผ่านการรวมกลุ่มของบุคคล (French & Saward, 1975) ในขณะเดียวกัน Donnelly et al., (1992) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการขั้นตอนที่ดำเนินการประสานงานในกิจกรรมของบุคคลอื่น ซึ่งไม่สามารถดำเนินงานได้เพียงบุคคลเดียวเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และผลการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงได้ สอดคล้องกับความหมายของ สร้อยตระกูล (ตวยานนท์) อรรถมานะ (2541) ได้อธิบายว่า การจัดการ เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้นโยบายให้เกิดผลลัพธ์จากการกระทำของนักบริหารแต่ละระดับอันเกิดจากหลายบุคคลร่วมกันสร้างผลการดำเนินงานให้สำเร็จ รวมถึงการตัดสินใจในสิ่งที่ทำเป็นประจำด้วย มุมมองในเรื่องที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ดังเช่นนิยามของ Hitt et al. (1977) กล่าวว่า การจัดการเป็น การผสมผสานทรัพยากรที่มีอยู่ให้ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล พร้อมทั้งบรรลุ เป้าหมายที่กำหนดไว้ ครอบคลุมในประเด็นหลักของการจัดการ 4 ด้าน ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ประสิทธิภาพ ทรัพยากร และการผสมผสาน

1.5 องค์ประกอบของการจัดการ

ในขณะที่ Dubrin & Ireland (1989) ให้นิยามว่าการจัดการเป็นกระบวนการใช้ทรัพยากรขององค์กรผ่านการวางแผน การจัดการองค์กร การสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับ Fayol (1925) ผู้สร้างทฤษฎีทางแนวคิดการจัดการในมุมมองผู้บริหารระดับสูง โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินการผ่านกิจกรรมต่าง ๆ โดยผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้น แปรผันตามผู้ที่ทำหน้าที่บริหาร จึงเสนอหลักเกณฑ์การบริหารขั้นพื้นฐาน หรือ POCCC ได้แก่ (1) การวางแผน (Planning) หมายถึง การคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ของผู้บริหารที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่ดำเนินอยู่ รวมถึงการกำหนดแผนการปฏิบัติงาน และแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญสำหรับการทำงานในอนาคต (2) การจัดองค์กร (Organizing) หมายถึง การจัดทำโครงสร้างองค์กรที่กำหนดอำนาจหน้าที่ เพื่อให้ทรัพยากรภายในองค์กรสามารถดำเนินในส่วนงานที่รับผิดชอบได้อย่างเหมาะสม และส่งเสริมให้งานบรรลุผลสำเร็จ (3) การบังคับบัญชา (Commanding) หมายถึง อำนาจการสั่งการในเรื่องต่าง ๆ ของผู้บังคับบัญชาตามความเหมาะสม ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องเป็นบุคคลตัวอย่างที่ดีและสามารถเข้าอกเข้าใจในผู้ใต้บังคับบัญชาได้เป็นอย่างดี (4) การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การเชื่อมโยงภาระหน้าที่ของบุคลากรในองค์กรเข้าด้วยกัน เพื่อนำไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกันในองค์กร และ (5) การควบคุม (Controlling) หมายถึง การกำกับดูแลใน

กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในผลลัพธ์กับแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ให้เป็นไปในทางเดียวกัน

ในขณะที่แนวคิดของ Gulick & Urwick (1973) นำเสนอถึง หลักการขั้นตอนเกี่ยวกับการจัดการ หรือ POSDCoRB อันประกอบด้วย 7 ประการ ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) เป็นการจัดทำแผนปฏิบัติของโครงการไว้ล่วงหน้า รวมถึงกำหนดองค์ประกอบของสิ่งที่ต้องทำและวิธีการนำไปสู่ผลลัพธ์ดังกล่าว ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ต่อมาคือ การจัดองค์กร (Organizing) เป็นการจัดรูปแบบโครงสร้างหน่วยงาน การแบ่งสายงานตามความรับผิดชอบ และการกำหนดตำแหน่งอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน นอกเหนือจากการจัดแบ่งส่วนงานแล้ว ยังต้องมีการจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) เป็นการจัดสรรบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ผ่านวิธีการกำหนดอัตรากำลัง สรรหาบุคลากรใหม่ พัฒนาศักยภาพของบุคลากร สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี และการประเมินผลการทำงานของบุคลากร อีกทั้งการอำนวยการ (Directing) เป็นอำนาจการตัดสินใจของผู้บริหารตามลำดับ รวมถึงวิเคราะห์สถานการณ์ สั่งการและควบคุมผู้ใต้บังคับบัญชาในการปฏิบัติงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย การประสานงาน (Co-coordinating) เป็นการผนวกกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กรให้เกิดความร่วมมือกันเป็นทีม เพื่อให้บรรลุในวัตถุประสงค์เดียวกัน จากนั้นขั้นตอนต่อไป คือ การรายงาน (Reporting) เป็นการชี้แจงอธิบายความก้าวหน้าของผลการดำเนินงานให้แก่ผู้บริหารและสมาชิกที่มีส่วนเกี่ยวข้องในหน่วยงานทราบถึงความเคลื่อนไหวของการทำงาน และขั้นตอนสุดท้ายคือ งบประมาณ (Budgeting) เป็นการจัดสรรงบประมาณ ตลอดจนการควบคุมและตรวจสอบทางการเงินภายในองค์กร

จิรพรรณ แผงสูงเนิน (2553) อธิบายถึง การจัดการต้องอาศัยหลักการวางแผน เนื่องจากการเผชิญกับความซับซ้อน อันเนื่องจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก รวมถึงความเปลี่ยนแปลงไปของเทคโนโลยีส่งผลให้พฤติกรรมและกิจกรรมต่าง ๆ จำเป็นต้องสอดคล้องกันอย่างต่อเนื่อง ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ หากไม่มีการวางแผนคาดการณ์เหตุการณ์ไว้ล่วงหน้าอาจทำให้เกิดความเสี่ยงหรือความเสียหายต่อองค์กรได้ รวมถึงการประสานงานการทำงานในแต่ละหน่วยงานร่วมกับการกำหนดวัตถุประสงค์ในภาพรวมองค์กร และแบ่งวัตถุประสงค์ย่อยในแต่ละแผนงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักขององค์กร จากนั้นการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามบรรล่วัตถุประสงค์ขององค์กร นอกจากนี้ยังต้องกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานอย่างสมเหตุสมผล เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติให้แก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหาร นอกจากนั้นยังต้องลำดับความสำคัญก่อนหลังในวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่นกัน ประกอบกับการวางแผนประเภทและจำนวนของทรัพยากรที่ต้องการ พร้อมทั้งระบุความเป็นไปได้ของแหล่งทรัพยากร มักแสดงผลในรูปแบบงบประมาณองค์กร และองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ

การดำเนินงานตามแผน การวางแผนดังกล่าวต้องครอบคลุมวิธีการ ดังนั้น การวางแผนจึงต้องคำนึงถึง การพยากรณ์สถานการณ์ในอนาคตและข้อจำกัดด้านทรัพยากรตลอดจนการวางแผนด้านงบประมาณ

ทรัพยากรทางการจัดการจำเป็นต้องประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานทางการจัดการ 4 ประการ ได้แก่ คน (Man) คือ ทรัพยากรบุคคลผู้ปฏิบัติกิจกรรมขององค์กรจึงต้องคัดเลือกผู้มีความรู้ความสามารถอันก่อให้เกิดความสำเร็จกับองค์กรและเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงาน ทรัพยากรการเงิน (Money) คือ ค่าจ้างหรือค่าใช้จ่ายที่เป็นเรื่องของการจัดสรรงบประมาณ การสนับสนุนในการจัดหางบประมาณเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อสภาพคล่องขององค์กรอยู่เสมอ ทรัพยากรทางวัสดุสิ่งของ (Material) คือ อุปกรณ์ อาคารสถานที่ หรือเครื่องมือที่มีคุณภาพและเพียงพอสำหรับใช้ในการปฏิบัติงานทั่วไปนำไปสู่การจัดการที่มีคุณภาพ และทรัพยากรความรู้ความสามารถด้านการจัดการ (Management) คือ การจัดระบบการทำงานให้เป็นระเบียบ เพื่อความสะดวกในการทำงานและติดตามประเมินผล อาจกำหนดรายละเอียดเป็นลายลักษณ์อักษรหรือขอบเขตความรับผิดชอบต่องาน รวมถึงอำนาจการตัดสินใจ เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ตลอดจนการป้องกันความขัดแย้งที่สามารถเกิดขึ้นได้ในอนาคต (วิรัช วิรัชนิการวรรณ, 2550) ในขณะที่ จันทนา อินทนิม (2563) กล่าวว่า ในภาคเอกชนมีปัจจัยการจัดการ เพิ่มเติมอีก 3 ประการ ได้แก่ ตลาด (Market) คือ แนวคิดการจำหน่ายสินค้าและบริการ เครื่องจักรกล (Machine) ใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ วิธีการทำงาน (Method) คือ รูปแบบงานและเวลาในการดำเนินงาน

1.6 ปัจจัยความสำเร็จของการจัดงานอีเวนต์

Jantori (2022) ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในงานอีเวนต์ เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญอย่างยิ่ง ในมุมมองของการศึกษาความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน พบว่า การสำรวจค้นคว้าข้อมูลเพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จเป็นการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำสำหรับผู้ชมงาน รวมทั้งการจัดการเรื่องสถานที่ การให้บริการของสิ่งอำนวยความสะดวก และการส่งเสริมการตลาดสามารถกระตุ้นความตระหนักรู้ของผู้เข้าร่วมงานได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังพบว่า ปัจจัยอื่น ๆ ในการเข้าร่วม เช่น ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วม โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ สภาพภาพการจัดงาน การรับรู้ และการเข้าถึงข้อมูลการประชาสัมพันธ์การจัดงาน ล้วนเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเข้าร่วมงาน และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานอันเป็นสาเหตุหลักของการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน ในขณะเดียวกันมุมมองของผู้จัดงานหรือผู้ให้บริการยังพบว่าการศึกษารายงานผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะจากการจัดงานในอดีตช่วยสร้างความเข้าใจในการจัดงานมากขึ้น เช่น การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์กีฬาระหว่างประเทศ นโยบายสาธารณะที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การเป็นสมาชิกขององค์กรกีฬานานาชาติ การสนับสนุนจากผู้สนับสนุนทั้งภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงการทำงานของผู้จัดการงาน อาสาสมัคร และเจ้าหน้าที่

ในการสนับสนุนให้การจัดงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ประกอบกับการสร้างแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ เพื่อนำทรัพยากรที่มีอยู่มาบริหาร ทั้งทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรเงินทุน ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่จัดงาน โดยความหลากหลายของทรัพยากรและวิธีการปฏิบัติงานอาจนำไปสู่ผลลัพธ์หรือประสิทธิภาพที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานย่อมได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างกัน

ในขณะเดียวกันจากกรณีศึกษาของการจัดงานคอนเสิร์ตของ ศุภพร สุวรรณภักดี และคณะ (2563) พบหลักการจัดการ 3 ประการที่ส่งเสริมให้การดำเนินงานราบรื่น ได้แก่ (1) การประสานงานกับผู้เกี่ยวข้อง เน้นความร่วมมือของทุกฝ่าย (2) การบริหารจัดการสถานที่จัดงาน (3) การออกแบบการจัดแสดงอย่างสร้างสรรค์ นอกจากนี้งานวิจัยดังกล่าวอธิบายถึงการกำหนดแผนการดำเนินงานอย่างชัดเจน การกระจายงานในแต่ละภาคส่วน รวมถึงการแจกแจงลงในรายละเอียดเพื่อระบุรายชื่อผู้รับผิดชอบในแต่ละส่วนงาน ทุกภาระงานต้องระบุผู้รับผิดชอบหลักเพื่อเป็นผู้นำของทีมนั้น ๆ นอกจากการวางแผนด้านระยะเวลาแล้ว ยังต้องคำนึงถึงการวางแผนผังในสถานที่จัดงานเช่นกัน เพื่อประสานงานกับเจ้าของสถานที่จัดงาน ถึงแม้ว่าจะมีการเตรียมพร้อมมากเท่าใดก็ไม่สามารถเทียบเท่าการฝึกซ้อม เนื่องจากการฝึกซ้อมช่วยให้ผู้จัดงานสามารถคาดเดาสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด พร้อมทั้งการรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้าได้ ยิ่งไปกว่านั้นการเลือกช่องทางประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมงานผ่านช่องทางออนไลน์หรือออนไลน์ในการกระจายข่าวสารได้อย่างทั่วถึง รวมถึงการได้รับความร่วมมือหรือการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกเข้ามาบริหารจัดการจัดสรรเงินทุนและงบประมาณ อีกทั้งยังได้ฝึกทักษะการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การประสานงานขอสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การวางแผนให้ครอบคลุมกระบวนการและการทำงานอย่างเป็นระบบ จำเป็นต้องอาศัยการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ประสบการณ์และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในสถานการณ์จริง (จิรภา สุขวนิช, 2566) นอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์แล้วการจัดงานอีเวนต์ในระดับประเทศจนถึงระดับนานาชาติยังต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐมาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงาน เนื่องจากภาครัฐมีอิทธิพลโดยตรงทางด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่สังคมให้มีการเจริญเติบโต รวมถึงมีส่วนร่วมผลักดันและพัฒนาคุณภาพการจัดงานของประเทศให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับเพื่อสร้างมาตรฐานของสถานที่จัดงานให้เหมาะสมด้วยคุณภาพที่ทั่วโลกยอมรับ ตลอดจนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องถึงการให้ความรู้ การประเมินผลงานและการรับรองมาตรฐาน การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม เพื่อนำจุดเด่นในด้านประเพณี ผลิตผลในชุมชนมาประยุกต์ใช้ในงานอีเวนต์ รวมถึงสนับสนุนธุรกิจในห้องถิ่นให้มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถสร้างประสบการณ์ที่เหนือระดับกว่างานอีเวนต์ทั่วไป เช่น การพัฒนายกระดับหีบห่อผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวและช่วยสร้างรายได้แก่ประเทศ การศึกษาหาความน่าสนใจจากศักยภาพของชุมชนเพื่อสร้างจุดขายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นให้

แตกต่างจากชุมชนอื่น ในขณะเดียวกันก็ต้องพัฒนาทักษะของบุคลากรด้านภาษา การตลาด เทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานควบคู่กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมไมซ์

อีกทั้งการศึกษาของ รัฐวิทย์ เองคราวิทย์และภัทรมน สาทรรักษ์ (2561) ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสร้างภาคีเครือข่าย จากมุมมองในอดีตอาจเข้าใจว่าเป็นหน้าที่ของรัฐบาลเพียงฝ่ายเดียว อาจมีข้อจำกัดในเรื่องเสรีภาพทางการเงิน การจัดหาเงินทุนหรืองบประมาณ ตลอดจนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเห็นได้ว่า องค์กรภาครัฐยังคงล้าหลังเมื่อเปรียบเทียบกับภาคเอกชน ดังนั้น การสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เช่น โครงสร้างพื้นฐานของประเทศจากเดิมอยู่ภายใต้การปกครองดูแลของรัฐ อาจให้ภาคเอกชนร่วมลงทุนและจัดการความเสี่ยงร่วมกัน ส่งผลให้เกิดการบูรณาการในรูปแบบที่แตกต่างจากเดิม หรือการให้ภาคเอกชนสนับสนุนเรื่องการยกระดับทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อร่วมกันพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค ระบบคมนาคมขนส่ง ให้สามารถใช้บริการได้อย่างทั่วถึงและพัฒนาต่อยอดเป็นเมืองชั้นนำแห่งกีฬา (Sport City) ในด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) มีสาเหตุ คือ ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวและผู้เข้าแข่งขัน ร่วมกับนโยบายของภาครัฐที่มีส่วนในการสนับสนุนโครงการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจ สถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม เพิ่มระบบคมนาคมเพื่อการเข้าถึงเมืองอย่างสะดวกสบาย รวมถึงได้รับการต้อนรับจากประชาชนในพื้นที่ ผ่านการพัฒนาศักยภาพของสินค้าและบริการที่ได้รับการดูแลจากภาครัฐ พิจารณาได้จากการสร้างภาคีเครือข่ายมีผลอย่างมากต่อการสร้างงานอีเวนต์ เมื่อเกิดความร่วมมือจากหลายภาคส่วนย่อมส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและทุกฝ่ายมีความตั้งใจพยายาม เนื่องจากได้เป็นส่วนหนึ่งในงานสำคัญ นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์ชาติได้กล่าวถึง การพัฒนาศักยภาพด้านกีฬาของผู้มีความสามารถควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในสังคม และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

ศุภวรรณ ตีระรัตน์ และสันติธร ภูริภักดี (2563) อธิบายถึงองค์ประกอบคุณลักษณะที่สามารถสร้างความพร้อมและความพึงพอใจ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาเมืองรองให้ตรงกับความต้องการและวัตถุประสงค์ในการจัดงาน รวมทั้งความปลอดภัยในการเลือกจุดหมายปลายทางที่เป็นเมืองรอง สามารถสรุปได้เป็นแนวคิด SMART ดังนี้ S (Safety & Hygiene) หมายถึง ความปลอดภัยและมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงให้กับผู้เกี่ยวข้อง M (Marketing, PR & Image Building) หมายถึง การวางแผนงานการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับเมือง เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ที่แตกต่างจากวิถีชีวิตทั่วไป A (Accessibility) หมายถึง การเข้าถึงสถานที่จากความร่วมมือด้านการสนับสนุนโครงสร้างเครือข่ายคมนาคมที่สามารถเชื่อมต่อระหว่างเมือง R (Rooms, Restaurant & Facilities) หมายถึง ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จัดงาน ร้านอาหาร ล้วนต้องมีมาตรฐานคุณภาพที่ได้รับการรับรองจากภาครัฐและจำนวนการให้บริการที่

เพียงพอ และ T (Tourism Attractions) หมายถึง การสร้างพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานระดับนานาชาติ สร้างอัตลักษณ์ความแตกต่างของสถานที่ เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว

ในขณะที่ สืบพงษ์ สมิตพันธ์ และคณะ (2566) กล่าวถึงศักยภาพที่จำเป็นของผู้จัดงานทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ (1) ความคิดริเริ่ม (Initiative) เป็นการค้นหางานที่สร้างสรรค์ผ่านการค้นคว้าแนวคิดนวัตกรรมใหม่ที่แตกต่างจากที่เคยจัดและสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของตลาดด้วยวิธีการสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่น (2) การจัดการทั่วไป (General Management) เป็นการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การวิจัยตลาดกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารสร้างการรับรู้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการบริหารทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง (3) ทักษะและความรู้ในอุตสาหกรรม (Industry Knowledge) เป็นการวิเคราะห์การตลาดเชิงลึกและข้อได้เปรียบของคู่แข่ง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ความรู้เฉพาะทาง (4) การปรับตัวอย่างรวดเร็ว (Rapid Adaptability) เป็นการตอบสนองต่อความผันผวนและการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี ตลาดเป้าหมาย และพฤติกรรมผู้บริโภค ผ่านการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มและแนวทางที่ทันสมัย (5) การพัฒนาบุคลากร (Staff Development) เป็นการเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะของทีมงานเพื่อให้กระบวนการจัดงานมีคุณภาพ รวมถึงสร้างแรงจูงใจและความร่วมมือในทีม (6) การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) ตั้งแต่การหากลุ่มเป้าหมายใหม่และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ารายเดิม ผู้สนับสนุน และคู่ค้าในระยะยาว อีกทั้งการจัดงานควรคำนึงถึงคุณภาพบริการเนื่องจากมีอิทธิพลต่อประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานรวมทั้งยังส่งผลต่อภาพลักษณ์และความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้จัดงาน ประกอบด้วยปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการจัดงานแสดงสินค้า เช่น กฎระเบียบข้อบังคับ การบริหารจัดการต้นทุน และความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย การบริหารพื้นที่จัดงาน รวมถึงการออกแบบพื้นที่ให้เหมาะสม การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก การตกแต่งสถานที่ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความภักดีในระยะยาว รวมไปถึงลักษณะทางกายภาพของบริการ เช่น ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ผู้จัดงานควรจัดทำแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพบริการในประเทศไทยให้เติบโตอย่างก้าวหน้าและมีศักยภาพในการแข่งขันสู่ระดับตลาดโลก นอกจากนี้ควรศึกษาลงทุนในสื่ออย่างเป็นระบบ สำหรับการเรียนรู้และพัฒนาความรู้ด้านการจัดการงาน รวมถึงสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ตลอดจนการออกแบบพื้นที่และบริการให้ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (พรโชค วงษ์สุวรรณ, 2563)

ในขณะที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสถานที่จัดงานในแต่ละจุดหมายปลายทางประกอบด้วย (1) ที่พัก คุณภาพและมาตรฐานของที่พักมีความสำคัญสูงสุด เช่น โรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการท่องเที่ยว (2) สถานที่จัดงาน ความพร้อมของสถานที่ เช่น

สิ่งอำนวยความสะดวก ความจุของพื้นที่ และมาตรฐานของสถานที่ (3) การเข้าถึง การเดินทางที่สะดวก เช่น ระบบคมนาคมที่เชื่อมต่อกันได้ดี การเข้าถึงผ่านยานพาหนะทางอากาศ รถยนต์ หรือรถไฟ (4) ความปลอดภัย การมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ได้ สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน (5) สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ ความน่าสนใจและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงช่วยเสริมประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงาน (6) การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน การสนับสนุนในเชิงนโยบาย งบประมาณ หรือการจัดการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (7) ภาพลักษณ์ของพื้นที่ การสร้างแบรนด์ของพื้นที่ เช่น ความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่ช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น การเพิ่มศักยภาพของพื้นที่จัดงานในภูมิภาคต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเป็นอันดับแรก เช่น ศูนย์ประชุมที่ได้มาตรฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และการคมนาคมที่ครบวงจร ตลอดจนการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมถึงชุมชนในพื้นที่เพื่อส่งเสริมการจัดงาน ร่วมกับการประชาสัมพันธ์ผ่านพื้นที่สื่อให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ (พิไลวรรณ พูลสวาท และคณะ, 2563)

สำหรับเมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมจะสามารถก้าวไปสู่การเป็น MICE City ซึ่งควรมีปัจจัยพื้นฐานที่สามารถรองรับกิจกรรมในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ความปลอดภัย และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งการตระหนักและมุ่งเน้นการสร้างคามยั่งยืนด้วยการรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้แนวทางการพัฒนาประเทศไทยสู่การเป็น MICE City เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจและความมั่นคงอย่างยั่งยืน สามารถดำเนินการผ่านทฤษฎี MICE CITY Paradigm ครอบคลุมหลากหลายมิติที่สำคัญ ประกอบด้วย การสร้างยุทธศาสตร์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน พร้อมออกแบบส่วนผสมทางการตลาดที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งสินค้า ราคา สถานที่ กิจกรรมทางการตลาด บุคลากร กระบวนการ และสภาพแวดล้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยในฐานะ MICE City การบูรณาการความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ ภาครัฐต้องทำหน้าที่กำหนดนโยบายสนับสนุน ภาคเอกชนต้องมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการจัดงาน ส่วนภาคชุมชนต้องเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อร่วมกันพัฒนาเมืองให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ยั่งยืนด้วยความร่วมมือที่มีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ร่วมกัน ในด้านการสื่อสารจำเป็นต้องมีการสร้างเนื้อหาที่ดึงดูดและใช้กลยุทธ์การตลาดผ่านเนื้อหา (Content Marketing) มุ่งเน้นเรื่องราวที่สะท้อนความโดดเด่นของพื้นที่ผ่านสื่อมวลชน สื่อดิจิทัล และสื่อสารระหว่างบุคคล รวมถึงการส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามารถในการบริการและการต้อนรับในระดับสากล เมื่อเผชิญการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มอาเซียนและเอเชีย ซึ่งการวางกลยุทธ์เพื่อรักษาปัจจัยที่ได้เปรียบและปรับปรุงจุดอ่อน โดยเฉพาะมาตรฐานการบริการระดับโลกเป็นอีกหนึ่งหัวใจสำคัญที่ทำให้

ประเทศไทยโดดเด่นในเวทีโลก เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับประสบการณ์อย่างมีคุณภาพในทุกมิติ ทั้งการท่องเที่ยวควบคู่กับอุตสาหกรรมไมซ์ (เสรี วงษ์มณฑา และวิชยานันท์ พ่อคำ, 2565)

อย่างไรก็ตามจุดหมายปลายทางสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์นั้น จำเป็นต้องอาศัยความพร้อม และศักยภาพในหลายด้านเพื่อสร้างความได้เปรียบในระดับนานาชาติ ซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในด้านเศรษฐกิจ สร้างรายได้ทั้งโดยตรงและอ้อม รวมทั้งช่วยสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือให้กับประเทศในฐานะจุดหมายที่มีมาตรฐานสำหรับการจัดงานระดับโลก สำหรับความพร้อมในฐานะจุดหมายปลายทางของสถานที่จัดงานของอุตสาหกรรมไมซ์มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ (1) โครงสร้างพื้นฐานที่สามารถรองรับการเดินทาง การเข้าถึงที่สะดวก และสถานที่จัดงานที่ทันสมัย และหลากหลายประเภท (2) ที่พักพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรฐานความปลอดภัยสูงสุด (3) ศักยภาพในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้เข้าร่วมงาน นอกจากนี้ การมีระบบการคมนาคมที่เชื่อมโยงกับสถานที่ต่าง ๆ เช่น ศูนย์ประชุม ศูนย์แสดงสินค้า โรงแรม และสถานที่ท่องเที่ยว ล้วนเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน เช่น การส่งเสริมการลงทุนและการมีนโยบายสนับสนุนในระดับชาติที่ชัดเจน รัฐบาลสามารถสร้างแรงจูงใจทางเศรษฐกิจผ่านสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ หรือการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อประสานงานและส่งเสริมการจัดงาน นอกจากนี้ ควรมีการสร้างแบรนด์ประเทศให้เป็นที่ยอมรับและน่าดึงดูดในระดับสากล โดยใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นเป็นจุดขาย เพื่อดึงดูดผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานจากนานาชาติ (4) ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ประเทศสามารถสร้างความแตกต่างได้ โดยทั่วไปแล้วอาจทำได้ผ่านการพัฒนาคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานให้มีมาตรฐานสูงเพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมกิจกรรมจากนานาชาติ (5) สร้างความโดดเด่นเชิงกลยุทธ์ในตลาดโลกได้ เช่น การพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะด้านการบริการ การเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่ตอบสนองความต้องการพิเศษ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระดับนานาชาติ ทั้งหมดนี้เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการเพิ่มศักยภาพและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้ประเทศนั้นกลายเป็นจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากสถานที่จัดงานอื่น ๆ (นิธิกิตติกันต์ เหมสุวรรณ และคณะ, 2567)

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยสามารถยึดโยงกับแนวคิดและการศึกษาระดับสากลที่เน้นความสำคัญของอีเวนต์ในการส่งเสริมประสิทธิภาพขององค์กร และเศรษฐกิจในภาพรวม อาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมไมซ์ถือเป็นหนึ่งในกลไกในการพัฒนาศักยภาพ การจัดงานของประเทศไทยเป็นประเด็นสำคัญที่เชื่อมโยงกับความก้าวหน้าของเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือทางการตลาด แต่ยังมีบทบาทในการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ส่งเสริมการเรียนรู้ และสร้างประสบการณ์ที่ส่งผลในเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและประเทศชาติ นอกจากนี้กลยุทธ์ในการพัฒนาการจัดงานอีเวนต์จำเป็นต้องวางรากฐานในด้านกลยุทธ์และ

การจัดการที่มีประสิทธิภาพ การออกแบบงานควรสอดคล้องกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ เช่น การใช้ระบบการจัดการเหตุการณ์ที่มีการวางแผนแบบครบวงจร เพื่อประเมินผลลัพธ์อย่างต่อเนื่อง การบูรณาการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการลงทะเบียน การประชาสัมพันธ์ และการเก็บข้อมูลผู้เข้าร่วมงานเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างฐานข้อมูล (Database) และการประเมินความต้องการของผู้เข้าร่วมงานอย่างต่อเนื่อง สามารถช่วยให้การพัฒนาอีเวนต์มีความเหมาะสมและตอบโจทย์ความคาดหวังของผู้เข้าร่วมงาน อาศัยองค์ประกอบได้แก่ (1) การจัดการทีมงาน เป็นการส่งเสริมทักษะของผู้จัดงานอีเวนต์ ด้วยการจัดโครงสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่น และการกำหนดบทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างชัดเจน (2) การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากร เป็นการคำนวณงบประมาณอย่างละเอียดและ การใช้วัสดุที่ยั่งยืน (3) การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า เป็นการตอบสนองความต้องการทั้งในเชิงอารมณ์และข้อมูล เช่น การสร้างธีมที่ดึงดูดใจ การใช้เทคโนโลยีเชิงโต้ตอบ และการจัดพื้นที่ให้เหมาะสม (4) การวัดผลลัพธ์และนำไปพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นการใช้ตัวชี้วัดทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ เช่น การประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน และการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ (Mysyk, 2022)

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับการจัดการงานอีเวนต์ (Event Management) ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า คำว่า "Event" หมายถึง เหตุการณ์หรือกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง มีเป้าหมายเพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะหรือสื่อสารข้อความสำคัญไปยังกลุ่มเป้าหมาย เช่น การประชุม นิทรรศการ การแข่งขันกีฬา หรือกิจกรรมเฉลิมฉลองต่าง ๆ ในขณะที่คำว่า "Management" หมายถึง กระบวนการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ผ่านการวางแผน การจัดองค์กร การควบคุม และการประสานงาน ในบริบทของการจัดงานอีเวนต์ ความสำเร็จขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น การเลือกสถานที่ให้ตอบสนองกับความต้องการและความคาดหวัง การจัดการทรัพยากรที่ครอบคลุม และการออกแบบกิจกรรมที่ดึงดูดใจ นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญยังเกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน การเดินทางที่สะดวก ความปลอดภัย และความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ การบูรณาการนวัตกรรมและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน ทั้งในแง่ของประสบการณ์และภาพลักษณ์ของประเทศเจ้าภาพ ดังนั้น การจัดงานอีเวนต์ที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยการทำงานร่วมกันจากหลายภาคส่วน รวมถึงการพัฒนามาตรฐานบริการเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุมและยั่งยืน

2. อีเวนต์ประเภทกีฬา (Sport Event)

2.1 ความหมายและความสำคัญของอีเวนต์ประเภทกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก และประเทศไทยเองก็กลายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยม เนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ภูมิประเทศที่งดงาม และการต้อนรับที่อบอุ่นจากคนไทย ปัจจัยเหล่านี้ช่วยสร้างความประทับใจและคุณค่าต่อนักท่องเที่ยวคาดหวังในช่วงที่ผ่านมา ความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องที่ผลักดันการเติบโตนี้ประกอบด้วย การพัฒนาของเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านกีฬา การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว การส่งเสริมกิจกรรมจากภาครัฐและเอกชน รวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในงานอีเวนต์กีฬา การเติบโตนี้ทำให้มีการจัดงานเพิ่มขึ้น มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานผู้ชมมากขึ้น และยังมีกลุ่มผู้สนับสนุนงานอย่างกว้างขวาง แต่การพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ยังต้องพิจารณาปัจจัยสำคัญ เช่น พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงาน การออกแบบองค์ประกอบของงานให้ตรงกับความต้องการ สถานที่จัดงานที่เหมาะสม คุณภาพบริการ และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ผู้เข้าร่วมงาน เพื่อกระตุ้นให้กลับมาเข้าร่วมกิจกรรมในอนาคต การพัฒนานี้มีส่วนช่วยสร้างความยั่งยืนและเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระยะยาว องค์ประกอบสำคัญของสถานที่จัดงาน ไม่ว่าจะเป็นความงดงามของสถานที่ การบริการที่เป็นมิตร และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ย่อมส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับเข้าร่วมงานหรือเยี่ยมชมสถานที่นั้นซ้ำ (กนกวรรณ โพธิ์อรุณ และวรรณิศา บุญญาณเมธาวร, 2563)

Ruchapong Khiewpan (2561) อธิบายถึง นิยามของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาหรือเป็นผู้ชมการแข่งขันกีฬา ทางนักท่องเที่ยวออกจากสภาพแวดล้อมที่คุ้นเคยไปยังสถานที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในด้านกีฬาภายในระยะเวลาที่จำกัด โดยการเดินทางรูปแบบนี้อาจเกี่ยวข้องกับความท้าทายทางกายภาพหรือธรรมชาติ รวมถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีการแข่งขันและกฎเกณฑ์เฉพาะ การเชื่อมโยงระหว่างผู้คน และการสร้างปฏิสัมพันธ์ในชุมชนกีฬาอีกด้วย ทั้งนี้ การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวส่งผลต่อชุมชนในท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ และประเทศในมิติต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการส่งเสริมภาพลักษณ์ระดับนานาชาติ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สามารถแบ่งได้ทั้งผู้เข้าชมที่เป็นผู้สังเกตการณ์ และผู้ที่เข้าร่วมแข่งขันในฐานะนักกีฬา การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมกิจกรรมหรือมหกรรมกีฬา (Event Sport Tourism) เพื่อสัมผัสบรรยากาศและประสบการณ์จากการแข่งขันโดยตรง (2) การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา

(Active Sport Tourism) เพื่อการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมกีฬา ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบการแข่งขันอย่างเป็นทางการหรือกิจกรรมกีฬาเพื่อการพักผ่อน และ (3) การท่องเที่ยวเพื่อรำลึกถึงอดีตหรือประวัติศาสตร์กีฬา (Nostalgia Sports Tourism) เพื่อการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญ เช่น หอเกียรติยศ พิพิธภัณฑ์กีฬา หรือการพบปะบุคคลสำคัญในวงการกีฬา (Gibson, 1998)

แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงมหกรรมกีฬา (Event Sport Tourism Management) มุ่งเน้นไปที่การบริหารจัดการที่เชื่อมโยงระหว่างกีฬา กิจกรรม และการท่องเที่ยวอย่างสมดุล สร้างความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทั้งในระดับท้องถิ่นและนานาชาติ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น สถาบันการเงิน นักกีฬา โค้ช และบุคลากรในวงการกีฬา (Getz, 2005) จำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดงาน ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และเจ้าหน้าที่ควบคุม ผ่านการออกแบบกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น การจัดงานเฉลิมฉลอง การแสดงศิลปะ หรือกิจกรรมทางการเมืองที่ผสมผสานความบันเทิงและความหมายเชิงสัญลักษณ์ เพื่อให้เกิดประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว การบริหารจัดการกิจกรรมประเภทนี้ต้องอาศัยระบบการวางแผนและการดำเนินงานที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมงานอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจในพื้นที่ การสร้างแรงบันดาลใจในหมู่ผู้เข้าชม และการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนหรือประเทศผู้จัดงาน ทั้งหมดนี้ล้วนสะท้อนถึงความสำคัญของการจัดการอย่างรอบคอบและการออกแบบกิจกรรมที่ตอบโจทย์ในทุกมิติ

2.2 องค์ประกอบของอีเวนต์ประเภทกีฬา

ในกรณีตัวอย่างของการจัดการมหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สโมสรฟุตบอลไทย ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) การบริหาร (Administration) เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและแนวทางในการดำเนินงานอย่างครอบคลุม ตั้งแต่การจัดการด้านการเงิน ทรัพยากรมนุษย์ การจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารเวลา ไปจนถึงระบบข้อมูลและการควบคุมผลการดำเนินงาน ทั้งนี้การบริหารมีเป้าหมายเพื่อให้ทุกระบวนการสามารถดำเนินไปตามแผนที่วางไว้และสอดคล้องกับเป้าหมายหลักของงาน (2) การออกแบบ (Design) เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์กิจกรรมและประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์ในระหว่างงาน รวมถึงการจัดเตรียมเนื้อหาและกิจกรรมที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้เข้าร่วมงาน อาทิ การออกแบบพื้นที่จัดงาน บริการ และการสื่อสารข้อมูลอย่างน่าสนใจ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างแรงจูงใจให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ (3) การตลาด (Marketing) เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานที่จัดงานหรือองค์กร รวมถึงการสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมความน่าสนใจของงานให้ตรงกับความต้องการของ

กลุ่มเป้าหมาย การศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวยังช่วยให้การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดเกิดผลลัพธ์ที่ตรงจุดและสร้างผลกระทบในเชิงบวก (4) การดำเนินงาน (Operations) เกี่ยวข้องกับการจัดการในทุกระยะของงาน ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการจัดกิจกรรม เช่น การจัดการโครงสร้างพื้นฐาน การให้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น การดูแลระบบขนส่ง และการจัดตารางการแข่งขัน เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่นและสร้างความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว (5) การจัดการความเสี่ยง (Risk Management) เกี่ยวข้องกับกระบวนการที่ช่วยลดผลกระทบจากเหตุการณ์ไม่คาดคิด เริ่มจากการระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและวางแผนรับมืออย่างเป็นระบบ รวมถึงการตรวจสอบและประเมินสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นใจว่างานสามารถดำเนินต่อไปได้โดยไม่มีอุปสรรค ที่อาจส่งผลกระทบทางลบต่อผู้เข้าร่วมงานและภาพลักษณ์ขององค์กร (รัตพงษ์ เขียวพันธุ์ และเสรี วงษ์มณฑา, 2562)

ในขณะเดียวกันงานวิจัยของ ระชานนท์ ทวีผล (2563) ในบริบทของงานวิ่งมาราธอนในรั้วมหาวิทยาลัย โดยกล่าวถึงองค์ประกอบในการจัดการอีเวนต์ในหลากหลายองค์ประกอบ เริ่มจากองค์ประกอบที่หนึ่งการแบ่งหน้าที่ของบุคลากรออกเป็นฝ่ายสวัสดิการเพื่อดูแลจุดฝากของ จุดลงทะเบียน และจุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งหน่วยพยาบาลและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยระหว่างการแข่งขัน เช่น รถพยาบาล จักรยานลาดตระเวน และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เนื่องจากการคำนึงถึงความปลอดภัยของนักกีฬาเป็นสิ่งสำคัญ ผู้จัดงานต้องกำหนดมาตรการดูแลใกล้ชิด โดยเฉพาะการป้องกันอาการบาดเจ็บและโรคภัยที่อาจเกิดขึ้นได้ จำเป็นต้องมีอุปกรณ์กระตุ้นหัวใจไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉิน นอกจากนี้ควรมีพิธีกรรายงานข้อมูลที่สำคัญและประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับสถานที่จัดงาน การวางแผนควรจัดแบ่งหน้าที่ชัดเจน ระบุขอบเขตการทำงานก่อน ระหว่าง และหลังการแข่งขัน พร้อมทั้งทบทวนความรู้เกี่ยวกับภูมิประเทศของสถานที่และการปฐมพยาบาล องค์ประกอบที่สอง คือ การประชาสัมพันธ์การจัดงาน ติดตามข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การตอบข้อสงสัยทันทีผ่านช่องทางสื่อออนไลน์มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข้อมูลอย่างรวดเร็ว ผู้ดูแลระบบควรออกแบบโครงสร้างข้อมูลที่ครอบคลุมเพื่อเก็บข้อมูลผู้เข้าร่วมงานใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์ครั้งต่อไป พร้อมทั้งระบุรายละเอียดงาน สถานที่จัดงาน และใช้สื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ และวิดีโอเพื่อกระตุ้นการรับรู้ของผู้เข้าร่วมงาน องค์ประกอบที่สาม คือ จุดเด่นของการจัดงานอาจนำมาใช้เป็นอัตลักษณ์ในการจัดงาน เช่น การออกแบบเหรียญรางวัลและเสื้อวิ่ง การจัดแสดงงาน ประติมากรรม กิจกรรมนันทนาการ และศิลปะการแสดง มุ่งเน้นการสร้างสรรคกิจกรรมภายในงานให้

โดดเด่นและสะท้อนภาพลักษณ์ของผู้จัดงาน องค์ประกอบที่สี่ คือ การจัดทำระบบการลงทะเบียน กระบวนการรับสมัครผ่านระบบช่องทางออนไลน์หรือเว็บไซต์ ตลอดจนการรับสมัครแบบ On-site ประกอบกับการออกแบบระบบการชำระเงินที่สะดวก เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานให้ความสำคัญกับความ สะดวกสบายในการรับสมัครเป็นหลัก และของที่ระลึก การจัดงานด้วยการประสบความสำเร็จมักมี อัตลักษณ์ในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วมงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลชนก ชุ่มเชย และ ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล (2565) อธิบายถึงแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันในกรณีศึกษาการแข่งขัน ฟุตบอลไทย แบ่งออกเป็น 9 ด้าน ได้แก่ (1) ความสนใจในกีฬา (Sport Interest) เกิดจากความ กระตือรือร้นต่อการเข้าชมและชื่นชอบด้านการแข่งขันกีฬา (2) ความสำเร็จ (Achievement) เกิดจากผู้เข้าร่วมงานรู้สึกถึงการได้เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการจัดงาน เพื่อสร้างความ ภาคภูมิใจและแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันในครั้งต่อไป (3) การพบปะสังสรรค์ (Socialization) เกิดจากโอกาสในการพบปะสังสรรค์และเพื่อนฝูง (4) การหลีกหนี (Escape) เกิดจากการหลีกหนีจาก ชีวิตประจำวัน ทำให้มีการทำสิ่งใหม่ และหลีกหนีจากกิจกรรมซ้ำ (5) ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama) เกิดจากความบันเทิงจากการพักผ่อนหย่อนใจ สร้างแรงกระตุ้นให้มีความต้องการเข้ามาชมการแข่งขัน และมีประสบการณ์ที่ดีจนเกิดความพึงพอใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสโมสรกับผู้เข้าร่วมงาน (6) ความรู้ (Knowledge) เกิดจากการศึกษาเล่าเรียนการค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้ง ความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะความเข้าใจ (7) การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the City) เกิดจากการช่วยปลูกฝังความรักในถิ่นฐานและสโมสรในท้องถิ่น (8) ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family Bonding) เกิดจากการเข้าชมการแข่งขัน เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ครอบครัว (9) ความสนใจในผู้เล่น (Interest in Player) เกิดจากบุคลิกภาพของนักกีฬาหรือผู้เล่นมี ผลต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขัน แรงจูงใจที่กล่าวมาข้างต้นสามารถช่วยให้นักการตลาด สโมสร ฟุตบอล และผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าใจถึงส่วนแบ่งการตลาดและวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความ นิยมและตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมงานในอนาคต

ในขณะทำงานวิจัยของ ดิฐฐชัย จันทร์คุณา (2566) ศึกษาเรื่องการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน ฟุตบอลโลกของ FIFA World Cup ที่ส่งผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างมากต่อประเทศ เจ้าภาพและเมืองที่เกี่ยวข้อง ในมุมมองการรับรู้และผลกระทบจากการแข่งขันต่อชุมชนในฐานะเมือง กีฬา ช่วยส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ ได้อย่างดี เช่น การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การสร้างสนามกีฬาใหม่ และการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ ยกย่องคุณภาพชีวิตของประชาชน การเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ระดับโลกเช่นนี้ช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจแก่ชุมชนรู้สึกภูมิใจที่ได้ มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีชื่อเสียงระดับโลก นอกจากนี้ การแข่งขันฟุตบอลโลกยังนำมาซึ่งโอกาสทาง

เศรษฐกิจมากมาย เช่น การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว การใช้จ่ายในท้องถิ่น และการสร้างงานใหม่ ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม การจัดการแข่งขันขนาดใหญ่มักนำมาซึ่งปัญหาการจราจรติดขัด เนื่องจากมีผู้เข้าชมและนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาในพื้นที่ การเพิ่มขึ้นของจำนวนคนในพื้นที่อาจนำมาซึ่งความเสี่ยงด้านความปลอดภัย เช่น อาชญากรรมและการก่อการร้าย การลงทุนในการสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้วยค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นนำไปสู่ภาระทางการเงินต่อชุมชน นอกจากนี้ การก่อสร้างและการจัดการแข่งขันอาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การเพิ่มขึ้นของขยะและมลพิษทางอากาศ ตลอดจนควรมีการจัดการปัญหาการจราจรและความเสี่ยงด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัสรินทร์ พัฒนเมธีวิชญ์ (2567) พบว่าการจัดการอีเวนต์กีฬาเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่จัดงาน โดยเฉพาะประเภทกีฬาที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย การจัดการงานอีเวนต์กีฬาให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญหลายด้าน ประการแรกคือ ผู้จัดงานต้องกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อวางแผนการสื่อสารการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น ประการที่สองคือการสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับงานผสมผสานเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเข้ากับกิจกรรมกีฬา เช่น การออกแบบเส้นทางให้ผ่านแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ การนำเสนออาหารท้องถิ่น หรือการสอดแทรกวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นเข้าไปในงาน ประการที่สามคือ การบูรณาการการสื่อสารการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยใช้เครื่องมือการตลาดที่หลากหลาย ทั้งการตลาดทางตรง การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วม ประการสุดท้ายคือ การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ทั้งผู้จัดงาน ผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร ชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้เข้าร่วมงาน

ในขณะเดียวกัน ประภัสสร มีน้อย และนรินทร์ สังข์รักษา (2562) กล่าวถึงการจัดการกิจกรรมกีฬาและการพัฒนารูปแบบการจัดการด้วยแนวคิด SPORT-K Model ในพื้นที่ภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย มีความโดดเด่นทั้งภูมิประเทศ การเข้าถึง และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย การพัฒนามาตรฐานการจัดการแข่งขัน การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน และการบูรณาการเทคโนโลยีสมัยใหม่ ในด้านการจัดการ มาตรฐานเป็นหัวใจสำคัญของการจัดกิจกรรมกีฬาคครอบคลุมทั้งมาตรฐานสนามแข่งขัน อุปกรณ์ และการดำเนินการ การรักษามาตรฐานระดับสูงช่วยสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดนักกีฬาและผู้ชมให้กลับมาร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ มาตรฐานความปลอดภัยและการบริการยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดงาน การสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมกีฬา โดยเฉพาะการมี

ส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในฐานะเจ้าบ้าน การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีบทบาทในการวางแผน ดำเนินการ และติดตามผล มีส่วนช่วยสร้างความรู้สึกรับผิดชอบและความเป็นเจ้าของของกิจกรรม การจัดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดบทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบที่ชัดเจน รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการ กิจกรรมกีฬาให้บรรลุเป้าหมาย ผลกระทบของการจัดกิจกรรมกีฬาสถาบันสามารถพิจารณาได้ในหลายมิติ ด้านเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น กระตุ้นการท่องเที่ยว และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ ด้านสังคม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน สร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น และพัฒนา ศักยภาพของบุคลากรในพื้นที่ คำนึงถึงผลกระทบด้านลบต่อการสังคมผ่านการสร้างจิตสำนึกและความ รับผิดชอบต่อส่วนรวมกันระหว่างผู้จัด ผู้เข้าร่วมงาน และชุมชน ด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการ ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน มีการเฝ้าระวังผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของ ชุมชน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการจัดการกิจกรรมกีฬาด้วยการใช้แพลตฟอร์ม ออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ การจัดการข้อมูล และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ยังมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้จัดงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนำไปสู่การ ยกระดับมาตรฐานการจัดการกิจกรรมกีฬาในภาพรวม การบูรณาการองค์ประกอบทั้งหมดตาม แนวคิด SPORT-K Model ช่วยสร้างกรอบการทำงานที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ

ในมุมมองของชุมชนท้องถิ่น ปาริฉัตร บึงโหล่ และคณะ (2567) ได้ศึกษาว่า การพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นกลไกที่ส่งผลกระทบหลากหลายด้านต่อชุมชนท้องถิ่น ในมิติทางเศรษฐกิจ สามารถเพิ่มรายได้ให้กับพื้นที่ โดยสร้างงานในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และการ ขนส่ง อีกทั้งยังส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การปรับปรุงสนามกีฬา ถนน และระบบ สาธารณูปโภคที่จำเป็น อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่นและสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับชุมชน ในแง่มุมมองสังคม มักจะเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ เผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณี ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น การปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนยังช่วยส่งเสริม การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอาจนำมาซึ่งปัญหาสังคม เช่น ความแออัดของประชากร การเพิ่มขึ้นของอาชญากรรม และความขัดแย้งในเรื่องทรัพยากร สำหรับ มิติทางสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬานำมาซึ่งความกังวลในเรื่องการใช้ ทรัพยากรธรรมชาติที่เพิ่มขึ้นและความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นและการบุกรุกพื้นที่ธรรมชาติ จึงมีความสำคัญยิ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นช่วยส่งเสริมให้การจัดกิจกรรมเป็นไปในทิศทางที่ สร้างสรรค์และเกิดผลดีต่อทุกฝ่าย ในขณะที่ การจัดงานกีฬาในชุมชนท้องถิ่นมีความสำคัญในหลาย มิติ รวมถึงทัศนคติของชุมชนและบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการพัฒนาและจัด กิจกรรม

อย่างไรก็ตาม การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกบางครั้งอาจเกินกว่าที่งบประมาณในท้องถิ่นจะรองรับได้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน นักกีฬา และนักลงทุน ควรเรียนรู้ที่จะทำงานร่วมกันเพื่อให้การจัดงานกีฬาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในแง่ของนโยบาย การจัดสรรงบประมาณ และการกำหนดกฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนากีฬาในพื้นที่ท้องถิ่นถือเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จ นอกจากนี้ ภาคเอกชนยังมีบทบาทในการสนับสนุนเช่นเดียวกัน โดยหนึ่งในปัญหาสำคัญที่มักเกิดขึ้นข้อจำกัดด้านงบประมาณและทรัพยากรในระดับท้องถิ่น การจัดสรรทรัพยากรอย่างไม่เท่าเทียม หรือปัญหาทางกฎหมายที่จำกัดบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการสนับสนุนกีฬาอาชีพ รวมถึงการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ไม่ดีอาจนำไปสู่การเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และการไม่ยอมรับจากชุมชนหากไม่มีการบริหารงานที่เหมาะสม รวมถึงการว่างกลยุทธ์ร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ช่วยสร้างผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว และเพิ่มโอกาสในการยอมรับและการสนับสนุนจากชุมชนอย่างกว้างขวาง (วรวิทย์ เหล่าบ้านค้อ, 2566)

2.3 การพัฒนาองค์ประกอบของการจัดอีเวนต์ประเภทกีฬา

จรัสพล ชนะสิทธิ์ และอนุจิตร ชินสาร (2567) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษาของจังหวัดศรีสะเกษเผยให้เห็นถึงจุดแข็งด้านความหลากหลายทางทรัพยากร ทั้งในรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมเชิงกีฬา มีการจัดการแข่งขันกีฬาที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับประเทศ รวมถึงการจัดกิจกรรมกีฬาที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีเฉพาะถิ่น นอกจากนี้ จังหวัดยังมีสนามกีฬาที่ได้มาตรฐาน เช่น สนามฟุตบอลระดับสากล โรงยิมเนเซียม และสนามกอล์ฟ สามารถรองรับการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันระดับชาติและนานาชาติได้ สิ่งเหล่านี้ช่วยส่งเสริมความน่าสนใจและสร้างความโดดเด่นให้กับทีมกีฬา นักกีฬา และสโมสรกีฬาในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดที่สำคัญ ยังคงเกี่ยวข้องกับการขาดสนามบินซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างพื้นที่ รวมถึงจำนวนที่พักที่มีอยู่อย่างจำกัด และคุณภาพของที่พักที่ยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลทั้งในด้านความสะดวกสบาย และความคุ้มค่าของราคา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวยังอยู่ในระดับต่ำ และจังหวัดยังไม่มีจัดการแข่งขันกีฬาที่เจาะกลุ่มเฉพาะหรือกีฬาที่มีมูลค่าสูง รวมถึงแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐาน การดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยเพิ่มศักยภาพของพื้นที่ ตลอดจนการเผชิญหน้ากับความท้าทายจากจังหวัดใกล้เคียง อย่างจังหวัดบุรีรัมย์เป็นคู่แข่งสำคัญในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และยังมีหลากหลายในการจัดกิจกรรม นอกจากนี้ ศรีสะเกษยังขาดการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่และเทคโนโลยีในกระบวนการพัฒนา และไม่มีแผนการพัฒนาด้านโลจิสติกส์

การขนส่งสาธารณะ และการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ อย่างชัดเจน จากการวิเคราะห์ดังกล่าวนำไปสู่การเน้นการสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของจังหวัดในฐานะเมืองท่องเที่ยวและกีฬาระดับสากล พร้อมทั้งส่งเสริมการลงทุนในด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาบุคลากรในระดับชาติ การประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัย รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน สิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และลดข้อจำกัดที่จังหวัดเผชิญอยู่

ในขณะเดียวกัน จินตวัฒน์ ศิริรัตน์ (2566) อธิบายถึงการเป็นเจ้าภาพโอลิมปิกของหลายประเทศในช่วงเวลาต่าง ๆ ได้แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการปรับภาพลักษณ์และพัฒนาประเทศในหลายมิติ เช่น ในปี ค.ศ. 1964 ประเทศญี่ปุ่นใช้โอกาสนี้ในการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์จากประเทศชาตินิยมที่เคยมีบทบาทในสงครามโลกครั้งที่สองที่มีส่วนร่วมในประชาคมระหว่างประเทศ และมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น รถไฟความเร็วสูงชินกันเซน และการใช้เทคโนโลยีในการแข่งขันกีฬา นอกจากนี้ ยังระมัดระวังในการนำเสนอวัฒนธรรม โดยเลือกใช้ภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับชาวต่างชาติ ต่อมาในปี ค.ศ. 1988 ประเทศเกาหลีใต้ใช้โอลิมปิกเป็นเวทีในการเรียกร้องประชาธิปไตยและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ในฐานะประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับมหกรรมกีฬาระดับโลกนี้ยังส่งผลให้อัตราการลงทุนและการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์จากประเทศที่เคยมีความรุนแรงทางการเมืองและความยากจน มาเป็นประเทศประชาธิปไตยและอุตสาหกรรมชั้นนำของโลก จากนั้นในปี ค.ศ. 2008 ประเทศจีนได้ใช้โอลิมปิกเป็นเวทีในการแสดงถึงความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม พร้อมกับประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของจีนที่ให้ความสำคัญกับการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ หลังจากนั้น ในช่วงปี ค.ศ. 2014 ประเทศรัสเซียใช้โอลิมปิกฤดูหนาวเป็นโอกาสในการเสริมสร้างอำนาจทางการเมืองและฟื้นฟูความเป็นมหาอำนาจของประเทศ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับรัสเซียผ่านชัยชนะด้านกีฬา แม้ว่าจะมีความท้าทายจากความมุ่งหวังทางการเมืองที่อาจละเลยการพัฒนาทางสังคมและเศรษฐกิจ และในปี ค.ศ. 2016 ประเทศบราซิลใช้โอลิมปิกเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายต่างประเทศในการเผยแพร่ภาพลักษณ์ใหม่ของประเทศสู่สายตาประชาคมโลก อาจกล่าวได้ว่า การเป็นเจ้าภาพโอลิมปิกมีคุณค่าอย่างมากต่อหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา เนื่องจากเป็นเครื่องมือและโอกาสสำคัญในการพลิกโฉมประเทศ อย่างไรก็ตาม ความท้าทายที่ยังคงมีอยู่ เช่น ปัญหาสิทธิมนุษยชนและสิ่งแวดล้อม ยังคงส่งผลกระทบต่อการพยายามในการปรับภาพลักษณ์ของประเทศเหล่านี้

ในมุมมองของ Kurtzman & Zauhar (1997) ยังคงจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกเป็น 5 ประการ ได้แก่ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) กีฬาในรีสอร์ท (Sport Resorts) สิ่งดึงดูดใจด้านกีฬา (Sport Attractions) การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อกีฬา (Sport Tour)

การท่องเที่ยวกีฬาทางน้ำ (Sport Cruises) โดยแต่ละประเภทล้วนเกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และสังคมโดยรอบพื้นที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นหลัก ตลอดจนการขยายผลไปสู่กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เนื่องจากเป็นการจัดกิจกรรมที่ถูกลงแผน สถานที่และกำหนดระยะเวลาในช่วงใดช่วงหนึ่ง สามารถจัดขึ้นได้ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับโลก อีกทั้งยังผสมผสานวัฒนธรรมเอกลักษณ์เฉพาะในท้องถิ่น เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับอีเวนต์เชิงกีฬามากขึ้น นอกจากนี้ยังมีความเกี่ยวข้องกับสถานที่และสิ่งดึงดูดใจด้านกีฬา (Sport Attractions) หมายถึง สภาพแวดล้อมของสถานที่ร่วมกับกิจกรรมทางกายภาพ (Physical Activities) ที่น่าสนใจ เช่น ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬาที่สามารถใช้สำหรับจัดการแข่งขันรายการกีฬาต่าง ๆ รวมไปถึงพิพิธภัณฑ์หรือสถานที่สำคัญในอดีต นอกจากนี้ สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติก็สามารถช่วยเพิ่มความน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะภูมิประเทศ สภาพอากาศที่เอื้อต่อการฝึกซ้อมหรือการเล่นกีฬาของผู้เข้าแข่งขัน

ในมุมมองของ สัจจา ไกรสรรัตน์ (2561) อธิบายถึง แนวคิดการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Event Tourism) โดยใช้เครื่องมือทางการตลาดมาเสริมสร้างการรับรู้และตระหนักในกิจกรรมและสถานที่จัดงาน กิจกรรมเชิงกีฬาดังกล่าวก็เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาถูกจัดเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หรือ Tourism Product ในการพัฒนาเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจและขยายฐานกลุ่มเป้าหมายของผู้เข้าร่วมงานได้อีกด้วย รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์เมืองให้เป็นที่รู้จักในแวดวงบุคคลภายนอกมากขึ้น เช่น นักกีฬา สื่อมวลชน ภาครัฐ เครือข่ายต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ที่มีเสน่ห์ของชุมชนและยังเป็นการสื่อถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่จัดงาน ผู้เข้าร่วมงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการบริหาร ได้ร่วมกันออกแบบสร้างสรรค์รูปแบบให้แตกต่างจากงานอื่น ๆ ทำให้ผู้เข้าร่วมงานรู้สึกถึงความพิเศษในงาน ได้รับคุณค่าด้านประสบการณ์ใหม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวนอกเหนือจากสถานที่จัดงาน

Weed & Bull (2004) อธิบายถึงองค์ประกอบของกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา หรือ Sport Event ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง สิ่งดึงดูดใจ อาหาร นันทนาการและความบันเทิง นำไปสู่การสร้างสิ่งดึงดูดใจจากบรรยากาศโดยรอบ ไม่ว่าจะเป็นภูมิอากาศ ทัศนียภาพ วัฒนธรรม การต้อนรับ และความเป็นธรรมชาติ ต่อมาคือสิ่งดึงดูดใจถาวร เช่น สวนสาธารณะกลางแจ้ง โบราณสถาน สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม นอกจากนี้ โปรแกรมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เทศกาลงานชุมชน กลุ่มนำเที่ยวระดับชุมชนการศึกษาประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นย่อมสามารถดึงดูดใจได้อีกทางหนึ่ง เนื่องด้วยการจัดกิจกรรมดังกล่าวสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเป็นที่นิยมมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลประกอบกับการให้สื่อมวลชนสามารถเยี่ยมชมเพื่อศึกษาและนำข้อมูลไปเผยแพร่แก่สาธารณชน ก่อให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและขยายฐานกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมงาน

รายใหม่ Getz (1997) อธิบายปัจจัยเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมให้มีความพิเศษ ได้แก่ การวางแผนวัตถุประสงค์ที่หลากหลายด้าน สร้างกิจกรรมที่มีบรรยากาศสนุกสนาน ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์พร้อมทั้งการพักผ่อนหย่อนใจ โดดเด่นด้วยเอกลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับกิจกรรม ความเชื่อของวัฒนธรรมดั้งเดิมสามารถนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ของกิจกรรมร่วมกับประเพณีธรรม เนียมปฏิบัติของท้องถิ่น ความยืดหยุ่นของเวลาและสถานที่ควรปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อสร้างความประทับใจในครั้งแรกแก่ผู้เข้าร่วมงาน นอกจากนี้ องค์ประกอบสำคัญของกิจกรรมพิเศษแล้วนั้นยังต้องเพิ่มทักษะและความรู้ที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน แบ่งเป็นกลุ่มงานย่อย ได้แก่ (1) งานบริหารตามกรอบระยะเวลา รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดซื้อ จัดจ้าง ข้อมูลข่าวสาร ทรัพยากรบุคคลและการเงิน งานวางแผนภาพรวม ออกแบบ ควบคุมการจัดทำ กำหนดการและรายละเอียดกิจกรรมภายในงาน วางแผนด้านอาหารและเครื่องดื่ม งานการตลาด การจัดหาผู้สนับสนุน กิจกรรมการขาย ส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ วางแผนการตลาด จัดนิทรรศการและส่งเสริมการตลาด (2) งานด้านปฏิบัติการเฉพาะด้าน การจัดการสถานที่ จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่งรวมถึงการเดินทาง การติดต่อและประสานงานกับผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจน การต้อนรับและดูแลผู้เข้าร่วมงาน (3) งานด้านการจัดการความเสี่ยง รวมทั้งการดูแลในเรื่องสุขภาพ และรักษาความปลอดภัย ออกกฎระเบียบและติดตามให้ดำเนินการไปตามกฎข้อบังคับ จัดทำ ประกันภัยสำหรับชีวิตและทรัพย์สินเพื่อป้องกันการเกิดเหตุ (EMBOK, 2007) อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความสนใจในประเทศไทย เนื่องจากการผสมผสานความโดดเด่นของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรม และกิจกรรมกีฬาเข้าด้วยกันสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ (1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ เดินทางเพื่อเล่นกีฬา (Active Sport Tourism) เหมาะกับกลุ่มผู้ชื่นชอบการเล่นกีฬา เพื่อเน้น กิจกรรมการพัฒนาสมรรถภาพโดยตรง ทั้งในรูปแบบการแข่งขันหรือการเล่นเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงนักกีฬามืออาชีพและสมัครเล่นที่เดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมในสถานที่ต่าง ๆ ตอบสนองความต้องการด้านการออกกำลังกายและประสบการณ์ส่วนตัว ช่วยสร้างโอกาสและท้าทายความสามารถของทักษะการเล่นกีฬา (2) กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อเข้าชมการแข่งขันกีฬา (Sport Event Tourism) เกี่ยวข้องกับการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าร่วมงานมหกรรมกีฬาหรือชมการแข่งขันที่จัดขึ้นในประเทศนั้น ๆ เช่น การแข่งขันฟุตบอลระดับนานาชาติ การแข่งขันรถฟอร์มูลาวัน กรังด์ปรีซ์ หรืออาจเป็นกิจกรรมกีฬาที่มีลักษณะเฉพาะ หรือแม้กระทั่งผู้เข้าชมหรือผู้สังเกตการณ์ (Spectators) และนักกีฬาผู้เข้าแข่งขัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของประเทศไทยมีความโดดเด่นเรื่องสร้างการแข่งขัน กีฬาให้ผู้คนมาเข้าร่วม เน้นไปที่การจัดกีฬาในแหล่งท่องเที่ยวตามสภาพอากาศ ภูมิประเทศ และเวลาที่เหมาะสม หากมีการเชิญทีมนักกีฬาที่มีชื่อเสียงมาร่วมการแข่งขัน เพื่อเป็นเครื่องมือที่สามารถ กระตุ้นรายได้และจำนวนผู้เข้าชมได้ดียิ่งขึ้น (3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เน้นเดินทางมาประเทศไทย

เพื่อเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางกีฬา (Nostalgia Sports Tourism) เช่น พิพิธภัณฑ์หรืออนุสรณ์สถานเกี่ยวกับกีฬา แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ เน้นสถานที่หรือวัตถุ และ เน้นประสบการณ์ทางสังคม นอกจากนี้ การบริหารจัดการกิจกรรมกีฬาให้ประสบความสำเร็จต้องคำนึงถึงการบูรณาการระหว่างทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น การตลาดเชิงกลยุทธ์ และการจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมงานทุกกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนบรรยากาศโดยรวม ทำเลที่ตั้ง และความปลอดภัยของสถานที่ (ธนวัฒน์ รัตนเดโช, 2563)

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับอีเวนต์ประเภทกีฬา (Sport Event) ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การจัดงานที่มีบทบาทสำคัญ ทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม มุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์ผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดงานกีฬาในแต่ละระดับ เริ่มจาก แต่ยังส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ การคมนาคมขนส่งในท้องถิ่น และสถานที่ให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมงานทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังสามารถดึงดูดการลงทุนจากกลุ่มนักลงทุนที่มองเห็นศักยภาพของการจัดงานและแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเมืองหรือประเทศเจ้าภาพ อย่างไรก็ตามทางผู้จัดงานควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านเงินทุนเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงเป็นอันดับแรก อาทิ กรณีที่ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงอาจมีมูลค่าสูงเกินกว่าผลตอบแทนที่ได้รับ ควรมีแผนรองรับความเสี่ยงดังกล่าวและศึกษารายงานผลการดำเนินงานในอดีตประกอบกับแผนการดำเนินงานในอนาคต สำหรับในแง่ของสังคม กีฬาเป็นสัญลักษณ์แห่งการสร้างสามัคคีและความภาคภูมิใจ รวมถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาทั้งหมดนี้ล้วนสามารถกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ และความเชื่อมโยงกันในสังคม ตลอดจนการยกระดับสุขภาพจิตของผู้เข้าร่วมงาน นอกจากนี้ ด้านวัฒนธรรม กีฬามักถูกใช้เป็นพื้นที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์เฉพาะและความหลากหลายทางวัฒนธรรมในประเทศเจ้าภาพ ช่วยส่งเสริมความเข้าใจระหว่างประเทศและเพิ่มความน่าสนใจในเชิงการท่องเที่ยวและชุมชน อย่างไรก็ตามการวางแผนอย่างรอบคอบสามารถลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อผลการดำเนินงานที่เป็นไปด้วยดีเกิดความยั่งยืนทั้งในด้านเงินทุนและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างผลกระทบที่ดีต่อประเทศเจ้าภาพได้ในระยะยาว

3.การแข่งขัณรถฟอร์มูลาวัน (Formula One)

3.1 ความสำคัญของการแข่งขัณรถฟอร์มูลาวัน

Jensen et al. (2024) กล่าวว่า การสำรวจกลยุทธ์และศึกษาผลกระทบทางการตลาดของธุรกิจเกี่ยวกับการแข่งขัณรถฟอร์มูลาวัน (Formula One: F1) ในฐานะสปอนเซอร์ของงานระดับโลกแสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนของการสร้างความร่วมมือระหว่างแบรนด์ในบริบทระดับนานาชาติ

การเป็นสปอนเซอร์ในการแข่งขันฟอร์มูลาวัน เป็นตัวอย่างหนึ่งของทฤษฎีแลกเปลี่ยนทางธุรกิจระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B Exchange Theory) แต่ละแบรนด์ยังคงมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือกับทีมและกิจกรรมการแข่งขันระดับสูง เพื่อเพิ่มการรับรู้และเสริมสร้างส่วนแบ่งทางการตลาด อีกทั้งกระบวนการตัดสินใจในการเป็นสปอนเซอร์จึงถูกขับเคลื่อนด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับในมิติด้านภูมิศาสตร์และความเป็นนานาชาติของทั้งผู้สนับสนุนและทีมมีบทบาทสำคัญ สามารถเลือกที่จะเน้น "ประเทศต้นกำเนิดร่วม" (COO: Country of Origin) กับทีม เพื่อสร้างความดึงดูดในตลาดภายในประเทศ หรือใช้ "ความเป็นต่างชาติ" เพื่อถ่ายทอดภาพลักษณ์ของความสามารถในการแข่งขันและคุณภาพระดับโลก แนวทางดังกล่าวสามารถสะท้อนถึง "ทฤษฎีการส่งสัญญาณ" (Signaling Theory) ทำหน้าที่เป็นสัญญาณที่ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มคุณลักษณะของแบรนด์ที่เกี่ยวข้องกับสัญชาติ แม้ว่าความใกล้ชิดจะสามารถเสริมสร้างการรับรู้และความเหมาะสมของผู้บริโภค แต่ความร่วมมือประเภทนี้อาจมีต้นทุนที่สูงและซับซ้อนในการประเมินผลตอบแทนของนักลงทุนมีทีมจาก 20 ประเทศและผู้สนับสนุนจาก 28 ประเทศ อย่างไรก็ตาม ผลการแข่งขันของทีมเป็นตัวกำหนดสำคัญต่อความยั่งยืนของการเป็นสปอนเซอร์ ทีมที่ประสบความสำเร็จไม่เพียงแต่ดึงดูดนักลงทุนให้หันมาลงทุนมากขึ้น แต่ยังสร้างความร่วมมือที่ยาวนานยิ่งขึ้น เนื่องจากผลการแข่งขันที่โดดเด่นจากทีมคู่แข่งสามารถช่วยเพิ่มการรับรู้ในศักยภาพของแบรนด์และมูลค่าหุ้นของผู้สนับสนุน แต่ในทางตรงกันข้ามทีมที่มีผลการแข่งขันไม่ดีนั้นอาจส่งผลให้ผู้สนับสนุนยุติการสนับสนุน โดยสะท้อนถึงความสัมพันธ์แบบวัฏจักรระหว่างสิ่งที่ได้รับการประสบความสำเร็จของทีม ในขณะที่บางแบรนด์มุ่งเน้นเรื่องราวความเป็นมาของทีม เช่น ทีมที่กำลังเติบโตหรือความสำเร็จจากจุดเริ่มต้นที่ต่ำกว่าโดยที่การตัดสินใจในการเป็นสปอนเซอร์ยังคงได้รับอิทธิพลจากปัจจัยของผู้สนับสนุน เช่น มูลค่าแบรนด์ (Brand Equity) ความสอดคล้อง (Congruence) และความรับผิดชอบทางการเงิน (Financial Accountability) หากแบรนด์ที่มีมูลค่าสูงมักมีความมั่นคงในความร่วมมือ พร้อมกับการสร้างกับทีมการแข่งขันช่วยเพิ่มการรับรู้ถึงความร่วมมือ และบริษัทที่มีการซื้อขายในตลาดหุ้นต้องรับผิดชอบต่อทางการเงินสูงจึงมองหาการลงทุนที่ชัดเจนในระยะยาวเช่นกัน เมื่อกล่าวถึงบริบททางเศรษฐกิจระดับมหภาค เช่น อัตราเงินเฟ้อและการเติบโตของ GDP ส่งผลต่อความสัมพันธ์ในด้านงบประมาณของทีมและความเชื่อมั่นด้านการลงทุนของผู้สนับสนุน ในขณะเดียวกันแนวโน้มด้านอุตสาหกรรม เช่น เทคโนโลยีและยานยนต์ ยังเป็นการประยุกต์ใช้ให้เกิดความสามารถในการแข่งขันฟอร์มูลาวันที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและความเป็นเลิศด้านวิศวกรรมช่วยส่งเสริมให้เกิดความคุ้มค่าจากความร่วมมือสำหรับทั้งสองฝ่าย ในด้านผลกระทบต่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ พบว่าการแข่งขันฟอร์มูลาวันนั้นส่งผลกระทบต่อ

นอกเหนือจากขอบเขตของวงการกีฬาทั่วไป อาจกลายเป็นกลยุทธ์แบรนด์ในระดับนานาชาติ ตั้งแต่การสร้างวัตถุประสงค์ขององค์กร การมีส่วนร่วมของผู้ชม ตลอดจนการนำตัวชี้วัดที่มีประสิทธิภาพมาเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการประเมินและเพิ่มประสิทธิภาพของการลงทุนในสปอนเซอร์ นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของสื่อดิจิทัลยังช่วยขยายขอบเขตและผลกระทบของความร่วมมือจากการแข่งขันดังกล่าว ทำให้ต้องการกลยุทธ์ที่ปรับเปลี่ยนได้สอดคล้องกับความผันผวนของตลาดโลกที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว

ในขณะเดียวกัน Fahy (2021) อธิบายว่า การแข่งขันฟอร์มูลาวัน หรือ F1 เป็นกีฬามอเตอร์สปอร์ตที่มีความนิยมระดับโลกกลายเป็นปรากฏการณ์สำคัญในตลาดสหรัฐอเมริกา ความนิยมที่เพิ่มขึ้นของการแข่งขันฟอร์มูลาวันในสหรัฐฯ ไม่ได้เกิดจากการแข่งขันที่ดุเดือดเพียงอย่างเดียว แต่ยังมาจากปัจจัยทางธุรกิจ การตลาด และรูปแบบการแข่งขันที่ปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภค หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่กำหนดความนิยมในสหรัฐฯ คือ "ความไม่แน่นอนของผลการแข่งขัน" ส่งผลต่อความต้องการติดตามชมของผู้ชม โดยความแตกต่างของอัตราเดิมพันระหว่างผู้ขับที่อยู่ในอันดับต้น ๆ เช่น อันดับ 1 ถึงอันดับ 5 ส่งผลโดยตรงต่อความสนใจของผู้ชม สำหรับการแข่งขันที่มีผลลัพธ์คาดเดาได้ในระดับที่เหมาะสมช่วยสร้างสมดุลระหว่างความตื่นเต้นและความไม่แน่นอน ทำให้ผู้ชมรู้สึกเพลิดเพลินมากกว่าการแข่งขันทั่วไป ในอีกด้านหนึ่ง ผู้สนับสนุนของทีมฟอร์มูลาวันมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานและเสริมสร้างศักยภาพของการแข่งขัน ทั้งในมิติการพัฒนาการแข่งขัน และการส่งเสริมแบรนด์ อาทิ เชลล์ (Shell) เป็นผู้สนับสนุนด้านเชื้อเพลิงของทีมเฟอร์รารี หรือเปโตรนาส (Petronas) เป็นผู้สนับสนุนหลักของทีมเมอร์เซเดสที่แสดงชื่อแบรนด์ในชื่อทีม “Mercedes AMG Petronas F1 Team” การสนับสนุนเหล่านี้ช่วยเสริมภาพลักษณ์และการจดจำแบรนด์ในระดับโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐฯ ที่การแข่งขันกีฬาและความร่วมมือกับแบรนด์มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ในมุมมองของตลาดผู้ชมในสหรัฐอเมริกา เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่การก่อตั้งทีมอเมริกันอย่าง Haas ในปี ค.ศ. 2016 และการนำเสนอการแข่งขันผ่านช่องทางที่เข้าถึงได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดสด หรือผ่านบริการสตรีมมิ่งที่เข้าถึงได้ทั่วโลก การนำเสนอเนื้อหาผ่านช่องทางดิจิทัล อาทิ F1 TV ช่วยให้ผู้ชมสามารถสัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นมุมมองจากกล้องในรถแข่ง (Onboard Cameras) หรือการวิเคราะห์เชิงลึกก่อนและหลังการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ไม่เพียงแต่ดึงดูดผู้ชมกลุ่มใหม่ แต่ยังสร้างการมีส่วนร่วมที่เข้มข้นขึ้นในกลุ่มเป้าหมายผู้ชมเดิม ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างผลการแข่งขันกับความนิยมในกีฬานี้ยังสะท้อนให้เห็นในช่วงที่ทีม Mercedes และนักแข่ง Lewis Hamilton ครองแชมป์อย่างต่อเนื่อง การเพิ่มส่วนแบ่งรายได้ให้กับทีมที่อยู่ล่างสุดของตารางคะแนน เพื่อช่วยลดช่องว่างระหว่างทีมใหญ่

และทีมเล็ก จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยเพิ่มความสมดุลในการแข่งขันและเสริมสร้างความสนใจของผู้เข้าร่วมงาน

3.2 การศึกษาผลกระทบของการแข่งขันฟอร์มูลาวัน

นอกจากนี้ Shields & Reavis (2020) อธิบายว่าการแข่งขันฟอร์มูลาวัน (Formula One) เป็นกีฬาการแข่งขันระดับสูงสุดของโลกที่มีความสำคัญทั้งในแง่ของความบันเทิงและการแสดงความสามารถทางด้านเทคโนโลยี การแข่งขันมีลักษณะเป็นการแข่งรถยนต์ที่นั่งเดียวแบบเปิดหลังคา ถูกมองว่าเป็นการทดลองเทคโนโลยีสำหรับผู้ผลิตรถยนต์ ในช่วงการแข่งขันฤดูกาลปี ค.ศ. 2019 ประกอบด้วย 21 รายการ มีจำนวนผู้เข้าชมรวมกว่า 4.2 ล้านคน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 2 จากปี ค.ศ. 2018 แม้ว่าจะมีการยกเลิกบางส่วนของการแข่งขันในประเทศญี่ปุ่นอันเนื่องจากไต้ฝุ่น นอกจากนี้ยังมีผู้ชมสะสมผ่านการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์กว่า 1.9 พันล้านคน ถือว่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 จากปี ค.ศ. 2018 แต่จำนวนผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่กลับลดลงคิดเป็นร้อยละ 4 เหลือเพียง 471 ล้านคน แต่พบว่าในเว็บไซต์ F1.com มียอดการเข้าชมรวมกว่า 1.1 พันล้านครั้งในฤดูกาลเดียว และโซเชียลมีเดียของกีฬานี้มีผู้ติดตามมากกว่า 25 ล้านคน สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชมที่มีอายุน้อยและเป็นผู้หญิงเพิ่มจำนวนขึ้นคิดเป็นร้อยละ 41 ของฐานผู้ชมทั้งหมดที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี อีกทั้งฟอร์มูลาวันยังได้รับการพัฒนาให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มแฟนคลับที่ต้องการความตื่นเต้นและสิ่งใหม่ ๆ จากการแข่งขันมากขึ้น ถึงแม้ว่าฟอร์มูลาวันจะเป็นกีฬาที่มีความนิยมอย่างมาก แต่ก็ยังต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายในด้านการแข่งขันในสนาม โดยเฉพาะการขาดการแข่งขันแบบ "ล่อชนล่อ" หรือการแข่งขันระยะประชิด เกิดจากการที่รถยนต์สูญเสียประสิทธิภาพเมื่ออยู่ในแนวอากาศของรถคันหน้าที่สร้างความต้านทานทางอากาศ ส่งผลให้การแข่งในสนามแข่งขันเป็นเรื่องยาก ทางองค์กรผู้ดูแลการแข่งขันฟอร์มูลาวันจึงได้ริเริ่มกฎและข้อบังคับใหม่ในปี ค.ศ. 2021 เพื่อเพิ่มความตื่นเต้นและความยุติธรรมในการแข่งขัน ถึงแม้ว่าการแข่งขันฟอร์มูลาวันเป็นการแข่งขันกีฬาประเภทยานยนต์ แต่ฟอร์มูลาก็ก็นับว่ามีบทบาทสำคัญในการนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ ที่ถูกพัฒนาจากรถแข่งสูตรยนต์บนท้องถนน เช่น เครื่องยนต์เทอร์โบชาร์จที่เริ่มต้นในปี ค.ศ. 1970 และกลายเป็นเทคโนโลยีที่แพร่หลายในอุตสาหกรรมยานยนต์ ในอนาคตภายในปี ค.ศ. 2030 การแข่งขันฟอร์มูลาวันมีเป้าหมายเพื่อลดการปล่อยคาร์บอนสุทธิให้เป็นศูนย์ แสดงถึงความมุ่งมั่นต่อปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการส่งเสริมการพัฒนารถยนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไปแล้วการแข่งขันในฟอร์มูลาวันใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงต่อรอบ นักแข่งแข่งขันด้วยความเร็วเฉลี่ยที่สูงถึง 257 กิโลเมตรต่อชั่วโมง และบางครั้งอาจถึง 370 กิโลเมตรต่อชั่วโมง อีกทั้งยังแสดงถึง

ความท้าทายทั้งด้านร่างกายและจิตใจของนักแข่งอีกด้วย สำหรับนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟอร์มูลาวันไม่ว่าจะเป็นการออกแบบรถยนต์ การกำหนดกลยุทธ์การแข่งขัน หรือการนำเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้ ฟอร์มูลาวันได้สร้างคุณค่าให้กับทั้งวงการกีฬาและอุตสาหกรรมยานยนต์ ในขณะเดียวกันยังมุ่งเน้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มแฟนคลับและการสร้างความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม

Axelsson & Reinholdsson (2022) อธิบายการแข่งขันฟอร์มูลาวันเป็นกีฬามอเตอร์สปอร์ตที่มีหลักการพื้นฐานคล้ายกับกีฬาประเภทอื่น ๆ หากรถคันแรกที่เข้าเส้นชัยจะเป็นผู้ชนะและได้รับคะแนนมากที่สุด ในแต่ละการแข่งขัน หรือที่เรียกกันว่า กรังด์ปรีซ์" (Grand Prix) ในแต่ละฤดูกาลประกอบด้วย 10 ทีม แต่ละทีมมีนักขับ 2 คน รวมเป็น 20 นักขับเพื่อเข้าสู่เส้นชัย คะแนนจะถูกจัดสรรให้แก่ นักขับแต่ละคนและทีมตามลำดับที่เข้าเส้นชัย โดยคะแนนจะลดหลั่นกันไปตามอันดับ เมื่อสิ้นสุดฤดูกาล จะมีการประกาศแชมป์ในสองประเภทหลัก ได้แก่ แชมป์นักขับ (Drivers' Championship) และแชมป์ผู้ผลิต (Constructors' Championship) แชมป์ในตำแหน่งนักขับและทีมไม่จำเป็นต้องเป็นทีมเดียวกันเสมอไป นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงความแตกต่างระหว่างผู้ผลิต (Constructor) และนักขับ (Driver) หนึ่งในจุดเด่นสำคัญของฟอร์มูลาวัน เนื่องจากแต่ละทีมต้องออกแบบสร้างสรรค์รถในแต่ละฤดูกาล ภายใต้ข้อกำหนดที่กำหนดไว้ รวมถึงการแข่งขันด้านเทคโนโลยีและวิศวกรรมระหว่างทีม เพื่อสร้างศักยภาพของยานยนต์ที่เร็วกว่าและมีประสิทธิภาพดีกว่า ทำให้ฟอร์มูลาวันมีเสน่ห์แตกต่างจากกีฬาประเภทอื่น โดยเฉพาะในแง่มุมมองที่สามารถดึงดูดผู้ที่ปกติอาจไม่สนใจกีฬาทั่วไป รวมถึงความหลงใหลในเทคโนโลยีและการพัฒนาด้านวิศวกรรมยานยนต์อีกด้วย นอกจากนี้ยังกล่าวถึงการมีส่วนร่วมของลูกค้า โดยเฉพาะพฤติกรรมที่ลูกค้ามีต่อบริษัทอาจแสดงออกทั้งในเชิงจิตวิทยาและการกระทำที่ชัดเจน สืบเนื่องจากแรงจูงใจที่บริษัทสร้างขึ้นก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น ลูกค้าแบ่งปันประสบการณ์หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัทผ่านปากต่อปาก (Word of Mouth) ช่วยให้บริษัทดึงดูดลูกค้าใหม่และเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารทางการตลาดได้มากขึ้น อีกทั้งทรัพยากรที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมของลูกค้า (Customer-Owned Resources) ทางบริษัทไม่สามารถเข้าถึงได้โดยตรง ได้แก่ เครือข่ายทางสังคมและการเข้าถึงของลูกค้า (Customer Network Asset) สามารถขยายไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ ทรัพยากรทุนความเชื่อถือนและอิทธิพล (Customer Persuasion Capital) ช่วยให้ลูกค้ารับรู้ในความเชื่อมั่นของธุรกิจที่อาจส่งผลต่อผู้บริโภคอื่น รวมถึงความรู้ที่สะสมเกี่ยวกับสินค้าหรือตราสินค้าเป็นแหล่งความรู้ของลูกค้า (Customer Knowledge Stores) ประกอบกับความคิดสร้างสรรค์ (Customer Creativity) ในการนำเสนอแนวคิดใหม่

เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ ไม่เพียงแต่การมีส่วนร่วมของลูกค้าแต่ธุรกิจเองยังต้องสร้างและคิดค้นกลยุทธ์ใหม่อยู่เสมอ อาทิ แนวคิดการส่งเสริมการตลาด (Promotion Marketing) เป็นการใช้ข้อเสนอพิเศษหรือการโฆษณาเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ ในขณะที่การตลาดแบบสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแบรนด์กับลูกค้า (Relationship Marketing) เป็นการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เช่น การให้ส่วนลดสำหรับสมาชิก หรือบริการสมัครสมาชิกรายเดือน เมื่อนำองค์ประกอบมาประยุกต์ร่วมกันเรียกว่า กลยุทธ์การตลาดแบบการมีส่วนร่วมของลูกค้า (Customer Engagement Marketing) หมายถึง การตลาดแบบการมีส่วนร่วมของลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความสำเร็จ โดยเฉพาะในช่วงหลังปี ค.ศ. 2017 ฟอรัมุลาวันได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัลมากขึ้น เช่น การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับ ทีมแข่ง และนักแข่ง ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอย่าง Instagram และการเปิดตัวซีรีส์สารคดี Drive to Survive บน Netflix เพิ่มการมีส่วนร่วมในกลุ่มเป้าหมายใหม่

Bala Ramasamy et., al (2020) กล่าวว่า การจัดงานแข่งขันกีฬาสามารถช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ดี จึงถูกนำไปปรับใช้กับยุทธศาสตร์ในหลากหลายประเทศ เช่น การจัดงานกีฬาโอลิมปิก มักได้รับการขนานนามว่าเป็นการสร้างมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถส่งผลกระทบต่อความน่าสนใจของประเทศหรือเมืองนั้น ๆ ได้ในระยะยาว อย่างไรก็ตามโอกาสการจัดงานขนาดใหญ่นี้มีข้อจำกัดมากและมีค่าใช้จ่ายสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการจัดแข่งขันฟอรัมุลาวัน เทนนิส (Association of Tennis Professionals: ATP) และ กอล์ฟ (Professional Golfers' Association: PGA) เนื่องจากมีเกณฑ์ข้อกำหนดการเป็นเจ้าภาพที่มีความท้าทายและแตกต่างจากการจัดงานกีฬาประเภทอื่น ๆ ในด้านค่าใช้จ่ายนั้นอาจมีมูลค่าสูงขึ้นอยู่กับการจัดการความเสี่ยง การบริหารเงินทุนจากการประเมินสถานการณ์ล่วงหน้าและตอบสนองต่อผลการดำเนินงานในอดีต ในขณะเดียวกันการจัดงานฟอรัมุลาวันส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจในหลายประเทศ จากกรณีตัวอย่างของประเทศแคนาดา การจัดการแข่งขันฟอรัมุลาวันในเมืองมอนทรีออล นับว่าเป็นงานประเภทยักษ์ใหญ่ที่สุดในแคนาดา ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการเดินทางเข้าประเทศและการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนนักท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 9 เมื่อเทียบกับเดือนที่ไม่มีการจัดงาน มีการสร้างรายได้จากการจัดงานมากกว่า 90 ล้านดอลลาร์สหรัฐจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ นอกจากนี้ ในเมืองเชียงใหม่ สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นตัวอย่างหนึ่งที่มีการจัดงานกีฬาประมาณ 160 งานต่อปี รวมถึงการจัดแข่งขันฟอรัมุลาวัน (F1) สืบเนื่องจากความพยายามที่จะเป็นเมืองแห่งกีฬาภายในปี ค.ศ. 2025 กีฬาที่มีผู้ชมจำนวนมากอย่าง Formula One Grand Prix, ATP Tennis และ PGA Golf กีฬาทั้งสามประเภสนี้

ถือเป็นหนึ่งในกีฬาระดับโลกที่ใหญ่ที่สุด และมีตารางการแข่งขันระดับนานาชาติประจำปีอย่างสม่ำเสมอ ทำให้เมืองหรือประเทศเจ้าภาพสามารถจัดงานเป็นส่วนหนึ่งของปฏิทินประจำปี รวมถึงการเชื่อมโยงภาพลักษณ์ของกีฬากับสถานที่จัดงานได้ในระยะยาว ดังนั้น การเลือกกีฬาที่จะจัดมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติและสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ดีที่สุด สอดคล้องกับ Rasmus K. Storm et., al (2019) อธิบายว่า การแข่งขันฟอร์มูลาวันเป็นหนึ่งในกิจกรรมกีฬาระดับโลกที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ในระยะยาวนั้น ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจมักไม่เพียงพอที่จะครอบคลุมต้นทุนการลงทุนของการก่อสร้างทั้งหมด ด้วยเหตุนี้เองอาจนำไปสู่การเกิดค่าเสียโอกาส ในส่วนของงบประมาณสาธารณะในประเทศ นอกจากนี้ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและประชากรในพื้นที่เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น เมื่อมีการจัดการแข่งขันฟอร์มูลาวัน แม้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ แต่ในขณะเดียวกันพบว่า มีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่อาจหลีกเลี่ยงพื้นที่ดังกล่าว เนื่องจากภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมและความแออัดในพื้นที่ อีกทั้งประชากรในพื้นที่บางส่วนอาจหลีกเลี่ยงการใช้ชีวิตในเขตพื้นที่โดยรอบของการแข่งขัน โดยเฉพาะเมื่อการแข่งขันกลายเป็นกิจกรรมประจำปีก็ก่อให้เกิดเสียงรบกวน สร้างมลพิษ การจราจรติดขัด หรือผลกระทบอื่นๆ ที่ทำให้คุณภาพชีวิตของชุมชนลดลง แต่ในขณะเดียวกันผู้สนับสนุนการแข่งขันฟอร์มูลาวันมักให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศเจ้าภาพ การสร้างความสามัคคีในชุมชนหรือภูมิภาคของประเทศเจ้าภาพ ตลอดจนการสร้างแรงบันดาลใจในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีและวิศวกรรมยานยนต์มากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการบริหาร การลงทุนที่ยั่งยืน และการสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงิน และไม่ใช่ตัวเงิน ดังนั้นควรได้รับการจัดการอย่างระมัดระวังและโปร่งใส เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อประชาชนและประเทศเจ้าภาพในระยะยาว

Wieczorek (2019) ศึกษาถึงการแข่งขันฟอร์มูลาวันที่เป็นการแข่งขันรถยนต์ระดับสูงสุด โดยในแต่ละปีมีผู้สนใจเข้าร่วมชมและติดตามเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การแข่งขันไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมกีฬาสport แต่ยังพัฒนาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่การแข่งขัน Grand Prix (GP) ครั้งแรก มีการจัดการแข่งขันในหลายประเทศและหลายทวีป ทุกสัปดาห์ของการแข่งขันไม่ได้มีเพียงนักแข่งเท่านั้นที่ทำหน้าที่ในสนาม แต่ยังมีทีมงานมืออาชีพและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอีกมากมายที่ร่วมกันทำให้การแข่งขันดำเนินไปอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกันการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ในบริบทของการแข่งขันฟอร์มูลาวันยังคงเป็นส่วนสำคัญที่ไม่อาจแยกออกจากกระบวนการต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรม โดยเฉพาะการแข่งขันฟอร์มูลาวัน ถูกยกย่องว่าเป็น “ราชินีแห่งกีฬามอเตอร์สปอร์ต” ที่ต้องการการสนับสนุนจากการบริการโลจิสติกส์เป็นอย่างมาก ไม่เพียงแต่เพื่อให้การแข่งขันดำเนินไป

ได้อย่างราบรื่นตามหลักการสำคัญของ กฎ 5R ครอบคลุมถึงการจัดหาอย่างถูกต้อง ประกอบด้วย ทรัพยากรที่เหมาะสม (Right Quality) สถานที่ที่ถูกต้อง (Right Place) เวลาเหมาะสม (Right Time) จำนวนที่ถูกต้อง (Right Quantity) และเงื่อนไขที่เหมาะสม (Right Cost) ความท้าทายที่สำคัญไม่ได้ อยู่เพียงแคในขั้นตอนการวางแผน แต่ยังรวมถึงการดำเนินการในทุกระดับ เช่น การจัดเตรียม สนามแข่ง การขนส่งอุปกรณ์ไปยังสนามต่าง ๆ ทั่วโลก และการสร้างความพร้อมให้กับทีมงาน เนื่องจากการแข่งขันฟอร์มูลาวัน ในหนึ่งฤดูกาลครอบคลุมระยะเวลาเกือบตลอดทั้งปี เริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์จนถึงเดือนธันวาคม โดยมีการจัดการแข่งขันใน 21 ประเทศทั่ว 5 ทวีป การแข่งขันที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องนี้สร้างความท้าทายด้านโลจิสติกส์อย่างยิ่ง ทั้งในแง่ของการขนส่งและการจัดการ ทรัพยากรในแต่ละจุดหมายปลายทาง ส่งผลแก่ผู้ดำเนินการโลจิสติกส์ อย่างเป็นทางการ ไม่ว่าจะเป็น DHL มีบทบาทสำคัญในการดูแลการขนส่งอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการแข่งขัน เช่น รถแข่ง เครื่องมือซ่อมบำรุง อุปกรณ์สำหรับทีมงาน รวมถึงส่วนประกอบอื่น ๆ ที่ใช้ในสนามแข่ง ดังนั้น การปฏิบัติตาม กฎ 5R ในบริบทของฟอร์มูลาวันช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของกีฬาในฐานะกิจกรรมที่มีความเป็นมืออาชีพสูง เมื่อปี ค.ศ. 2018 การแข่งขันฟอร์มูลาวันมีความแตกต่างจากปีอื่น ๆ เนื่องจากเป็นปีแรกที่มีการจัด Grand Prix ติดต่อกันสามสัปดาห์ สร้างความท้าทายอย่างมากสำหรับการบริหารโลจิสติกส์ เนื่องจากทุกสนามต้องพร้อมใช้งานในเวลาอันสั้น โดยอุปกรณ์และทรัพยากรสำหรับแต่ละทีมมี น้ำหนักรวมเฉลี่ยถึง 2,000 ตัน ต่อการแข่งขัน ในจำนวนนี้ 600 ตัน ถูกขนส่งทางอากาศ 1,000 ตัน ถูกขนส่งทางทะเล และส่วนที่เหลือขนส่งโดยรถบรรทุก ทำให้การบริหารจัดการการขนส่งและ กระบวนการดำเนินการดังกล่าวต้องใช้การขนส่งหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ทางถนน ทางอากาศ และ ทางทะเล หากสนามตั้งอยู่ในยุโรป การขนส่งมักใช้รถบรรทุกเป็นหลัก แต่หากการแข่งขันอยู่ในทวีป อื่น อาทิ เอเชียหรืออเมริกา

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับการแข่งขันรถฟอร์มูลาวัน (Formula One) ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การแข่งขันรถฟอร์มูลาวันนับเป็นตัวอย่างสำคัญของการนำกลยุทธ์ทาง การตลาดและการสร้างความร่วมมือระดับโลกมาประยุกต์เพื่อเสริมสร้างแบรนด์สู่ระดับสากล รวมถึง การเป็นสปอนเซอร์ในการจัดแข่งขันกีฬาระดับโลก มุ่งเน้นไปยังการสร้างคุณค่าและการเชื่อมโยง ระหว่างแบรนด์กับทีมแข่งขัน ซึ่งการเข้าร่วมเป็นสปอนเซอร์ในการแข่งขันฟอร์มูลาวันไม่ได้เกิดขึ้น เพียงเพราะต้องการแสดงชื่อแบรนด์เท่านั้น แต่ยังพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ภูมิศาสตร์ ศักยภาพของทีม และผลการแข่งขันมีความเชื่อมโยงต่อความเชื่อมั่นของศักยภาพในแต่ละทีม ความเป็นสากลของแบรนด์มีส่วนสนับสนุนสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในตลาดต่าง ๆ ได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การเป็นผู้สนับสนุนยังทำหน้าที่เป็น "สัญลักษณ์" สะท้อนถึงคุณลักษณะของแบรนด์ในสายตาผู้บริโภคและคุณภาพระดับโลก อย่างไรก็ตาม การลงทุนในลักษณะนี้มีต้นทุนที่สูงและซับซ้อน การประเมินผลตอบแทนจึงต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย โดยเฉพาะความสำเร็จของทีมที่สนับสนุน ผลการแข่งขันที่ดีสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนและสร้างความร่วมมือระยะยาว ในขณะที่ผลการแข่งขันที่ไม่ดีอาจส่งผลต่อการยุติการสนับสนุน ดังนั้น การเข้าร่วมเป็นสปอนเซอร์ควรเป็นวงจรที่เชื่อมโยงระหว่างความสำเร็จและความร่วมมือ ในขณะที่บทบาทเชิงกลยุทธ์ การแข่งขันฟอร์มูลาวันส่งผลกระทบเป็นวงกว้างมากกว่าการแข่งขันกีฬาทั่วไป เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นการสะท้อนถึงการพัฒนาเทคโนโลยี การส่งเสริมการตลาด และศักยภาพความเป็นเลิศด้านวิศวกรรม หรือแม้กระทั่งการแสดงศักยภาพการถ่ายทอดสดการแข่งขันผ่านช่องทางดิจิทัล และการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงในช่วงที่ไม่สามารถจัดการแข่งขันจริงได้ ในขณะเดียวกันวิวัฒนาการของเทคโนโลยีใหม่ยังถูกพัฒนาจากสนามแข่งไปสู่การใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน เช่น การพัฒนาเครื่องยนต์เทอร์โบชาร์จหรือระบบพลังงานไฮบริด สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นเพื่อสร้างความยั่งยืนของกีฬาและอุตสาหกรรมยานยนต์ รวมทั้งการปฏิบัติตามนโยบายมีส่วนช่วยลดการปล่อยคาร์บอนสุทธิให้เป็นศูนย์ที่สอดคล้องกับความต้องการของโลก ในขณะที่มุมมองของการตลาดแบบการมีส่วนร่วมของลูกค้า ด้านความสัมพันธ์เชิงจิตวิทยาและพฤติกรรมของแฟนกีฬามีส่วนช่วยเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างแบรนด์และผู้ชมได้เป็นอย่างดีเพื่อนำไปสู่การสร้างฐานแฟนคลับใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและสุภาพสตรีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

4.การสร้างคุณค่าร่วม (Value Co-Creation)

4.1 แนวคิดทฤษฎีของการสร้างคุณค่าร่วม

Zeithaml (1988) ได้นิยามคำว่า “คุณค่า” ไว้ว่าเป็นการประเมินภาพรวมที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์ คำนึงถึงผลตอบแทนที่ได้รับกลับมาประกอบกับสิ่งที่เสียไป เพื่อให้ได้มาซึ่งบริการนั้น ๆ แบ่งได้เป็น คุณค่าเชิงอรรถประโยชน์ (Utilitarian) หมายถึง ประโยชน์ที่เกิดขึ้นโดยแท้จริงตามวัตถุประสงค์หลักของการให้บริการนั้น มุ่งเน้นประโยชน์จากการได้รับบริการมากกว่าด้านอื่น ๆ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกสะดวกสบาย ได้รับคุณภาพบริการที่เหมาะสมกับราคาที่ใช้จ่ายไป ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับแรงจูงใจซื้อหรือตัดสินใจเลือกในมุมมองของคุณประโยชน์เช่นเดียวกับผลลัพธ์ว่าได้รับประสบการณ์ตรงตามที่คาดหวังหรือไม่ เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อในครั้งต่อไป และคุณค่าทางอารมณ์ความรู้สึก (Hedonic) ในขณะที่ Smith & Colgate (2007) กล่าวว่า การได้รับประสบการณ์ในด้าน

อารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับประสาทสัมผัสของผู้เข้าร่วมงานอย่างเหมาะสม ความสวยงาม กลิ่น โทนเสียง นำไปสู่การเกิดสุนทรียทางอารมณ์ช่วยให้สร้างคุณค่าด้านความสนุกสนานเพลิดเพลินและความตื่นเต้น Ailawadi et. al., (2001) อธิบายว่านอกจากนี้ความรู้สึกเหล่านี้แล้วยังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การสำรวจเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการส่งมอบประสบการณ์ใหม่ด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยี ทำให้ผู้เข้าร่วมงานรู้สึกเกิดความรู้สึกร่วมในขณะได้รับประสบการณ์ ปัจจัยต่อมา คือ ความบันเทิง อาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่ได้เลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า รวมถึงบรรจุกฎที่มีลักษณะโดดเด่น ดึงดูดสายตา ทั้งหมดเป็นองค์ประกอบที่สามารถสร้างแรงกระตุ้นความสนใจจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้ความรู้สึกนำพาไปสู่การตัดสินใจซื้อหรือเลือกรับบริการ อีกทั้งความรู้สึกสบายใจปลอดภัยและผ่อนคลาย ทำให้รู้สึกถึงเอกลักษณ์ของตราสินค้าที่ผู้ให้บริการสามารถประยุกต์เพื่อสร้างความแตกต่างกับตราสินค้าอื่น ๆ ได้ดี สำหรับแนวคิดต่อมาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างคุณค่าร่วม คือ ทักษะติดต่อตราสินค้า รวมทั้งการแสดงความรู้สึกและความเชื่อต่อสินค้าและบริการนั้นผ่านการสื่อสารจากตราสินค้า ส่งผลต่อแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกตอบสนองจากการรับรู้ที่สนับสนุนหรือต่อต้าน อาจเป็นได้หลายลักษณะแสดงออกเป็นความชอบอันนำไปสู่การตัดสินใจซื้อซ้ำในอนาคต รวมถึงการคาดการณ์พฤติกรรมเพื่อประเมินทัศนคติของผู้เข้าร่วมงานได้ในเบื้องต้น ทำให้เกิดเป็นทัศนคติที่มีต่อตราสินค้านั้น โดยแต่ละบุคคลย่อมมีการรับรู้ สัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดความคาดหวังอย่างหลากหลาย (Percy & Rossiter, 1992)

นอกจากนี้งานวิจัยของ ปรัชญา จารุเรืองไพศาล (2566) ได้ระบุว่า การรับรู้คุณค่าที่ต่างกันของผู้รับบริการตามวัตถุประสงค์เป้าหมายที่คาดหวังตามสถานการณ์ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ให้เปิดรับการรับรู้ใหม่ ตลอดจนนำไปสู่การประเมินตัดสินใจในคุณค่าที่กำหนดด้วยอารมณ์ความรู้สึก ณ ขณะนั้น ตามความพึงพอใจและคุณภาพที่ได้รับ อันส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้บริการในอนาคต รวมถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่สามารถเป็นตัวทำนายคุณค่าของสินค้าและบริการที่รับรู้ได้ตลอดจนสะท้อนถึงความพึงพอใจโดยรวม ในขณะที่ ศศิภาณุจน์ อีระนาวัน (2565) อธิบายความหมายของการรับรู้คุณค่า หมายถึง การประเมินมูลค่าทางอารมณ์ สังคม เงิน และความแปลกใหม่ สามารถเพิ่มความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านประสบการณ์ในอดีตเทียบกับความคุ้มค่าเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ทั้งหมดล้วนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจรับบริการ

ในขณะที่ Prahalad & Ramaswamy (2004) อธิบายถึงองค์ประกอบของแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม (DART Model) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ (1) การสนทนา (Dialogue) หมายถึง การสื่อสารระหว่างผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานนำไปสู่การมีส่วนร่วมในทางปฏิบัติและการแลกเปลี่ยนจากช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ

การจัดงาน เพื่อสร้างความเข้าใจและนำไปสู่การพัฒนาการจัดงานให้ตรงกับความคาดหวังของผู้เข้าร่วมงาน (2) การเข้าถึง (Access) หมายถึง การสร้างโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ อีกทั้งช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ รวมถึงการประเมินปัจจัยด้านความเสี่ยงและผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้น ผู้จัดงานสามารถประยุกต์ใช้ข้อมูลที่ได้รับเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์และปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่เกิดขึ้นตลอดเวลา (3) ความเสี่ยงและผลตอบแทน (Risk and Benefit) หมายถึง ความเกี่ยวข้องกับพิจารณาทางเลือกที่มีอยู่ เกิดจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลในการจัดงาน รวมถึงองค์ประกอบทางธุรกิจ ประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงาน และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ล้วนเป็นบทบาทสำคัญต่อกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกัน (4) ความโปร่งใส (Transparency) หมายถึง การสร้างความไว้วางใจระหว่างผู้จัดงานและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง การปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยเฉพาะข้อมูลเชิงเทคนิคหรือข้อมูลทางธุรกิจสามารถส่งผลกระทบต่อกระบวนการสร้างความร่วมมือและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้น การเปิดเผยข้อมูลอย่างเหมาะสม จึงเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ส่งผลให้เกิดกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

ในมุมมองของ Zeithaml (1988) ได้แบ่งการรับรู้คุณค่าของการบริการเป็น 5 มิติ ได้แก่ ด้านคุณภาพ เพื่อสร้างความประทับใจให้ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ (1) ด้านอารมณ์พิจารณาจากความเต็มใจยินดีให้บริการ (2) ด้านคุณค่าทางการเงิน เกี่ยวกับความคุ้มค่าด้านต้นทุนที่เสียไปและมูลค่าของบริการที่ได้รับ (3) ด้านพฤติกรรม พิจารณาจากการกระทำของบุคลากรส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการรับบริการ (4) ด้านเวลาและความพยายามในการบริการ และ (5) ด้านชื่อเสียงสื่อสารผ่านภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงการรับรู้คุณค่าด้านราคา (Perceived Value Price) หมายถึง การประเมินความคุ้มค่าที่ผู้บริโภคมองเห็นในสินค้าและบริการ คำนึงถึงความเหมาะสมของราคาที่ต้องจ่ายและประโยชน์ที่ได้รับ ความคุ้มค่าในมิติของการประหยัดต้นทุนและความสมเหตุสมผลของราคามักเป็นปัจจัยหลักที่กระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบราคาของสินค้าและบริการร่วมกับตัวเลือกอื่นในตลาด เพื่อประเมินว่าการใช้จ่ายนั้นสมเหตุสมผลหรือไม่ ในมิติของการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ (Perceived Value Quality) การประเมินคุณภาพของสินค้าและบริการอาจขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความพึงพอใจที่เกิดขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ผู้บริโภคยอมรับ การรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพไม่เพียงส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจเท่านั้น แต่ยังมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของลูกค้า เนื่องจากผู้บริโภคมักเลือกสินค้าและบริการที่สะท้อนถึงคุณภาพที่สูงกว่ามีผลต่อการบอกต่อในเชิงบวกและความจงรักภักดีต่อแบรนด์

สำหรับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ (Perceived Service Quality) เป็นการวัดระดับความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างตรงจุด การบริการที่ดีต้องเกินความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจและกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการซ้ำ การประเมินคุณภาพบริการไม่เพียงพิจารณาจากผลลัพธ์สุดท้าย แต่ยังรวมถึงกระบวนการที่ลูกค้าได้รับบริการด้วย ทั้งนี้ คุณภาพบริการที่ดีช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและชื่อเสียงที่มั่นคงให้แก่ผู้ให้บริการ (Xia et al., 2004) นิยามของการเพิ่มมูลค่าของ Nilson (1992) กล่าวว่าเป็นการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งคุณภาพและราคา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังในการนำไปใช้ประโยชน์ของกลุ่มเป้าหมายให้อยู่ระดับเกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ อาจเสริมด้วยสิ่งใหม่ที่เกี่ยวข้องกับบริการในสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการเพิ่ม ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการสร้างคุณค่าที่สอดแทรกในแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่การผลิต การส่งมอบ และการติดตามผลหลังการให้บริการ นำไปสู่การสร้างความแตกต่างและเป็นผู้นำของตลาดในที่สุด ตลอดจนการสร้างความมั่นใจให้กลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้งในอนาคต ในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคอยู่เสมอ ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม เนื่องจากการนำเสนอผลประโยชน์ที่มากกว่าคู่แข่ง ช่วยสร้างความไว้วางใจในคุณภาพบริการที่มอบให้ได้ดี มีความแตกต่างจากสภาวะการแข่งขันทั่วไป การเพิ่มมูลค่าของบริการ

ในขณะเดียวกัน พระครูธรรมศุท & พระครูปลัดสุวัฒนพรหมจริยคุณ (2565) อธิบายคุณค่าทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ (1) คุณค่าด้านสินค้า (Product Value) เกิดจากประโยชน์หลักของสินค้าและบริการนั้น ๆ ร่วมกับภาพลักษณ์ในด้านคุณภาพ สมรรถนะ รูปแบบ ความหรูหรา ทันสมัย ตลอดจนชื่อเสียงที่ได้รับการยอมรับ (2) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) และคุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) ลักษณะใกล้เคียงกัน เริ่มตั้งแต่กระบวนการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งเวลาและทำเลที่ตั้งให้เข้าถึงได้ง่ายมีการติดต่อสื่อสารที่ถูกต้องและภาษาที่เหมาะสม รวมถึงความสามารถความชำนาญการของพนักงานผู้ให้บริการ มนุษย์สัมพันธ์ที่ดียอมสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจด้วยการส่งมอบบริการที่ดีที่สุด การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็วตามความต้องการของผู้รับบริการ การส่งมอบบริการด้วยความปลอดภัยผ่านการบริหารความเสี่ยงมาอย่างดี และความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ประการสุดท้าย คือ (4) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) เป็นมุมมองความรู้สึกนึกคิดของผู้รับบริการที่มีต่อการส่งมอบบริการนั้น นอกจากนี้ วิไลดา เตชะเวช (2547) กล่าวถึง คุณค่าในใจของผู้บริโภค (Insight Value) ประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

ประกอบด้วย ปัจจัยเพิ่มคุณค่า (Value Enhancers) เป็นการสร้างนวัตกรรมใหม่ เพื่อนำมาเป็นจุดขายและขยายส่วนแบ่งตลาดได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากข้อได้เปรียบที่เพิ่มขึ้น ปัจจัยรักษาคุณค่า (Value Maintainers) ทำหน้าที่รักษาคุณค่าร่วมกับปัจจัยเพิ่มคุณค่า เพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายยังคงจงรักภักดีแก่ผู้ให้บริการ และปัจจัยที่ทำลายคุณค่า (Value Destroyers) เป็นการลดคุณค่าในใจของลูกค้าซึ่งนับเป็นจุดอ่อนด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เพื่อล้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีในสายตาผู้รับบริการกลยุทธ์การพัฒนาออกแบบสิ่งใหม่หรือปรับปรุงสิ่งเดิมให้มีศักยภาพการแข่งขันที่ดีขึ้น กลยุทธ์ตราสินค้า เป็นส่วนที่คอยเชื่อมบริการและความรู้สึกในใจของผู้รับบริการ มุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตราสินค้า และกลยุทธ์การตั้งราคาสินค้า เนื่องจากราคามีความแปรผันตรงกับคุณภาพบริการ ลูกค้ามักเชื่อว่าราคาสูงย่อมมีคุณภาพและคุณค่าสูงเช่นกัน

4.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมในบริบทอีเวนต์

ในบริบทการสร้างคุณค่าเพิ่มของอีเวนต์ประเภทกีฬาจากการศึกษาของ ธนวรรณ วรสิงห์ และแสงแข บุญศิริ (2566) ในประเด็นการรับรู้คุณค่าของการจัดอีเวนต์ประเภทกีฬามิมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพเป็นเครื่องมือกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันอันเกี่ยวเนื่องกับพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยตรง อีกทั้งยังคงศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่าของการจัดอีเวนต์ประเภทกีฬาที่มีปัจจัยต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการหรือผู้เข้าชม รวมถึงการกลับมาใช้บริการซ้ำ ในด้านความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานในการประเมินคุณค่าพบว่า กิจกรรมที่ตอบสนองคุณค่าด้านประสบการณ์สูงสุด คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์และคุณค่าการใช้งานจริง ตามลำดับ ผ่านการประเมินระดับคุณค่าการรับรู้ ด้านหน้าที่ ด้านอารมณ์ และด้านประสบการณ์ ล้วนเป็นองค์ประกอบสำหรับการเพิ่มมูลค่าเพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์ในการระบุตำแหน่งทางการตลาด นอกจากนี้ อุมารินทร์ ราตรี (2563) ได้เสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในบริบทอีเวนต์ประเภทกีฬาอ้างอิงจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านสถานที่ สร้างความน่าสนใจด้วยการเลือกจุดหมายปลายทางเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง รวมถึงการจัดสรรพื้นที่ให้เหมาะสมกับจำนวนประชากรที่คาดว่าจะเข้าร่วมกิจกรรม (2) ด้านการส่งเสริมการตลาดในบริบทอีเวนต์ประเภทกีฬา อาจประยุกต์ใช้สำหรับการออกแบบถ้วยรางวัล เหรียญรางวัล ตลอดจนของที่ระลึกให้เหมาะสมกับระดับการแข่งขัน รวมทั้งความสมเหตุสมผลในด้านราคาที่คุณเข้าร่วมงานต้องจ่ายให้สอดคล้องกับคุณค่าที่ควรได้รับ (3) ด้านบุคลากร เป็นอีกองค์ประกอบสำคัญที่คอยสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน ตั้งแต่เริ่มการจัดกิจกรรม ส่งมอบบริการด้วยไมตรีจิต แต่งกายสุภาพ

เรียบร้อย ความยินดีเต็มใจให้บริการ สิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างความภักดี ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ ตลอดจนการจดจำแบรนด์ด้วยความทรงจำที่ดีได้และกลับมาใช้บริการซ้ำในที่สุด

(4) ด้านการนำเสนอทางกายภาพ เพื่อเป็นหนึ่งในเครื่องมือเสริมสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ ผ่านการตกแต่งอาคารสถานที่ แสงประกอบ โทนสี เพื่อสร้างความแปลกใหม่ให้กับการจัดงาน

(5) ด้านกระบวนการให้บริการ จำเป็นต้องสร้างมาตรฐานการให้บริการ และส่งมอบบริการที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ

อีกทั้งยังมีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ รุ่งรัตน์ หัตถกรรม (2566) ศึกษาเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มในบริบทอีเวนต์ประเภทกีฬาที่เกี่ยวข้องกับการผสมผสานเอกลักษณ์ของพื้นที่ในแต่ละประเทศให้เข้ากับกิจกรรมกีฬา ผ่านการใช้เครื่องมือ Value Proposition Canvas เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้า รวมทั้งยังเป็นการออกแบบประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร รวมถึงทฤษฎีการสร้างมูลค่าเน้นการใช้จุดแข็งและความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ ประกอบกับการเป็นผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน ทำให้สามารถตั้งราคาสินค้าและบริการสูงขึ้นได้โดยไม่ต้องลดอุปสงค์ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้าต่อสินค้าและบริการ นอกจากนี้ การวางแผนกระบวนการทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต้องคำนึงถึงการตอบสนองคุณค่าหลายมิติ ได้แก่ คุณค่าจากการใช้งานจริง (Functional Value) เกี่ยวกับความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการประกอบกิจกรรมกีฬา คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) เกี่ยวกับความพึงพอใจและความผูกพันทางอารมณ์กับกิจกรรมกีฬา คุณค่าทางสังคม (Social Value) เกี่ยวกับการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสังคมที่ชื่นชอบกิจกรรมกีฬาเดียวกัน และคุณค่าทางประสบการณ์ (Epistemic Value) เกี่ยวข้องกับการได้เรียนรู้หรือทดลองสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน รวมถึงการเข้าใจความต้องการของลูกค้าและการคิดค้นนวัตกรรมใหม่

ในขณะที่ สุพาดา สิริกุตตา (2557) ศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในแหล่งท่องเที่ยวผ่านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ในกรณีตัวอย่างของจังหวัดสิงห์บุรี ดังนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่มในแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาควรดูแลทำนุบำรุงศาสนสถานหรือสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ร่วมกับการสนับสนุนของชุมชนในพื้นที่ เพื่อสร้างความร่วมมือพัฒนาพื้นที่ การจัดสรรเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลและให้ข้อมูลประวัติความเป็นมาและความสำคัญของสถานที่ เพื่อนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังเสนอแนะแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่โดดเด่นในชุมชนอีกด้วย โดยเฉพาะการคำนึงถึงคุณค่าด้านโภชนาการ ความสะอาดปลอดภัย

ต่อการบริโภค การสร้างสรรค์บรรจุกณ์ทำให้มีความน่าสนใจ เพื่อความสามารถในการดึงดูดสายตา ผู้บริโภค พิจารณาถึงความสอดคล้องกันระหว่างราคาและความคุ้มค่าถึงการตัดสินใจเลือกซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติทัช เพ็ญออ่อน และคณะ (2565) ศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในบริบทบ้านพักโฮมสเตย์ของจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยหลัก สำคัญของการท่องเที่ยว คือ ความปลอดภัยในสถานที่และพื้นที่โดยรอบ การปรับปรุงดูแลพื้นที่อยู่ เสมอ รวมถึงการนำเสนอภูมิปัญญาชาวบ้าน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชน ความเอื้อ อำนวยความสะดวก มีทักษะและจิตบริการที่ดี สามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ หากสร้างความ ประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมได้ย่อมเกิดการบอกเล่าปากต่อปากแก่กลุ่มเป้าหมายใหม่ ส่งผลให้สถานที่ดังกล่าวถูกพูดถึงและพัฒนาเป็นการส่งเสริมการตลาดได้อีกทางหนึ่ง

ยิ่งไปกว่านั้นยังมีทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ นิพล เชื้อเมืองพาน และคณะ (2562) ศึกษาเรื่องการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) เกิดจากทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา นวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่เพิ่มเติมไปในสินค้าและบริการ ส่งผลให้เกิดการได้รับความนิยมจากการนำ จุดแข็งมาประยุกต์ใช้ร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ เพื่อออกแบบบริการให้ดียิ่งขึ้นและรักษารฐานลูกค้า ให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำสามารถแบ่งคุณค่าได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านภูมิปัญญา (2) ด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ (3) ด้านสังคมและเศรษฐกิจ (4) ด้านการศึกษา เพื่อยกระดับใน การตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พร้อมกับการสร้างความผูกพันและกระตุ้นให้เกิด ความรู้สึกสบายใจที่ได้มาท่องเที่ยว จากการศึกษาดังกล่าวยังพบว่า โดยทั่วไปพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวมีปัจจัยสำคัญในการพิจารณาตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ความคุ้มค่า รวมถึงการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเป็นกลยุทธ์เสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวที่ใช้ข้อได้เปรียบจากแหล่งวัตถุดิบ ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทักษะความรู้ความสามารถ เฉพาะด้านในการผลิต ข้อแตกต่างระหว่างการเพิ่มมูลค่ากับการสร้างสรรค์คุณค่า เป็นการให้ ความสำคัญกับกระบวนการส่งมอบบริการจนได้รับการยอมรับ จากนั้นปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อพัฒนา ตลาดให้ตอบสนองให้เกินกว่าความคาดหวัง แนวทางการดำเนินงานดังกล่าวสอดคล้องกับกรณีศึกษา การให้บริการร้านอาหารในมุมมองธุรกิจบริการของ อัญญา ลักษณะวิรามสิริ และคณะ (2567) พบว่า ความสำคัญของคุณภาพบริการนอกจากรสชาติของอาหารแล้วยังต้องมีความสะอาดปลอดภัย น่าเชื่อถือ วัตถุดิบสดใหม่ องค์ประกอบโดยรวมของร้านอาหารเอื้ออำนวยต่อสุขอนามัยในการ รับประทานอาหาร ยิ่งไปกว่านั้นการกำหนดราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ตั้งแต่ การให้บริการส่วนหน้า กระบวนการส่งมอบบริการ ตลอดจนการบริการส่วนหลังร้าน ผู้ประกอบการ

ธุรกิจบริการควรบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าให้เกิดความมั่นใจในระดับคุณภาพที่สม่ำเสมอ รวมทั้งการบริหารต้นทุนแฝงที่อยู่นอกเหนือจากต้นทุนค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน และทุกขั้นตอนการดำเนินงานต้องคำนึงถึงชุมชนโดยรอบอยู่เสมอ ไม่สร้างความเดือดร้อน อีกทั้งยังเล็งเห็นถึงประโยชน์ของชุมชนในพื้นที่ เพื่อร่วมกันพัฒนาสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ให้สามารถสืบทอดต่อไปในอนาคต

Toivonen (2020) อธิบายถึง การสร้างคุณค่าร่วม (Value co-creation) เป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในอุตสาหกรรมไมซ์และกีฬา โดยเฉพาะในบริบทของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การที่ผู้เข้าร่วมงานมีบทบาทในการสร้างคุณค่าร่วมกับองค์กรหรือตราสินค้าผ่านการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกัน ในกรณีศึกษาข้อมูลจากบัญชีของ Formula One และ ABB Formula E เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่ทำให้ผู้เข้าร่วมงานสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับทีม นักแข่ง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในงานได้โดยตรง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างคุณค่าร่วมสามารถทำได้ผ่านการเผยแพร่ข้อมูล การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ และการตอบสนองต่อความคิดเห็นและคำถามของกลุ่มผู้เข้าร่วมงาน เพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่า และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงานและแบรนด์ ทั้งนี้ การสร้างคุณค่าร่วมในสื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็นหลายมิติ ได้แก่ การสร้างประสบการณ์ (Experience) การแสดงออก (Expression) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และการแบ่งปัน (Sharing) สามารถทำได้ผ่านการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ มีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา และการปรับปรุงข่าวสารอย่างต่อเนื่อง เช่น การร่วมโหวตหรือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ อีกทั้งการสร้างคุณค่าร่วมในสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งระหว่างผู้เข้าร่วมงานและแบรนด์ผู้จัดงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim et al. (2019) ศึกษาเรื่องการสร้างคุณค่าร่วม (Value co-creation) เน้นว่าการสร้างคุณค่าไม่ได้เกิดจากการส่งมอบบริการเพียงฝ่ายเดียว แต่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงานรายอื่นภายในงาน เช่น การเชียร์ การสนทนา และการช่วยเหลือกัน การมีปฏิสัมพันธ์เหล่านี้สามารถสร้างคุณค่าทางอารมณ์และสังคมให้กับลูกค้าได้ ในบริบทของการจัดการกีฬา การสร้างคุณค่าร่วมมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการเข้าร่วมอีเวนต์ประเภทกีฬา มักเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่มีผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า (Customer-to-Customer หรือ C-to-C) ดังนั้นการสร้างคุณค่าจึงมีแนวทางหลายด้าน เช่น เศรษฐกิจ สังคม อารมณ์ และการเรียนรู้ การมีปฏิสัมพันธ์เหล่านี้สามารถเพิ่มประสบการณ์การเข้าร่วมอีเวนต์ประเภทกีฬาให้มี

ความหมายและมีคุณค่ามากขึ้น รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าที่มีความหลงใหลในกีฬาประเภทเดียวกัน

ในขณะที่มุมมองของ อภิษฎาพัทธ์ กุสิยารังสิทธิ์ (2563) มองว่า การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Share Value: CSV) หมายถึง การนำแนวคิดใหม่มาร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างประโยชน์ร่วมกันแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ ประกอบด้วย (1) การสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพคู่ควรกับการรับบริการ ส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้รับบริการได้ (2) การสร้างห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) อันเนื่องจากระบบการส่งมอบบริการทั้งหมด ตั้งแต่การจัดหาพื้นที่ การคมนาคม การจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ และการร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคชุมชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจในระยะยาว มุ่งหวังให้เกิดประสบการณ์ที่ดีกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ ในขณะที่ วีระ แก่นเพชร (2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัลร่วมกับการประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางการตลาด แบ่งได้เป็น 5 กลยุทธ์ ประกอบด้วย (1) การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานผ่านการพัฒนากระบวนการสื่อสารในรูปแบบดิจิทัลควบคู่กับการดำเนินงานให้สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวกสบายมากขึ้น (2) การกระตุ้นผลักดันให้ข้อมูลข่าวสารกระจายอย่างทั่วถึง พัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์ ออกแบบเว็บไซต์ให้ตอบสนองต่อผู้ใช้งานและความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งความรวดเร็วในการให้ข้อมูล ปรับให้เข้ากับความต้องการที่หลากหลายและทันสมัยอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อที่สวຍงาม เสี่ยงประกอบ ภาพเคลื่อนไหวในเว็บไซต์ การเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (3) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลทั้งออนไลน์และออฟไลน์ให้มีความน่าสนใจและสร้างการรับรู้ได้ดียิ่งขึ้น (4) การส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการนำเสนอมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถสร้างออนไลน์แคมเปญเพื่อร่วมมือกับกลุ่มพันธมิตรในอุตสาหกรรมเดียวกันจัดทำสื่อออนไลน์ร่วมกันในการสื่อสารตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และ (5) การเลือกช่องทางการสื่อสารตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ของตราสินค้าและง่ายต่อการเข้าถึง

สำหรับปัจจัยความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มเมืองให้เป็นสถานที่รองรับการแข่งขันกีฬาหรือที่เรียกว่า เมืองแห่งกีฬา จากการวิจัยของ กาญจนา กาญจนประดิษฐ์ และคณะ (2565) พบว่า คุณลักษณะ 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ความสวยงาม ความพร้อมของอุปกรณ์กีฬา ความทันสมัยและปลอดภัย (2) ด้านการออกแบบรูปแบบกิจกรรมให้หลากหลาย (3) ด้านการเข้าถึงเมืองเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย พร้อมด้วยระบบการขนส่งคมนาคมที่รองรับการเดินทางอย่างเต็มรูปแบบ (4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของการให้บริการ เช่น สาธารณูปโภค ร้านอาหาร

โรงพยาบาล สถานีบริการน้ำมัน ห้องน้ำ และ (5) ด้านที่พัก มีคุณภาพตามมาตรฐานและเหมาะสมกับการกำหนดราคาที่ตั้งไว้ รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มของการส่งมอบบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน ในระยะยาวย่อมสามารถสร้างกลยุทธ์เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานและเพิ่มมูลค่าจากการจัดงาน ในขณะที่ด้านกระบวนการจัดการสามารถนำกิจกรรมด้านกีฬามาเป็นส่วนหนึ่งของการดึงดูดผู้เข้าร่วมงานในเมืองเจ้าภาพได้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม เมืองท่องเที่ยวควรคำนึงถึงคุณภาพในมาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับการเข้าร่วมจากหลายประเทศทั่วโลก หากมีการบูรณาการกิจกรรมด้านกีฬาร่วมกับการท่องเที่ยวย่อมส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ เพิ่มอัตราการจ้างงาน และสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ในระยะยาว ดังนั้น แนวทางการพัฒนาสถานที่รองรับกิจกรรมกีฬา ควรมีมาตรฐานระดับโลกรองรับ รวมถึงให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายของผู้เข้าร่วมงานเป็นหลัก และการจัดการโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่การแข่งขัน เพื่อยกระดับการแข่งขันและได้รับการยอมรับจากทั่วโลก

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าร่วม (Value Creation) ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การสร้างคุณค่าร่วม เป็นแนวคิดที่สำคัญในบริบทของการจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานผ่านการประเมินประโยชน์ที่ได้รับจากบริการเทียบกับสิ่งที่ต้องเสียไป แบ่งออกเป็นคุณค่าเชิงอรรถประโยชน์ (Utilitarian Value) เป็นคุณค่าที่เกิดจากผู้บริโภคเลือกสินค้า โดยคำนึงถึงความสำคัญของประโยชน์ที่จะได้รับเป็นหลัก และคุณค่าทางอารมณ์ความรู้สึก (Hedonic Value) เป็นการสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประสาทสัมผัส เช่น ความสวยงาม กลิ่น และเสียง สามารถสร้างความสนุกสนานและความตื่นเต้นให้กับผู้เข้าร่วมงานได้ในอุตสาหกรรมไมซ์และกีฬา การสร้างคุณค่าไม่เพียงแต่เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมงานเท่านั้น แต่ยังต้องพัฒนาประสบการณ์ที่น่าจดจำ เพื่อส่งเสริมความจงรักภักดีต่อแบรนด์และอุตสาหกรรมไมซ์ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความแตกต่าง เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเชื่อมโยงผู้เข้าร่วมงานกับผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานรายอื่น ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ เช่น การแชร์ข้อมูล การแสดงความคิดเห็น และการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจทั้งหมดล้วนสามารถเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงานและแบรนด์ได้ ในบริบทกีฬาระดับโลกที่มีผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก การจัดการความคิดเห็นและความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าร่วมงาน จึงเป็นความท้าทายสำคัญที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการจัดการงานอีเวนต์ (Event Management)

วีระศักดิ์ สวัสดิ์จันทร์ (2564) ศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษา ผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย (2) ศึกษาโครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (3) ศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน (4) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน ผลการศึกษาพบว่า (1) สภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรมีการคำนึงถึงด้านนโยบายการจัดการกิจกรรม เพื่อเป็นรากฐานการพัฒนาแก่ประชาชนในอนาคต การวางแผนภาพรวมของงานจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการให้ความร่วมมือ การจัดการองค์ความรู้และองค์ประกอบอย่างมีคุณภาพ และด้านการตลาด เพื่อสร้างความสนใจและสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมาย (2) โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจประกอบด้วย (2.1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (2.2) การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกัน (2.3) สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว (2.4) ปัจจัยภายในที่เอื้อต่อธุรกิจ และ (2.5) ปัจจัยสนับสนุนภายนอกทั้งจากภาครัฐและเอกชน (3) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของผู้จัดงานต้องมียุทธศาสตร์ประกอบ 5 ส่วน ได้แก่ (3.1) การพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวด้วยการกระตุ้นและส่งเสริมให้เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ (3.2) การส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างอัตลักษณ์แก่ชุมชน (3.3) การพัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ทุกภาคส่วน (3.4) การพัฒนากลไกขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวให้พื้นที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (3.5) การพัฒนาทรัพยากรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเสริมสร้างทักษะด้านดิจิทัล (4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดงานประกอบด้วย (4.1) นโยบายด้านกีฬาและการท่องเที่ยว (4.2) รูปแบบการบริหารจัดการ (4.3) งบประมาณการสนับสนุนกิจกรรม และ (4.4) การสนับสนุนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง

ภาคย์ พันธุมะบำรุง และวรวิทย์ นาคพนม (2565) ศึกษาเรื่อง ผลของการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬานานาชาติต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (2) เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวทั่วไปชาวต่างชาติ (3) ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวทั่วไปชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการแนะนำต่อผู้อื่น ผลการศึกษา พบว่า (1) การรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ (1.1) ด้านสิ่งดึงดูด (1.2) ด้านความสะดวกสบาย (1.3) ด้านความคุ้มค่า และ (1.4) ด้านบรรยากาศ (2) การรับรู้ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวทั่วไปชาวต่างชาติมีการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เนื่องจากมีความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (3) การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก่อนการท่องเที่ยว การประเมินระหว่างความคาดหวังกับสิ่งที่ประสบจริงในแหล่งท่องเที่ยว จึงนำไปสู่การรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก อีกทั้งพบว่า ด้านความสะดวกสบายอยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่เดียวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการแนะนำบอกต่อผู้อื่น เนื่องด้วยกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทั่วไปควรพิจารณาถึงทุกด้านของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว อาจเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันก่อนนำมาสู่การตัดสินใจ ทำให้เกิดความคาดหวังในระดับไม่สูงมากนัก ดังนั้น การเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬานานาชาติควรพัฒนาระบบคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ สิ่งดึงดูดใจ หรือบรรยากาศโดยรอบ เนื่องจากสามารถส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการแนะนำต่อผู้อื่นของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

Xiang et al. (2023) ศึกษาเรื่อง บทบาทของการจัดงานกีฬานานาชาติในการพัฒนาเมืองที่ยั่งยืนโดยวิธีการทบทวนอย่างเป็นระบบ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ประเมินผลการศึกษาที่มีอยู่อย่างมีวิจาร์ณญาณในด้านผลกระทบของการแข่งขันกีฬาต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของเมือง (2) ระบุเหตุผลที่เมืองเต็มใจจัดการแข่งขันกีฬา ผลการศึกษาพบว่า (1) การจัดการแข่งขันกีฬาสามารถเป็นแรงผลักดันที่สำคัญในการส่งเสริมพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งการเร่งพัฒนาเพื่อสร้างเมืองอัจฉริยะควบคู่ไปกับการสร้างกลไกการดำเนินงานของเมืองที่ปลอดภัยมากยิ่งขึ้นมีสาเหตุมาจากการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการแข่งขันกีฬานานาชาติ จำเป็นต้องมีการสร้างระบบการรับรองที่ครบถ้วนเพื่อให้กิจกรรมดำเนินไปอย่างราบรื่น มีความเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศของเมืองในการรับรู้ วิเคราะห์ และบูรณาการข้อมูลสำคัญของระบบการดำเนินงานของเมือง การก่อสร้างสถานที่จัดงาน การพัฒนาเครือข่ายการขนส่ง การวางผังเมือง การค้า และอสังหาริมทรัพย์ตอบสนองต่อความต้องการ (2) ความเต็มใจของเมืองในการจัดการแข่งขันขึ้นอยู่กับสภาพความเป็นอยู่ของประชาชน อีกทั้งการปกป้องสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยสาธารณะ นอกจากนี้ การจัดการแข่งขันกีฬายังได้รับอิทธิพลจากทัศนคติของประชาชนในเมือง และสภาพแวดล้อมทางสังคมเป็นส่วนใหญ่ รวมไปถึงการสนับสนุนและความตั้งใจของประชาชนอันส่งผลต่อบทบาทสำคัญในการจัดการแข่งขัน

กีฬา ดังนั้น เมื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตระหนักถึงความสำคัญของการจัดงานย่อมสามารถร่วมกันเพิ่มคุณค่าของการแข่งขันกีฬาได้ และการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนย่อมได้รับความร่วมมือเช่นกัน อีกทั้งเมืองและประชาชนในพื้นที่ย่อมได้รับประโยชน์จากการจัดการแข่งขันกีฬา และมีส่วนช่วยในการพัฒนาทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของเมือง

Mysyk (2022) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาปรับปรุงวางตำแหน่งการจัดการกิจกรรมในบริบทการจัดการขององค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนารูปแบบการวางตำแหน่งการจัดการกิจกรรมในบริบทการจัดการขององค์กรทำให้มีความก้าวหน้าและเพิ่มประสิทธิภาพของรูปแบบ (2) พัฒนาระบบการเพื่อช่วยเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า (1) การบริหารองค์กรจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมกระบวนการประเมินผล และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการปรับปรุงความแม่นยำและชัดเจนของกระบวนการวางแผน การจัดองค์กร การสร้างแรงจูงใจ การควบคุม และการกำกับดูแล ทำให้ผู้ประกอบการขององค์กรได้รับมุมมองแนวคิดและวิเคราะห์การจัดการอีเวนต์ในฐานะองค์ประกอบหนึ่ง (2) การพัฒนาระบบส่วนเสริมในกระบวนการจัดการช่วยกำหนดบทบาทที่ชัดเจนสำหรับบุคลากรแต่ละคน รวมถึงการระบุเป้าหมายและวัตถุประสงค์เฉพาะซึ่งขึ้นอยู่กับขนาดองค์กร จำนวนของบุคลากร และวิสัยทัศน์ขององค์กร การบริหารจัดการองค์กรจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการจัดการขององค์กรสมัยใหม่ ทั้งนี้ ในอนาคตควรมุ่งเน้นไปที่การประยุกต์การใช้งานระบบการบริหาร เพื่อประเมินผลตามความเหมาะสมและเพิ่มประสิทธิภาพในบริบทที่แตกต่างกัน อีกทั้งเพิ่มความสามารถในการทำกำไรขององค์กร โดยการผสมรวมหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการอีเวนต์เข้าไว้ด้วยกัน

5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับอีเวนต์ประเภทกีฬา (Sport Event)

บงกช จันทรสุขวงศ์ (2562) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในโรงเรียนกีฬา สังกัดมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาองค์ประกอบของการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในโรงเรียนกีฬา (2) สร้างและตรวจสอบรูปแบบการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในโรงเรียนกีฬา (3) ประเมินรูปแบบการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในโรงเรียนกีฬา ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในโรงเรียนกีฬามี 11 องค์ประกอบ ได้แก่ (1.1) ผู้ฝึกสอนหรือผู้เชี่ยวชาญกีฬา เพื่อจัดสรรบุคลากรที่มีคุณภาพเหมาะสมและเพียงพอต่อผู้เรียน (1.2) วิทยาศาสตร์การกีฬา เพื่อเป็นองค์ความรู้ในการพัฒนาศักยภาพของนักกีฬา (1.3) สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อการจัดการกีฬา เพื่อสนับสนุนการฝึกซ้อมนักกีฬาให้บรรลุเป้าหมาย (1.4) งบประมาณ

และการบริหารการเงิน เพื่อรองรับการจัดซื้ออุปกรณ์ฝึกซ้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษา (1.5) การบริหารองค์กรประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การเป็นผู้นำ การควบคุม เพื่อให้โรงเรียนกีฬาดำเนินงานอย่างเป็นระบบ (1.6) การฝึกซ้อมจัดทำแผน เพื่อประเมินผลการฝึกซ้อมได้อย่างถูกต้อง (1.7) การจัดประสบการณ์ในการแข่งขัน เพื่อเพิ่มพูนทักษะด้านกีฬาให้เชี่ยวชาญมากขึ้น (1.8) การคัดเลือกนักกีฬาจากการพิจารณาคุณสมบัติ เพื่อให้ให้นักกีฬาได้แสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ ประกอบการคัดเลือกอย่างเหมาะสม (1.9) ความพร้อมของนักกีฬาในด้านสมรรถภาพทางร่างกาย และทัศนคติของนักกีฬา เพื่อสร้างผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโรงเรียนกีฬา (1.10) การส่งเสริม สนับสนุนและการจูงใจ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการกระตุ้นให้นักกีฬามีกำลังใจในการฝึกซ้อมมากขึ้น (1.11) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการดำเนินงาน (2) การสร้างและตรวจสอบรูปแบบการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในโรงเรียนกีฬาถูกพัฒนาขึ้นจากการศึกษาเอกสาร หลักการ ทฤษฎี และการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จึงได้เป็นรูปแบบที่เป็นอุดมคติที่มีความพร้อมในการพัฒนาโรงเรียนกีฬา รวมถึงกำหนดการวางแผนการมีส่วนร่วมกับโรงเรียนกีฬา ประกอบด้วย (2.1) การมีส่วนร่วมคิดริเริ่มและตัดสินใจ (2.2) การมีส่วนร่วมวางแผน (2.3) การมีส่วนร่วมดำเนินการ และ (2.4) การมีส่วนร่วมในขั้นประเมินผล (3) การประเมินระดับความคิดเห็นที่มีต่อความเป็นไปได้ของรูปแบบการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในโรงเรียนกีฬา สังกัดมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นต่อความเป็นไปได้ในระดับมาก เนื่องจากผู้บริหารล้วนเห็นความสำคัญกับการพัฒนากีฬาภายในโรงเรียนให้มีมาตรฐาน

บรรจบ บุญจันทร์ และคณะ (2567) ศึกษาเรื่อง การจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสำเร็จของการพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศ (2) ศึกษาลักษณะการจัดสรรงบประมาณรายจ่าย (3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ (4) ศึกษาเงื่อนไขสู่ความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่า (1) นโยบายที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนากีฬา ควรเป็นนโยบายเพื่อสนับสนุนด้านงบประมาณ การบริหารจัดการองค์กรของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โครงสร้างนโยบายด้านกีฬา นโยบายด้านการพัฒนากระบวนการจัดสรรผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงนโยบายด้านการพัฒนาระบบปฏิบัติการ เกณฑ์การมอบรางวัล ความช่วยเหลือสนับสนุนผู้เข้าร่วมงาน ตลอดจนนโยบายด้านสื่อและความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก (2) การจัดสรรงบประมาณ เพื่อนำไปสนับสนุนระบบที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนานักกีฬา สนับสนุนการพัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคลากรทางกีฬา อีกทั้งงบประมาณเพื่อจัดสร้างศูนย์ฝึกกีฬาแห่งชาติ (3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ได้แก่ นโยบายสาธารณะอัน

เกี่ยวเนื่องกับนโยบายภาครัฐในการกำหนดสภาพแวดล้อมการดำเนินงาน ภาวะการณ์เป็นผู้นำความโปร่งใสและหลักธรรมาภิบาล จัดทำยุทธศาสตร์ให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน การแบ่งส่วนของกลุ่มเป้าหมายเนื่องจากพฤติกรรมและความต้องการที่หลากหลาย การประยุกต์ใช้อำนาจอย่างชาญฉลาด วัฒนธรรมองค์กร ระบบปฏิบัติการพร้อมทั้งการประสานงานเชิงระบบอย่างเป็นขั้นตอน การบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างผลผลิตเพื่อความยั่งยืน (4) เงื่อนไขสู่ความสำเร็จด้วยการพัฒนาผ่านการกำหนดนโยบายและโครงสร้างอย่างชัดเจน มีแผนรองรับการดำเนินงานเพื่อสะดวกต่อการประเมินผล การสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การจัดทำแผนกลยุทธ์ในการผลิตและพัฒนาบุคลากรในระยะยาว รวมถึงพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนอย่างครอบคลุม

Leruksa et al. (2020) ศึกษาเรื่อง การเตรียมความพร้อมสู่การพัฒนาศักยภาพเพื่อเป็นแนวทางการเป็นเจ้าภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ (2) ศึกษาการวิเคราะห์ SWOT ของจังหวัดบุรีรัมย์ (3) เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษาพบว่า (1) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาคำนึงถึงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อาทิ ความสะอาด ความปลอดภัย และการออกแบบสถานที่จัดงาน ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์โดยรวมของผู้เข้าร่วมงาน (2) การวิเคราะห์ SWOT แบ่งออกเป็น (2.1) จุดแข็ง (Strengths) ของบุรีรัมย์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวโดดเด่น เช่น สนามฟุตบอลและสนามแข่งรถมาตรฐานโลก รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้าไหมและการแพทย์แผนไทย (2.2) จุดอ่อน (Weaknesses) ของที่พักและร้านอาหารไม่เพียงพอ ปัญหาด้านการคมนาคมทั้งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการขนส่งสาธารณะ (2.3) โอกาส (Opportunities) มีการเติบโตของเศรษฐกิจและการลงทุนในด้านสุขภาพและการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ รวมทั้งความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนในการผลักดันบุรีรัมย์สู่ระดับโลก (2.4) อุปสรรค (Threats) เกิดจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก การก่อการร้าย ความขัดแย้งระหว่างประเทศ โรคระบาด และอาชญากรรม รวมถึงข้อจำกัดด้านกฎหมายที่ล้าสมัย (3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และธรรมชาติควบคู่กับกิจกรรมทางกีฬาร่วมกับการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว นอกเหนือจากสถานที่กีฬา ในด้านที่พักควรส่งเสริมการจัดตั้งโฮมสเตย์ เพื่อเป็นช่องทางให้สามารถสัมผัสกับวิถีชีวิตในชุมชน และสร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก อาจเพิ่มทางเลือกของอาหารและเครื่องดื่ม ส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ

ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน อีกทั้งการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ชุมชน และภาครัฐเพื่อปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นผ่านการประชาสัมพันธ์ และการให้บริการที่มี

Rahayu et al. (2024) ศึกษาเรื่อง ผลของการแข่งขันกีฬาต่อความตั้งใจกลับมาอีกครั้ง เพื่อสร้างความยั่งยืนของนักท่องเที่ยวด้านกีฬา มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบผลกระทบของการแข่งขันกีฬาต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวด้านกีฬาที่จะเดินทางมาเยือนเมืองเจ้าภาพอีกครั้ง และ (2) เปรียบเทียบการตอบสนองของนักท่องเที่ยวด้านกีฬาต่อการมาเยือนเมืองเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาอีกครั้งในอินโดนีเซียและเกาหลีใต้ ผลการศึกษาพบว่า (1) ประเทศอินโดนีเซียและประเทศเกาหลีใต้มีคุณภาพของกิจกรรม (Event Quality) ในมูลค่าที่รับรู้ของเมืองเจ้าภาพ (Perceived Value) และภาพลักษณ์ของเมืองเจ้าภาพ (Host City Image) มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากกับความตั้งใจในการกลับมาเยี่ยมชม (2) การตอบสนองของนักท่องเที่ยวด้านกีฬามีความเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างคุณภาพของกิจกรรมกีฬาและการให้บริการมีผลอย่างยิ่งต่อความพึงพอใจของผู้ชมและผู้เข้าร่วมงาน ทำให้องค์กรผู้จัดงานต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการ เพื่อตอบสนองความคาดหวัง สร้างการสนับสนุน และเพิ่มรายได้ การวิเคราะห์กิจกรรมกีฬาที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ Tour de Borobudur ในประเทศอินโดนีเซีย และ Climbing Youth World Championships ในประเทศเกาหลีใต้ ชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของคุณภาพสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ

5.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าร่วม (Value Creation)

รุ่งรัตน์ หัตถกรรม (2566) ศึกษาเรื่อง แนวทางการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาแนวคิดของกระบวนการทางการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (2) เสนอแนะแนวทางการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผลการศึกษาพบว่า (1) แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการในธุรกิจควรพัฒนากรอบแนวคิดในด้าน Value Proposition Canvas ประกอบด้วย Customer Segment สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย ระบุสิ่งที่ต้องการขั้นพื้นฐาน รวมถึงความคาดหวังพิเศษ และ Value Proposition สำหรับการออกแบบทางเลือกเพิ่มเติมในการสร้างมูลค่าที่จะส่งมอบไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วยความประทับใจ นอกจากนี้ยังพบว่า แนวคิด Design Thinking เป็นอีกหนึ่งแนวคิดที่สามารถนำไปสู่ขั้นตอนการกำหนดความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งระดมความคิดเพื่อพัฒนาแนวทางใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ (2) แนวทางการตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น

สามารถนำเสนอคุณค่าผ่านการผสมผสานเอกลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นหรือประเพณีของ
ประเทศเจ้าภาพด้วยเครื่องมือ Value Proposition Canvas ในการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย
มุ่งเน้นควบคู่กับการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ให้สอดคล้องกับค่านิยมของประชาชน
ของประเทศ เพื่อให้การบริหารความสำเร็จเป็นไปอย่างง่ายและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการจัดงานมาก
ยิ่งขึ้น

อุมารินทร์ ราตรี (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดในการสร้าง
มูลค่าเพิ่มสำหรับตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษากิจกรรมการวิ่งเพื่อสุขภาพในจังหวัด
อุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่วนประสมทางการตลาด
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และมูลค่าของตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยผ่านกิจกรรมการวิ่งเพื่อสุขภาพ
ในจังหวัดอุบลราชธานี (2) เปรียบเทียบมูลค่าของตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผ่านกิจกรรมการวิ่งเพื่อ
สุขภาพจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว
เชิงกีฬาที่มีต่อมูลค่าของตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (4) ค้นหาแนวทางพัฒนารูปแบบกลยุทธ์
การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม สำหรับตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผ่านกิจกรรมการวิ่ง ผลการศึกษา
พบว่า (1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่มักมาเข้าร่วมงานอีเวนต์ประเภทกีฬา เนื่องจาก
เป็นแนวทางหนึ่งในการออกกำลังกายและท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ ๆ ตามแต่ละสถานที่จัดงาน
(2) ปัจจัยส่วนบุคคลนั้นพบว่า ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่มีประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาน้อยกว่า
1 ปี ชอบวิ่งในระยะสั้น มักมาเข้าร่วมกิจกรรมกับเพื่อน ในด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า
ผู้เข้าร่วมงานให้ความสำคัญกับปัจจัยสูงสุด 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร รวมถึงการรับรู้คุณค่าระหว่างแรงจูงใจและ
ความภาคภูมิใจสามารถประเมินได้จากการรับรู้ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านหน้าที่ ด้านอารมณ์ ด้านการเงิน
ด้านสังคมและด้านประสบการณ์ (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมากเป็นอันดับแรกใน
ธุรกิจการแข่งขันกีฬา คือ ปัจจัยด้านบุคลากร แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับทีมงานที่ปฏิบัติ
หน้าที่พูดจาสุภาพ มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ความเอาใจใส่ในการให้บริการที่ส่งผลถึงความพึงพอใจ
ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมและสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของผู้จัดงานและมูลค่าของตลาดการท่องเที่ยวเชิง
กีฬา (4) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถทำได้โดยการคำนึงถึง
ความน่าสนใจของสถานที่จัดกิจกรรม การส่งเสริมการตลาดให้มีความเหมาะสมกับสิ่งที่ผู้เข้าร่วมงาน
ควรได้รับอย่างสมเหตุสมผล มีทีมงานบุคลากรที่ใส่ใจในการส่งมอบบริการ มีความเป็นเอกลักษณ์

ทั้งทางกายภาพและการบริการด้วยใจ รวมถึงกระบวนการส่งมอบบริการให้เป็นไปด้วยความปลอดภัยตลอดการจัดงาน เพื่อสร้างความประทับใจที่ดีและเป็นที่น่าจดจำสำหรับการจัดงานในครั้งต่อไป

Singram & Thanaiudompat (2023) ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการการแข่งขันกีฬาแห่งชาติที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมของทรัพยากรด้านกีฬาต่อมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย (2) ศึกษาผลกระทบโดยตรงของทรัพยากรด้านกีฬาต่อรูปแบบการจัดการการแข่งขันกีฬาระดับชาติในประเทศไทย (3) ศึกษาผลกระทบโดยตรงของรูปแบบการจัดการการแข่งขันกีฬาระดับชาติต่อมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย (4) พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรด้านกีฬาและรูปแบบการจัดการการแข่งขันกีฬาระดับชาติด้วยมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า (1) การเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมกีฬาไทยมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากส่งผลกระทบทั้งภาคธุรกิจในการอุตสาหกรรมและห่วงโซ่อุปทาน ทางผู้จัดการแข่งขันกีฬามุ่งเน้นเพียงการจัดการทรัพยากรอย่างเดียว ไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานในอนาคต เนื่องจากทรัพยากรที่มีอยู่ไม่สามารถสร้างมูลค่าได้ หากไม่ได้รับการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม (2) ผลกระทบด้านทรัพยากรในด้านกีฬาเปลี่ยนแปลงจากทรัพยากรที่จับต้องได้ เช่น สนามกีฬา อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อนำไปสู่การใช้ทรัพยากรที่ไม่จับต้องได้และเพิ่มมูลค่าให้กับงานกีฬา ทั้งในด้านชื่อเสียง เทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมถึงทักษะด้านการจัดการ การแข่งขันกีฬาที่มีการประเมินความพร้อมของการแข่งขัน (3) การประเมินความพร้อมในด้านต่าง ๆ เพื่อจัดการแข่งขันและการประเมินผลเพื่อปรับปรุงสามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับงานกีฬาในระดับชาติได้ (4) กลุ่มธุรกิจผู้จัดการแข่งขันกีฬาเป็นหน่วยธุรกิจที่ขับเคลื่อนห่วงโซ่อุตสาหกรรม หากมีทักษะการจัดการที่ดีประกอบกับวิสัยทัศน์ การวางแผนการดำเนินงาน และการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน ย่อมส่งผลให้เกิดการแข่งขัน การพัฒนานวัตกรรม และการวิเคราะห์การเติบโตของตลาด

Pham et al. (2022) ศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าร่วมสำหรับการสร้างแบรนด์ในบริบทของการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาแนวคิดทฤษฎีเชิงบริหารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อสร้างแบรนด์ (2) ศึกษาแนวโน้มและโอกาสทางการวิจัยด้วยการวิเคราะห์และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (3) นำเสนอกรอบแนวคิดทางทฤษฎีด้านการสร้างคุณค่าร่วมสำหรับการสร้างแบรนด์สำหรับโอกาสในการวิจัยในอนาคต ผลการศึกษาพบว่า (1) แนวคิดทฤษฎีสันับสนุนการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อสร้างแบรนด์ในบริบทของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

(1.1) ด้านการสนับสนุนการพัฒนาทฤษฎีวิจัยเชิงแนวคิด (1.2) ด้านการตัดสินใจด้านการบริหาร (1.3) ด้านการสร้างคุณค่าร่วมในด้านการสร้างแบรนด์ (1.4) ด้านการสร้างคุณค่าร่วมในการสร้างแบรนด์จากมุมมองขององค์กร (1.5) ด้านการมีส่วนร่วมของลูกค้าในด้านการสร้างภาพลักษณ์ในสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งหมดนี้ล้วนทำให้นักการตลาดสามารถสร้างความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ระหว่างเจ้าของแบรนด์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (2) กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมช่วยเพิ่มคุณค่าของแบรนด์ตามหลักการแนวคิดการเปรียบเทียบการบริการทางการตลาด (Service Dominant Logic: SDL) เป็นทฤษฎีพื้นฐานของการสร้างสรรค์คุณค่าร่วมถูกนำมาใช้เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแบรนด์ (3) การสร้างคุณค่าร่วมแบบโต้ตอบผ่านการมีส่วนร่วมระหว่าง ผู้บริโภคกับแบรนด์ และ ผู้บริโภคกับผู้บริโภค ผ่านแพลตฟอร์มอาจทำให้แบรนด์ได้รับความสนใจมากขึ้น รวมถึงผู้บริโภคได้รับประสบการณ์จากแบรนด์ก็ต่อเมื่อกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมตอบโจทย์ความต้องการ เช่น ความยากง่ายต่อการใช้งานและความเพลิดเพลิน นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสร้างแบรนด์ได้ในอนาคตจำเป็นต้องจัดหาทรัพยากรที่เหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าร่วมและเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจ อีกทั้งในบริบทธุรกิจท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวถือเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพของบริการ สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการงานอีเวนต์ (Event Management) อีเวนต์ประเภทกีฬา (Sport Event) การแข่งขันรถฟอร์มูลาวัน (Formula One) การสร้างคุณค่าร่วม (Value Co-Creation) สามารถจัดกลุ่มของข้อมูลเพื่อสร้างเป็นข้อคำถามการวิจัยและการใช้ประโยชน์เชิงอภิปรายมีรายละเอียดตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 การรวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	การสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม (Collaboration)	ศักยภาพของเมือง (City Potential)	การบริหารจัดการเมืองอย่างยั่งยืน (Management)	การตลาด (Marketing)	การออกแบบประสบการณ์ (User Experience)	การสร้างความปลอดภัย (Security)	สถานที่จัดงาน (Venue)	คุณภาพบริการ (Service Quality)	เทคโนโลยี (Technology)	ภาพลักษณ์ที่ดี (Image)	พัฒนาบุคลากร (Personnel)	กระบวนการทำงาน (Process)	บริการทางการเงิน (Financial)
Axelsson & Reinholdsson (2022)	✓		✓	✓	✓				✓				
Bala Ramasamy et, al (2020)	✓	✓	✓				✓		✓	✓			✓
Fahy (2021)	✓		✓	✓	✓				✓				
Fenich (2005)	✓	✓		✓	✓		✓						✓
Jantori (2022)	✓	✓	✓	✓			✓						
Jensen et al. (2024)	✓	✓							✓	✓			
Kurtzman & Zauhar (1997)		✓	✓				✓						
Lenusa et al. (2020)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓					
Mysyk (2022)					✓				✓		✓	✓	✓
Pham et al. (2022)	✓			✓									
Rahayu et al. (2024)			✓					✓		✓			
Singaram & Thanaiudompat (2023)			✓		✓				✓			✓	
Toivonen (2020)	✓			✓	✓								
Weed & Bull (2004)	✓	✓		✓	✓	✓						✓	
Wieczorek (2019)		✓	✓				✓						
Xiang et al. (2023)		✓	✓		✓	✓	✓		✓				
Zeithaml (1988)					✓	✓		✓	✓	✓			✓
เกรียงไกร กาญจนาโศภิน (2555)	✓	✓	✓							✓	✓	✓	✓
เสรี วังนันทา และวิษยาพันธ์ พงศ์ (2565)	✓	✓	✓	✓		✓		✓		✓			
กบวรรณ โพธิ์อุดม และวรรณิกา บุญบุญเมณฑาท (2563)	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓				
กาญจนาประสิทธิ์ และคณะ (2565)		✓		✓	✓	✓		✓	✓				
กิตติพงษ์ เขียววณิช และคณะ (2565)	✓			✓				✓					
อริสสา ชะสิทธิ์ และอนุจักร จินตาร (2567)	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓		✓		
จิรวัฒน์ ศิริรัตน์ (2566)		✓	✓						✓	✓			
ธิษฐชัย จันทร์ตุงา (2566)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓						
ณวราณ วาสิงห์ และสนธยา บุญศิริ (2566)	✓		✓		✓		✓	✓		✓	✓	✓	
ณวัฒน์ วัฒนดิษฐ์ (2563)			✓	✓	✓	✓	✓						
ปิยภัฏพิพานต์ เหมสุวรรณ และคณะ (2567)	✓	✓	✓			✓	✓				✓		
นภาพร เข็มเมืองพาน และคณะ (2562)		✓						✓	✓			✓	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	การสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม (Collaboration)	ศักยภาพของเมือง (City Potential)	บริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Management)	การตลาด (Marketing)	การออกแบบประสบการณ์ (User Experience)	การสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย (Security)	สถานที่จัดงาน (Venue)	คุณภาพบริการ (Service Quality)	เทคโนโลยี (Technology)	ภาพลักษณ์ที่ดี (Image)	พัฒนาบุคลากร (Personnel)	กระบวนการทำงาน (Process)	บริหารการเงิน (Financial)
บงาช ชิงทรัพย์ (2562)	✓				✓			✓			✓	✓	✓
บรรจบ บุญจันทร์ และคณะ (2567)	✓		✓	✓		✓					✓	✓	✓
ปะภัสสร มีน้อย และบริหาร สัจจธำภา (2562)	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓		
ปาริฉัตร ปิงไธสง และคณะ (2567)	✓	✓	✓										✓
พระครูธรรมคุณ & พระครูปลัดสุวัฒนไพโรจน์ชัยคุณ (2565)		✓		✓	✓	✓		✓		✓	✓		
ภาคย์ พิณธนะบำรุง และวรวิทย์ นาคทนต์ (2565)		✓			✓			✓		✓			
ระชาภรณ์ ทรัพย์สิน (2563)		✓			✓	✓			✓		✓	✓	
รัฐวิทย์ เสงคทวิทย์และภัทรมน สาตย์ (2561)	✓	✓	✓								✓		
รัชชพงษ์ เขียวพันธุ์ (2561)	✓									✓			
รัชชพงษ์ เขียวพันธุ์ และเสรี วงษ์มณฑา (2562)	✓	✓		✓	✓		✓					✓	
รุ่งรัตน์ ทัศนารม (2566)	✓	✓		✓	✓			✓					
วีระศักดิ์ ศรีดีจันทร์ (2564)	✓			✓					✓			✓	✓
ศุภพร สุวรรณภักดี และคณะ (2563)	✓	✓		✓	✓		✓				✓	✓	✓
ศุภวรรณ สีระรัตน์ และสันติธร ภูริภักดี (2563)		✓	✓			✓		✓					
สังดา ไกลสรรัตน์ (2561)	✓			✓	✓		✓			✓			
สิบลพณ์ สมิตพันธ์ และคณะ (2566)	✓			✓		✓	✓	✓			✓		
สุพาศา สิริจุฑา (2557)	✓	✓				✓							
อภิญญาพัชรกุลสินารังสิ (2563)	✓	✓	✓	✓	✓		✓			✓		✓	
อัญญา สักขะวิรามศิริ และคณะ (2567)	✓	✓				✓							✓
อนุวัฒน์ ราชดี (2563)		✓		✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	
รวม	33	32	25	25	25	19	18	17	16	14	14	14	11

จากตารางที่ 1 พบว่า การวิจัยเอกสารทางผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงการสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 13 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม (Collaboration) คือ การสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการภาคเอกชน และผู้สนับสนุนการจัดงาน รวมถึงการอำนวยความสะดวกและการต้อนรับของชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่โดยรอบสถานที่จัดงาน อีกทั้งการส่งเสริมความร่วมมือภายในทีมผู้จัดงาน มีส่วนช่วยส่งเสริมการจัดงานอีเวนต์ระดับโลกอย่างมืออาชีพ นอกจากนี้ ยังเป็นความร่วมมือของทีมผู้เข้าแข่งขันในเชิงนวัตกรรมและความเป็นเลิศด้านวิศวกรรม ยานยนต์อีกด้วย

2. ด้านศักยภาพของเมือง (City Potential) คือ ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของประเทศเจ้าภาพในการรองรับผู้เข้าร่วมงานที่จะต้องมีมาตรฐานของสถานที่จัดงานอีเวนต์ที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก รวมทั้งมีระบบสาธารณูปโภค ระบบคมนาคมขนส่งทั่วถึง โรงแรม ร้านอาหาร และการต้อนรับของชุมชนโดยรอบ ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ไม่ว่าจะเป็นภูมิประเทศที่เหมาะสม และสภาพอากาศที่เอื้อต่อการจัดงาน รวมถึงการส่งเสริมจุดเด่นด้านวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการสนับสนุนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศ

3. ด้านการตลาด (Marketing) คือ การนำเสนอสินค้าและบริการในงานอีเวนต์กีฬาคำนึงถึงความแตกต่าง อาทิ การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ การสร้างประสบการณ์พิเศษแก่ผู้เข้าร่วมงาน เพื่อส่งเสริมการรับรู้และความเข้าใจในสินค้าและบริการ รวมถึงการวิเคราะห์กลยุทธ์เชิงลึกทางการตลาด ตลอดจนการศึกษาข้อได้เปรียบของคู่แข่งมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบส่วนประสมทางการตลาด อีกทั้งการสร้างแบรนด์และสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีให้กับงานอีเวนต์ผ่านเครื่องมือทางการตลาดสามารถสร้างคุณค่าเพิ่ม สำหรับการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็นอย่างดี

4. ด้านการออกแบบประสบการณ์ (User Experience) คือ การส่งมอบคุณค่าพิเศษที่น่าจดจำให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน เนื่องจากมีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจและการสร้างแรงจูงใจในการกลับมาเข้าร่วมงานอีกครั้ง นอกจากนี้ การมีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ยังคงเป็นอีกทางเลือกในการตอบสนองต่อความต้องการในด้านอารมณ์ของผู้เข้าร่วมงาน การผสมผสานความบันเทิงแฝงด้วยความหมายเชิงสัญลักษณ์ ร่วมกับการออกแบบประสบการณ์จากหลายองค์ประกอบ อีกทั้งยังเป็น

ปัจจัยสนับสนุนหลักแก่ผู้เข้าร่วมงานสัมผัสได้ถึงความพิเศษภายในงานร่วมกับการนำเสนอคุณค่าทางกายภาพ มีส่วนช่วยในการสร้างคุณค่าของการจัดงานอีเวนต์ได้ตามลำดับ

5. ด้านการบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Sustainable Management) คือ การผสมผสานทรัพยากรที่มีอยู่ให้สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผ่านการกำหนดประเภทและสำรวจจำนวนของทรัพยากรที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร เงินทุน วัสดุสิ่งของ และองค์ความรู้ที่มีอยู่เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งการจัดการยังต้องตระหนักถึงการดูแลระบบนิเวศน์ทางธรรมชาติ รณรงค์การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างยั่งยืน รวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และประเพณีของประเทศ

6. ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย (Rules & Security) คือ การกำหนดมาตรการหรือระเบียบข้อบังคับให้สอดคล้องกับแนวทางการจัดงานอีเวนต์ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรในพื้นที่อาจนำมาซึ่งความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการจัดงาน ดังนั้นการจัดทำมาตรการรักษาความปลอดภัยจากการเกิดเหตุจลาจลหรือภัยคุกคาม อาทิ รถพยาบาล จักรยานลาดตระเวน และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เพื่อให้การจัดงานมีความปลอดภัยในระดับสูงสุด และยังเป็นการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน นอกจากนี้ ทางผู้จัดงานควรให้ความสำคัญกับสุขอนามัย ความสะอาดของพื้นที่ และการบริโภค ที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้เข้าร่วมงานโดยตรง

7. ด้านสถานที่จัดงาน (Venue) คือ การประเมินความพร้อมของสถานที่จัดงาน ระบบการจัดการคมนาคม ความสะดวกสบายต่อการเข้าถึงสถานที่จัดงาน รวมทั้งควรพิจารณาถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียโอกาสที่ผู้เข้าร่วมงานต้องเสียไปเพื่อให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจสูงสุด ตลอดจนการวางแผนองค์ประกอบการแสดงงานให้เหมาะสมกับแผนผังของสถานที่จัดงาน อีกทั้งการรับรองมาตรฐานของสถานที่จัดงานในระดับสากลยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ด้านกีฬาให้ก้าวสู่จุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์

8. ด้านคุณภาพบริการ (Service Quality) คือ การส่งมอบบริการให้สอดคล้องกับระดับความพึงพอใจที่มีต่องานอีเวนต์ ผ่านการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกจากการรับบริการที่มีมาตรฐานและน่าประทับใจ ตั้งแต่การศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงาน สถานที่จัดงาน ระบบการจัดการผู้เข้าร่วมงาน ความเอาใจใส่ของบุคลากร ความรู้สึกคุ้มค่ากับราคาที่ใช้จ่ายไป ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกภายในงานทั้งหมดล้วนแต่ส่งเสริมคุณภาพบริการให้เป็นที่น่าจดจำตามความคาดหวัง

นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการยังเป็นส่วนที่ช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและชื่อเสียงของงานได้เป็นอย่างดี

9. ด้านเทคโนโลยี (Technology) คือ การพัฒนานวัตกรรมสารสนเทศพื้นฐานให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล ควบคู่กับการคิดค้นแนวคิดทฤษฎีใหม่ทางวิทยาศาสตร์เข้ามารองรับเพื่อยกระดับการบริการให้เหมาะสมกับการจัดงานอีเวนต์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ รวมถึงพัฒนาทักษะการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจัดงาน ตลอดจนการบูรณาการอุปกรณ์ที่ทันสมัยร่วมกับแพลตฟอร์มออนไลน์เชิงโต้ตอบ อาทิ การลงทะเบียนเข้าร่วมงาน จัดทำสื่อออนไลน์ประชาสัมพันธ์งาน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงการตลาดจากข้อมูลลงทะเบียน เพื่อนำไปวัดผลลัพธ์ความสำเร็จของการจัดงานและนำไปใช้เป็นแนวทางปรับปรุงต่อไปในอนาคต

10. ด้านภาพลักษณ์ที่ดี (Image) คือ การเสริมสร้างการรับรู้มิติการจัดงานอีเวนต์อย่างครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ที่แตกต่างจากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ทั่วไป การจดจำจากประสบการณ์ที่ดีในอดีตสะท้อนถึงการพัฒนาประเทศหรือเมืองจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งการให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ตลอดจนการประเมินความสามารถในการรองรับความต้องการพิเศษจากผู้เข้าร่วมงานจากหลากหลายภูมิภาค อีกทั้งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดียังคงเกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงบวก เพื่อสร้างความมั่นใจในศักยภาพของประเทศเจ้าภาพให้กับผู้เข้าร่วมงาน

11. ด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากร (Personnel) คือ การดำเนินการจัดงานอีเวนต์ต้องอาศัยบุคลากรที่เป็นตัวแปรสำคัญในการประสานงานและควบคุมคุณภาพของแต่ละขั้นตอน ควรคำนึงถึงแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรตั้งแต่การสรรหามอบหมายบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม การคาดคะเนอัตรากำลังคนให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี การกำหนดมาตรฐานการทำงานอย่างเหมาะสม และการประเมินผลการดำเนินงานที่เป็นธรรม รวมถึงการพัฒนาทักษะความรู้ที่จำเป็นต่อการจัดงานอีเวนต์ อาทิ ภาษา การตลาด เทคโนโลยี วิศวกรรมยานยนต์ เป็นต้น

12. ด้านกระบวนการทำงาน (Process) คือ การกำหนดขั้นตอนการประสานงานของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ เริ่มต้นจากการวางแผนอย่างครอบคลุม การจัดการโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับกิจการ การสั่งการอย่างเป็นระบบ การควบคุมคุณภาพและบริหารเวลาการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย นอกจากนี้ควรพิจารณาถึงรูปแบบการจัดการความเสี่ยง (Risk Management) ที่อาจเกิดขึ้นในแต่ละกระบวนการ รวมทั้งการศึกษาแนวทางการควบคุมความเสี่ยง เพื่อใช้เป็นแผนสำรอง

13. ด้านการบริหารการเงิน (Financial) คือ การจัดหางบประมาณในการดำเนินงานให้เพียงพอต่อสภาพคล่องขององค์กรอยู่เสมอ อาทิ การจัดซื้อจัดจ้าง การควบคุมค่าใช้จ่ายหรือค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ รวมถึงการลงทุนก่อสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงานจำนวนมากจากงานอีเวนต์ระดับสากล ตลอดจนการตรวจสอบทางการเงินขององค์กร เพื่อป้องกันการทุจริตทางการเงินขององค์กร



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ร่วมกับเทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จากแหล่งต้นกำเนิดความรู้ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การรายงานผลการศึกษา ทางผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขั้นตอนการศึกษาและเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

1. วิธีดำเนินการวิจัย

1.1 ทบทวนวรรณกรรมด้วยเทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเอกสารผ่านการศึกษาค้นคว้า ข้อมูลจากการวิเคราะห์เริ่มจากศึกษาแนวคิดทฤษฎีของการจัดการงานอีเวนต์ (Event Management) อีเวนต์ประเภทกีฬา (Sport Event) การแข่งขันรถฟอร์มูลาวัน (Formula One) และการสร้างคุณค่าร่วม (Value Creation) โดยศึกษาข้อมูลจากบทความ หนังสือ ตำรา วิทยานิพนธ์ เอกสารการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแผ่นพับ สื่อชนิดต่าง ๆ ในระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อการสร้างสมมติฐานการวิจัยชั่วคราว

1.2 นำข้อมูลจากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย มาสังเคราะห์ เพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

1.3 ตรวจสอบแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เกี่ยวกับเนื้อหาภาษา และการวัดประเมินผล จากนั้นนำมาหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence: IOC) ตามวิธีการ ดังนี้

ให้คะแนน	+1	เมื่อเห็นว่าสอดคล้อง
ให้คะแนน	0	เมื่อเห็นว่าไม่แน่ใจ
ให้คะแนน	-1	เมื่อเห็นว่าไม่สอดคล้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมสอดคล้องจากเอกสารโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยใช้สูตร (Rovinelli & Hambleton, 1977) สำหรับสูตรการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นของเนื้อหา

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

การแปลความค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) คือ ข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 - 1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้ และข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องต่ำกว่า 0.5 พิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC โดยใช้ดัชนี ความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ได้ค่าระหว่าง 0.50 - 1.00 และปรับปรุงแก้ไข รายละเอียดของคำถามให้มีความชัดเจนสื่อความหมายได้ง่าย

1.4 ตรวจสอบแนวทางการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้วยเทคนิคการวิจัยแบบอนาคต EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) เป็นการศึกษาแนวโน้มหรือคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคตที่เป็นไปได้มากที่สุด ให้ความสำคัญกับการควบคุมและจัดการอนาคต เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบาย วางแผน ตัดสินใจ ตลอดจนวิธีการปฏิบัติป้องกันเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ในอนาคต (Macmillan, 1971; อ้างใน จุมพล พูลภัทรชีวิน, 2546) เพื่อกำหนดร่างแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาในลำดับถัดไป

2. แหล่งข้อมูลและผู้เชี่ยวชาญ

2.1 ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ รวมถึงมีประสบการณ์ในการบริหารและจัดการงานอีเวนต์ประเภทการแข่งขันกีฬายานยนต์ พิจารณาความสามารถในการอธิบายปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์การจัดงานอีเวนต์ เพื่อลดหรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยงในการเกิดปัญหาจากการจัดงานอีเวนต์ รวมถึงนำข้อมูลดังกล่าวไปประยุกต์ใช้สำหรับการจัดงานอีเวนต์ในอนาคตอย่างราบรื่นและเกิดข้อบกพร่องให้น้อยที่สุด

2.2 สร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ด้วยการกำหนดคุณสมบัติแบบเจาะจง จำนวน 17 คน ภายใต้เกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ ด้านการบริหารและการจัดการงานอีเวนต์ประเภทกีฬา และองค์ประกอบสำคัญในด้านการจัดอีเวนต์ตามแนวทางในการกำหนดผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยเทคนิคเดลฟาย อ้างอิงตาม

แนวคิดของ Macmillan (1971) ผู้วิจัยทำการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญทั้งสิ้น 17 คน เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการลดระดับของความคลาดเคลื่อนของข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การลดระดับของความคลาดเคลื่อน

จำนวนผู้เชี่ยวชาญ	ระดับความคลาดเคลื่อน	อัตราการลดลงของความคลาดเคลื่อน
1-5	1.20-0.70	0.5
5-9	0.70-0.58	0.12
9-13	0.58-0.54	0.04
13-17	0.54-0.50	0.04
17-21	0.50-0.48	0.02
21-25	0.48-0.46	0.02
25-29	0.46-0.44	0.02

ที่มา: Macmillan, T. (1971). The Delphi Technique, Paper Presented at the annual meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development. Monterey: California.

จากตารางที่ 2 พบว่า หากจำนวนผู้เชี่ยวชาญ (Key Informant) มีขนาดตั้งแต่ 17 คน ขึ้นไป อัตราการลดลงของความคลาดเคลื่อนเป็น 0.02 และคงที่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการเลือกผู้เชี่ยวชาญ (Key Informant) จำนวน 17 ท่าน แบ่งออกเป็น 8 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

2.2.1 ออแกไนซ์ (Organizer) หมายถึง ผู้ให้บริการรับจัดงานจัดอีเวนต์ประเภทการแข่งขันกีฬาหรือยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 3 คน ได้แก่ (1) บริษัท เรซซิ่ง สปิริต จำกัด (2) บริษัท ฟาอีส ยูไนเต็ต มอเตอร์ สปอร์ต จำกัด และ (3) บริษัท เอส 63 โปรเจค จำกัด เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้จัดการแข่งขันรถยนต์ทางเรียบในระดับนานาชาติที่ได้รับการรับรองจาก ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย (ร.ย.ส.ท.) ในฐานะองค์กรหลักของประเทศไทยในการกำกับดูแลกีฬายานยนต์ภายใต้มาตรฐานของ FIA (Fédération Internationale de l'Automobile) รวมถึงเป็นผู้นำในการพัฒนาและจัดรูปแบบการแข่งขันให้มีความปลอดภัยและเป็นไปตามมาตรฐานสากล อาทิ Bangsaen Grand Prix และ RAAT Thailand Endurance Championship เป็นการแข่งขันรถยนต์ที่เน้นสมรรถนะและความอึดของนักแข่ง

2.2.2 ผู้สนับสนุน (Sponsors) หมายถึง ผู้ให้การสนับสนุนการจัดอีเวนต์ประเภทการแข่งขันกีฬาหรือยานยนต์ในประเทศไทยผ่านการจัดจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์ภายในงาน จำนวน 2 คน ได้แก่ (1) บริษัท บี-คริก จำกัด และ (2) บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้สนับสนุนหลักของการแข่งขันรถยนต์ในไทย ในรูปแบบงบประมาณ และการตลาด อาทิ TSS The Super Series by B-Quik และ B-Quik Thailand Super Series การสนับสนุนจากสองบริษัทฯ ช่วยส่งเสริมให้การแข่งขันมียอดผู้เข้าร่วมงานมากขึ้นและยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทย ในฐานะศูนย์กลางของกีฬาประเภทยานยนต์ในระดับอาเซียน

2.2.3 สถานที่จัดการแข่งขัน (Venue) หมายถึง ผู้ประกอบการที่ให้บริการสนามแข่งรถประเภทการแข่งขันกีฬาหรือยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 3 คน ได้แก่ (1) สนามแข่งรถแก่งกระจาน เซอร์กิต (2) สนามพีระ อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต และ (3) สนามแข่งรถไทยแลนด์เซอร์กิต นครปฐม เนื่องจากเป็นสนามแข่งขันที่มีมาตรฐานระดับ FIA Grade 1 และ FIM Grade A สามารถรองรับการแข่งขันระดับชาติหลายรายการ รวมถึงเป็นจุดฝึกซ้อมของนักแข่ง ทั้งระดับมืออาชีพและสมัครเล่นก่อนเข้าสู่การแข่งขันระดับโลก

2.2.4 หน่วยงานภาครัฐและเอกชน หมายถึง ผู้รับผิดชอบและสนับสนุนการจัดอีเวนต์ประเภทการแข่งขันกีฬาหรือยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 5 คน ได้แก่ (1) การกีฬาแห่งประเทศไทย (2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (3) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (4) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และ (5) ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและพัฒนากีฬาประเภทยานยนต์ของประเทศไทย การประชาสัมพันธ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมชมการแข่งขัน ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ เพื่อดึงดูดการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ อีกทั้งยังมีการกำกับดูแลและรับรองมาตรฐานการแข่งขันภายใต้หลักเกณฑ์ขององค์กรระดับโลก

2.2.5 นักกีฬาแข่งขัน หมายถึง นักแข่งรถ หรือผู้มีประสบการณ์เฉพาะด้านการแข่งขันกีฬาหรือยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 1 คน คือ คุณพงศ์พล นารายพิทักษ์ เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาประเภทยานยนต์ของประเทศไทย อาทิ Thailand Super Production 2019 และ Nissan GT Academy Thailand Season 3 อีกทั้งยังเป็นผู้ฝึกสอน BMW Driving Experience อีกด้วย

2.2.6 ผู้เข้าร่วมงาน หมายถึง ผู้ที่ได้รับประสบการณ์จากการจัดอีเวนต์ประเภทการแข่งขันกีฬาหรือยานยนต์ในประเทศไทยหรือผู้ชม จำนวน 1 คน คือ คุณทิวต์ ชูติภัทร์ เนื่องจากเป็นหนึ่งในผู้เข้าร่วมงานที่มีประสบการณ์ตรงจากการเข้าชมการแข่งขัน Formula 1 Abu Dhabi Grand Prix 2021 และติดตามการแข่งขัน F1 มาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 8 ปี นอกจากนี้ ยังมีความสามารถในการวิเคราะห์ผลการแข่งขันได้อย่างมีหลักการ

2.2.7 ตัวแทนสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ผู้นำเสนอหรือประชาสัมพันธ์การจัดอีเวนต์ประเภทการแข่งขันกีฬาหรือยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 1 คน คือ เจ้าของเพจ F1 Thailand Fanclub เนื่องจากเป็นตัวแทนของการนำเสนอและประชาสัมพันธ์การแข่งขันกีฬายานยนต์ในประเทศไทย โดยเฉพาะ เพจ F1 Thailand Fanclub ซึ่งมีผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กมากกว่า 98,000 คน และบนแพลตฟอร์มอื่น ๆ อีกกว่า 8,000 คน ทำให้กลุ่มผู้สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อติดตามข่าวสารการแข่งขัน และสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ติดตามจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.2.8 นักวิชาการ หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดอีเวนต์ประเภทการแข่งขันกีฬาหรือยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 1 คน คือ ผศ.ดร. ธารทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล เนื่องจากเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีพื้นฐานด้านการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกจากมหาวิทยาลัยศิลปากร ปริญญาโทจาก Rochester Institute of Technology และปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการอีเวนต์ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้เข้าร่วมงาน และเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในภาคสนาม ระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2568 ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2568 ตามรายละเอียดดังนี้

3.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นแนวคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิด เพื่อสะท้อนความคิดเห็นจากประเด็นปัญหาของการวิจัยออกมาอย่างลึกซึ้ง สำหรับประเด็นดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 2 ข้อ ได้แก่ (1) ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยเป็นอย่างไรและประกอบด้วยองค์ประกอบหรือปัจจัยใดบ้าง (2) ท่านมีแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยอย่างไร

3.2 แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) พิจารณาจากสภาพแวดล้อมในปรากฏการณ์ระหว่างการแข่งขันการตัดสินการจัดอีเวนต์ประเภทการแข่งขันกีฬาหรือยานยนต์ในประเทศไทย ในฐานะผู้เข้าร่วมงานหรือผู้ชมการแข่งขัน

3.3 แบบสอบถามการวิจัยแบบอนาคต EDFR กับผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ให้ข้อมูล ทางผู้วิจัยสร้างเป็นข้อคำถามสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) หลังจากเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามปลายเปิดกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้อิสระ วิเคราะห์ผลแนวโน้มต่าง ๆ ให้เป็นไปตามความสอดคล้องทางความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมาเขียนภาพอนาคตของการจัดอีเวนต์ประเภทการแข่งขันกีฬาหรือยานยนต์ในประเทศไทย

3.4 เครื่องมืออุปกรณ์ที่สนับสนุนสำหรับบันทึกข้อมูลภาพและเสียง ได้แก่ แท็บเล็ต ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์มือถือ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 วิเคราะห์และจำแนกข้อมูลจากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อนำมาจัดทำเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกปลายเปิด

4.2 จัดทำ EDFR รอบที่ 1 เสนอผู้เชี่ยวชาญในการสัมภาษณ์เชิงลึก

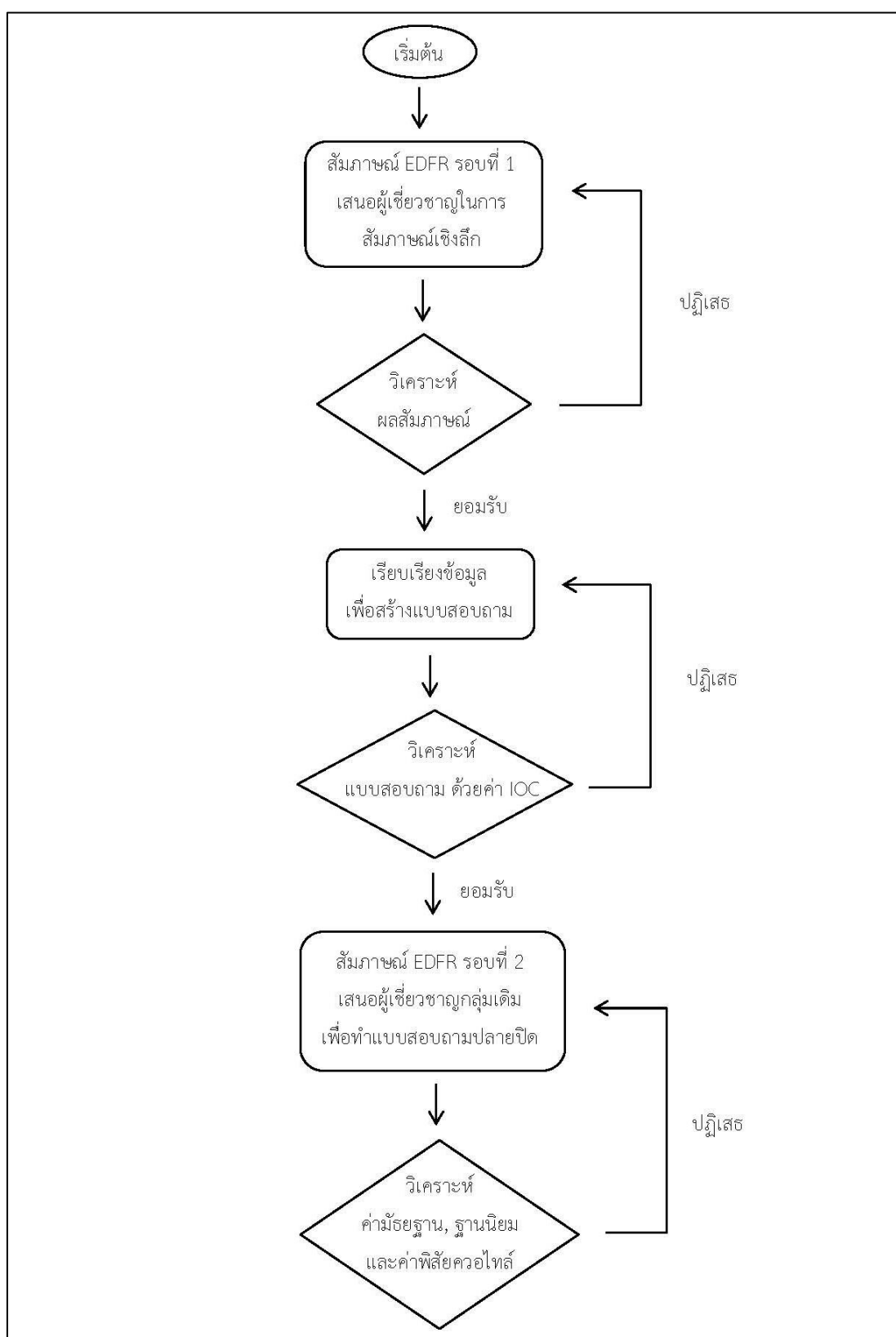
4.3 นำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์แล้วสร้างเป็นแบบสอบถามตามคุณสมบัติที่ผู้วิจัยกำหนด

4.4 พิสูจน์ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามด้วยค่า IOC

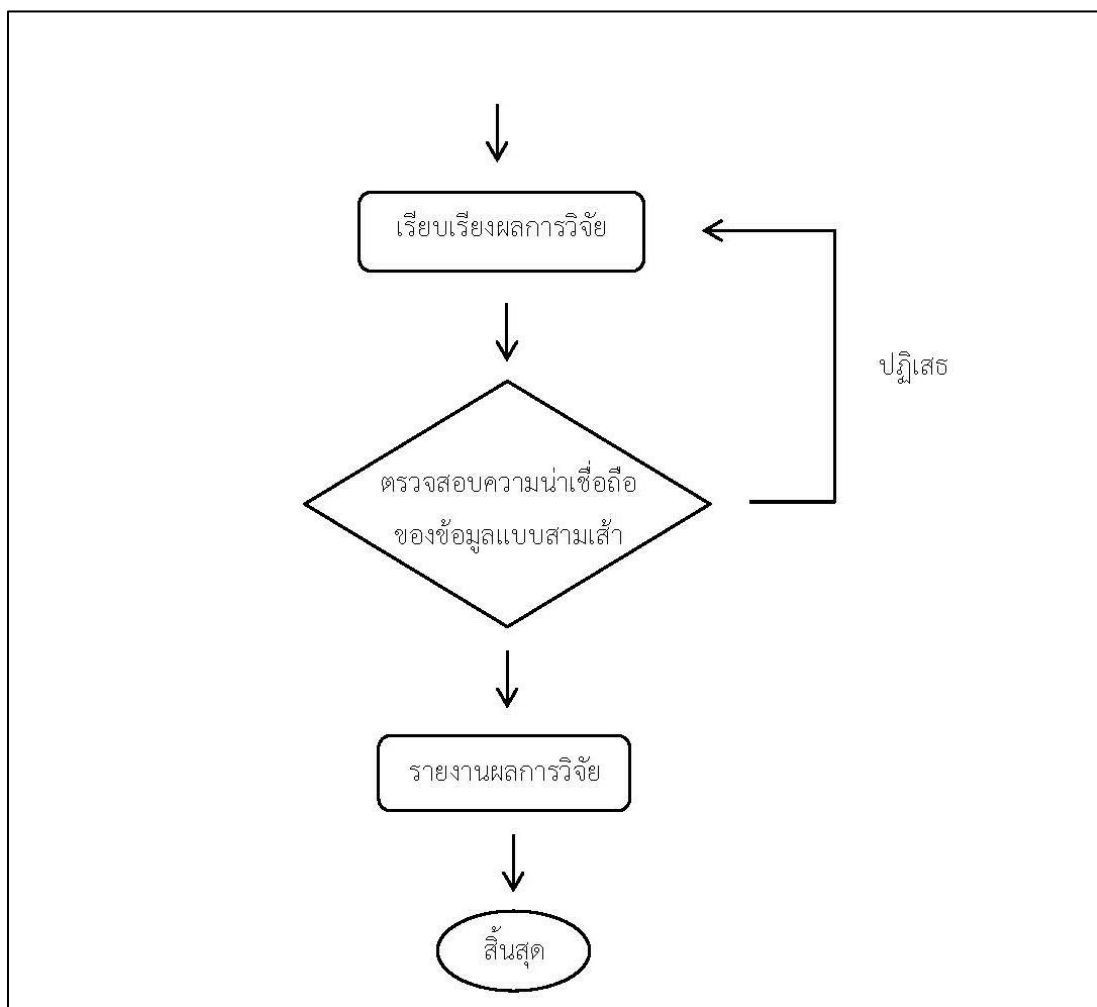
4.5 จัดทำ EDFR รอบที่ 2 เสนอผู้เชี่ยวชาญในการทำแบบสอบถามปลายเปิด

4.6 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากกระบวนการวิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูล ทางผู้วิจัยสามารถอธิบายขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับแผนภาพมีรายละเอียดตามภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัย



ภาพที่ 1 (ต่อ)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สร้างข้อสรุปจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นการตีความหมายของเนื้อหาสามารถประยุกต์ใช้กับการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการพิจารณาข้อความตัวอักษรที่ได้รับการสรุปใจความสำคัญจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์เนื้อหา 3 ประเภท ได้แก่ (1) การวิเคราะห์เนื้อหาแบบดั้งเดิม (Conventional Content Analysis) เพื่อสร้างทฤษฎี (2) การวิเคราะห์เนื้อหาแบบการกำหนดทิศทางล่วงหน้า (Directed Content Analysis) เพื่อสนับสนุนและกำหนดทิศทางของทฤษฎีเดิม และ (3) การวิเคราะห์เนื้อหาแบบสรุปความ (Summative Content Analysis) เพื่อกำหนดขอบเขตของประเด็นเนื้อหาให้กระชับและน่าเชื่อถือ (จำเนียร จวงตระกูล และ นวสันต์ วงศ์ประสิทธิ์, 2562) ในประเด็นการสร้างคุณค่าร่วมของรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เริ่มจากการศึกษาปัญหาและอุปสรรค

ของการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย จากนั้นนำไปพัฒนาเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อนำเสนอผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในขั้นตอนต่อไป

5.2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของของการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อนำไปพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

5.3 วิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญเห็นพ้องต้องกัน (Consensus) จากนั้นผู้วิจัยนำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยตามรูปแบบของ EDFR เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม จำนวน 17 คน ลงความคิดเห็น

5.4 ยืนยันความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้วยข้อมูลที่ได้รับคืน เพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยเพิ่มตำแหน่งค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) และค่าพิสัยควอไทล์ (Interquartile Range) และตำแหน่งที่ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนตอบจากผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม จำนวน 17 คน พิจารณาคำตอบใหม่แล้วตอบกลับมาอีกครั้ง ข้อมูลโดยใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ซึ่งแบบประเมินทุกข้อมากกว่า 3.5 (≥ 3.5) และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานมากกว่าหรือเท่ากับ 1.00 ($S.D \geq 1.00$) (สมชาย วรจิเกษมสกุล, 2554) ถือว่ารับรองรูปแบบที่มีความเที่ยงตรง จากนั้นผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ เมื่อดำเนินการวิจัยครบตามเทคนิคการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน ตามรูปแบบของ EDFR รอบที่ 1 และ 2 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยควอไทล์แล้วนำมาแปลผลค่ามัธยฐาน (Best, & Kahn, 1993) โดยให้ความหมายตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ระดับค่ามัธยฐาน

ระดับค่ามัธยฐาน	ความหมาย
4.50-5.00	ข้อความนั้นมีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากที่สุด
3.50-4.49	ข้อความนั้นมีความเหมาะสมและเป็นไปได้มาก
2.50-3.49	ข้อความนั้นมีความเหมาะสมและเป็นไปได้ปานกลาง
1.50-2.49	ข้อความนั้นมีความเหมาะสมและเป็นไปได้น้อย
1.00-1.49	ข้อความนั้นมีความเหมาะสมและเป็นไปได้น้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาว่าข้อความใดเหมาะสมสำหรับแนวทางการสร้างคุณค่าร่วม เพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ผู้วิจัยเลือกข้อความที่มีค่ามัธยฐานมากกว่า 3.50 และค่าพิสัยควอไทล์น้อยกว่า 1.50 จากการคำนวณหาค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับ ควอไทล์ที่ 1 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นเห็นสอดคล้องกัน หากค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ข้อความนั้นมีค่ามากกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นไม่สอดคล้องกัน

6. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือและป้องกันความผิดพลาด ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) จากผู้ทรงคุณวุฒิ (Denzin, 1970) ซึ่งเป็นการตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิดทฤษฎี ต่างไปจากเดิม ตีความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยแค่เพียงใดโดยแบ่งเป็น 3 ด้าน (ชาย โพธิ์สีดา, 2562) ได้แก่

6.1 ด้านตรวจสอบข้อมูลแตกต่างกัน (Data Triangulation) เป็นการพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาจาก 3 แหล่งที่มา ภายใต้เงื่อนไขของระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย สถานที่ในการเก็บข้อมูล และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อแสดงให้เห็นว่าหากข้อมูลต่างเวลากันอาจเหมือนกันหรือไม่ ยิ่งไปกว่านั้นหากข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่ และหากบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

6.2 ด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) เป็นการพิสูจน์ด้วยคณะผู้วิจัยแต่ละคน จะได้ข้อมูลมาต่างกันหรือไม่ และอย่างไร โดยใช้นักวิจัยที่มากกว่า 1 คน เพื่อรวบรวมข้อมูล ทั้งผู้สัมภาษณ์หรือการสังเกตและยืนยันข้อมูลที่ถูกค้นพบในพื้นที่ เนื่องจากผู้วิจัยแต่ละคนที่มีข้อมูลแตกต่างกันส่งผลให้การพิจารณาความแตกต่างกันของข้อมูล และตรวจสอบด้วยการตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด โดยการค้นหาคำอธิบายจากปรากฏการณ์ที่ศึกษาและเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้น

6.3 ด้านการตรวจสอบแนวคิดและทฤษฎีแตกต่างกัน (Theory Triangulation) เป็นการพิจารณาความแตกต่างกันของข้อมูลและตรวจสอบว่าหากผู้วิจัยต้องใช้แนวคิดและทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิม ทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด โดยการค้นหาคำอธิบายจากปรากฏการณ์ที่ศึกษาเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้น



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ (1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย สามารถอธิบายรายละเอียดของผลการศึกษาได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษากการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ร่วมกับเทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จากแหล่งต้นกำเนิดความรู้ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน มีรายละเอียดตามตารางที่ 4 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 คุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ลำดับ	หน่วยงาน	ตำแหน่ง	นามสมมติ	วันที่เก็บข้อมูล
1	บริษัท เรซซิ่ง สปีด จำกัด	ผู้บริหาร	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 1	11 มี.ค. 2568
2	บริษัท เอส 63 โปรเจค จำกัด	ผู้บริหาร	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 2	11 มี.ค. 2568
3	บริษัท ฟาอิส ยูไนเตด มอเตอร์สปอร์ต จำกัด	ผู้บริหาร	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 3	10 พ.ค. 2568
4	บริษัท บี-ควิก จำกัด	ผู้บริหาร	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 4	24 พ.ค. 2568
5	บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)	ผู้บริหาร	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 5	23 เม.ย. 2568
6	สนามแข่งรถแก่งกระจาน เซอร์กิต	ผู้บริหาร	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 6	3 พ.ค. 2568
7	สนามพีระ อินเตอร์เนชั่น แนล เซอร์กิต	ผู้บริหาร	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 7	11 มี.ค. 2568

ลำดับ	หน่วยงาน	ตำแหน่ง	นามสมมติ	วันที่เก็บข้อมูล
8	สนามแข่งรถไทยแลนด์เซอร์กิต นครปฐม	ผู้บริหาร	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 8	3 เม.ย. 2568
9	การกีฬาแห่งประเทศไทย	ผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทย	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 9	10 เม.ย. 2568
10	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 10	1 เม.ย. 2568
11	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	ผู้อำนวยการกองนโยบายและการท่องเที่ยว	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 11	21 พ.ค. 2568
12	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)	ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 12	1 มี.ค. 2568
13	ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์	นายกราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 13	3 มี.ค. 2568
14	นักกีฬาแข่งขัน	-	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 14	9 มี.ค. 2568
15	ผู้เข้าร่วมงาน	-	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 15	23 มี.ค. 2568
16	ตัวแทนสื่อสังคมออนไลน์	-	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 16	3 มี.ค. 2568
17	นักวิชาการ	นักวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 17	2 มี.ค. 2568

จากตารางที่ 4 แสดงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้วยการกำหนดนามสมมติเพื่อปกปิดความลับของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 17 คน พิจารณาจากคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One รวมถึงผู้มีส่วนสำคัญต่อการสนับสนุนการจัดงานให้เกิดขึ้นอ้างอิงตามแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ในข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ปัญหา

และอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้วยหลักการของ EDFR รอบที่ 1 ผู้วิจัยได้กำหนดข้อคำถามปลายเปิด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยประกอบด้วยสาเหตุปัจจัยอะไรบ้าง และข้อที่ 2 ท่านคิดว่าแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยควรเป็นรูปแบบใด สามารถนำเสนอข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งสิ้น 17 คน โดยถูกกำกับไว้ด้วยนามสมมติ ดังนี้

1. บริษัท เรซซิ่ง สปริต จำกัด

1.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ด้านการคมนาคมขนส่งหรือการเดินทางของนักกีฬาที่เข้าร่วมแข่งขัน เนื่องจากในระยะเวลา 1 ปี มีช่วงเวลากการแข่งขันยาวนานมากกว่า 24 สัปดาห์ เริ่มตั้งแต่กระบวนการฝึกซ้อม การเปลี่ยนสถานที่จัดการแข่งขัน ตลอดจนการเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์และอะไหล่ ทำให้การบริหารเวลาและต้นทุนค่าใช้จ่าย ส่งผลกระทบต่อกระบวนการจัดการของแต่ละทีมเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นความท้าทายของประเทศไทยที่มีความจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับด้านโลจิสติกส์ การขนส่งรถเพื่อใช้ในการแข่งขัน ส่วนใหญ่จะเลือกรูปแบบการขนส่งทางอากาศ เพื่อความรวดเร็วสามารถนำไปใช้แข่งขันได้ทันเวลา นอกจากนี้ ด้านการบริหารการเงินความเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากรทีมงานที่ต้องปฏิบัติงานห่างไกลจากถิ่นที่อยู่อาศัยเป็นเวลานาน สภาพร่างกายและสภาวะจิตใจ ไม่ว่าจะเป็นทีมวิศวกรยานยนต์ ทีมช่างเทคนิคเชิงลึกที่ต้องประจำอยู่ที่สำนักงานใหญ่ รวมถึงทีมสนับสนุนเรื่องการซ่อมแซมหรือบำรุงรักษายานยนต์ ตลอดจนทีมดูแลทางด้านโภชนาการ และทีมดูแลสภาพจิตใจของนักแข่ง มีจำนวนมากกว่า 300 คนต่อรถแข่ง 1 คัน จึงเป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่หลายภาคส่วนควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมให้ทีมงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีสภาวะความเป็นอยู่ที่ดี อย่างไรก็ตามควรตระหนักถึงเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มคนที่ไม่สนับสนุนการจัดการแข่งขันให้เกิดความเข้าใจถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นด้วยการชี้แจงถึงหลักการและเหตุผลของการจัดการแข่งขัน รวมถึงการศึกษาประเด็นปัญหาทางการเมืองของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถเจรจาข้อสรุปได้ สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างผลกระทบในเชิงลบต่อภาพลักษณ์การแข่งขันได้เช่นกัน ทั้งนี้ การคำนึงถึงคุณภาพและมาตรฐานของสนามแข่งขันไม่ว่าจะเป็นระยะทางความยาวของสนามต่อรอบและระยะเวลาต่อรอบ ไม่ควรเกิน 1.30 นาที เนื่องจากเป็นเวลาที่สามารถดึงดูดให้ผู้เข้าร่วมงานสนใจได้อย่างเหมาะสมที่สุด อีกทั้งพิจารณาร่วมกับลักษณะของสนามแข่ง จำนวนโค้ง ความกว้างของถนนแต่ละเส้นทาง ซึ่งเป็นไปตามข้อบังคับโดย

สหพันธ์ยานยนต์นานาชาติมีความสำคัญต่อการพิจารณาคัดเลือกสนามแข่ง จากข้อความดังกล่าว สอดคล้องกับบทสนทนา ดังนี้

“ในแง่ของโลจิสติกส์ พี่มองว่ายังเป็นเรื่องท้าทายมาก ๆ โดยเฉพาะการขนส่งรถแข่งกับอุปกรณ์ที่ต้อง เคลื่อนย้ายตลอดทั้งฤดูกาล ซึ่งกินเวลาเป็นเดือน ๆ นะครับ แล้วไม่ใช่แค่ตัวรถ แต่ต้องนับรวมทีมงาน วิศวกร ช่างเทคนิค คนดูแลโภชนาการ ทีมแพทย์ ทีมจิตวิทยา พุดง่าย ๆ คือ หนึ่งคันมีทีมงานเกือบ 300 ชีวิตเลยครับ ซึ่งถ้าจะจัดในไทย เราก็ต้องพร้อมทั้งด้านการขนส่ง ทางอากาศจะตอบโจทย์มากที่สุดในแต่ละ เวลา แต่ต้นทุนก็สูง ตรงนี้รัฐหรือเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องมองให้ออกกว่าจะซัพพอร์ตยังให้มันเดินหน้าได้ อีกประเด็นคือเรื่องสนามแข่ง เราจะมาทำสนามมั่ว ๆ ไม่ได้ ต้องได้มาตรฐาน FIA ทั้งความยาวต่อรอบ ไม่เกิน 1.30 นาที เพราะเกินกว่านั้นคนดูจะเบื่อ เรื่องจำนวนโค้ง ความกว้างของโค้ง ทุกอย่างเขามีเกณฑ์ หมด ถ้าไม่ตามนี้ เขาก็ไม่อนุมัติให้เราจัด” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 1, 11 มีนาคม 2568)

1.2 แนวทางการสร้างคุณค่างานเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพและความพร้อมต่อการจัดการ แข่งขันมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานสนับสนุนด้านการแข่งขัน กีฬายานยนต์ของประเทศ อาทิ แคมเปญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่พร้อม ผลักดันให้ประเทศก้าวสู่การจัดการแข่งขันระดับโลก ประกอบกับกำลังซื้อและความเต็มใจจ่ายของ ผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงผู้สนับสนุนงานก็เล็งเห็นความสำคัญในการทุ่มเทลงทุนให้กับการแข่งขัน ในกรณีศึกษาการบริหารจัดการแข่งขันของประเทศผู้เป็นเจ้าภาพ อาทิ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย อังกฤษ และญี่ปุ่น เพื่อเรียนรู้ทักษะและนำแนวทางมาปรับใช้กับการจัดการแข่งขันในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีความคิดเห็นว่า การสร้างสนามการแข่งขันที่สามารถใช้ประโยชน์ด้วยวัตถุประสงค์อื่นหลังจากจบ การแข่งขัน อาทิ สนามแข่ง Albert Park Circuit ณ เมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ประยุกต์ใช้เป็น สวนสาธารณะ ศูนย์กลางด้านกีฬา (Sport Center) ทั้งในรูปแบบภายในอาคารและกลางแจ้ง ทั้งนี้ หากเลือกสนามแข่งในกรุงเทพมหานครต้องมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หรือการรถไฟแห่งประเทศไทยเข้ามาทำหน้าที่ดูแลในเรื่องการจัดสรรพื้นที่เพื่อเป็นสนามแข่ง รวมถึง การบริหารเส้นทางการสัญจรรถ ตลอดจนเส้นทางการออกกำลังกายของประชาชนที่อาศัยในบริเวณ นั้นเช่นกัน ภายหลังจากการทำสัญญาข้อตกลงความร่วมมือกับสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ หาก ประเทศไทยชำระค่ามัดจำที่เป็นส่วนหนึ่งของค่าลิขสิทธิ์เรียบร้อยแล้ว สามารถพัฒนาบุคลากรที่ เกี่ยวข้องควบคู่ไปได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นคณะกรรมการ ทีมดูแลความปลอดภัย ทีมดูแลเส้นทางที่ รถแข่งขันใช้วิ่งเข้า-ออกระหว่างทางวิ่งในสนามและจุดซ่อมแซมรถ (Pit Lane) ทีมโบกธง ทีมจับเวลา

ทีมซันรูดดูแลจัดระเบียบความเรียบร้อยของการแข่งขัน (Safety Car) เพื่อศึกษาและเรียนรู้งานร่วมกับทีมงานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ สำหรับเตรียมความพร้อมบุคลากรให้เป็นไปตามมาตรฐาน ในขณะที่เดียวกันสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติยังคงมีทีมงานพี่เลี้ยง (Mentor) จากประเทศออสเตรเลียและประเทศสิงคโปร์ เพื่อมาฝึกอบรมความรู้และทักษะที่จำเป็น อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังคงให้ความสนใจกับการแข่งขันกีฬาประเภทยานยนต์มาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้สามารถส่งเสริมความเข้าใจและเพิ่มโอกาสให้กับการแข่งขัน Formula One มากขึ้น เมื่อเทียบกับประเทศที่ไม่ได้มีความตระหนักหรือมีองค์ความรู้เกี่ยวกับกีฬาประเภทยานยนต์มาก่อน นอกจากนี้ประเทศไทยควรมีพื้นที่ปลอดภาษี (Free Zone) พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่พนักงานศุลกากรอำนวยความสะดวกในการให้บริการเกี่ยวกับภาษีนำเข้าและส่งออก เพื่อตรวจสอบบัญชีรายละเอียดบรรจุหีบห่อ (Packing List) ที่ตรงกับความเป็นจริงหรือไม่ ทั้งนี้ สหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) ตัดสินใจเลือกประเทศที่เหมาะสมกับการจัดการแข่งขัน พร้อมกับการพิจารณาองค์ประกอบปัจจัยหลายประการ อาทิ ความมั่นคง การเมืองการปกครอง ศาสนา นโยบายข้อจำกัดของประเทศควบคู่กับการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองของประเทศไทย ทั้งก่อนและหลังการแข่งขันให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้เพิ่มให้กับประเทศ จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ส่วนตัวพี่เองคิดว่า ถ้าเราจะจัดในกรุงเทพฯ จริง ๆ ก็ต้องร่วมมือกับหลายหน่วยงาน เช่น ผู้ว่าฯ หรือการรถไฟฯ เพื่อวางแผนจัดการพื้นที่ทั้งด้านจราจรกับทางเดินสาธารณะให้ลงตัว พอเราทำ MOU กับ FIA แล้ว ถ้าเราจ่ายค่าลิขสิทธิ์เรียบร้อย เราจะได้สิทธิ์พัฒนาบุคลากรร่วมกับเขาเลยนะ อย่างทีมกรรมการ ทีมโบกธง ทีมซันรูด Safety Car ซึ่ง FIA เขาก็จะมีเมนเทอร์จากออสเตรเลียกับสิงคโปร์มาช่วยเทรนให้เราโดยตรง อีกเรื่องที่สำคัญมากคือ Free Zone กับเรื่องภาษีนำเข้า-ส่งออกนะครับ เพราะของที่เขานำมานี่ละเอียดมาก ทุกชิ้นมีเลขซีเรียล ต้องมีเจ้าหน้าที่ศุลกากรที่รู้ระบบนี้โดยเฉพาะ ถ้าทำไม่ราบรื่น FIA เขาก็ไม่เลือกเรา เพราะเขาดูปัจจัยหลายอย่างเลย ทั้งความมั่นคง การเมือง นโยบายประเทศ ศาสนา แล้วก็การท่องเที่ยวเมืองรอง ซึ่งถ้าเราบูรณาการได้ มันจะเกิดการหมุนเวียนเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้ประเทศเยอะมาก ” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 1, 11 มีนาคม 2568)

2. บริษัท เอส 63 โปรเจค จำกัด

2.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ด้านการลงทุนทางการเงินถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด อีกทั้งควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่กลุ่มชุมชนท้องถิ่นควรได้รับตามความเหมาะสม รวมถึงด้านราคาของบัตรเข้าชมการแข่งขันที่สูง ทำให้กลุ่มชุมชนไม่สามารถซื้อบัตรเพื่อเข้าชมได้ ในขณะเดียวกันยังเป็นการรบกวนถิ่นที่อยู่อาศัยเดิมของชุมชนอีกด้วย จึงมีความคิดเห็นว่าการแข่งขันกีฬาประเภทยานยนต์ในลักษณะเดียวกัน อาทิ การแข่งขัน MotoGP ในประเทศไต้หวันซึ่งงบประมาณที่น้อย

กว่า แต่ได้รับผลลัพธ์ใกล้เคียงกับการจัดการแข่งขัน Formula One ดังนั้น ทางหน่วยงานภาครัฐควรพิจารณาความเป็นไปได้ร่วมกับการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการลงทุนจัดการแข่งขันกับความคุ้มค่าในบริบทนี้หากดำเนินการผ่านประชาพิจารณ์กับภาครัฐและเอกชน ไม่ว่าจะเป็นความร่วมมือด้านสถานที่จัดงาน ข้อจำกัดในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตประชาชนในช่วงเวลาจัดการแข่งขัน อาทิ การปิดเส้นทางสัญจรของชุมชนในพื้นที่ต้องไม่กีดขวางเส้นทางการไปโรงพยาบาลในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน การจราจรติดขัด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีศักยภาพความพร้อมในด้านการรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมงานควรให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อระบุแนวทางการสร้างรายได้ที่ยั่งยืนในระยะยาว อาทิ โรงแรม รถบริการรับ-ส่ง เป็นต้น จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ธุรกิจบริการในท้องถิ่น อย่างร้านอาหาร โรงแรม รถรับส่ง หรือแม้แต่แผงค้ารายย่อย เขาก็ควรได้รับประโยชน์จากงานระดับนี้ด้วยนะครับ ไม่ใช่จัดแล้วชุมชนไม่ได้อะไรเลย เพราะบางพื้นที่ก็โดนรบกวน ทั้งเรื่องเสียง การจราจร หรือพื้นที่ใช้สอยเดิม ดังนั้นรัฐควรคิดว่าจะช่วยเขาอย่างไร ไม่ว่าจะเป็นการลดผลกระทบ หรือการมีส่วนแบ่งรายได้ในรูปแบบที่เป็นธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 2, 11 มีนาคม 2568)

2.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน

Formula One ในประเทศไทย

จากการให้สัมภาษณ์พบว่า หากมีการจัดงานช่วยสร้างโอกาสในการรับรู้ให้แก่ประเทศในมุมมองของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในประเทศ รวมถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในประเทศให้มีกิจกรรมการแข่งขันในประเภทอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกัน สร้างความคุ้มค่ากับการลงทุนได้มากกว่าการแข่งขัน Formula One และพิจารณาถึงความคุ้มค่าของการลงทุน รวมทั้งยังต้องพัฒนาระบบการจัดการแข่งขันให้เกิดประโยชน์สูงสุดในระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับประชาชน หรือมุ่งเน้นไปที่การแข่งขัน ตลอดจนการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน มีการอบรมความรู้เกี่ยวกับอีเวนต์ประเภทกีฬา การดูแลรักษาความปลอดภัย การปฐมพยาบาลเบื้องต้น การเปิดพื้นที่ค้าขายในระหว่างการจัดการแข่งขันโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมถึงการเจรจาต่อรองและสร้างความเข้าใจกับกลุ่มชุมชนโดยรอบในเรื่องประโยชน์ผ่านช่องทางการหารายได้ที่เพิ่มมากขึ้นในเชิงรูปธรรม การจัดการดูแลอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยให้ตรงตามมาตรฐานการจัดงานของ สหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ เพื่อควบคุมความเสี่ยงที่อาจเป็นอันตรายต่อการแข่งขัน ดังนั้น บุคลากรในงานควรมีทีมงานที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ เพื่อควบคุมดูแลคุณภาพการจัดงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน การจัดการฝูงชนในลักษณะต่าง ๆ อาทิ หน่วยพยาบาล ทีมรับ-ส่ง ผู้ได้รับบาดเจ็บ ทีมดูแลเส้นทางเดินรถพยาบาล ในขณะเดียวกันควรส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าให้กับงาน

ด้วยการสร้างกิจกรรมการแสดงความบันเทิง ความประทับใจ และกิจกรรมพัฒนาทักษะของเด็กและเยาวชนเกี่ยวกับยานยนต์ พิจารณาการจัดงานที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มครอบครัว และการจัดบูธแสดงสินค้าด้านยานยนต์ในเชิงของนิทรรศการ (Festival) พร้อมทั้งพัฒนานวัตกรรมด้านซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ อาทิ เครื่องบันทึกข้อมูล (Data Logger) เป็นระบบช่วยบันทึกการแข่งขัน ตรวจวัดปริมาณควันดำจากยานพาหนะ ตรวจสอบผลการแข่งขันที่แม่นยำ (Global Positioning System: GPS) การถ่ายทอดสด (Streaming) เพื่อช่วยส่งเสริมการวิเคราะห์การแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ธุรกิจบริการในชุมชนจะมีบทบาทมาก ถ้าจัด F1 จริง ๆ เราต้องทำให้เขาเติบโตไปพร้อมกับงาน ไม่ใช่แค่มาใช้พื้นที่เขาเฉย ๆ ควรมีการอบรมอาชีพ จัดบูธขายของฟรี หรือสร้างกิจกรรมให้เขาได้เข้ามามีส่วนร่วม เช่น จัดโซน Festival มีโชว์หรือกิจกรรมเกี่ยวกับเด็กที่ส่งเสริมความรู้เรื่องยานยนต์ด้วย มันจะช่วยให้คนในพื้นที่รู้สึกว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งของงานจริง ๆ “ผมคิดว่าไม่ใช่แค่การจัดแข่งอย่างเดียว แต่มันควรมีความหลากหลาย เช่น นิทรรศการยานยนต์ โชว์เทคโนโลยีเกี่ยวกับรถแข่งหรือความปลอดภัย อาจมี workshop ให้เยาวชนเข้ามาเรียนรู้เรื่องระบบรถยนต์หรือซอฟต์แวร์พวกนี้ด้วย ยิ่งถ้าเราเปิดโอกาสให้คนได้พัฒนาและเรียนรู้ งานนี้จะสร้างผลลัพธ์ได้มากกว่าความสนุก คือมันจะกลายเป็นแพลตฟอร์มการพัฒนาในหลายมิติเลยครับ” (ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 2, 2568)

3. บริษัท ฟาอิส ยูไนเต็ต มอเตอร์สปอร์ต จำกัด

3.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย จากการให้สัมภาษณ์พบว่า การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยยังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ โดยเฉพาะด้านงบประมาณและการสนับสนุนทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรก เนื่องจากการจัดการงานต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก ทั้งในการปรับปรุงสถานที่ การจ้างบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงการชำระค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์ให้กับองค์กร Formula One Management (FOM) หากไม่มีการสนับสนุนที่เพียงพอจากภาครัฐและเอกชน อาจทำให้โครงการไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มรูปแบบ ในขณะเดียวกัน การพัฒนาสนามแข่งขันให้ผ่านมาตรฐานสากลของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติยังคงเป็นอีกหนึ่งภารกิจที่ต้องใช้งบประมาณสูง ไม่ว่าจะเป็นการปรับพื้นผิวสนาม การติดตั้งระบบความปลอดภัย หรือการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้รองรับทั้งนักแข่ง ทีมงาน และผู้ชมจำนวนมาก นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงการจัดการด้านโลจิสติกส์และการปิดถนน อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียง เนื่องจากการแข่งขันต้องใช้เวลาขนส่งอุปกรณ์ขนาดใหญ่และควบคุมพื้นที่อย่างเข้มงวด เช่น กรณีของเมืองลาสเวกัส ที่ต้องมีการปิดถนนและปรับพื้นผิวถนนใหม่ติดต่อกันหลายเดือนก่อนการจัดงาน อีกประเด็นสำคัญ

ยังคงเป็นการสร้างความตระหนักรู้และความสนใจแก่ภาคประชาชนชาวไทย เนื่องจากในปี พ.ศ. 2568 Formula One ยังไม่ได้รับความนิยมในวงกว้างเท่ากับกีฬาประเภทอื่น การดึงดูดผู้ชมภายในประเทศให้เกิดความเข้าใจและมีส่วนร่วม จึงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการจัดการแข่งขันจะต้องพิจารณาถึงศักยภาพในการกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว แต่ก็ไม่สามารถละเลยผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นพลังงานเชื้อเพลิงและระบบไฟฟ้าอาจก่อให้เกิดแรงกดดันต่อสิ่งแวดล้อมในวงกว้าง รวมถึงปัญหาเรื่องเสียงมลพิษทางอากาศ และปริมาณขยะจากการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ ที่ต้องอาศัยมาตรการรองรับอย่างรอบด้าน เพื่อไม่ให้ส่งผลเสียต่อชุมชนและระบบนิเวศในระยะยาวจากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

"จะบอกว่า F1 เป็นงานใหญ่ระดับโลกที่ต้องใช้เงินมหาศาลก็ไม่ผิดเลยครับ ไม่ใช่แค่ค่าใช้จ่ายเรื่องสนามหรือการจ้างทีมงาน แต่แค่ค่าลิขสิทธิ์ก็สูงมากแล้ว ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐหรือเอกชนอย่างจริงจัง ก็ยากที่จะเดินหน้าจัดได้ อีกเรื่องที่สำคัญคือสนาม ถ้าจะใช้จัด F1 จริง ๆ ต้องปรับปรุงเยอะมากให้ได้มาตรฐาน FIA ทั้งเรื่องความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงระบบต่าง ๆ สำหรับรองรับคนจำนวนมาก แล้วอย่าลืมเรื่องชุมชนด้วยครับ เพราะถ้าต้องปิดถนนหรือมีการขนส่งอุปกรณ์ใหญ่ ๆ อย่างที่ลาสเวกัสทำ อาจกระทบคนในพื้นที่ ถ้าไม่ได้วางแผนดี ๆ มีปัญหาแน่นอน อีกปัญหาคือคนไทยเองก็ยังไม่ได้อินกับ F1 มากเท่ากีฬาอื่น การสร้างกระแสหรือทำให้คนเข้าถึงง่ายขึ้นก็ต้องทำควบคู่ไปด้วย ที่สำคัญคือเรื่องสิ่งแวดล้อมครับ งานระดับนี้ใช้พลังงานเยอะมาก มีเสียงดัง ขยะก็เยอะ ต้องมีระบบจัดการให้ดี ไม่งั้นชุมชนรอบข้างจะรับผลกระทบระยะยาว" (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 3, 10 พฤษภาคม 2568)

3.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การจัดการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยสามารถสร้างคุณค่าร่วมได้ในหลายด้าน โดยเฉพาะการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการประชาสัมพันธ์สถานที่สำคัญที่อยู่ใกล้เคียงกับสนามแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นชายหาด ศาสนสถาน หรืออาหารท้องถิ่น ซึ่งช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาในพื้นที่เหล่านี้น่าจะมากขึ้น ในด้านเศรษฐกิจการใช้ Formula One กระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นอย่างชัดเจน ทั้งในรูปแบบของการจ้างงานในภาคบริการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร การเดินทาง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยในระดับสากล ทำให้ประเทศถูกมองว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่ทันสมัยและมีความสามารถในการจัดงานระดับโลก แต่ในด้านผลกระทบเชิงบวกที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการเป็นเจ้าภาพการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับเศรษฐกิจไทย การเพิ่มจำนวนผู้มาเยือนจากต่างประเทศ และยังสามารถเป็นเวทีแสดง

ความพร้อมของประเทศไทยในฐานะเจ้าภาพจัดงานกิจกรรมอีเวนต์ระดับนานาชาติ รวมถึงการสร้างโอกาสใหม่ในด้านความร่วมมือทางธุรกิจและการลงทุนในอนาคตอีกด้วย

จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

"F1 จริง ๆ แล้วมันสามารถช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ดีมากเลยนะครับ ถ้าเราผูกกับแลนด์มาร์กที่อยู่ใกล้สนาม เช่น ทะเล วัด หรืออาหารท้องถิ่น จะทำให้คนอยากมาเที่ยวมากขึ้น ในแง่เศรษฐกิจ ก็ช่วยกระตุ้นภาคบริการโดยตรง โรงแรม ร้านอาหาร ธุรกิจขนส่งได้ประโยชน์หมด แล้วภาพลักษณ์ของประเทศไทยก็จะดีขึ้น คนจะมองว่าไทยจัดงานระดับโลกได้ อีกมุมที่น่าสนใจคือ เราสามารถใช้โอกาสนี้สร้างเวทีให้ไทยแสดงความพร้อมระดับนานาชาติ มันไม่ได้แค่เรื่องแข่งรถ แต่เป็นภาพรวมของศักยภาพประเทศที่จะดึงดูดการลงทุนหรือความร่วมมือใหม่ ๆ ในอนาคตครับ" (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 3, 10 พฤษภาคม 2568)

4. บริษัท บี-คิก จำกัด

4.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ปัญหาด้านการจราจรติดขัดหากจัดในเมือง อาทิ กรุงเทพมหานคร ในฐานะเมืองหลวงและศูนย์กลางเศรษฐกิจของประเทศ ถึงแม้จะมีโครงสร้างพื้นฐาน ระบบขนส่งที่รองรับอย่างเพียงพอ แต่ปริมาณรถยนต์จำนวนมากในเขตเมือง ทำให้การจัดงานระดับโลกที่ดึงดูดผู้เข้าร่วมงานจำนวนมากเข้าสู่สนามแข่งขัน อาจก่อให้เกิดปัญหาจราจรติดขัดอย่างหนัก ผู้เข้าร่วมงานจึงจำเป็นต้องวางแผนเส้นทางจราจรและระบบขนส่งสาธารณะ อาทิ การเพิ่มรถไฟฟ้าสายพิเศษหรือรถรับส่ง (Shuttle Bus) จากสถานีหลักถึงสนามแข่ง นอกจากนี้ การเลือกจังหวัดหรือพื้นที่ที่เหมาะสมในการจัดงานเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณา หากการจัดการแข่งขันที่จังหวัดบุรีรัมย์มีสนามแข่งขันที่ได้มาตรฐานและมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อีกทั้งช่วยกระจายรายได้และส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สร้างงาน และรายได้ให้กับธุรกิจท้องถิ่น อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร และการค้าปลีก รวมถึงช่วยกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมและพัฒนาคุณภาพชีวิตในพื้นที่โดยตรง ในด้านศักยภาพการแข่งขัน ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันจากประเทศเพื่อนบ้านจากมาเลเซียและสิงคโปร์ที่มีประสบการณ์ในการจัดการแข่งขันมาอย่างยาวนานและมีสนามแข่งขันที่ได้รับการยอมรับสูง อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในเรื่องของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพักผ่อน สามารถเดินทางมาเพื่อชมการแข่งขัน และต่อยอดด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และวัฒนธรรมในพื้นที่ ในขณะที่ประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ยังคงขาดจุดดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าร่วมงานได้เช่นเดียวกับประเทศไทย นอกจากนี้ รัฐบาลมีนโยบายลดปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัวจากการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล (Low Season) การจัดการแข่งขัน Formula

One จึงต้องส่งเสริมนักท่องเที่ยวก่อนภาพสูงที่มีความสามารถใช้จ่ายสูงมากกว่าปริมาณของนักท่องเที่ยง เพื่อสร้างรายได้สุทธิและกระตุ้นเศรษฐกิจ อีกทั้งการพึ่งพานักท่องเที่ยงจำนวนมากแต่ไร้คุณภาพและใช้จ่ายไม่มากอาจสร้างปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรในระยะยาวต่อไป จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

"การจัดงาน Formula One ในประเทศไทยนั้นมียุทธศาสตร์สำคัญที่ไม่อาจมองข้ามได้เลย คือเรื่อง การจราจรติดขัดโดยเฉพาะถ้าจะจัดในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ ที่แม้จะมีโครงสร้างพื้นฐานดี แต่ปริมาณรถยนต์ในเมืองสูงมาก ทำให้การจัดงานที่ดึงดูดคนจำนวนมากเข้าสนาม อาจสร้างปัญหาจราจรอย่างหนัก ซึ่งถ้าเราจะจัดที่นี้จริง ๆ ก็ต้องมีแผนจัดการจราจรที่ดีมาก เช่น รถไฟฟ้าสายพิเศษหรือรถรับส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ชม เรายังต้องแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซียและสิงคโปร์ที่มีประสบการณ์สูง แต่จุดแข็งของไทยคือทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งชายหาด เกาะ และวัฒนธรรม ที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาชมการแข่งขันและท่องเที่ยวต่อไป" (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 4, 24 พฤษภาคม 2568)

4.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์หลักพบว่า การสร้างประโยชน์สูงสุดจากการจัดงานโดยการบูรณาการความร่วมมือกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ ธุรกิจยานยนต์ อุตสาหกรรมรถยนต์ และการเปลี่ยนผ่านสู่ยานยนต์ไฟฟ้า (Whole Transition to Electric Vehicles) เป็นทิศทางที่สอดคล้องกับกระแสการพัฒนาทางเทคโนโลยีในระดับสากล ในประเทศไทยมีข้อได้เปรียบด้านศักยภาพของตลาดอุตสาหกรรมยานยนต์ขนาดใหญ่ (Big Automotive) ทำให้การจัดงานแข่งขัน Formula One มีโอกาสขยายกลุ่มเป้าหมายและสร้างตลาดใหม่ พร้อมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการนำเสนอรูปแบบการเดินทางระยะยาว (Long Term Trip) เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยงสามารถพักผ่อนและท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างต่อเนื่อง แตกต่างจากการแข่งขันในประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ มาเลเซียและสิงคโปร์ ที่ดำเนินการจัดงานในลักษณะการท่องเที่ยวในระยะสั้น นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีข้อได้เปรียบในด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น อาหาร และแหล่งช้อปปิ้ง รวมถึงสถานบันเทิงครบวงจร เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนสร้างใหม่แตกต่างจากประเทศอื่น ต้องใช้งบประมาณในการสร้างสรรค์สิ่งเหล่านี้ขึ้นมาใหม่ทั้งหมด ในขณะที่เดียวกับการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรในสนามแข่งขันจริง เพื่อยกระดับความรู้ทางเทคนิคและทักษะการซ่อมบำรุงรถแข่ง ตลอดจนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพอย่างยั่งยืน อาทิ การ

ส่งเสริมให้บุคลากรภายในอุตสาหกรรมมีโอกาสพัฒนาตนเองจนสามารถเข้าสู่วงการนักแข่ง อีกทั้งยังช่วยสร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมการเรียนรู้เชิงเทคนิคอย่างเป็นระบบผ่านการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) เพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในระดับประเทศ ในด้านการบริหารจัดการ และการลงทุนจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นระบบผ่านกองทุนกีฬาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการวางระบบบริหารที่มีประสิทธิภาพในเรื่องการจัดสัมปทานและการบริหารจัดการเก็บภาษี จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

"เราควรใช้การแข่งขัน F1 เป็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้าและตลาด รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อนระยะยาว เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวัฒนธรรมไทย อาหารท้องถิ่น และแหล่งช้อปปิ้งที่มีอยู่แล้วโดยไม่ต้องลงทุนเพิ่มมากเหมือนประเทศอื่น การพัฒนาทักษะบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้ก็เป็นเรื่องสำคัญ เราต้องจัดฝึกอบรมจริงจังในสนามแข่ง ยกกระดับความรู้และทักษะเทคนิคต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรสามารถเติบโตและก้าวสู่มืออาชีพได้ รวมทั้งสร้างแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในวงการนี้ "ผมคิดว่าถ้ามีการบริหารจัดการที่ดี เช่น สนับสนุนผ่านกองทุนกีฬา หรือมีระบบสัมปทานที่โปร่งใส ก็จะช่วยให้การลงทุนเป็นระบบมากขึ้น ลดภาระของรัฐในระยะยาว และยังสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ งานแข่งระดับนี้ไม่ใช่แค่ความบันเทิง แต่มันคือโอกาสพัฒนาเศรษฐกิจระดับชาติ" (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 4, 24 พฤษภาคม 2568)

5. บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

5.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากผลการให้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญพบว่า งบประมาณในการลงทุนจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One มีมูลค่าสูง ประกอบไปด้วยค่าลิขสิทธิ์ ค่าสร้างสนาม ยิ่งไปกว่านั้นหากต้องการสนามที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน (Street Circuit) ในกรุงเทพฯ จะต้องมีการปรับปรุงถนนครั้งใหญ่มาพร้อมกับค่าดำเนินการจัดการแข่งขัน ไปจนถึงค่าบำรุงรักษา อาจไม่คุ้มค่ากับการลงทุนสำหรับภาคเอกชน ทำให้ภาครัฐต้องเข้ามาสนับสนุนงบประมาณทั้งหมด นอกจากนี้ ความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานของระบบโลจิสติกส์ในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นศูนย์กลางคมนาคม อาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางของประชาชน การจัดการจราจร การขนส่งนักแข่ง ทีมงาน และผู้ชมจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งความท้าทายในการปิดถนนนานหลายวันเพื่อเตรียมสนามที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน (Street Circuit) อีกทั้งรูปแบบของสนามแข่งต้องได้มาตรฐาน FIA Grade 1 มีการปรับปรุงและก่อสร้างที่ต้องอาศัยพื้นที่รองรับผู้ชมจำนวนมาก รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่บริการที่เพียงพอ ในขณะที่เดียวกันการจัดการแข่งขันขนาดใหญ่อาจส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของประชาชนในพื้นที่ รวมถึงความเสี่ยงด้านการเมือง ความไม่แน่นอนทางการเมือง อาจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจและการสนับสนุนการจัดงาน การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ

และสังคมจากการลงทุนจำนวนมหาศาลในการจัด Formula One เป็นเรื่องที่มีรายละเอียด และต้องพิจารณาถึงรายรับที่แท้จริง ไม่ใช่เพียงแค่รายได้จากการขายบัตรเข้าชม จากข้อความดังกล่าว สอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“พูดกันตรง ๆ ครับ งบประมาณที่ต้องใช้ในการจัด F1 นี่สูงมาก ตั้งแต่ค่าลิขสิทธิ์ไปจนถึงการสร้างสนาม ถ้าจะจัดแบบ Street Circuit ในกรุงเทพฯ นี่ยิ่งแล้วใหญ่ ต้องปรับถนนทั้งเส้น ค่าบำรุงรักษาก็ตามมาอีก เยอะ ตรงนี้ภาคเอกชนมักจะลังเล เพราะมันไม่แน่นอนว่าคุ้มไหม ดังนั้นภาครัฐต้องเป็นคนลงมาช่วยเต็มตัว ยิ่งจัดในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นศูนย์กลางคมนาคม ยิ่งวุ่นวายครับ การปิดถนนหลายวัน กระทบคนในพื้นที่แน่นอน การขนส่งคนดู นักแข่ง ทีมงานก็เป็นเรื่องใหญ่ แล้วสนามแข่งต้องผ่านมาตรฐาน FIA Grade 1 นะครับ ไม่ใช่แค่มีถนนก็จัดได้ ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกและ Hospitality ครบครันด้วย ที่สำคัญคือเรื่องความเข้าใจของคนในพื้นที่ ถ้าไม่มีการสื่อสารที่ดี คนอาจมองว่าเป็นแค่งานของคนกลุ่มเล็ก ๆ ไม่เห็นประโยชน์ต่อประเทศ อีกเรื่องคือความไม่แน่นอนทางการเมืองครับ ถ้าไม่มีเสถียรภาพหรือการบริหารไม่ดี นักลงทุนจะลังเล การวางแผนระยะยาวก็จะสะดุดหมด” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 5, 23 เมษายน 2568)

5.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ภาครัฐ เอกชน และชุมชนต้องร่วมมือ เพื่อประโยชน์ของการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One โดยภาครัฐต้องสื่อสารอย่างชัดเจนกับประชาชน ถึงเหตุผลและความจำเป็นในการจัดงาน รวมถึงผลกระทบและแนวทางการบรรเทาผลกระทบ สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่จัดงาน โดยใช้การจัดการแข่งขัน Formula One เป็นโอกาสในการยกระดับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศในระดับนานาชาติ และการพัฒนาศักยภาพของเมืองในด้านต่าง ๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง โรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงประยุกต์ใช้ Formula One เป็นแรงกระตุ้นในการพัฒนาเมืองในระยะยาว ตลอดจนการวางแผนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและกลุ่มแฟนคลับ Formula One จากทั่วโลก ในขณะเดียวกันควรสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจสำหรับผู้เข้าร่วมงาน ตั้งแต่การเดินทาง โรงแรม การเข้าชมการแข่งขัน และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมการนำเสนอวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ไทยผสมผสานเข้ากับการจัดการแข่งขันระดับโลก โดยให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากลของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ เตรียมความพร้อมด้านการแพทย์และหน่วยงานฉุกเฉิน นอกจากนี้ ควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการจัดการแข่งขัน เช่น ระบบการจำหน่ายตั๋ว ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบการสื่อสาร และการถ่ายทอดสด เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าร่วมงาน ผ่านแอปพลิเคชันแสดงข้อมูลการแข่งขัน

แผนที่ และบริการต่าง ๆ ในขณะเดียวกันต้องคำนึงถึงคุณค่าของการลงทุน การแสวงหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้สนับสนุน สำหรับการจัดการแข่งขัน Formula One ในระยะยาว ภาครัฐต้องมีบทบาทหลักในการสนับสนุนด้านงบประมาณและประสานงานกับทุกภาคส่วน รวมถึงการสร้างการเข้าใจและการมีส่วนร่วมของประชาชน การศึกษาข้อมูลจากกรณีศึกษาจากประเทศอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จ อาทิ ประเทศสิงคโปร์ รวมทั้งประเทศที่เคยประสบปัญหา อาทิ ประเทศมาเลเซีย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและดำเนินการจัดการแข่งขัน จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“สิ่งที่สำคัญคือความร่วมมือครับ ทั้งรัฐ เอกชน และชุมชนต้องเดินไปด้วยกัน ภาครัฐควรสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจว่า ทำไมเราต้องจัดงานนี้ มันส่งผลดีอย่างไร และจะจัดการผลกระทบอย่างไร งานนี้ควรใช้เป็นโอกาสพัฒนาเมือง ไม่ใช่แค่จัดแข่งอย่างเดียว เช่น ยกระดับระบบคมนาคม โครงสร้างพื้นฐาน และการท่องเที่ยว ถ้าทำให้ดี มันจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทย เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว นักลงทุน และแสดงศักยภาพในการเป็นเจ้าภาพงานระดับโลก แต่ต้องวางแผนดี ใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ เช่น แอปข้อมูลการแข่งขัน ระบบขายตั๋วที่สะดวก และการถ่ายทอดสดที่เข้าถึงง่าย รวมถึงการออกแบบกิจกรรมให้สะท้อนวัฒนธรรมไทยด้วย จะช่วยเพิ่มความประทับใจให้กับผู้ร่วมงาน อย่าลืมเรื่องความยั่งยืนนะครับ ทั้งการหาทุนจากหลายภาคส่วน การจัดการสิ่งแวดล้อม และดูว่าประเทศอื่นเขาทำอย่างไร จะได้ไม่ต้องเริ่มจากศูนย์” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 5, 23 เมษายน 2568)

6. สนามแข่งรถแข่งกระงานเซอร์กิต

6.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย จากการสัมภาษณ์พบว่า ค่าลิขสิทธิ์ในการจัดการแข่งขันมีมูลค่าสูงต่อการตัดสินใจลงทุนสำหรับสัญญา 3 ปี อาจมีมูลค่าสูงถึง 300 ล้านบาทต่อปี นอกจากนี้ยังมีต้นทุนในการสร้างสนามแข่งขันที่ต้องได้มาตรฐานระดับสากล มีค่าออกแบบเริ่มต้นอยู่ที่ 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ยังไม่รวมค่าวัสดุ อุปกรณ์เฉพาะทาง เช่น ระบบไฟฟ้าแรงสูง ระบบท่อลมแรงดันสูง ห้องควบคุมภาพจากกล้องวงจรปิด และห้องพยาบาลที่รองรับการผ่าตัดย่อย ทั้งหมดล้วนต้องใช้งบประมาณมากกว่าพันล้านบาทขึ้นไป หากเลือกจัดการแข่งขันในรูปแบบสนามที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน (Street Circuit) อาทิ บริเวณจตุจักร ความท้าทายที่ต้องเผชิญกับข้อจำกัดของสภาพถนนที่มีอยู่เดิม ทั้งด้านคุณภาพโครงสร้าง ความยาว ระยะทาง และลักษณะของโค้ง ซึ่งต้องปรับให้เหมาะสมกับมาตรฐานการแข่งขันระดับโลก อีกทั้งยังต้องพิจารณาผลกระทบต่อชุมชนในพื้นที่และกลุ่ม ผู้ค้าขายที่ต้องมีการสัญจรในชีวิตประจำวัน อาจนำไปสู่เสียงคัดค้านจากสาธารณชนได้ อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญยังอธิบายถึงผู้จัดแข่งขันอาจเผชิญกับความเสียงสูงในเรื่องผลตอบแทน เนื่องจากสิทธิในการถ่ายทอดสดและรายได้หลักจากการขายบัตรเข้าชมอยู่ภายใต้การควบคุมของ Liberty Media

เจ้าของลิขสิทธิ์การแข่งขัน รายได้ที่ผู้จัดในประเทศอาจได้รับรายได้สุทธิมาจากค่าสปอนเซอร์จากภาคเอกชนในประเทศเท่านั้น จึงไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับต้นทุนที่ใช้ และการคืนทุนต้องใช้ระยะเวลายาวนาน ดังนั้น รัฐบาลควรมีบทบาทสำคัญต่อการเป็นผู้ลงทุนหลักและวางยุทธศาสตร์ระยะยาวในการดำเนินงาน จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ถ้าพูดถึง F1 สิ่งที่หนักที่สุดคือ เงิน ครับ ค่าลิขสิทธิ์อย่างเดียวก็ปาไปปีละ 300 ล้านยูโร ถ้าสัญญา 3 ปีก็ต้องเตรียมเกือบพันล้านยูโรเลยทีเดียว การสร้างสนามมาตรฐาน FIA Grade 1 นี่ยิ่งใหญ่ครับ แค่ว่าออกแบบก็เริ่มที่สิบล้านดอลลาร์ ยังไม่รวมค่าอุปกรณ์พิเศษ ไฟฟ้าแรงสูง ท่อลมแรงดันสูง กล้องวงจรปิด ห้องพยาบาลที่ทำผ่าตัดเบาได้ พวกนี้คือพันล้านบาทขึ้นไปแน่ ๆ ถ้าจะจัดแบบ Street Circuit ในเมือง เช่น แถวจตุจักร ต้องเจอกับปัญหาโครงสร้างถนนเดิมอีก ถนนต้องปรับให้รับการแข่งขันระดับโลกได้ รวมถึงโค้งต่าง ๆ ต้องปลอดภัยตามมาตรฐาน และแน่นอนว่า กระแทกชุมชนครับ ทั้งคนอยู่อาศัย พ่อค้าแม่ค้า คนเดินทาง หากไม่มีแผนรับมือ อาจโดนต่อต้านได้ง่ายมาก ในด้านธุรกิจ ผู้จัดงานจะเหนื่อยมาก เพราะรายได้หลักจากการถ่ายทอดสดหรือขายบัตรไม่ได้อยู่ที่ผู้จัดเลย Liberty Media เขาคุ่มหมด รายได้จริง ๆ จะมาจากสปอนเซอร์ในประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่ก็ไม่พอหักต้นทุน มันเลยกลายเป็นความเสี่ยงสูง ถ้าไม่มีรัฐช่วยสนับสนุนหรือรับบทลงทุนหลัก” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 6, 3 พฤษภาคม 2568)

6.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การจัดการผลกระทบต่อชุมชน ทางผู้จัดควรมีมาตรการรองรับ เช่น การสร้างทางข้ามในพื้นที่ปิดและสนับสนุนร้านค้าในบริเวณจัดงาน เพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ในขณะเดียวกัน ภาครัฐควรมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับประชาชนถึงประโยชน์ ความจำเป็น และแนวทางการจัดการผลกระทบอย่างเป็นระบบ ในมุมของการพัฒนาเมืองกับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One เป็นโอกาสสำคัญในการยกระดับมาตรฐานโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้าแรงสูง ท่อลมแรงดันสูง และระบบการสื่อสาร ให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล พร้อมพัฒนาเทคโนโลยีสนับสนุน เช่น ระบบจับเวลาแบบ ช่องรับส่งผ่านสัญญาณ (Transponder) และการถ่ายทอดสดการแข่งขันอย่างแม่นยำทั่วโลก ในส่วนด้านการตลาด ควรนำเสนอ Formula One ให้เป็นไฮว์ระดับโลกที่สะท้อนความเร็ว ความแรง และความหรูหราเข้าด้วยกัน พร้อมจัดพื้นที่รับรองพิเศษ (Terrace) สำหรับผู้ชมระดับพรีเมียม เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ สำหรับด้านความปลอดภัย การจัดการแข่งขันควรควบคุมพื้นที่อย่างเข้มงวด โดยเฉพาะหากเป็นสนามที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน (Street Circuit) ที่มีข้อจำกัดด้านคุณภาพถนนและการออกแบบ จำเป็นต้องปิดพื้นที่เพื่อความปลอดภัยและควบคุมผู้เข้าชม รวมถึงพัฒนาเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย (Marshals) และบุคลากรให้มีความรู้ตามมาตรฐานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ

และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ อย่างไรก็ตาม ควรตระหนักถึงความเสี่ยงทางธุรกิจ เริ่มต้นจากการวางแผนการเงินที่รอบคอบ พร้อมประเมินความคุ้มค่าและแหล่งสนับสนุนจากหลายภาคส่วนอย่างรัดกุม จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ถ้าจะจัดจริง ๆ ต้องคิดรอบด้านเลยครับ โดยเฉพาะเรื่องผลกระทบต่อชุมชน เช่น ทำทางข้ามให้ประชาชน สร้างพื้นที่ขายของให้ผู้ค้าเดิม หรือมีการเยียวยาชัดเจน ภาครัฐต้องออกมาสื่อสารชัด ๆ ว่าทำไมเราจัดงานนี้ มันดีอย่างไร และจะแก้ผลกระทบอย่างไรให้เห็นเป็นรูปธรรม ในมุมพัฒนาเมือง นี่คือโอกาสยกระดับโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ เช่น ระบบไฟฟ้า การสื่อสาร และเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้เท่าทันโลก เรื่องการตลาด เราควรโปรโมต F1 ให้เป็นไฮ้ระดับโลกเลยครับ ผสมความเร็ว หูหრა และเทคโนโลยี พร้อมมี Terrace หรือ VIP Lounge ที่สร้างประสบการณ์พรีเมียมให้คนดู ความปลอดภัยต้องเป๊ะ โดยเฉพาะ Street Circuit ที่ความเสี่ยงสูง ต้องปิดพื้นที่ให้ปลอดภัยเต็มรูปแบบ และพัฒนาทีมงาน ทั้งเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย (Marshals) ให้มีความรู้ตามมาตรฐาน FIA และพูดอังกฤษได้ สุดท้ายคือการบริหารความเสี่ยง ต้องมีแผนการเงินรัดกุมมาก คำนึงถึงแหล่งทุนหลายทาง ทั้งรัฐ เอกชน และต้องมีแผนรับมือล่วงหน้า ไม่งั้นทุนหาย กำไรไม่มีแน่ครับ” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 6, 3 พฤษภาคม 2568)

7. สนามพีระ อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต

7.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า สถานที่จัดงานที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน (Street Circuit) ส่งผลกระทบเชิงลบต่อปัญหาโดยรวมของประเทศและชุมชนในพื้นที่ ในขณะที่ด้านความคุ้มค่าของการลงทุนในการสร้างสนามแข่งขัน ตลอดจนกระบวนการจัดแข่งขัน ประเทศไทยควรคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว รวมถึงเรื่องต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูงกว่ารายรับจากการขายบัตรเข้าชมหรือผู้สนับสนุนงาน (Sponsor) ในบางประเทศยังคงมีต้นทุนในการดำเนินงานที่สูง และขาดสภาพคล่องทางการเงินจนต้องยกเลิกการจัดงานในที่สุด ในขณะเดียวกันหลายสนามแข่งขันในประเทศไทยไม่ได้คาดหวังที่จะพัฒนาสนามแข่งให้ได้รับมาตรฐานระดับโลก เนื่องจากสาเหตุปัจจัยหลักยังคงเกี่ยวข้องกับงบประมาณการลงทุนยังไม่คุ้มค่าและเพียงพอแก่การรองรับมาตรฐานในระดับประเทศ จึงยังไม่มีคามจำเป็นต่อการลงทุน ดังนั้น ในปี พ.ศ. 2568 สนามแข่งขันโดยทั่วไปเป็นเพียงแค่การดูแลรักษาสภาพพื้นผิวถนนเท่านั้น และให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยของสนามร่วมด้วย นอกจากนี้ กลุ่มผู้ให้บริการสนามล้วนยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ดังนั้น เมื่อสนามแข่งขันแบกรับค่าใช้จ่ายแต่เพียงผู้เดียว หากองค์กรขาดทุนในระยะยาวจึงมีความจำเป็นต้องถอนตัวจากการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม หากจัดการแข่งขันในภูมิภาคอื่นของประเทศไทยควรคำนึงถึงการรองรับของจำนวนโรงแรมและห้องพักอย่างเหมาะสม การคมนาคมให้เพียงพอในแต่ละช่วงเวลา เพื่อลดความแออัดและกระจายรายได้สู่ชุมชนในท้องถิ่น จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ผู้ให้บริการสนาม เช่น สนามที่มันก็ไม่ได้มีรายได้อะไรจากการจัดงานใหญ่ขนาดนั้นเลย ถ้ารัฐไม่เข้ามาช่วยหรือซัพพอร์ต มันไม่มีทางคุ้มทุนครับ เพราะค่าใช้จ่ายสูงมาก ทั้งเรื่องมาตรฐาน FIA ค่าอุปกรณ์ ค่าแรงงาน ทีมความปลอดภัย เราดูแลได้แค่พื้นสนามกับเรื่องความปลอดภัยเบื้องต้น แต่จะให้ไปอัพเกรดถึงระดับโลก มันใช้เงินมหาศาล แล้วถ้าจัดแค่ปีสองปี รายได้จากบัตรหรือสปอนเซอร์ไม่พอหรอกครับ สนามก็ลำบาก ต้องถอนตัวในที่สุด” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 7, 11 มีนาคม 2568)

7.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การสร้างกลยุทธ์เจรจาต่อรองเรื่องผลกระทบหรือผลประโยชน์กับผู้ประกอบการภายในชุมชน ผ่านวิธีการสื่อสารความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการทำงาน จากการสำรวจมีบางกลุ่มไม่เห็นด้วย แต่อย่างไรก็ตามทางผู้จัดงานต้องแสดงศักยภาพและนำเสนอประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ หากเป็นสนามประเภทถาวร ควรคำนึงถึงช่องทางการสร้างรายได้ในระยะยาว เพื่อให้ผู้ประกอบการสนามแข่งยังคงมีรายได้จากส่วนงานอื่น ๆ นอกเหนือจากการแข่งขัน Formula One อาทิ การจัดงานอีเวนต์ประเภทต่าง ๆ ภายในสนาม หรือการให้เข้าสนามเพื่อทดสอบยานยนต์ เป็นต้น การจัดการแข่งขันในประเทศมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองอื่น ๆ แก่ประเทศไทยได้ เนื่องจากเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของชาวต่างชาติทั่วไป หากเพิ่มเติมการแข่งขันด้านกีฬาระดับนานาชาติสามารถสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวควบคู่กันไปด้วย รวมทั้งการส่งเสริมการจัดกิจกรรมภายในงานอีเวนต์ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสนามแข่งและเป็นที่จดจำมากขึ้นในมุมมองของผู้เข้าร่วมงาน จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ถ้าจะจัดงานระดับโลกจริง ๆ ต้องวางแผนให้สนามมีรายได้ระยะยาว ไม่ใช่แค่ตอนมี F1 อย่างเดียว อาจให้สนามมีอีเวนต์อื่นมาใช้จัดบ่อยขึ้น หรือให้บริษัทมาทดสอบรถก็ได้ แล้วก็ต้องอธิบายให้ชุมชนเข้าใจด้วยว่าจัดงานไปเพื่ออะไร ใครได้ประโยชน์ยังงี้ บางคนเขาไม่เห็นด้วยเพราะไม่รู้ว่ามันดียังไง ถ้าสื่อสารดีเขาอาจเปิดใจ สนามก็มีโอกาสเป็นที่จดจำมากขึ้นในสายตาคนทั้งประเทศหรือแม้แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติครับ ” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 7, 11 มีนาคม 2568)

8. สนามแข่งรถไทยแลนด์เซอร์กิต นครปฐม

8.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ลักษณะของผู้เข้าร่วมงานยังจำกัดอยู่ในกลุ่มตลาดเฉพาะ อาทิ ผู้ที่มีความชื่นชอบด้านกีฬายานยนต์หรือผู้มีกำลังซื้อสูง ส่งผลต่อการขยายฐานกลุ่มเป้าหมายไปสู่สาธารณชนทั่วไป ทำให้ความพยายามในการเข้าถึงกลุ่มใหม่ ๆ ต้องอาศัยการออกแบบกิจกรรมที่หลากหลายและการสื่อสารที่เหมาะสม ในขณะเดียวกันด้านกฎหมายของประเทศ โดยเฉพาะการจำกัดเวลาการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยังคงเป็นปัจจัยที่อาจกระทบต่อบรรยากาศและ

ประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงาน เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของความคาดหวังจากผู้ชมต่างชาติ ในมุมมอง การลงทุนเพื่อพัฒนาสนามแข่งขันให้ได้ตามมาตรฐานสากลสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ รวมถึงการ รับการค่าลิขสิทธิ์การแข่งขัน ยังคงต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก ควรคำนึงถึงความยั่งยืนของ ผลตอบแทนในระยะยาว นอกจากนี้ บุคลากรในประเทศยังขาดความรู้เชิงลึกที่จำเป็นต่อการแข่งขัน เช่น ความเข้าใจด้านฟิสิกส์การเคลื่อนที่ของรถแข่ง หรือหลักโภชนาการเฉพาะทางสำหรับนักกีฬา อย่างไรก็ตาม การจัดการแข่งขันกีฬานานาชาติใหญ่จำเป็นต้องใช้ทีมงานและอาสาสมัครจำนวนมาก ประมาณ 3,000–5,000 คน ในปี พ.ศ. 2568 ประเทศไทยยังขาดบุคลากรที่มีประสบการณ์ตรง ควรมี การสร้างแรงจูงใจผ่านกิจกรรมเสริม เช่น โครงการฝึกอบรม การจัดค่าย หรือการสร้างความร่วมมือ กับสถาบันการศึกษา เพื่อเตรียมกำลังคนรองรับในระยะยาว รวมไปถึงเสถียรภาพของนโยบายจาก ภาครัฐ เนื่องจากการจัดการแข่งขันในระดับนานาชาติจำเป็นต้องมีการทำสัญญาระยะยาวร่วมกับ องค์กรระดับโลก หากนโยบายมีความไม่แน่นอน อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของพันธมิตรทั้งในและ ต่างประเทศ ดังนั้น ความชัดเจนและความต่อเนื่องของนโยบายจึงเป็นหัวใจสำคัญต่อการผลักดันงาน ให้เกิดขึ้นได้จริง จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ผมมองว่า F1 ยังเข้าถึงคนทั่วไปได้น้อย เพราะกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นคนที่ชอบรถแข่งหรือมี กำลังซื้อสูง ทำให้ต้องมีการออกแบบกิจกรรมให้หลากหลายมากขึ้น ส่วนข้อจำกัดเรื่องกฎหมาย เช่น การ จำกัดเวลาในการขายแอลกอฮอล์ ก็อาจกระทบประสบการณ์ของผู้ชม โดยเฉพาะต่างชาติ นอกจากนี้ การ ลงทุนในสนามและค่าลิขสิทธิ์ก็ใช้ทุนสูงมาก ต้องคิดถึงความคุ้มค่าในระยะยาว และบุคลากรในประเทศยัง ขาดความรู้เฉพาะทาง อีกทั้งขาดแรงงานที่มีประสบการณ์ด้านงานแข่งระดับนานาชาติ รวมถึงความไม่ แน่นนอนของนโยบายรัฐก็ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ร่วมลงทุน” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 8, 3 เมษายน 2568)

8.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยเป็นโอกาส สำคัญในการแสดงศักยภาพของประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ระดับ สากล ความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะการสร้าง ความเข้าใจรวมถึงผลประโยชน์ที่แต่ละฝ่ายจะได้รับ ตลอดจนการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางธุรกิจใน เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ การออกแบบประสบการณ์ภายในงานให้ดึงดูดและมีความน่าจดจำ อาทิ การแจกของที่ระลึกจากนักแข่ง หรือการจัดกิจกรรมใกล้เคียงบันเทิง ยังมีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่า และความสนใจจากผู้ชมทั้งในและต่างประเทศ ขณะเดียวกันกลุ่มผู้สนใจยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มมี

กำลังซื้อสูง ส่งผลดีต่อรายได้ของสนามแข่งขัน รวมถึงมีศักยภาพในการสนับสนุนการแข่งขันในอนาคต และสามารถช่วยสร้างรายได้ภาครัฐผ่านภาษีและการจ้างงานในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดประโยชน์ระยะยาว ควรมีการบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน อาทิ การนำพื้นที่หรือสิ่งปลูกสร้างที่ใช้ในงานมาต่อยอดด้านการท่องเที่ยวหรือการเรียนรู้ อาทิ ศูนย์ข้อมูล พิพิธภัณฑ์ หรือโรงแรมเชิงสัญลักษณ์สำหรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งควรพัฒนาสนามแข่งขันให้เป็นศูนย์รวมกิจกรรมด้านยานยนต์ตลอดทั้งปี และวางแผนด้านบุคลากรผ่านการจัดตั้งโรงเรียนหรือหลักสูตรที่สนับสนุนการเรียนรู้ด้านการขับขี่และการแข่งขันตั้งแต่ระดับเยาวชน เพื่อปูพื้นฐานการพัฒนานักแข่งรุ่นใหม่ออย่างเป็นระบบ จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“การแข่งขัน F1 เป็นโอกาสดีของไทย ทั้งด้านเศรษฐกิจ ท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ประเทศ ผู้เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันและเข้าใจประโยชน์ร่วมกัน การสร้างประสบการณ์ในงาน เช่น แจกของที่ระลึก จัดกิจกรรมใกล้แหล่งท่องเที่ยว จะช่วยดึงดูดผู้ชม อีกทั้งกลุ่มผู้ชื่นชอบยานยนต์มีกำลังซื้อสูง ซึ่งช่วยสร้างรายได้ให้พื้นที่ ควรใช้ทรัพยากรจากงานต่อยอดเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งเรียนรู้ และวางแผนสร้างบุคลากรผ่านการจัดค่ายหรือหลักสูตรเพื่อสร้างนักแข่งในอนาคต” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 8, 3 เมษายน 2568)

9. การกีฬาแห่งประเทศไทย

9.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ในปี พ.ศ. 2568 ประเทศไทยยังอยู่ในระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ ผ่านการจัดจ้างที่ปรึกษา เพื่อรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของรัฐบาลแต่ละสมัย ส่งผลโดยตรงต่อนโยบายที่ร่วมส่งเสริมการจัดการแข่งขัน Formula One และลดโอกาสการจัดงานให้เกิดขึ้น ในขณะเดียวกันการลงนามความร่วมมือเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ ประเทศไทยต้องมีความพร้อมและเริ่มดำเนินการหาแนวทางการจัดการแข่งขัน เนื่องจากการจัดการแข่งขันเป็นนโยบายของรัฐบาล องค์กรที่เกี่ยวข้องเป็นเพียงผู้สนับสนุนทำให้เกิดขึ้น หากรัฐบาลไม่ประสงค์ที่จะดำเนินงานต่อ เนื่องจากต้องคำนึงถึงหลายองค์ประกอบ ไม่ว่าจะเป็นการปรับเส้นทางแข่งขัน ระบบไฟฟ้าลงพื้นดิน เพื่อสร้างประโยชน์ต่อโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทยและพื้นที่โดยรอบ เพื่อถูกพัฒนาต่อในระยะยาว ซึ่งระบบขนส่งย่อมได้รับประโยชน์ผลพลอยเช่นกัน รวมถึงทำเลที่ตั้งของสนามแข่งขันสร้างมลพิษทางเสียงที่ถูกควบคุมโดยพระราชบัญญัติการจราจรทางบก และมลพิษทางอากาศ อีกทั้งระยะเวลาการก่อสร้างสนามแข่งขัน อาจใช้เวลาประมาณ 2-3 ปี และอาจใช้ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงพื้นผิวถนนเป็นสนามแข่งขัน อาทิ การเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยที่มีขึ้นเพื่อรองรับแรงกระแทก (Barrier) โดยต้องจัดระเบียบของพื้นที่อีกครั้ง นอกจากนี้ ยังมีการย้ายทำเลที่ตั้งของหน่วยงานบริเวณนั้นอย่าง

ถาวร เพื่อสร้างพื้นที่สำหรับซ่อมบำรุงรถแข่ง รวมถึงระบบขนส่งและเทคโนโลยี ประเทศไทยสามารถจัดการได้เป็นอย่างดี จากประสบการณ์การจัดแข่งขัน MotoGP การจัดเตรียมอาหารสำหรับการรองรับนักแข่ง สื่อมวลชน ผู้มีสิทธิพิเศษไม่เพียงพอ อย่างไรก็ตาม การแข่งขัน Formula One ยังต้องดำเนินการตามกฎข้อบังคับของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ ทั้งด้านการจัดจ้างเจ้าหน้าที่ประจำจุดให้เพียงพอและมีคุณภาพในการดูแลการแข่งขัน จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“การจัด F1 ยังอยู่ในช่วงศึกษาความเป็นไปได้ครับ ต้องจ้างที่ปรึกษา ศึกษาให้ครอบคลุมทั้งข้อดีข้อเสีย แล้วนโยบายรัฐบาลก็มีผลโดยตรง ถ้ารัฐบาลชุดใหม่ไม่สนับสนุน งานมันก็ไม่ไปไม่ต่อ เพราะ กทท. เราเป็นแค่ผู้สนับสนุน ไม่ใช่ผู้ตัดสินใจหลัก การเตรียมสนามต้องดูหลายเรื่องเลย เช่น เสียงดัง มลพิษ กฎหมายจราจร การย้ายสิ่งปลูกสร้าง พื้นที่ Paddock หรือระบบสาธารณูปโภค มันไม่ใช่แค่เรื่องแข่งรถ มันเป็นการปรับโครงสร้างเมืองเลยด้วยซ้ำครับ” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 9, 10 เมษายน 2568)

9.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การจัดการแข่งขัน Formula One มีส่วนช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้กับหลายภาคส่วน รวมถึงผู้รับจ้างที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอีเวนต์ ค่าใช้จ่ายของการลงทุนทั้งหมดที่ได้รับกลับมาเป็นรายได้เข้าประเทศจากผู้เข้าร่วมงาน นักแข่ง กลุ่มแฟนคลับของทีม ครอบครัวหรือ ผู้ติดตามที่เดินทางเข้ามาร่วมชมการแข่งขัน รายได้จากนักท่องเที่ยวยุโรปที่พักอยู่ในไทยต่อเนื่อง มีการขยายการท่องเที่ยวไปยังแหล่งที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย ในด้านระบบการจัดการแข่งขันจากประสบการณ์ของไทยสำหรับการแข่งขัน MotoGP มีความใกล้เคียงกัน เนื่องจากเป็นองค์กรผู้จัดเครือเดียวกับ Formula One ซึ่งจะมีผู้แทนองค์กร Formula One เป็นผู้รับผิดชอบในการออกแบบเส้นทางของสนามแข่งขันและการค้นหาสถานที่จัดงานที่เหมาะสม ร่วมกับการระดมทุนของภาครัฐและเอกชน โดยมีภาครัฐเป็นผู้ลงทุนหลัก ในนามของการกีฬาแห่งประเทศไทย ในขณะเดียวกันจำเป็นต้องเกิดการเจรจาร่วมกับหลายหน่วยงาน อาทิ สำนักงานตรวจทางสถิติ ผู้ดูแลพื้นที่กรุงเทพมหานคร การคมนาคม กระทรวงการต่างประเทศ กรมศุลกากร ดูแลเรื่องของการขนส่งยานพาหนะ รถแข่ง ด้านเอกสารที่ควรมีผู้รับจ้างประสานงาน พร้อมกับการกีฬาแห่งประเทศไทยเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการทำหนังสือราชการ รวมถึงการทำประชาสัมพันธ์ เพื่อขอรับความคิดเห็นจากบุคคลทั่วไป โดยใช้งบประมาณส่วนหนึ่งเพื่อจัดทำ มีการจัดจ้างที่ปรึกษา การสืบค้นข้อมูลและการทำวิจัย เพื่อสอบถามความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2568 มีมติจากคณะรัฐมนตรีมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดการแข่งขัน ในมุมมองของด้านผู้ประกอบการ ควรมีการแจ้งหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องโดยตรง เกี่ยวกับธุรกิจ

อุตสาหกรรมอีเวนต์ อาทิ องค์กรที่ดูแลโรงแรมทั้งประเทศ หรือในกรุงเทพมหานคร เพื่อประชาสัมพันธ์จำนวนห้องที่พักให้มีคุณภาพและเพียงพอ เพื่อรองรับการแข่งขันกีฬาขนาดใหญ่ อาทิ เจ้าภาพซีเกมส์ รองรับนักแข่งขันจากหลายประเทศ มีประสบการณ์ในการติดต่อประสานงาน โดยจะต้องเลือกใช้โรงแรมที่ได้รับมาตรฐานที่สะดวกต่อการเดินทาง และศึกษาข้อผิดพลาดจากประสบการณ์ในอดีตนำกลับมาพัฒนาต่อในครั้งต่อไป ในขณะเดียวกันด้านการพัฒนาโดย ให้นักกลางของประเทศนั้น ๆ เป็นผู้ดำเนินการเอง โดยบางตำแหน่งต้องได้รับการอบรมจากสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) และในส่วนระบบอื่น ๆ ประเทศผู้เป็นเจ้าภาพสามารถจัดการดูแลได้ด้วยตนเอง โดยอ้างอิงตามข้อกำหนด นอกจากนี้ การแข่งขัน Formula One ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยไปทั่วโลก เนื่องจากเป็นรายการแข่งขันรถยนต์อันดับ 1 ของโลก เทียบเท่ากับการจัดฟุตบอลโลก จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“เรามองว่าถ้าจัด F1 ได้จริง ๆ จะกระตุ้นเศรษฐกิจได้มหาศาล ไม่ใช่แค่รายได้จากนักท่องเที่ยว แต่มันส่งต่อถึงผู้จัดอีเวนต์ โรงแรม ร้านอาหาร การเดินทาง และที่สำคัญคือภาพลักษณ์ประเทศ เราเคยจัด MotoGP ได้สำเร็จแล้ว ระบบใกล้เคียงกันมาก มีแนวทางให้นำมาประยุกต์ใช้ การจัดต้องอาศัยทั้งภาครัฐและเอกชน กทม. เป็นแกนกลางประสาน แต่ก็ต้องทำประชาพิจารณ์ ขอความเห็นจากประชาชน เพื่อความโปร่งใส และทำให้ทุกภาคส่วนเข้าใจและยอมรับร่วมกัน” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 9, 10 เมษายน 2568)

10. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

10.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า อันดับแรกควรพิจารณาถึงความพร้อมของสนามแข่งขัน และการตัดสินใจเลือกประเภทของสนามให้เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นประเภทสนามที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน (Street Circuit) หรือสนามแข่งขันถาวร ในกรณีที่เลือกจัดการแข่งขันสนามที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน ย่อมส่งผลกระทบต่อด้านการเจรจาร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ผู้มีอำนาจในการดูแลพื้นที่ และประชาชนที่อยู่อาศัยบริเวณนั้น เพื่อหาข้อสรุปให้กับแต่ละฝ่าย รวมทั้งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตเดิม ทั้งหมดล้วนเป็นเรื่องที่ท้าทายแก่ผู้จัดงาน เนื่องจากส่งผลกระทบต่อ การเดินทางสัญจรในเส้นทางปกติ รวมถึงควรวิเคราะห์แนวทางการบริหารพื้นที่ เพื่อรองรับจำนวน ผู้เข้าร่วมงาน และการดูแลรักษาสิทธิประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน ด้านสถานที่ ด้านทรัพยากร เป็นต้น ถึงแม้ว่าแนวโน้มของข้อสรุปจากประชาพิจารณ์เรื่องความไม่เห็นด้วยของ ชุมชนในท้องถิ่น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการแข่งขันจำเป็นต้องให้ข้อมูลที่โปร่งใส เพื่อให้เกิด ความร่วมมืออย่างเต็มที่ ส่งผลให้แต่ละภาคธุรกิจเกิดความยินดีให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งความ คุ่มค่าของการลงทุนและสิ่งที่รับกลับมาแก่ประเทศ ทั้งด้านเงินทุนเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกของการ

พิจารณาความเป็นไปได้ในการจัดการแข่งขัน รวมถึงข้อจำกัดด้านการจำหน่ายสุราตามเวลาที่กำหนดของประเทศไทย เนื่องจากปกติมีวัฒนธรรมการเฉลิมฉลองด้วยการดื่มแชมเปญของนักแข่งขันในทุกรอบการแข่งขัน จึงไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของงาน และไม่ประสบความสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“สิ่งแรกที่ต้องคำนึงคือความเหมาะสมของประเภทสนาม ถ้าเป็น *Street Circuit* ต้องเจรจากับหลายฝ่าย ทั้งตำรวจ ท้องถิ่น และชุมชน เพราะกระทบชีวิตประจำวันของคนในพื้นที่โดยตรง นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดเรื่องกฎหมาย เช่น เรื่องจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นธรรมเนียมปกติของ F1 ที่จะมีแชมเปญฉลองบนโพเดียม ซึ่งอาจทำให้ประเทศเราถูกมองในแง่ลบถ้าจัดไม่ดีพอ” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 10, 1 เมษายน 2568)

10.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การจัดการแข่งขัน Formula One ช่วยส่งเสริมและกระตุ้นเศรษฐกิจในธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงสนับสนุนภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ เนื่องจากแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการบริหารทรัพยากร นอกจากนี้ควรสนับสนุนให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดการใช้จ่ายทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ การซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขัน ค่าที่พักในโรงแรม การใช้จ่ายใช้สอยกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจบริการต่าง ๆ เนื่องจากประเทศไทยได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลก เนื่องจากประเทศไทยค่าครองชีพไม่สูงมาก รวมถึงความหลากหลายของอาหารและวัฒนธรรม เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวแบบต่อเนื่องไปยังพื้นที่หรือจังหวัดใกล้เคียง เพื่อกระจายรายได้แก่เมืองรองและเพิ่มระยะเวลาการท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกด้วย ร่วมกับการประชาสัมพันธ์แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เกิดความรู้และเกิดความรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของการเป็นเจ้าภาพ สามารถชี้แจงถึงความเป็นมาและความสำคัญของการจัดการแข่งขัน รวมทั้งการอธิบายผลกระทบต่อการค้าในสายตาประชากรโลก อย่างไรก็ตาม การใช้ประโยชน์จากการจัดการแข่งขัน เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลกเห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น สร้างความน่าเชื่อถือและความน่าสนใจได้ ด้านการสร้างประสบการณ์พิเศษให้กับผู้เข้าร่วมงาน ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหารระดับ Michelin ร่วมกับนักแข่ง การเดินทางมาสถานที่จัดการแข่งขันด้วยรถหรู สภาพแวดล้อมที่พิเศษ หรืออาจเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว ในขณะเดียวกันมุมมองของผู้ได้รับผลกระทบในเชิงพื้นที่ ทั้งด้านมลพิษทางเสียงและอากาศ ควรมีนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนค่าใช้จ่าย เพื่อให้ประชาชนที่อยู่อาศัยบริเวณนั้นสามารถเดินทางไปพักผ่อนและท่องเที่ยวในต่างจังหวัด ทำให้เกิดการกระจายรายได้อีกลักษณะหนึ่ง นอกจากนี้ ภาครัฐควรสนับสนุนนโยบายหรือ

แนวทางการลดหย่อนภาษีนำเข้า-ส่งออก ร่วมกับกรมศุลกากรหรือผู้เกี่ยวข้องในเรื่องการขนส่งยานพาหนะ เพื่อลดต้นทุนและสร้างแรงจูงใจให้กับทีมผู้เข้าแข่งขันได้เห็นถึงเจตนาอันดีของประเทศไทยที่มีความพร้อมที่จะสนับสนุนการแข่งขัน ในด้านเทคโนโลยี ควรส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถสร้างประโยชน์ให้กับการแข่งขัน อีกทั้งการต่อยอดความรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับนวัตกรรม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการแข่งขันในประเภทเดียวกันต่อไปในอนาคต พร้อมทั้งการเรียนรู้จากประสบการณ์การจัดรายการแข่งขันยานยนต์ที่ใกล้เคียงกันในอดีต เพื่อเรียนรู้ข้อผิดพลาดและป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“การแข่งขัน F1 ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวได้อย่างมาก โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบน เพราะเรามีข้อได้เปรียบคือค่าครองชีพไม่สูง อาหารหลากหลาย วัฒนธรรมชัดเจน ถ้าออกแบบประสบการณ์พิเศษ เช่น พานักท่องเที่ยวชมรถหรือการแข่งขัน หรือร่วมดินเนอร์ Michelin กับนักแข่ง ก็จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้มากขึ้น ส่วนคนในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ เช่น เรื่องมลพิษ ก็อาจต้องมีมาตรการเยียวยา เช่น สนับสนุนให้เดินทางไปพักผ่อนที่อื่นช่วงงาน เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกันจริง ๆ” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 10, 1 เมษายน 2568)

11. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

11.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การจัดการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยยังเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคหลายประการ แบ่งเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) งบประมาณและค่าลิขสิทธิ์ ประเทศไทยต้องแบกรับภาระค่าลิขสิทธิ์การจัดการแข่งขัน อยู่ในช่วงประมาณ 2,000–3,000 ล้านบาทต่อปี รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในการบริหาร การสร้างหรือปรับปรุงสนามแข่งขัน ระบบความปลอดภัย การตลาด และโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากการแข่งขันกีฬาระดับโลกที่มีภาพลักษณ์ระดับพรีเมียม และมีมูลค่าแบรนด์สูง ทำให้ต้นทุนการเข้าร่วมในฐานะเจ้าภาพต้องแข่งขันกับประเทศอื่นที่มีความพร้อมมากกว่าในแง่ของเศรษฐกิจและการสนับสนุนจากภาครัฐ (2) ความไม่เห็นด้วยของประชาชน เนื่องจากการจัดการแข่งขัน Formula One ในเมืองอาจก่อให้เกิดผลกระทบทางเสียง มลภาวะทางอากาศ การจราจรติดขัด และความไม่สะดวกในชีวิตประจำวันของประชาชนในพื้นที่ ในขณะเดียวกันยังมีข้อถกเถียงในเชิงวิชาการและภาคเศรษฐกิจบางกลุ่มถึงความคุ้มค่าของการใช้งบประมาณจำนวนมาก เพื่อจัดงานที่ตอบโจทย์เฉพาะกลุ่มคน ในบริบทของประเทศไทยประชาชนส่วนใหญ่อาจยังให้ความสำคัญกับปัญหาปากท้องมากกว่าการพัฒนาอีเวนต์ประเภทกีฬาระดับโลก นอกจากนี้การสื่อสารกับประชาชนยังไม่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพพอในการอธิบายถึงผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ระยะยาวของประเทศจากการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน และ (3) ข้อจำกัดด้าน

สถานที่จัดการแข่งขันเกี่ยวข้องกับข้อกำหนดของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) เข้มงวดในเรื่องความปลอดภัยและมาตรฐานทางเทคนิค แม้ว่าในปี พ.ศ. 2568 ประเทศไทยมีสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ในจังหวัดบุรีรัมย์ ได้รับการรับรองระดับ FIA Grade 2 แต่ยังไม่ผ่านเกณฑ์ข้อกำหนดสำหรับการจัดแข่งขัน Formula One หากต้องการจัดเป็นสนามที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน อาทิ กรุงเทพฯ หรือพัทยา จำเป็นต้องลงทุนสูงในการปรับพื้นที่ให้เหมาะสม สามารถปิดถนนหรือพื้นที่ส่วนกลางได้หลายวัน อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบเหล่านี้ล้วนต้องได้รับการวางแผนอย่างรอบด้าน และอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนในการผลักดันให้เป็นไปได้ในอนาคต จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎาดังนี้

“ประเด็นที่สำคัญคือกระแสความเห็นของประชาชนครับ การจัดแข่งในเมือง เช่น กรุงเทพฯ หรือพัทยา มันย่อมมีผลกระทบกับชุมชน เช่น เรื่องเสียง มลภาวะ การจราจร และความไม่สะดวกในการใช้ชีวิตประจำวัน คนที่อยู่ในพื้นที่อาจรู้สึกไม่เห็นด้วย โดยเฉพาะถ้ามองว่างบประมาณมหาศาลแบบนี้มันตอบโจทย์แค่คนบางกลุ่ม ในขณะที่คนส่วนใหญ่ยังมีปัญหาปากท้องอยู่ อีกด้านหนึ่ง ในแวดวงวิชาการและภาคธุรกิจก็มีคำถามถึงความคุ้มค่าเหมือนกันครับ เพราะมันเป็นเม็ดเงินระดับหลายพันล้าน ซึ่งถ้ามองในเชิงผลตอบแทนต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมก็ต้องประเมินอย่างรอบคอบ แล้วก็ต้องยอมรับว่าการสื่อสารกับประชาชนตอนนี้ยังไม่ชัดเจนพอครับ หลายคนไม่เข้าใจว่าเราจะได้ประโยชน์อะไรจากการเป็นเจ้าภาพ F1 ทั้งด้านเศรษฐกิจ ภาพลักษณ์ หรือการพัฒนาในระยะยาว เพราะฉะนั้นถ้าจะเดินหน้าโครงการนี้จริง ภาครัฐต้องวางกลยุทธ์การสื่อสารที่ครอบคลุมกว่านี้ ให้คนเข้าใจว่าประเทศได้อะไร แล้วเราจะจัดการผลกระทบอย่างไร ไม่ใช่แค่การจัดแข่งเพื่อความสนุกเท่านั้น” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 11, 21 พฤษภาคม 2568)

11.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การสร้างคุณค่าร่วม (Value Co-creation) เป็นแนวทางสำคัญต่อการขับเคลื่อนการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยให้เกิดความยั่งยืน ภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณของภาครัฐ ร่วมกับการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อออกแบบ พัฒนา และบริหารการแข่งขันในลักษณะที่สร้างประโยชน์ร่วมกัน ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม สามารถอธิบายได้ดังนี้ (1) ร่วมลงทุนในรูปแบบให้เอกชนเข้าร่วมลงทุนในกิจการของรัฐ (Public-Private Partnership :PPP) เพื่อลดภาระด้านงบประมาณของภาครัฐ พร้อมเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามาจับตลาด อาทิ การปรับปรุงพัฒนาสนามแข่งขัน การยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ไม่เพียงแต่ช่วยกระจายความเสี่ยงทางการเงิน แต่ยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของกลุ่มธุรกิจไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมมอเตอร์สปอร์ต รวมถึงรูปแบบการบริหารต้องมีความชัดเจน โปร่งใส และเอื้อต่อผลประโยชน์ร่วม

ระยะยาว (2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ โดยการใช้ Formula One เป็นจุดเชื่อมโยงในการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยผสมผสานกับความสนุกสนานจากการแข่งขันในมิติของวัฒนธรรมไทย ได้แก่ อาหาร สินค้าท้องถิ่น และศิลปะพื้นบ้าน เพื่อสร้างประสบการณ์พิเศษให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ (3) พัฒนาแรงงานและการศึกษา เนื่องจากการแข่งขัน Formula One เป็นหนึ่งในพื้นที่บ่มเพาะบุคลากรในสาขาที่เกี่ยวข้อง อาทิ วิศวกรรม เครื่องกล เทคโนโลยียานยนต์ การจัดการงานอีเวนต์ และการบริการ ดังนั้น การจัดอบรมฝึกทักษะ และส่งเสริมการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถบุคลากรของประเทศไทยให้ตอบสนองต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ (4) การบริหารและการจัดการ อาทิ การใช้ระบบดิจิทัลในการจำหน่ายบัตร การจัดการจราจร หรือการสื่อสารแบบเรียลไทม์ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสีเขียว พลังงานหมุนเวียน และโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ความทันสมัยให้กับประเทศ ตอบโจทย์เรื่องความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคม และ (5) การสร้างความร่วมมือกับองค์กรระดับโลก อาทิ Formula One Management และสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) เพื่อให้ประเทศไทยเข้าถึงองค์ความรู้ มาตรฐานสากล และแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในการจัดงานแข่งขัน นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างชื่อเสียง ความเชื่อมั่น และยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยในเวทีโลก เพื่อสร้างประโยชน์ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ หากมีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ประเทศไทยก็จะสามารถก้าวสู่การเป็นเจ้าภาพ Formula One ได้อย่างมีศักยภาพและยั่งยืนในอนาคต จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“เพราะงบประมาณภาครัฐตอนนี้ก็มีข้อจำกัดค่อนข้างมาก เราจึงต้องพิจารณารูปแบบการลงทุนแบบ PPP หรือ Public-Private Partnership อย่างจริงจัง เพื่อให้ภาคเอกชนเข้าร่วมลงทุน ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างพื้นฐาน สนามแข่งขัน หรือกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งตรงนี้จะช่วยกระจายความเสี่ยง และสร้างความมั่นคงในระยะยาวด้วย” “เรื่องการพัฒนาแรงงานก็เป็นจุดแข็งของโครงการนี้นะครับ เพราะมันเกี่ยวข้องกับหลายอุตสาหกรรม ทั้งวิศวกรรม เครื่องกล เทคโนโลยียานยนต์ อีเวนต์ และการบริการ เราจึงตั้งใจจะใช้โอกาสนี้ผลักดันให้มีการฝึกอบรมคนรุ่นใหม่ เชื่อมกับสถาบันอาชีวศึกษาและมหาวิทยาลัย ซึ่งจะช่วยยกระดับศักยภาพของแรงงานไทยได้ในระยะยาว ด้านการจัดการเราก็ไม่ทิ้งเทคโนโลยีครับ เช่น การขายบัตรออนไลน์แบบเรียลไทม์ การบริหารจัดการจราจรผ่านระบบดิจิทัล หรือแม้แต่การใช้พลังงานหมุนเวียนและเทคโนโลยีสีเขียวเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิด Sustainable Event จริง ๆ ซึ่งจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับประเทศด้วย” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 11, 21 พฤษภาคม 2568)

12. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

12.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากผลการให้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญพบว่า ปัญหาหลักเป็นด้านเสถียรภาพทางการเมือง อาทิ การปฏิบัติและความไม่มั่นคงทางการเมือง เป็นต้น รวมถึงข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากงบประมาณแผ่นดินในด้านการสร้างสนามแข่งมีมูลค่าสูง ประกอบกับค่าลิขสิทธิ์ในการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน อีกทั้งระบบคมนาคมขนส่ง อาทิ การขนส่งรถแข่ง อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ รวมถึงการเดินทางของผู้เข้าร่วมงาน ทั้งในและต่างประเทศ ล้วนส่งผลกระทบต่อการเดินทางของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่จัดการแข่งขัน ถัดมา คือ ด้านความเสี่ยงจากการลงทุนของกลุ่มนักลงทุน ด้านความปลอดภัยในการแข่งขันแก่นักแข่ง ทีมผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน จึงเป็นความท้าทายของผู้จัดงานในการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมของผู้เข้าร่วมจากต่างประเทศให้กับประชาชนในประเทศ ดังนั้น การกำหนดช่วงเวลาปฏิทินการแข่งขันที่เหมาะสมสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เข้าร่วมงาน เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพอากาศร้อนเป็นส่วนใหญ่ ควรคำนึงถึงข้อจำกัดของปริมาณที่พักต่อจำนวนผู้เข้าร่วมงาน เนื่องจากการตัดสินใจจัดการแข่งขันในช่วงฤดูที่นักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก (High Season) อาจส่งผลกระทบต่อความแออัดในการเข้าพักสูงขึ้น ไม่เพียงพอต่อการรองรับของที่พักรวมถึงยังส่งผลให้อัตราค่าบริการที่พักสูงขึ้นตามไปด้วย จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ต้นทุนสูงมาก ทั้งค่าสร้างสนาม ค่าลิขสิทธิ์การจัดงาน รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานบางอย่างยังไม่พร้อม โดยเฉพาะเรื่องคมนาคม และการรองรับผู้คนที่เดินทางเข้ามา ช่วง High Season โรงแรมก็เต็มแพ่ง และอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ได้ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีปัจจัยเสี่ยงทางการเมืองที่ต้องพิจารณา เช่น ความไม่มั่นคงหรือการเปลี่ยนแปลงทางการบริหาร ซึ่งล้วนกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 12, 1 มีนาคม 2568)

12.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐร่วมกับการลงทุนของภาคเอกชนช่วยส่งเสริมความเป็นไปได้ให้กับการจัดการแข่งขัน ในขณะเดียวกันการสร้างความร่วมมือกับชุมชนในเรื่องมลภาวะทางอากาศ มลพิษทางเสียง ตลอดจนการรักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่สาธารณะให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการให้ชุมชนรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ อาทิ รายได้จากการให้บริการแก่อำเภอ ร้านอาหาร ระบบคมนาคม เป็นต้น ดังนั้น การย้ายที่อยู่อาศัยของชุมชนในพื้นที่การแข่งขันชั่วคราวช่วยลดผลกระทบทางสุขภาพจากการจัดการแข่งขัน การแต่งตั้งผู้รับผิดชอบและ

ผู้อำนวยการจัดงานหลักสำหรับสนับสนุนการสร้างร่วมมือจากหลายภาคส่วน อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ว่าราชการจังหวัด กรมศุลกากร อีกทั้งหน่วยงานในการจัดการขยะ (Waste Management) ร่วมกับการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องในการใช้ประโยชน์จากพื้นที่สาธารณะอาจเกี่ยวข้องกับการจัดการพื้นที่การแข่งขัน และให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะความรู้ของบุคลากรในด้านการใช้เทคโนโลยี อาทิ การจับเวลาขณะแข่งขัน การถ่ายทอดสด (Live Streaming) รวมถึงการอบรมถ่ายทอดความรู้ด้านการปฐมพยาบาลหรือแนวทางการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน ตลอดจนพัฒนาหลักสูตรด้านการจัดงานอีเวนต์ เพื่อให้บุคลากรของประเทศได้พัฒนาศักยภาพ นอกจากนี้ ในช่วงฤดูกาลการแข่งขันควรส่งเสริมการจัดเทศกาลตามประเพณีไทยให้สอดคล้องกับสภาพภูมิอากาศของประเทศ เพื่อส่งเสริมการบูรณาการด้านท่องเที่ยว อาทิ ในฤดูหนาว ควรจัดการแข่งขันควบคู่กับประเพณีลอยกระทง งานเฉลิมฉลองเทศกาลปีใหม่ ในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจด้านการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย สามารถส่งเสริมให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการจัดการแข่งขัน Formula One ได้เช่นกัน จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“การแข่งขันแบบนี้ต้องอาศัยการร่วมมือกันหลายภาคส่วน ทั้งรัฐ เอกชน และชุมชน ไม่ใช่แค่เรื่องงบประมาณอย่างเดียว แต่รวมถึงการให้ความรู้กับชาวบ้านเรื่องผลกระทบและประโยชน์ เช่น รายได้จากการท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม หรือการคมนาคม การให้ย้ายออกจากพื้นที่แข่งขันชั่วคราวก็เป็นแนวทางลดผลกระทบด้านสุขภาพได้ ส่วนด้านเทคโนโลยีก็ต้องส่งเสริม ทั้งระบบจับเวลา, ไลฟ์สด, หรือแม้แต่ระบบปฐมพยาบาลฉุกเฉิน ที่สำคัญ ควรใช้โอกาสนี้พัฒนาคนไทยให้มีทักษะในอีเวนต์ระดับโลก และสามารถนำไปต่อยอดได้ในอนาคต” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 12, 1 มีนาคม 2568)

13. ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

13.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ในอดีตการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยไม่สามารถจัดขึ้นได้ เนื่องจากมีเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 และมีการประท้วงความเห็นต่างทางการเมือง ทำให้ประเทศไทยถูกปรับค่าใช้จ่ายด้วยมูลค่าสูง ส่งผลมาในปี พ.ศ. 2568 การเตรียมความพร้อมของสนามแข่งขันให้เหมาะกับการใช้งาน เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าของเงินลงทุนประเทศ นอกเหนือจากค่าลิขสิทธิ์ ยังมีค่าใช้จ่ายแฝงอื่น ๆ อาทิ ค่าฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อสนับสนุนงานค่าติดตั้งและรื้อถอนอุปกรณ์ภายในสนามแข่งขัน จึงมีความคิดเห็นว่า หากจัดทำประชาพิจารณ์ในมุมมองโดยทั่วไปยังไม่ถูกยอมรับจากประชาชนโดยส่วนใหญ่ อีกทั้งปัญหาความมั่นคงทางการเมือง

ของประเทศไทย ในแต่ละรัฐบาลย่อมส่งผลกระทบต่อการจัดการแข่งขันกีฬาประเพณียานยนต์ในประเทศไทย จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ในอดีตเคยมีแผนจะจัด F1 ในไทย แต่ติดปัญหาทางการเมือง ทั้งสงครามและการชุมนุม ทำให้เสียโอกาสไป และยังต้องเสียค่าปรับแพงมาก ตอนนั้นนอกจากค่าลิขสิทธิ์ก็ยังมีค่าใช้จ่ายอื่นอีก เช่น ค่าฝึกอบรม ค่าติดตั้งและรีอานอุปกรณ์สนาม การทำประชาสัมพันธ์ก็ยังไม่ได้รับเสียงสนับสนุนมากพอ และความมั่นคงทางการเมืองของแต่ละรัฐบาลก็มีผลกับการจัดงานแบบนี้” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 13, 3 มีนาคม 2568)

13.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า กรณีศึกษารัฐบาลของประเทศจีน ในสนามเซี่ยงไฮ้อินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต มีการจัดเตรียมงบประมาณสำหรับการพัฒนาบุคลากรล่วงหน้า เพื่อเรียนรู้ทักษะที่สำคัญต่อการจัดการแข่งขัน Formula One ร่วมกับการเตรียมก่อตั้งสนามแข่งขัน ทำให้เกิดการสร้างความร่วมมือของผู้ประกอบการจากหลายภาคธุรกิจ เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับ ไม่ว่าจะเป็นการขนส่งยานพาหนะเพื่อแข่งขัน สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักโรงแรม ร้านอาหาร ตลอดจนผู้ประกอบการในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังรวมถึงการพัฒนาทักษะของบุคลากรเรื่องภาษาต่างประเทศและการปฐมพยาบาลในเบื้องต้น เพื่อแสดงถึงความพร้อมต่อการรับมือในเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ ทั้งนี้ การเลือกทำเลที่ตั้งของสนามแข่งขันให้เหมาะสมแก่การจัดหาทรัพยากรแต่ละประเภทให้กลายเป็นแหล่งรวมสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาพื้นที่ในชุมชนให้มีความเจริญมากขึ้น โดยใช้อีเวนต์ประเภทกีฬาช่วยผลักดันเศรษฐกิจของจังหวัดที่จัดการแข่งขัน จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ตัวอย่างจากจีนที่สนาม Shanghai International Circuit รัฐบาลเขาเตรียมงบประมาณล่วงหน้าเพื่อฝึกอบรมบุคลากร ตั้งแต่ก่อนสร้างสนามด้วยซ้ำ และมีแผนเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการหลายด้าน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร หรือผู้ให้บริการโลจิสติกส์ จุดสำคัญคือต้องเลือกทำเลสนามให้ดี ควรอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนที่สามารถพัฒนาได้ จะช่วยผลักดันเศรษฐกิจในจังหวัดนั้นได้อย่างเป็นรูปธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 13, 3 มีนาคม 2568)

14. นักกีฬาแข่งขัน

14.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การเดินทางของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้เข้าร่วมงาน ไม่จะเป็นการคมนาคมทางอากาศ การรองรับของสายการบินในภูมิภาคอื่นของประเทศ รวมถึงในกรณีการจัดการแข่งขันในภูมิภาคอื่น ๆ ควรพิจารณาถึงความพร้อมของผู้ให้บริการสนามและสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบพื้นที่สนามแข่งขัน อาทิ โรงพยาบาลระดับมาตรฐานสากล (International)

ไม่เพียงพอต่อจำนวนของผู้เข้าร่วมงาน ตลอดจนนักแข่งและทีมผู้จัดงาน นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านการจราจรแออัดในการใช้ถนน ในกรณีที่เป็นการแข่งขันที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน (Street Circuit) เนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาในการเตรียมพื้นผิวสนามแข่งขันให้ตรงกับมาตรฐานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ ข้อจำกัดการใช้งานของพื้นถนน การดูแลรักษาความสะอาด นับตั้งแต่วันซ้อม วันรอบแข่งขันจับเวลา (Qualify) และวันแข่งจริง เป็นต้น ในด้านการบริหารจัดการทางการเงินต้องประเมินค่าลิขสิทธิ์ ค่าก่อสร้างสนามแข่งขัน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่าง ๆ ส่งผลต่อความคุ้มค่าในการลงทุนของภาครัฐ ในด้านบุคลากร ควรส่งเสริมทักษะทางภาษาต่างประเทศให้มีความพร้อมและเพียงพอต่อการจัดงาน จำเป็นต้องเพิ่มเติมค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างบุคลากรจากต่างประเทศ เพื่อช่วยประสานงานกับหน่วยงานหลักของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“สนามในไทยยังมีข้อจำกัดเยอะครับ โดยเฉพาะเรื่องคมนาคม ทั้งเครื่องบินระหว่างภูมิภาค และโรงพยาบาลที่ได้มาตรฐานยังไม่ครอบคลุม ถ้าเป็นสนามในเมืองอังกะบุรี เพราะต้องเตรียมพื้นผิวถนนให้ตรงมาตรฐานของ FIA ต้องปิดถนนหลายวัน แคมป์การจราจรแออัด ส่วนเรื่องงบก็ไม่ใช่เรื่องง่าย ทั้งค่าลิขสิทธิ์ ค่าสร้างสนาม ค่าจ้างบุคลากรต่างชาติ เพราะคนไทยบางส่วนยังขาดทักษะภาษาและประสบการณ์ตรงกับงานแบบนี้” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 14, 9 มีนาคม 2568)

14.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ด้านการบริหารสินทรัพย์ในการดูแลสนามแข่งขัน หลังจากสิ้นสุดวันแข่งขันต้องเกิดประโยชน์สูงสุดในระยะยาว การรักษาความปลอดภัยของสนามแข่งขัน นักแข่ง ควรเริ่มตั้งแต่การจัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยที่มีขึ้นเพื่อรองรับแรงกระแทก (Barrier) รอบสนาม การเตรียมพื้นผิวของถนน ตลอดจนความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงาน เพื่อลดปัญหาอันก่อให้เกิดอันตรายต่อประชาชนทั่วไปและผู้เข้าร่วมงาน อีกทั้งเพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงสภาพอากาศร้อนในประเทศไทย การจัดการแข่งขันในช่วงกลางคืนจึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสม ประกอบกับทำเลที่ตั้งของสนามแข่งขันควรอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สถานที่สำคัญ (Landmark) หรือแหล่งบันเทิง (Entertainment) เนื่องจากเป็นอีกหนึ่งแหล่งรายได้ของประเทศ การวางผังของที่นั่งและทำเลการชมการแข่งขัน อาทิ ที่นั่งบริเวณโค้ง และใกล้เส้นทางที่รถแข่งใช้เข้า-ออกระหว่างทางวิ่งในสนามและจุดซ่อมแซมรถ (Pit Lane) ล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้เข้าร่วมงานพิจารณาเป็นอันดับแรกในการซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขัน รวมถึงการสร้างประสบการณ์ภายในงาน อาทิ การจำลองการขับรถโกคาร์ท คอนเสิร์ตของศิลปินดาราที่มีชื่อเสียง เป็นต้น ดังนั้น การพิจารณา

ถึงความเสี่ยงในพื้นที่แข่งขัน ที่อาจทำให้เกิดอุบัติเหตุและอันตรายแก่นักแข่งและผู้เข้าร่วมงาน ไม่ว่าจะเป็นพื้นผิวของถนน ฝาท่อระบายน้ำ สิ่งแปลกปลอมบนถนนแข่ง จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“สนามที่ดีควรใช้ประโยชน์ได้ในระยะยาวหลังแข่งเสร็จ ไม่ใช่ปล่อยทิ้ง การวางแผนเรื่องความปลอดภัยก็สำคัญ ต้องมี Barrier รอบสนาม เตรียมพื้นถนนให้ดี และดูเรื่องฝาท่อหรือสิ่งแปลกปลอมให้หมด ถ้าแข่งกลางคืนก็จะช่วยเลี่ยงอากาศร้อนได้ สนามควรอยู่ใกล้ Landmark หรือที่เที่ยว เพราะจะดึงคนได้มากขึ้น อีกเรื่องคือประสบการณ์ในงาน อย่างการจัดโกคาร์ทให้ลองขับ หรือคอนเสิร์ต ควรวางแผนที่นั่งให้คนดูใกล้โค้ง หรือ Pit Lane จะได้รู้สึกคุ้มค่ากับบัตรที่ซื้อ” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 14, 9 มีนาคม 2568)

15. ผู้เข้าร่วมงาน

15.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ด้านการเมืองและการทุจริตภายในประเทศไทย สะท้อนถึงความยืดหยุ่นและคล่องตัวในการใช้จ่ายเงินของหน่วยงานรัฐบาล รวมถึงพิจารณาผลกระทบเชิงลบอันส่งผลต่อประชาชนโดยรอบพื้นที่ อีกทั้งการศึกษาตารางวันและเวลาที่สำคัญ เพื่อไม่ให้ตรงกับกิจกรรมทางศาสนาหรือเทศกาลสำคัญอื่น เพื่อไม่ให้เกิดความเดือดร้อนแก่ชุมชนที่อยู่อาศัย เนื่องจากปัญหาการจราจรติดขัด ตั้งแต่เดิมบริเวณสถานที่จัดการแข่งขัน ทำให้เป็นประเด็นปัญหาสำคัญที่ควรคำนึงถึงเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังพบว่า ระยะทางในการเดินทางระหว่างจุดชมการแข่งขันจนถึงทางเข้า-ออกค่อนข้างไกลและขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง เนื่องจากสภาพอากาศของประเทศไทยไม่เหมาะกับการเดินเท้าในระยะไกล ทำให้ไม่รองรับกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีความต้องการพิเศษ ในขณะเดียวกันควรควบคุมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโรงแรมต่าง ๆ เนื่องจากกลุ่มผู้ประกอบการขึ้นราคาสูงกว่าปกติในช่วงเวลาการแข่งขัน อีกทั้งระบบการดูแลรักษาความปลอดภัย อาทิ การจำกัดขนาดกล้องในการถ่ายภาพ เป็นต้น ควรมีบริการเสริมเพื่อช่วยฝากสัมภาระของผู้เข้าร่วมงาน ตลอดจนการจัดเตรียมพื้นที่สำหรับรับรองนักแข่งและทีมงาน รวมถึงสถานที่จอดรถแข่ง เส้นทางที่รถแข่งขันใช้วิ่งเข้า-ออกระหว่างทางวิ่งในสนามและจุดซ่อมแซมรถ (Pit Lane) รวมทั้งทักษะความสามารถของบุคลากรในการเคลื่อนย้ายซากรถ ในกรณีที่รถแข่งขันเกิดอุบัติเหตุ หรือการดูแลความปลอดภัยนักแข่งในช่วงเวลาฉุกเฉิน ในด้านประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงานส่งผลต่อค่าใช้จ่ายอื่นเพิ่มเติมเข้ามาอาจส่งผลให้ราคาสูงในการว่าจ้างศิลปินดาราทหรือนักแสดงเพื่อสร้างความบันเทิงให้กับการแข่งขัน จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“การแข่งขัน F1 ต้องใช้ความพร้อมรอบด้าน โดยเฉพาะเรื่องการเมืองและคอร์รัปชันที่ทำให้ประชาชนบางส่วนไม่เห็นด้วย ยังไม่รวมปัญหาจราจรและการจัดช่วงเวลาแข่ง ถ้าชนกับเทศกาลทาง

ศาสนาจะยิ่งกระทบชุมชน อีกอย่างคือเรื่องการเดินเข้าออกสนามที่ไกลเกินไป โดยเฉพาะกับผู้สูงอายุหรือคนพิการ เพราะอากาศบ้านเราร้อนมาก ส่วนโรงแรมก็ขึ้นราคาช่วงงานสูงเกินจริง ระบบรักษาความปลอดภัยยังมีข้อจำกัด เช่น ข้อห้ามเรื่องกล้องหรือไม่มีที่ฝากของ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความพร้อมของ Pit Lane การเคลื่อนย้ายซากรถ และค่าใช้จ่ายแฝงเช่นค่าศิลปินที่ใช้ดึงคนเข้าร่วมงาน” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 15, 23 มีนาคม 2568)

15.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การสรรหาเพื่อร่วมระดมทุนจากภาคเอกชนในระยะสั้น ข้อจำกัดทำได้ยากในทางปฏิบัติ เนื่องจากภาคเอกชนประสบปัญหาการลงทุนในกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการคำนึงถึงคุณค่าของผลที่ได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม ในขณะเดียวกันการบริหารทรัพยากรในระบบขนส่งสาธารณะให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน สามารถสร้างความประทับใจและสะดวกสบายแก่ผู้เข้าร่วมงานควรให้ความสำคัญกับการจัดการฝูงชนหลังจากชมการแข่งขันเสร็จ เพื่อให้ไม่เกิดความแออัดมากเกินไป นอกจากนี้ การดึงดูดผู้เข้าร่วมงานด้วยกิจกรรมบันเทิงช่วยสร้างคุณค่าและความประทับใจแก่ผู้เข้าร่วมงาน อีกทั้งการจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อรับผิดชอบและดูแลการจัดการแข่งขันในระยะยาว เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและมีความเชี่ยวชาญในการจัดการแข่งขัน อาทิ การออกแบบเส้นทางสนามแข่งขันให้มีความท้าทายตามความเหมาะสม ไม่ยากหรือง่ายจนเกินไป สร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการที่ต้องการขายสินค้าและการออกกฎระเบียบของสนามให้สอดคล้องกัน การสนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย รวมถึงการนวดแผนไทย เพื่อนำเสนอความเป็นไทยผ่านสินค้าแก่ผู้เข้าร่วมงาน เนื่องจากทำเลที่ตั้งของประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่ดีในด้านการขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นทางน้ำ ทางบก หรือทางอากาศ เนื่องจากส่งผลต่อการกำหนดการแข่งขันที่มีระยะเวลาขนส่งกระชั้นชิด รวมทั้งการส่งเสริมทักษะการต้อนรับดูแลผู้เข้าร่วมงานระดับ VIP เป็นจุดเด่นที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม พร้อมทั้งแสดงถึงศักยภาพความพร้อมในการรองรับด้วยโรงพยาบาลเพียงพอในระยะยาวการประยุกต์ใช้สนามเป็นสถานที่จัดงาน (Venue) สำหรับงานอีเวนต์ประเภทอื่น ๆ อาทิ สถานที่จัดงานแต่งงาน เป็นต้น ช่วยสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่มพร้อมกับการลดต้นทุนเพื่อการดูแลรักษาสนามแข่งได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ การคิดค้นพัฒนาเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงานในการใช้จ่ายหรือใช้งาน อาทิ Apple Wallet เป็นต้น อีกทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในการจับเวลาแข่งขันเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในแสดงศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการแข่งขันของประเทศ จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“เราควรมีหน่วยงานเฉพาะกิจที่ดูแลการจัดงานนี้แบบต่อเนื่อง เพื่อให้มีความเชี่ยวชาญและไม่สะดุด ดึงภาคเอกชนมาร่วมลงทุนแม้จะไม่ง่าย แต่ถ้าทำให้เห็นความคุ้มค่าระยะยาวก็พอเป็นไปได้ ต้องจัดการระบบขนส่งให้ดี โดยเฉพาะหลังแข่งเสร็จไม่ให้นักแอ๊ดเกินไป เพิ่มกิจกรรมบันเทิงช่วยสร้างความประทับใจ คิดเส้นทางสนามให้ท้าทายพอดี และช่วยให้ผู้ประกอบการขายสินค้าไทยอย่าง OTOP หรือบริการแบบนวัตกรรมไทยได้ด้วย สนามควรปรับใช้ได้กับงานอื่น เช่น จัดงานแต่งงาน เพื่อให้คุ้มค่า Apple Wallet หรือเทคโนโลยีจับเวลาการแข่งขันก็ควรพัฒนาไปพร้อมกัน เพื่อแสดงศักยภาพประเทศด้านเทคโนโลยีด้วย” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 15, 23 มีนาคม 2568)

16. ตัวแทนสื่อสังคมออนไลน์

16.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ประสบการณ์ของประเทศไทยจากการจัดการแข่งขัน Moto GP ยังเป็นรูปแบบการแข่งขันขนาดเล็ก ทำให้ขาดประสบการณ์ในการจัดการแข่งขันที่ขนาดใหญ่ ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงขึ้นหลายเท่า โดยมองว่าปัญหาทางการเงินเป็นส่วนสำคัญเพื่อให้เกิดคุณค่าสูงสุด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศ และประชาชนอย่างยั่งยืน การพัฒนาการจัดการแข่งขันครั้งต่อไปในอนาคต สำหรับด้านการคมนาคมขนส่ง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเจ้าภาพการแข่งขัน Formula One ในเมืองต่าง ๆ เห็นได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ควรตั้งอยู่ห่างจากสถานที่จัดการแข่งขัน อาทิ สนามบินและรถไฟฟ้า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การคัดเลือกสถานที่จัดการแข่งขันควรลดความขัดแย้งกับประชาชนในพื้นที่ให้น้อยที่สุด เนื่องจากปี พ.ศ. 2568 หากจำเป็นต้องสร้างถนนเพื่อรองรับการแข่งขันย่อมส่งผลกระทบต่อความแออัดของจราจรในพื้นที่นั้น ๆ หากมีการสร้างสนามแข่งขันถาวรอาจพบปัญหาเรื่องการดูแลรักษาสนามแข่งไม่ให้เกิดความเสียหาย อาทิ การสร้างข้อกำหนดเรื่องประเภทรถเช่า สำหรับผู้ที่ต้องการเข้าภายในสวนสาธารณะ เนื่องจากต้องดูแลพื้นที่ในการแข่งขันในอนาคต นอกจากนี้ ยังมีความเสี่ยงด้านการลงทุนทางการเงิน การจำหน่ายบัตรเข้าชมไม่หมด รวมถึงการตั้งราคาที่เหมาะสมต่อการจัดการแข่งขันในพื้นที่ของแต่ละประเทศ รวมถึงการเลือกช่วงเวลาการแข่งขันให้เหมาะสมกับบริบทของผู้เข้าร่วมงาน จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“จากประสบการณ์ในการจัดการแข่งขัน Moto GP ในประเทศไทย ยังถือว่าไม่เพียงพอสำหรับการแข่งขันที่มีขนาดใหญ่ จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการจัดงานสูงขึ้นมาก ปัญหาทางการเงินเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในระยะยาว นอกจากนี้ เรื่องการคมนาคมก็เป็นประเด็นที่ต้องคำนึงถึง การเลือกสถานที่จัดการแข่งขันควรอยู่ใกล้กับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สนามบินและรถไฟฟ้า หากจำเป็นต้องสร้างถนนใหม่ ก็ต้องระมัดระวังเรื่องการจราจรที่อาจจะเกิดขึ้น ปัญหาที่อาจตามมาจากการสร้างสนามแข่งขันถาวรคือการดูแลรักษาสนามแข่ง ซึ่งอาจมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ส่วนเรื่องราคาบัตรเข้า

ชมก็ควรมีการตั้งราคาให้เหมาะสมกับความต้องการในพื้นที่เพื่อไม่ให้ขายบัตรไม่ได้” (ผู้เชี่ยวชาญ หมายเลข 16, 3 มีนาคม 2568)

16.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ประเทศไทยสามารถสร้างโอกาสจากการเป็นจุดหมายปลายทางของท่องเที่ยวสำคัญของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลก เนื่องจากประเทศไทยเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมาจากชาวต่างชาติ โดยเฉพาะจุดเด่นด้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โรงแรม รวมทั้งยังมีอัตราค่าบริการไม่สูงจนถึงระดับหูลู่ ทำให้เกิดการประยุกต์ใช้จุดเด่นจากประเทศเจ้าภาพที่จัดการแข่งขันในแต่ละประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ออสเตรเลีย และแคนาดา อาทิ การจัดการแข่งขันนอกตัวเมือง ช่วยลดความแออัดของผู้เข้าร่วมงานได้และกระจายรายได้สู่จังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งช่วยสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในประเทศให้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างบรรยากาศโดยรวม อาทิ การจัดนิทรรศการ บูธขายสินค้า เป็นต้น ในมุมมองด้านสถานที่จัดการแข่งขันควรเป็นสนามถาวร เนื่องจากอีเวนต์ประเภทกีฬาในไทยยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับมูลค่าในการสร้างสนาม จึงควรสร้างให้เป็นมากกว่าสนามแข่งโดยปกติทั่วไป อาทิ พัฒนาพื้นที่ในช่วงที่ไม่ได้จัดการแข่งขันให้เป็นพื้นที่สาธารณะและเกิดประโยชน์ต่อชุมชนโดยรอบ ร่วมกับการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อระดมงบประมาณและความร่วมมือให้เกิดการจัดการแข่งขันขึ้นอย่างมีคุณค่า ในขณะเดียวกันควรส่งเสริมให้บุคลากรเข้าร่วมศึกษาดูงานจากสถานที่จัดการแข่งขันจริง ทั้งในด้านการจัดการ ความปลอดภัย ความพร้อมของสถานที่ และทีมงาน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แนวทางการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เนื่องจากสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติมีข้อกำหนดที่เข้มงวด หากไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด ควรให้ความสำคัญกับทักษะในการแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที นอกจากนี้ การสร้างประสบการณ์แก่ผู้เข้าร่วมงานผ่านกิจกรรมบันเทิง (Entertainment) อาทิ คอนเสิร์ตจากศิลปินที่มีชื่อเสียง เพื่อสร้างบรรยากาศโดยรวมให้มีความตื่นเต้นและสนุกสนาน ทำให้เป็นอีกหนึ่งจุดเด่นเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายใหม่ จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“ประเทศไทยมีความโดดเด่นในด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งในด้านอาหารที่มีชื่อเสียง ที่พักที่หลากหลาย และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สิ่งเหล่านี้เป็นโอกาสที่ดีในการนำเอาประสบการณ์จากประเทศต่าง ๆ ที่เคยจัดการแข่งขัน F1 เช่น สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และแคนาดา มาปรับใช้ โดยเฉพาะการจัดงานนอกตัวเมืองเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความแออัดในพื้นที่และกระจายรายได้ไปยังจังหวัดใกล้เคียง การสร้างสนามแข่งขันถาวรจะเป็นการลงทุนที่สามารถใช้ประโยชน์ในระยะยาว และการพัฒนาพื้นที่ในช่วงที่ไม่ได้จัดการแข่งขันให้มีประโยชน์กับชุมชนก็เป็นสิ่งที่สามารถทำได้ นอกจากนี้ การศึกษาดูงานจากสถานที่จริงและการฝึกทักษะในการจัดการและความปลอดภัยตามมาตรฐานของ FIA ก็เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ ส่วนกิจกรรมบันเทิง

เช่น คอนเสิร์ตจากศิลปินชื่อดัง ก็จะช่วยสร้างความตื่นเต้นและดึงดูดผู้เข้าร่วมงานได้มากขึ้น” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 16, 3 มีนาคม 2568)

17. นักวิชาการ

17.1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ด้านมาตรฐานและกฎเกณฑ์การจัดแข่งขันของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ เพื่อประกอบกับการบริหารจัดการเงินทุน รวมทั้งมาตรฐานการรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมงานในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร ที่จอดรถ ยานพาหนะสำหรับการเดินทางในท้องถิ่น ตลอดจนระบบการจัดการฝูงชน (Crowd Control Management) การเดินทางและการเข้าถึงของผู้เข้าร่วมงานไปสู่สนามแข่งขันในจังหวัดที่มีการจัดการแข่งขัน และการจัดการที่นั่งของผู้เข้าร่วมงานตั้งแต่เริ่มเข้าพื้นที่จัดงานจนกระทั่งการแข่งขันสิ้นสุด ประกอบด้วย ที่นั่งมุมมองการมองเห็น การกำหนดราคาอย่างเหมาะสม การกำหนดเส้นทางเข้า – ออกอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการบริหารจัดการขยะภายในงาน นอกจากนี้ ยังมีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง อาทิ ปัญหาด้านสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย ขาดแคลนกลุ่มผู้สนับสนุนและผลักดันการจัดการแข่งขัน อีกทั้งปัญหาด้านการเมืองและการปฏิวัติภายในประเทศที่ย่อมส่งผลกระทบต่อความราบรื่นในการจัดการแข่งขัน จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“จากมุมมองของอาจารย์ สิ่งที่เป็นปัญหาสำคัญในการจัดการแข่งขัน F1 ที่ไทยคือเรื่องมาตรฐานและกฎของ FIA ที่เข้มงวดมาก ต้องใช้การบริหารจัดการทั้งเรื่องเงินทุนและการวางระบบต่าง ๆ ให้พร้อม โดยเฉพาะการรองรับจำนวนผู้ชม ทั้งในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ที่จอดรถ ระบบขนส่งในท้องถิ่น รวมถึงระบบควบคุมคนจำนวนมากในงาน พวกเรื่องการเดินทางเข้า-ออกสนาม โซนที่นั่ง ราคา ความชัดเจนในการมองเห็น รวมถึงการจัดการขยะก็เป็นเรื่องสำคัญเหมือนกัน อีกเรื่องที่เสี่ยงไม่ได้คือเรื่องสภาพอากาศของไทยที่ร้อนจัด อาจจะไม่เหมาะกับการแข่งขันในบางช่วง นอกจากนี้ เรายังขาดกลุ่มคนหรือองค์กรที่ช่วยผลักดันการจัดงานอย่างจริงจัง และเรื่องการเมืองในประเทศเองก็เป็นปัจจัยที่กระทบความต่อเนื่องของการจัดงาน” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 17, 2 มีนาคม 2568)

17.2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า หากหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในเชิงนั้นหนาแน่นและการกีฬาให้กับประเทศไทย ในด้านการบริหารการเงินผ่านการระดมทุนจากนักลงทุน ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนทรัพยากรให้การจัดการแข่งขันเกิดขึ้น รวมถึงส่งเสริมการพัฒนาและการปรับตัวของกลุ่มผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ มาตรฐานความสะอาดปลอดภัยของที่พักร้านอาหาร และร้านอาหาร เพื่อสร้าง

ความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน ในขณะเดียวกันบุคลากรควรมีทักษะด้านการแข่งขันยานยนต์ ด้านภาษาต่างประเทศ ความรู้ด้านกีฬา ด้านการส่งมอบคุณภาพบริการ ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ท้องถิ่นโดยรอบ และหลักการจัดการอีเวนต์ นอกจากนี้ ทักษะที่ดีในด้านการทำงาน ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การดูแลรักษาความปลอดภัยและเหตุฉุกเฉิน ในขณะเดียวกันการใช้กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดให้ดึงดูดกลุ่มผู้เข้าร่วมงานที่แตกต่างจากกลุ่มเป้าหมายเดิม รวมถึงระบบการจำหน่ายบัตรเข้าชม นอกจากนี้ ยังควรมีการประเมินผลตอบรับความพึงพอใจหลังจากเข้าร่วมงาน เพื่อการพัฒนาการจัดงานในครั้งต่อไป จากข้อความดังกล่าวสอดคล้องกับบทสนทนาดังนี้

“สิ่งที่น่าจะช่วยให้การจัด F1 ในไทยเป็นไปได้ดี คือการที่หน่วยงานรัฐมีบทบาทมากขึ้นในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของไทยในเวทีกีฬาระดับโลก ในแง่ของการเงิน ก็สามารถเปิดโอกาสให้นักลงทุนทั้งในและต่างประเทศเข้ามาร่วมลงทุน เพื่อแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่าย การยก มาตรฐานของที่พัก ร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาด ปลอดภัย และเหมาะกับนักท่องเที่ยวที่สำคัญมาก ส่วนเรื่องบุคลากร เราควรเตรียมคนให้มีทักษะที่เกี่ยวข้อง เช่น ความรู้เรื่องการแข่งขันยานยนต์ ความสามารถด้านภาษา การบริการ และเข้าใจพื้นที่ในแต่ละจังหวัดเป็นอย่างดี ที่สำคัญคือทัศนคติ และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า รวมถึงการดูแลความปลอดภัยด้วย นอกจากนี้ยังมองว่าเราสามารถใช้พวกอินฟลูเอนเซอร์ในโซเชียลมีเดียมาช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปสนใจมากขึ้น ระบบขายบัตรก็ต้องทันสมัย และหลังจากจบงานแล้วควรมีการเก็บฟีดแบ็กจากผู้ชมเพื่อเอาไปปรับปรุงในครั้งต่อไป” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 17, 2 มีนาคม 2568)

จากข้อมูลที่ปรากฏในบทสัมภาษณ์ข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย รวมถึงแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยจากผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย มีรายละเอียดตามตารางที่ 5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 การสังเคราะห์ผลสัมฤทธิ์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดการงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
หมายเลข 1	- ระบบการคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศ ในการขนย้ายรถแข่งและอุปกรณ์สนับสนุน - การบริหารบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความพร้อมในการปฏิบัติตามหน้าที่ทั้งด้านร่างกายและสภาพจิตใจ - การบริหารจัดการกลุ่มคนที่ไม่สนับสนุนการจัดการแข่งขันให้เกิดความเข้าใจถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น - คุณภาพมาตรฐานของสนามแข่งขันไม่ว่าจะเป็นระยะเวลาต่อรอบ - ความสามัคคีในการสร้างความร่วมมือของประชาชนในการจัดการแข่งขันในภาพรวมของประเทศ - การบริหารเวลาและต้นทุนค่าใช้จ่ายส่งผลกระทบต่อกระบวนการจัดการของแต่ละทีมเป็นอย่างมาก	- ด้านศักยภาพของเมือง: ความพร้อมต่อการจัดการแข่งขันมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ - ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: หน่วยงานสนับสนุนด้านการแข่งขันกีฬาเยาวชนระดับของประเทศ อาทิ กิจกรรมอีเวนต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผลักดันประเทศก้าวสู่การแข่งขันระดับโลก - ด้านบริหารการเงิน: กำลังซื้อและความเต็มใจจ่ายของผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงผู้สนับสนุนงานเล็งเห็นความสำคัญในการทุ่มเทลงทุนให้การแข่งขัน - ด้านพัฒนาบุคลากร: เรียนรู้ทักษะและนำแนวทางมาปรับใช้กับการจัดการแข่งขันในประเทศไทย อาทิ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย อังกฤษ และญี่ปุ่น - ด้านสถานที่จัดงาน: การสร้างสนามการแข่งขันที่สามารถใช้ประโยชน์ด้วยวัตถุประสงค์อื่นหลังจากจบการแข่งขัน ประยุกต์ใช้เป็นสวนสาธารณะ ศูนย์กลางด้านกีฬา (Sport Center) - ด้านการสร้างความร่วมมือและการมี

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
		ส่วนร่วม: หากเลือกสนามแข่งใน จังหวัดกรุงเทพมหานครต้องมี หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานคร หรือการ รถไฟแห่งประเทศไทย - ด้านพัฒนาบุคลากร: ตามมาตรฐาน ไม่ว่าจะเป็นกรรมการ ทีมดูแลความ ปลอดภัย ทีมดูแลเส้นทางที่รถแข่ง ขึ้นใช้วิ่งเข้า-ออกระหว่างทางวิ่งใน สนามและจุดซ่อมแซมรถ ทีมโบกธง ทีมจับเวลา ทีมขับรถ Safety Car - ด้านการสร้างกฎระเบียบและความ ปลอดภัย: ควรมีพื้นที่ปลอดภาษี (Free Zone) พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่ พนักงานศุลกากรในการอำนวยความสะดวก สะดวกให้บริการเกี่ยวกับภาษีนำเข้า และส่งออก - ด้านภาพลักษณ์ที่ดี: สหพันธ์ยาน ยนต์นานาชาติตัดสินใจเลือกประเทศ ที่เหมาะสมกับจัดการแข่งขันจาก องค์ประกอบปัจจัยหลายประการ อาทิ ความมั่นคง การเมืองการ ปกครอง ด้านศาสนา นโยบาย ข้อจำกัดของประเทศ

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
หมายเลข 2	- การลงทุนทางการเงินถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด - ความสำคัญเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่กลุ่มชุมชนท้องถิ่นควรจะได้รับตามความเหมาะสม - การแข่งขัน MotoGP ในประเทศจะใช้งบประมาณที่น้อยกว่า แต่ได้รับผลลัพธ์ใกล้เคียงกับการจัดการแข่งขัน Formula One - การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการลงทุนจัดการแข่งขันกับความคุ้มค่า - หากดำเนินการผ่านประชาพิจารณ์กับภาครัฐและเอกชน ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมด้านสถานที่จัดงาน ข้อจำกัดในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต - ประเทศไทยมีศักยภาพความพร้อมในด้านการรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมงาน	- ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแข่งขันประเภทอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกัน - ด้านกระบวนการทำงาน: พัฒนาระบบการจัดการแข่งขันให้เกิดประโยชน์สูงสุดในระยะยาว อาทิ การสร้างงาน สร้างอาชีพ ให้ประชาชน - ด้านบริหารการเงิน: ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในระยะยาว - ด้านพัฒนาบุคลากร: อบรมความรู้ พัฒนาศักยภาพของชุมชน ตั้งแต่การให้ความรู้เกี่ยวกับอีเวนต์ประเภทกีฬา การดูแลรักษาความปลอดภัย การปฐมพยาบาลเบื้องต้น - ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย: จัดเตรียมอุปกรณ์ดูแลด้านความปลอดภัยให้ตรงตามมาตรฐานการจัดงาน - ด้านการออกแบบประสบการณ์: เพิ่มคุณค่าให้กับงาน ควรสร้างกิจกรรมโชว์เพื่อสร้างความบันเทิง ความประทับใจ และกิจกรรมพัฒนาทักษะของเด็กเกี่ยวกับยานยนต์ เน้นการจัดงานที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่ม

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
		ครอบครัว - ด้านการตลาด: การจัดบูธแสดงสินค้า ด้านยานยนต์ในเชิงของนิทรรศการ (Festival) ตลอดจนการพัฒนา นวัตกรรมทั้งด้าน Software และ Hardware
หมายเลข 3	- งบประมาณและการสนับสนุนทางการเงินที่ต้องใช้ในระดับสูง การจ้างทีมงานระดับมืออาชีพ และการจ่ายค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์ให้กับองค์กร Formula One Management (FOM) - การพัฒนาสนามแข่งขันให้ได้มาตรฐานสากลต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากเพื่อปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ผิวสนาม ระบบความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักแข่ง ทีมงาน และผู้ชม - ความท้าทายด้านโลจิสติกส์และการปิดถนนสำหรับจัดงานต้องการขนส่งอุปกรณ์ขนาดใหญ่ การจัดการจราจร และการปิดถนนในบางพื้นที่ - การสร้างความตระหนักและความสนใจในกลุ่มคนไทย Formula One ยังไม่ได้รับความนิยมเทียบเท่ากีฬาประเภทอื่นในประเทศไทย	- ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน: ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงกับสนามแข่งขัน สามารถโปรโมตสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในประเทศไทย เช่น ชายหาด สถานที่ทางวัฒนธรรม หรืออาหารท้องถิ่น - ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: Formula One สามารถสร้างโอกาสจ้างงานในชุมชน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว - ด้านภาพลักษณ์ที่ดี: การใช้โอกาสนี้ในการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในระดับสากล การเป็นเจ้าภาพจัด Formula One ช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตานานาชาติ - ด้านบริหารการเงิน: Formula One เพิ่มรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับประเทศไทย เช่น การเพิ่ม

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
	- ทรัพยากรที่ใช้สำหรับการจัดงาน เช่น น้ำมันเชื้อเพลิงและพลังงานไฟฟ้า อาจสร้างแรงกดดันต่อสิ่งแวดล้อม ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม มลพิษทางเสียงและทางอากาศ และขยะที่เกิดขึ้นระหว่างงานอาจกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะสั้นและระยะยาว	ยอดขายของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและความบันเทิง - ด้านการตลาด: การเพิ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศจะหลั่งไหลเข้ามาร่วมงาน นำไปสู่การใช้จ่ายในโรงแรม ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว - ด้านศักยภาพของเมือง: การส่งเสริมการเป็นเจ้าภาพระดับนานาชาติ การจัดงาน F1 เป็นการแสดงความพร้อมของประเทศไทยในการจัดงานที่มีมาตรฐานระดับโลก
หมายเลข 4	- ปัญหาด้านการจราจรที่แออัดของประเทศไทย ทั้งประชาชนในพื้นที่และผู้เข้าร่วมงาน - การเลือกสถานที่จัดงานต้องหารีหรือร่วมกันกับประชาชนผู้อยู่อาศัย - การบริหารจัดการนักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและไม่ทำลายระบบนิเวศหรือแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความเสียหาย - คู่แข่งผู้เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันโดยตรง อาทิ มาเลเซียและสิงคโปร์ มีประสบการณ์จัดการแข่งขันมากกว่าประเทศไทย	- ด้านการตลาด: การสนับสนุนการท่องเที่ยวในระยะยาว (Long-Term Trip) ร่วมกับการใช้จุดขายด้านวัฒนธรรม - ด้านภาพลักษณ์ที่ดี: ประเทศไทยมีเอกลักษณ์และเป็นที่รู้จักอย่างยาวนาน ช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจ - ด้านบริหารการเงิน: จัดการสัมปทานการบริหารภาษี และความจำเป็นในการสนับสนุนจากกองทุนกีฬา - ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: บูรณาการความร่วมมือกับภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจยาน

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
		ยนต์ อุตสาหกรรมรถยนต์ และภาค การท่องเที่ยว และการได้รับการ สนับสนุนโดยภาครัฐ เช่น กองทุน กีฬา - ด้านเทคโนโลยี: การศึกษา ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในด้าน การเปลี่ยนผ่านสู่ยานยนต์ไฟฟ้า (Whole Transition to Electric Vehicles)
หมายเลข 5	- ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน ด้านศูนย์กลางคมนาคม อาจส่งผล กระทบต่อการเดินทางของประชาชน การจัดการจราจร การขนส่งนักแข่ง ทีมงาน และผู้ชมจำนวนมาก โดยเฉพาะการปิดถนนนานหลายวัน เพื่อเตรียมสนามแข่ง อาจสร้างความ เดือดร้อนอย่างมาก - สนามแข่งต้องได้มาตรฐาน FIA Grade 1 หากใช้สนามที่ใช้ถนน สาธารณะในการแข่งขัน (Street Circuit) อาจต้องมีการปรับปรุงและ ก่อสร้างอย่างมาก - ความไม่แน่นอนทางการเมืองอาจ ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจและการ สนับสนุนการจัดงาน - การจัดการแข่งขันขนาดใหญ่อาจ	- ด้านการสร้างความร่วมมือและการมี ส่วนร่วม: ภาครัฐ เอกชน และ ประชาชนต้องร่วมมือกันเพื่อ ประโยชน์ร่วมกันในการจัดการ แข่งขัน Formula One ภาครัฐมี บทบาทสำคัญในการสื่อสารอย่าง ชัดเจนถึงความจำเป็น และแนวทาง การบรรเทาผลกระทบต่อประชาชน - ด้านการสร้างกฎระเบียบและความ ปลอดภัย: การปฏิบัติตามมาตรฐาน ความปลอดภัยระดับสากล และมี การความพร้อมด้านการแพทย์ - ด้านการออกแบบประสบการณ์: อาศัยกิจกรรมที่น่าประทับใจสำหรับ ผู้เข้าร่วมงาน ตั้งแต่การเดินทาง โรงแรม การเข้าชมการแข่งขัน กิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผ่านการ

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
	ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของประชาชนในพื้นที่ การสื่อสารและสร้างความเข้าใจถึงประโยชน์ที่ประเทศจะได้รับ - การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุนจำนวนมหาศาลในการจัดการแข่งขัน Formula One	นำเสนอวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ไทย - ด้านศักยภาพของเมือง: การจัดการแข่งขัน Formula One เป็นโอกาสในการยกระดับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศในระดับนานาชาติ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมงาน - ด้านบริหารการเงิน : คำนึงถึงความคุ้มค่าของการลงทุน แสวงหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้สนับสนุน - ด้านเทคโนโลยี: นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการจัดการแข่งขัน อาทิ ระบบการจำหน่ายตั๋ว ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบการสื่อสาร และการถ่ายทอดสด
หมายเลข 6	- ค่าใช้จ่ายที่สูงมาก เริ่มตั้งแต่ค่าลิขสิทธิ์ ซึ่งปัจจุบันสำหรับสัญญา 3 ปี มีมูลค่าถึง 300 ล้านยูโรต่อปี - สร้างสนามแข่งตามมาตรฐานสูงสุดมีค่าใช้จ่าย ทั้งในด้านการออกแบบ เฉพาะทาง อาทิ ห้องควบคุม CCTV ห้องพยาบาล - หากเลือกจัดเป็นสนามที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขันในพื้นที่ต้อง	- ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: การวางแผนการเข้า-ออกพื้นที่สำหรับผู้อยู่อาศัยและธุรกิจ มาตรการรองรับ และบรรเทาผลกระทบต่อชุมชนในพื้นที่จัดการแข่งขัน ผลกระทบจากการปิดพื้นที่ปิดพื้นที่จัดการแข่งขัน - ด้าน ศักยภาพ ของ เมือง : ในแรงผลักดันให้เมืองพัฒนาขีด

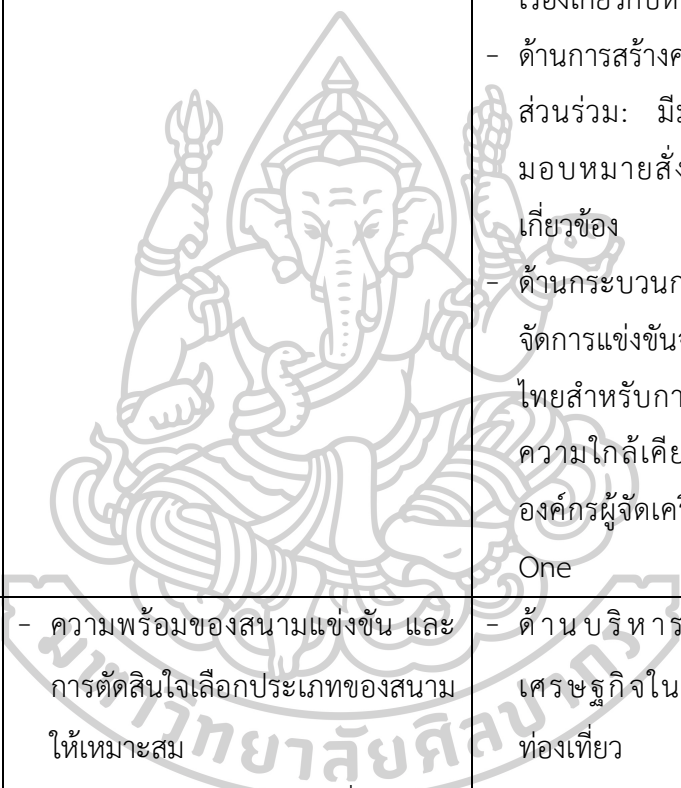
ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
	มีคุณภาพและความเหมาะสมของถนน - ผลกระทบต่อประชาชนในบริเวณนั้น ทั้งผู้ค้าขาย ผู้อยู่อาศัย และผู้สัญจร - ความเสี่ยงด้านผลตอบแทนทางธุรกิจ เนื่องจากลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดและรายได้ส่วนใหญ่จากค่าตัวเป็นของเจ้าของลิขสิทธิ์ (Liberty Media) รายได้หลักที่ผู้จัดอาจได้รับคือ ค่าสปอนเซอร์ชิป จากองค์กรในประเทศ	ความสามารถด้านการจัดการอีเวนต์ระดับโลกนำไปสู่การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานระยะยาวอื่น ๆ โดยเฉพาะในด้านระบบไฟฟ้าแรงสูง และระบบการสื่อสาร - ด้านการตลาด: การโปรโมตควรเน้นย้ำถึงความเป็น "โซว์ระดับโลก" ที่ผสมรวมความตื่นเต้นของความเร็วและความหรูหรา - ด้านการออกแบบประสบการณ์: สร้างประสบการณ์ที่หรูหราและพิเศษ สำหรับผู้ชมกลุ่มที่มีกำลังซื้อ เช่น การจัดพื้นที่รับรองพิเศษ - ด้านเทคโนโลยี: ระบบ จับเวลาอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความแม่นยำสูง และอาจมีการแบ่งเวลา เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ - ด้านพัฒนาบุคลากร: การฝึกอบรมบุคลากรควรเน้นทักษะเฉพาะทาง อาทิ การจัดการอุบัติเหตุบนสนามแข่ง การสื่อสารในสถานการณ์ฉุกเฉิน และ ความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
หมายเลข 7	- ด้านความคุ้มค่าของการลงทุนในการสร้างสนามแข่งขัน ตลอดจนกระบวนการจัดแข่งขัน ควรคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว - ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูงกว่ารายรับจากการขายบัตรเข้าชมหรือผู้สนับสนุนงาน - หลายสนามแข่งขันในประเทศไทยไม่ได้คาดหวังพัฒนาให้ได้รับมาตรฐานระดับโลก เนื่องจากงบประมาณการลงทุนยังไม่คุ้มค่า - แต่ละผู้ให้บริการสนามล้วนยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ - หากจัดการแข่งขันในภูมิภาคอื่นของประเทศไทยควรคำนึงถึงการรองรับโรงแรมอย่างเหมาะสม	- ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: การสร้างกลยุทธ์เจรจาต่อรอง เพื่อสื่อสารให้เกิดความเข้าใจในวัตถุประสงค์ - ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน: สนามประเภทถาวร ควรคำนึงถึงช่องทางการหารายได้ในระยะยาว - ด้านภาพลักษณ์ที่ดี: การจัดการแข่งขันในประเทศสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองอื่น ๆ ให้กับประเทศไทยได้ - ด้านการออกแบบประสบการณ์: การส่งเสริมการจัดกิจกรรมภายในงานอีเวนต์ ผู้จัดงานย่อมเป็นที่จดจำมากขึ้น - ด้านภาพลักษณ์ที่ดี: การแข่งขันด้านกีฬาประเภทยานยนต์สามารถสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจ
หมายเลข 8	- กลุ่มผู้เข้าร่วมงานยังคงเป็นกลุ่มเฉพาะ ทำให้ยังไม่สามารถขยายกลุ่มเป้าหมายได้ - การจำกัดเวลาการจำหน่ายแอลกอฮอล์ของประเทศอาจส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงานในการเฉลิมฉลอง	- ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: การจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ชี้แจงถึงประโยชน์ของการจัดงาน - ด้านการออกแบบประสบการณ์: จัดกิจกรรมแจกของรางวัลจากนักแข่งขัน อาทิ โพสเตอร์ ภาพถ่าย ร่วม

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
	- การลงทุนทางการเงินกับสนามแข่งขันให้ได้ตามมาตรฐานและค่าลิขสิทธิ์ - บุคลากรขาดทักษะความรู้ในเชิงทฤษฎี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแรงโน้มถ่วงขณะแข่งขัน หลักโภชนาการของนักแข่งขัน - พื้นที่สาธารณะส่วนใหญ่ยังขาดผู้ดูแลรับผิดชอบในด้านการสร้างประโยชน์ใช้สอย - ทีมงานและอาสาสมัครที่มีประสบการณ์ด้านการแข่งขันประเภทยานยนต์ของประเทศยังไม่เพียงพอ เนื่องจากในพื้นที่สนามแข่งขันจำเป็นต้องใช้ทีมงาน 3,000-5,000 คน - เสถียรภาพความมั่นคงด้านนโยบายของภาครัฐเป็นสิ่งสำคัญต่อการจัดการแข่งขันให้มีความต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นการจัดทำสัญญาในระยะยาวร่วมกับ สหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ	สนุกกับกิจกรรมบนเวที เพิ่มคุณค่าด้วยการจัดใกล้เคียงกับแหล่งบันเทิง - ด้านศักยภาพของเมือง: การจัดแข่งขัน ช่วยแสดงศักยภาพและความสามารถของประเทศเจ้าภาพ - ด้านบริหารการเงิน: เนื่องจากกลุ่มผู้ที่ให้ความสนใจด้านรถยนต์เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและเต็มใจจ่ายในราคาสูงทำให้สนามได้รับรายได้จากการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง - ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน: การต่อยอดจากการลงทุนของสนามแข่งขัน เพื่อประยุกต์ในการสร้างประโยชน์ ทั้งในเชิงมรดกทางวัฒนธรรมและรายได้ อาทิ โรงแรมของนักแข่งขันในต่างประเทศที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การสร้างศูนย์การเรียนรู้หรือพิพิธภัณฑ์ ช่วยส่งเสริมการรับรู้ให้กับผู้ที่สนใจ - ด้านสถานที่จัดงาน: สร้างสนามแข่งขันให้เปรียบเสมือนศูนย์รวมครบวงจรในด้านยานยนต์ - ด้านพัฒนาบุคลากร: สร้างโรงเรียนเพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะขับรถให้กับเด็กและเยาวชน

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
หมายเลข 9	- การเปลี่ยนแปลงของภาครัฐแต่ละสมัยส่งผลโดยตรงต่อนโยบายที่ร่วมส่งเสริมการจัดการแข่งขัน - ประเทศไทยอยู่ในระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ ผ่านการจัดจ้างที่ปรึกษา เพื่อรวบรวมข้อมูล ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ - การลงนามความร่วมมือ โดยมีข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ - การจัดการแข่งขันเป็นนโยบายของรัฐบาล องค์กรที่เกี่ยวข้องเป็นเพียงผู้สนับสนุนทำให้เกิดขึ้น หากรัฐบาลไม่ประสงค์จัด ก็ไม่สามารถดำเนินงานต่อได้ - ท่าเลที่ตั้งของสนามแข่งขันส่งผลกระทบในด้านเสียงที่ถูกควบคุมโดยพรบ. จราจรทางบก และด้านมลภาวะทางอากาศ - ระยะเวลาการก่อสร้างสนามแข่งขันอาจใช้เวลาประมาณ 2-3 ปี และค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงพื้นผิวถนนเป็นสนามแข่งขัน - การปรับเส้นทางแข่งขัน ระบบไฟฟ้าลงพื้นดิน ทำให้สร้างประโยชน์ต่อโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทย	- ด้านบริหารการเงิน: ส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้กับหลายภาคส่วน รวมถึงผู้รับจ้างที่เกี่ยวข้อง - ด้านบริหารการเงิน: รายได้จากผู้เข้าร่วมงาน นักแข่ง กลุ่มแฟนคลับของทีมและนักแข่งขัน ครอบครัวผู้ติดตามที่เดินทางเข้ามาร่วมชมการแข่งขัน - ด้านบริหารการเงิน: รายได้จากนักท่องเที่ยวที่พักอยู่ในไทยต่อเนื่อง มีการขยายการท่องเที่ยวไปยังแหล่งที่มีชื่อเสียงของประเทศ - ด้านกระบวนการทำงาน: มีผู้แทนจากสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติเป็นผู้รับผิดชอบในการออกแบบเส้นทางของสนามแข่งขันและศึกษา - ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย: การเจรจาร่วมกับหลายหน่วยงาน อาทิ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ - ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: การทำประชาพิจารณ์ เพื่อขอรับความคิดเห็นจากบุคคลทั่วไป การจัดจ้างที่ปรึกษา ทำวิจัย สืบค้นข้อมูล เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง - ด้านคุณภาพบริการ: การแจ้ง

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
	และพื้นที่โดยรอบ เพื่อให้ถูกพัฒนาในระยะยาว - การย้ายทำเลที่ตั้งของหน่วยงานบริเวณนั้นถาวร เพื่อสร้างพื้นที่ซ่อมบำรุงรถแข่ง ขณะที่รถแข่งไม่ได้ทำการแข่งขัน - ข้อกฏข้อบังคับของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ ทั้งด้านการจัดจ้างเจ้าหน้าที่ประจำจุดให้เพียงพอ - ระบบขนส่งและเทคโนโลยี ประเทศไทยสามารถจัดการได้เป็นอย่างดีจากประสบการณ์การจัดแข่งขัน MotoGP - จัดเตรียมอาหารสำหรับรองรับนักแข่ง สื่อมวลชน และผู้มีสิทธิ์พิเศษ (VIP) - ความคุ้มค่าของการลงทุนทั้งหมดที่ได้รับกลับมาเป็นรายได้เข้าประเทศ	หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องโดยตรงเกี่ยวกับธุรกิจในการอุตสาหกรรมอีเวนต์ อาทิ องค์กรที่ดูแลโรงแรมทั่วประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์ เรื่องจำนวนห้องที่พักให้มีคุณภาพและเพียงพอ - ด้านบริหารการเงิน: ระดมทุนของภาครัฐและเอกชนมีภาครัฐเป็นผู้ลงทุนหลัก ในนามของการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) - ด้านภาพลักษณ์ที่ดี: ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไปทั่วโลก เนื่องจากเป็นรายการแข่งขันรถยนต์อันดับ 1 ของโลก เทียบเท่ากับการจัดฟุตบอลโลก - ด้านพัฒนาบุคลากร: สหพันธ์ยานยนต์นานาชาติให้บุคลากรของประเทศนั้น ๆ เป็นผู้ดำเนินการเอง โดยบางตำแหน่งต้องได้รับการอบรมโดยตรงจากสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ - ด้านคุณภาพบริการ: ศึกษาข้อผิดพลาดจากประสบการณ์ในอดีตที่เคยจัดและนำกลับมาพัฒนาครั้งต่อไป - ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย: ประสานงานร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศ กรม

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
		ศุลกากร โดยมีผู้รับจ้างประสานงาน พร้อมกับการกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นผู้อำนวยความสะดวก ในการทำ เรื่องเกี่ยวกับหนังสือราชการ - ด้านการสร้างความร่วมมือและการมี ส่วนร่วม: มีมติจากคณะรัฐมนตรี มอบหมายสั่งการให้หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง - ด้านกระบวนการทำงาน: ระบบการ จัดการแข่งขันจากประสบการณ์ของ ไทยสำหรับการแข่งขัน MotoGP มี ความใกล้เคียงกัน เนื่องจากเป็น องค์กรผู้จัดเครือเดียวกับ Formula One
หมายเลข 10	- ความพร้อมของสนามแข่งขัน และ การตัดสินใจเลือกประเภทของสนาม ให้เหมาะสม - การเจรจาร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ผู้ มีอำนาจในการดูแลพื้นที่ และ ประชาชนผู้อยู่อาศัยบริเวณนั้น - การดูแลรักษาสิทธิประโยชน์ของ ผู้เกี่ยวข้องในด้านการเงิน ด้าน สถานที่ และด้านทรัพยากร - ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการ แข่งขันอาจต้องให้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ	- ด้านบริหารการเงิน: กระตุ้น เศรษฐกิจในธุรกิจเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว - ด้านภาพลักษณ์ที่ดี: สนับสนุน ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ เนื่องจากแสดงให้เห็นถึงศักยภาพใน การบริหารทรัพยากร - ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน: สนับสนุนให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดการใช้ จ่าย ทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ การซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขัน ค่า โรงแรม การจับจ่ายใช้สอยกับกลุ่ม

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
	- ความคุ้มค่าของการลงทุนและสิ่งที่จะได้รับกลับมาแก่ประเทศในด้านเงินทุน - ข้อจำกัดด้านการจำหน่ายสุราตามเวลาที่กำหนดของประเทศไทย	ผู้ประกอบการ - ด้านการออกแบบประสบการณ์: ความหลากหลายของอาหารและวัฒนธรรม เชื่อมโยงการท่องเที่ยวแบบต่อเนื่องไปยังพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง - ด้านการตลาด: การประชาสัมพันธ์แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เกิดความรู้มีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของการเป็นเจ้าภาพ - ด้านการออกแบบประสบการณ์: การสร้างประสบการณ์พิเศษให้กับผู้เข้าร่วมงาน ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหารระดับ Michelin ร่วมกับนักแข่ง การเดินทางมาสถานที่จัดการแข่งขันด้วยรถหรู หรือโรงแรมระดับ 5 ดาว - ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน: นโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนค่าใช้จ่าย เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยบริเวณนั้นเดินทางไปพักผ่อนและท่องเที่ยวในต่างจังหวัด - ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย: นโยบายหรือแนวทางการลดหย่อนภาษีนำเข้า-ส่งออก ร่วมกับ

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
		กรมศุลกากร - ด้านเทคโนโลยี: การศึกษาค้นคว้าและพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถสร้างประโยชน์ให้กับการจัดแข่งขัน - ด้านพัฒนาบุคลากร: การต่อยอดความรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่
หมายเลข 11	- ต้นทุนและงบประมาณในการจัดการแข่งขันสูง ทั้งค่าลิขสิทธิ์ ค่าบริหารจัดการสนาม - กระแสต่อต้านจากประชาชน ในเรื่องของความคุ้มค่าระหว่างการลงทุนกับผลตอบแทนที่ควรได้รับ - การก่อสร้างสนามและการตัดสินใจเลือกสนามแข่งขันให้มีความปลอดภัย - การปรับสภาพพื้นที่โดยรอบ เพื่อรองรับการเดินทางเข้าร่วมงาน - การสื่อสารให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของงานและผลลัพธ์จากการจัดการแข่งขัน - ความพร้อมของเมืองในด้านการจัดการจราจร บริหารความเสี่ยงเรื่องการปิดถนน	- ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมกีฬาและส่งเสริมการร่วมลงทุนแบบ Public-Private Partnership (PPP) - ด้านศักยภาพของเมือง: ประเทศไทยมีเมืองรอง ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็น Smart City เพื่อรองรับงาน อาทิ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ - ด้านศักยภาพของเมือง: สนามช้างฯ ในบุรีรัมย์ มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล - ด้านการตลาด: ส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อาทิ ดนตรี แสง สี เสียง วัฒนธรรม เป็นต้น

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
		- ด้านเทคโนโลยี: การใช้เทคโนโลยีขั้นสูง อาทิ ระบบดิจิทัล การจัด การพลังงานสะอาด การสนับสนุน เทคโนโลยียานยนต์ขั้นสูง เช่น EV และ Automotive Innovation
หมายเลข 12	- ด้านเสถียรภาพทางการเมือง อาทิ การปฏิบัติและความไม่มั่นคงทางการเมือง - ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน เนื่องจากงบประมาณแผ่นดินในด้านการสร้างสนามแข่งมีมูลค่าสูง - ระบบคมนาคมขนส่ง อาทิ การขนส่ง รถแข่ง อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องด้านยานยนต์ รวมถึงการเดินทางของผู้เข้าร่วมงาน - ความท้าทายของผู้จัดงานในการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมของผู้เข้าร่วมจากต่างประเทศ - การกำหนดช่วงเวลาปฏิทินการแข่งขันที่เหมาะสม	- ด้านบริหารการเงิน: สนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐร่วมกับการลงทุนของภาคเอกชนช่วยส่งเสริมความเป็นไปได้ให้กับการจัดการแข่งขัน - ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน: รักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่สาธารณะให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม - ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: แต่งตั้งผู้รับผิดชอบและผู้อำนวยการจัดงานหลักสำหรับสนับสนุนการสร้างความร่วมมือจากหลายภาคส่วน - ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย: ศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องในการใช้ประโยชน์จากพื้นที่สาธารณะ - ด้านเทคโนโลยี: พัฒนาทักษะความรู้ของบุคลากรในด้านการใช้เทคโนโลยี อาทิ การจับเวลาขณะแข่งขัน และการถ่ายทอดสด

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
		- ด้านพัฒนาบุคลากร: สร้างหลักสูตรด้านการจัดงานอีเวนต์ เพื่อให้บุคลากรได้พัฒนาศักยภาพ - ด้านเทคโนโลยี: ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยสร้างมูลค่าเพิ่มจากการจัดการแข่งขัน - ด้านการตลาด: ส่งเสริมการตลาดตามประเพณีไทยให้สอดคล้องกับสภาพภูมิอากาศของประเทศ
หมายเลข 13	- เหตุการณ์สังครามโลกครั้งที่ 2 การเมือง ทำให้ประเทศไทยถูกปรับค่าใช้จ่ายด้วยมูลค่าสูง - ความคุ้มค่าของเงินลงทุนประเทศนอกเหนือจากค่าลิขสิทธิ์ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ - ความมั่นคงด้านการเมืองของประเทศ ในแต่ละยุคสมัยของรัฐบาลย่อมส่งผลกระทบต่อการจัดการแข่งขัน	- ด้านพัฒนาบุคลากร: กรณีของประเทศไทย ในสนามแข่งไฮอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิตมีการจัดเตรียมงบล่วงหน้า และเรื่องภาษาต่างประเทศและการปฐมพยาบาลในเบื้องต้น - ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: การขนส่งยานพาหนะเพื่อแข่งขัน สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และผู้ประกอบการในท้องถิ่น - ด้านสถานที่จัดงาน: เลือกทำเลที่ตั้งของสนามแข่งขันให้เหมาะแก่การจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ - ด้านการตลาด: อีเวนต์ประเภทกีฬาช่วยผลักดันเศรษฐกิจของจังหวัด

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
หมายเลข 14	- การเดินทางของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้เข้าร่วมงาน ไม่ว่าจะเป็นการรองรับของสายการบิน - ความพร้อมของผู้ให้บริการสนามและสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบพื้นที่สนามแข่งขัน - การจราจรแออัดในการใช้ถนน ในกรณีที่เป็นสนามที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขันระยะเวลาในการเตรียมพื้นที่สนามแข่งขันให้ตรงกับมาตรฐาน - การบริหารการเงินส่งผลต่อความคุ้มค่าในการลงทุนของภาครัฐ - ค่าใช้จ่ายในการจ้างบุคลากรจากต่างประเทศ เพื่อช่วยประสานงานกับหน่วยงานหลักของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ	- ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน: ใช้สินทรัพย์ในการดูแลสนามแข่งขันหลังจากสิ้นสุดวันแข่งขัน - ด้านสถานที่จัดงาน: จัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยที่มีขึ้นเพื่อรองรับแรงกระแทกรอบสนาม - ด้านการออกแบบประสบการณ์: การจัดการแข่งขันในช่วงกลางคืนจึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสม การจำลองขับรถโกคาร์ท คอนเสิร์ตของศิลปินดาราที่มีชื่อเสียง เป็นต้น - ด้านสถานที่จัดงาน: ทำเลที่ตั้งของสนามแข่งขันควรอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สถานที่สำคัญ หรือแหล่งบันเทิง - ด้านคุณภาพบริการ: การวางผังของที่นั่งและทำเลการชมการแข่งขันล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้เข้าร่วมงานพิจารณาเป็นอันดับแรกในการซื้อบัตรเข้าชม - ด้านสถานที่จัดงาน: พิจารณาถึงความเสี่ยงในพื้นที่แข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นพื้นผิวของถนน ฝาท่อระบายน้ำ สิ่งแปลกปลอมบนถนนแข่ง

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
หมายเลข 15	- การเมืองและการทุจริตคอร์รัปชันภายในประเทศไทย ความยืดหยุ่นและคล่องตัวในการใช้จ่ายของภาครัฐ - ผลกระทบเชิงลบ อันส่งผลต่อประชาชนโดยรอบพื้นที่ - ระยะทางในการเดินทางระหว่างจุดชมการแข่งขันจนถึงทางเข้า-ออกค่อนข้างไกลและขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง - สภาพอากาศของประเทศไทยไม่เหมาะกับการเดินเท้าในระยะไกล ทำให้ไม่รองรับกับกลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีความต้องการพิเศษ - ค่าใช้จ่ายที่พักโรงแรม เนื่องจากกลุ่มผู้ประกอบการขึ้นราคาสูงกว่าปกติในช่วงเวลาการแข่งขัน - ทักษะความสามารถของบุคลากรในการเคลื่อนย้ายซากกรร ในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ - ประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงานส่งผลต่อค่าใช้จ่ายแฝงเพิ่มเติมที่มีราคาสูงในการว่าจ้างศิลปินหรือดาราเพื่อสร้างความบันเทิงให้กับการแข่งขัน	- ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย: การจำกัดขนาดกล้องในการถ่ายภาพ ควรมีบริการเสริมเพื่อช่วยฝากสัมภาระของผู้เข้าร่วมงาน - ด้าน ศักยภาพของเมือง: การจัดเตรียมพื้นที่รับรองนักแข่งและทีมงาน รวมถึงสถานที่จอดรถแข่งและส่วนที่เป็นเส้นทางที่รถแข่งจะใช้วิ่งเข้า-ออกระหว่างทางวิ่งในสนามและจุดซ่อมแซมรถ (Pit Lane) - ด้านบริหารการเงิน: คำนึงถึงคุณค่าของผลที่ได้รับ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เมื่อเทียบกับการลงทุนเพื่อผลลัพธ์ในระยะยาว - ด้านคุณภาพบริการ: การบริหารทรัพยากรในระบบขนส่งสาธารณะให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน สามารถสร้างความประทับใจและสะดวกสบายแก่ผู้เข้าร่วมงาน - ด้านการออกแบบประสบการณ์: การดึงดูดผู้เข้าร่วมงานด้วยกิจกรรมบันเทิงช่วยสร้างคุณค่าและความประทับใจแก่ผู้เข้าร่วมงาน - ด้านกระบวนการทำงาน: การจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อรับผิดชอบ

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
	- การสรรหาเพื่อร่วมระดมทุนจากภาคเอกชนในระยะสั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ทำได้ยากในทางปฏิบัติ	ดูแลการจัดการแข่งขันในระยะยาวเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและมีความเชี่ยวชาญในการจัดการแข่งขัน - ด้านสถานที่จัดงาน: การออกแบบเส้นทางสนามแข่งขันให้มีความท้าทายตามความเหมาะสม ไม่ยากหรือง่ายจนเกินไป - ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: ระหว่างผู้ประกอบการที่ต้องการขายสินค้าและการออกกฎระเบียบของสนามให้สอดคล้องกัน สนับสนุนสินค้า OTOP - ด้านคุณภาพบริการ: ให้บริการสำหรับทักษะการต้อนรับดูแลกลุ่มระดับ VIP - ด้านศักยภาพของเมือง: ความพร้อมในการรองรับของโรงพยาบาลในประเทศไทยเพียงพอ และมีความสามารถดูแลรักษาได้ดี - ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน: การประยุกต์ใช้สนามเป็นสถานที่จัดงานสำหรับอีเวนต์ประเภทอื่น ๆ อาทิ สถานที่จัดงานแต่งงาน เป็นต้น - ด้านเทคโนโลยี: พัฒนาเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงานในการใช้จ่ายหรือเข้างาน

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
หมายเลข 16	- ประสบการณ์ของประเทศไทยจาก การจัดการแข่งขัน Moto GP เป็น การแข่งขันขนาดเล็ก ทำให้ขาด ประสบการณ์ในการจัดการแข่งขันที่ ขนาดใหญ่ - สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ควรตั้งอยู่ ห่างจากสถานที่จัดการแข่งขัน อาทิ สนามบินและรถไฟฟ้า เป็นต้น - การจำหน่ายบัตรเข้าชมไม่หมด รวมถึงการตั้งราคาที่เหมาะสมต่อการ จัดการแข่งขันในพื้นที่ของแต่ละ ประเทศ รวมถึงการเลือกช่วงเวลา การแข่งขันให้เหมาะสมกับบริบทของ ผู้เข้าร่วมงาน	- ด้านสถานที่จัดงาน: ลดความขัดแย้ง กับประชาชนในพื้นที่ให้น้อยที่สุด - ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน: ดูแลรักษาสถานแข่งไม่ให้เกิดความ เสียหาย อาทิ การสร้างข้อกำหนด เรื่องประเภทรองเท้า สำหรับผู้ที่ ต้องการเข้าภายในสวนสาธารณะ - ด้านภาพลักษณ์ที่ดี: โอกาสของ ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยว โดยเฉพาะจุดเด่นด้าน อาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โรงแรม - ด้านการตลาด: สร้างการมีส่วนร่วม ของประชาชนในประเทศ อาทิ การ จัดนิทรรศการ บูธขายสินค้า เป็นต้น - ด้านการตลาด: เลือกใช้สนามถาวร - ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน: ในช่วงที่ไม่ได้จัดการแข่งขันให้เป็น พื้นที่สาธารณะและเกิดประโยชน์ต่อ ชุมชน - ด้านพัฒนาบุคลากร: ส่งเสริมให้ บุคลากรเข้าร่วมศึกษาดูงานจาก สถานที่จัดการแข่งขันจริง - ด้านการออกแบบประสบการณ์: การ สร้างประสบการณ์แก่ผู้เข้าร่วมงาน ผ่านกิจกรรมบันเทิง อาทิ คอนเสิร์ต จากศิลปินที่มีชื่อเสียง

ผู้เชี่ยวชาญ	ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อ ส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
หมายเลข 17	- ข้อจำกัดด้านมาตรฐานและกฎเกณฑ์การจัดแข่งขันของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ - มาตรฐานการรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมงานในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร ที่จอดรถ ยานพาหนะสำหรับการเดินทางในท้องถิ่น - การเดินทางและการเข้าถึงของผู้เข้าร่วมงานไปสู่สนามแข่งขัน - ปัญหาด้านสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย - ขาดแคลนกลุ่มผู้สนับสนุนและผลักดันการจัดการแข่งขัน - การปฏิบัติการปกครองที่เกิดขึ้นภายในประเทศที่ย่อมส่งผลต่อความราบรื่นในการจัดการแข่งขัน	- ด้านการออกแบบประสบการณ์: จัดการที่นั่งของผู้เข้าร่วมงานตั้งแต่เริ่มเข้าพื้นที่จัดงานจนถึงเวลาการแข่งขันสิ้นสุด - ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม: หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศไทยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี - ด้านบริหารการเงิน: ระดมทุนจากนักลงทุน ทั้งในและต่างประเทศ - ด้านคุณภาพบริการ: ส่งเสริมการพัฒนา และปรับตัวของกลุ่มผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว - ด้านพัฒนาบุคลากร: ควรมีทักษะด้านการแข่งขันยานยนต์ ด้านภาษาต่างประเทศ ความรู้ด้านกีฬา ด้านการส่งมอบคุณภาพบริการ ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ท้องถิ่นโดยรอบ - ด้านการตลาด: ใช้กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดให้ดึงดูดกลุ่มผู้เข้าร่วมงาน - ด้านเทคโนโลยี: ระบบการจำหน่ายบัตรเข้าชม และเทคโนโลยีเพื่อช่วยรวบรวมผลตอบรับความพึงพอใจหลังจากเข้าร่วมงาน

จากตารางที่ 5 ผลสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 13 ด้านหลัก ได้แก่ (1) การสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม (2) ศักยภาพของเมือง (3) บริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน (4) การตลาด (5) การออกแบบประสบการณ์ (6) การสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย (7) สถานที่จัดงาน (8) คุณภาพบริการ (9) เทคโนโลยี (10) ภาพลักษณ์ที่ดี (11) พัฒนาบุคลากร (12) กระบวนการทำงาน และ (13) บริหารการเงิน สามารถพัฒนามาเป็นแบบสอบถามเรื่องการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยนำไปตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน เกี่ยวกับเนื้อหาภาษา และการวัดประเมินด้วยวิธีการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยอนาคต (EDFR) ต่อไป ตามตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 ค่า IOC ของแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
ด้านการสร้าง ความร่วมมือ และการมี ส่วนร่วม	1. ท่านคิดเห็นว่าภาครัฐควรสนับสนุนนโยบายการส่งเสริมศักยภาพของประเทศ อาทิ การจัดทำประชาพิจารณ์ แนวทางการลดหย่อนภาษีนำเข้า-ส่งออก ร่วมกับกรมศุลกากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการขนส่งยานพาหนะ และการจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงาน เพื่อรับผิดชอบดูแลการจัดการแข่งขันโดยเฉพาะ เป็นระยะเวลา 5-10 ปี	3	1	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าภาคเอกชนเป็นหนึ่งในกำลังสำคัญในการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน อาทิ การสนับสนุนงบประมาณ เพื่อร่วมลงทุนร่วมกับภาครัฐ และสร้างความร่วมมือให้เกิดการจัดการแข่งขันได้สำเร็จ	3	1	สอดคล้อง
	3. ท่านคิดเห็นว่าประชาชนและชุมชนท้องถิ่นควรร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแข่งขัน	3	0.67	สอดคล้อง

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	ความถี่	ค่า IOC	การ พิจารณา
	เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างบรรยากาศที่ดีของการแข่งขัน อาทิ การจัดนิทรรศการ บูธจำหน่ายสินค้า เป็นต้น รวมถึงเรียนรู้และเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมของผู้เข้าร่วมจากต่างประเทศให้กับประชาชน			
ด้านศักยภาพ ของเมือง	1. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีความพร้อมและภาพลักษณ์ที่ดีต่อการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน	3	1	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการรองรับการจัดการแข่งขัน มีรูปแบบการสื่อสารที่ทันสมัย ระบบไฟฟ้า การจัดการสาธารณูปโภค ระบบการจัดการขยะ เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง
	3. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีมาตรฐานการจัดการแข่งขันที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก อาทิ ความปลอดภัยของสนามแข่งขันตามมาตรฐานการจัดงานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) มาตรฐานด้านความปลอดภัย สุขอนามัย สิ่งแวดล้อม และการบริการของ โรงแรมและร้านอาหาร รวมถึงสถานพยาบาลที่มีมาตรฐานในระดับสากล	3	0.67	สอดคล้อง
ด้านบริหาร ทรัพยากร อย่างยั่งยืน	1. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีทรัพยากรเพียงพอสำหรับการสนับสนุนการจัดการแข่งขัน อาทิ ทรัพยากรเงินทุน ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3	1	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีการกำกับดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มี	3	1	สอดคล้อง

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
	คุณภาพและเหมาะสมสำหรับการสนับสนุนการจัดการแข่งขัน อาทิ การใช้พลังงานทดแทน การควบคุมมลพิษ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รวมถึงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจเรื่องอนุรักษ์ธรรมชาติ			
	3. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยสามารถประยุกต์ใช้ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด อาทิ การใช้พื้นที่ก่อสร้างสนามแข่งขันหรือโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำมาพัฒนาเป็นศูนย์กลางกีฬาต้านยาเสพติด (Motorsport) หลังการแข่งขันเสร็จสิ้นในกิจกรรมกีฬาอื่น ๆ หรือพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต และการวางแผนระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้าหรือรถบัสไฟฟ้า เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงานและลดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล	3	0.67	สอดคล้อง
ด้านการตลาด	1. ท่านคิดเห็นว่าจัดการการแข่งขันสามารถส่งเสริมการรับรู้เชิงบวกให้แก่ประเทศไทยได้ดี ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติ	3	1	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าจัดการการแข่งขันเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการรับรู้เชิงวัฒนธรรมของประเทศ และผลักดันการเป็นมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อนำเสนอความเป็นไทยผ่านสินค้าแก่ผู้เข้าร่วมงาน อาทิ การวางแผนไทยสินค้า OTOP เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	ความถี่	ค่า IOC	การ พิจารณา
	3. ท่านคิดเห็นว่าการจัดการแข่งขันสร้างโอกาสในการพัฒนาและขยายธุรกิจสำหรับผู้สนับสนุน (Sponsors) อาทิ โอกาสที่ผู้สนับสนุนจะขยายฐานลูกค้าของตนในประเทศไทยและในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น การเปิดตลาดใหม่ของแบรนด์ ผ่านการนำเสนอภายในงาน และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศทั่วโลก รวมถึงการร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่นในการสร้างโอกาสเชิงพาณิชย์ในระยะยาว เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง
ด้านการ ออกแบบ ประสบการณ์	1. ท่านคิดเห็นว่าการส่งมอบคุณค่าทางกายภาพที่น่าจดจำขณะจัดการแข่งขัน อาทิ กิจกรรมสร้างความบันเทิง (Entertainment) การจำลองการขับรถโกคาร์ท เพื่อส่งเสริมทักษะของเด็กและเยาวชนเกี่ยวกับยานยนต์ และการจัดบูธแสดงสินค้าด้านยานยนต์ในงานนิทรรศการ	3	1	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าการนำเสนอกิจกรรมความบันเทิงภายในงานมีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน อาทิ การจัดแสดงเปิดตัวรถแข่งและนักแข่งอย่างเป็นทางการ การทดลองขับรถแข่งขันจำลอง (Simulator) การจัดแสดงนวัตกรรมยานยนต์ เทศกาลอาหารและวัฒนธรรมไทยแบบร่วมสมัย กิจกรรมสำหรับครอบครัว รวมถึงพื้นที่พักผ่อนที่ได้รับการออกแบบมาอย่างเหมาะสมกับผู้เข้าร่วมงาน	3	0.67	สอดคล้อง

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
	3. ท่านคิดเห็นว่าประสบการณ์ที่ดีเป็นแรงจูงใจในการกลับมาเข้าร่วมงานที่ประเทศไทยอีกครั้ง อาทิ การเดินทางมายังสถานที่จัดงานที่สะดวกและตรงเวลา การจัดการคิวและพื้นที่อย่างมีระบบ การบริการที่เป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ต้อนรับและอาสาสมัครที่มีความรู้ ความพร้อมของสถานที่จัดงาน ความปลอดภัยตลอดช่วงการจัดการแข่งขัน และความประทับใจในบรรยากาศโดยรวมของงานและประเทศเจ้าภาพ โดยเฉพาะการตกแต่งเมืองให้มีทัศนียภาพที่ดี	3	0.67	สอดคล้อง
ด้านการสร้าง กฎระเบียบ และความ ปลอดภัย	1. ท่านคิดเห็นว่ากฎระเบียบส่งผลกระทบต่อการจัดการแข่งขัน อาทิ ความสอดคล้องระหว่างข้อกำหนดของผู้ประกอบการที่ต้องการจำหน่ายสินค้ากับกฎระเบียบภายในสนามแข่งขัน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากพื้นที่สาธารณะ และกฎหมายภาษีนำเข้าและส่งออก เพื่อตรวจสอบบัญชีรายละเอียดบรรจุหีบห่อ (Packing List) สำหรับยานพาหนะการแข่งขันและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง	3	1	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีความสามารถในการวางแผนด้านความปลอดภัยในกรณีฉุกเฉิน อาทิ อุบัติเหตุในสนามแข่ง การควบคุมฝูงชน หรือแผนการอพยพให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้เข้าร่วมงาน	3	1	สอดคล้อง

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
	3. ท่านคิดเห็นว่าคุณภาพของพื้นที่ สุขอนามัยของประเทศไทยช่วยสร้างความ มั่นใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน อาทิ น้ำดื่มสะอาดที่ เพียงพอ การจัดพื้นที่อาหารให้ห่างจากพื้นที่ ควั่นจักรยานหรือเครื่องยนต์ เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง
ด้านสถานที่ จัดงาน	1. ท่านคิดเห็นว่าคุณภาพของสถานที่จัด งานเป็นส่วนสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการเจรจา ร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ผู้มีอำนาจในการดูแล ความเรียบร้อยของพื้นที่ และประชาชนผู้อยู่ อาศัยบริเวณนั้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงวิถี ชีวิตล้วนส่งผลกระทบโดยตรงต่อการสัญจรใน เส้นทางปกติ อีกทั้งแนวทางการดูแลรักษาสิทธิ ประโยชน์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อไม่ให้เกิด ความเดือดร้อนแก่ชุมชนโดยรอบ ตลอดจนการ จัดเตรียมพื้นที่รับรองนักแข่งและทีมงานที่ เกี่ยวข้อง	3	0.67	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าการเลือกทำเลที่ตั้งของ สถานที่จัดงานมีผลต่อระดับความน่าสนใจของ ผู้เข้าร่วมงาน	3	1	สอดคล้อง
	3. ท่านคิดเห็นว่าการประยุกต์ใช้ประโยชน์จาก สนามแข่งขันด้วยวัตถุประสงค์อื่น มีส่วนช่วย ส่งเสริมคุณค่าให้กับสนามแข่งขัน อาทิ การ ประยุกต์ใช้สนามแข่งขัน เพื่อเป็น สวนสาธารณะหรือศูนย์กลางด้านกีฬา (Sport Center) ทั้งในสถานที่ (Indoor) และนอก สถานที่ (Outdoor) ตลอดจนการพัฒนาเป็น สถานที่จัดงาน (Venue) สำหรับ อีเวนต์ ประเภทอื่น ๆ	3	1	สอดคล้อง

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	ความถี่	ค่า IOC	การ พิจารณา
ด้านคุณภาพ บริการ	1. ท่านคิดเห็นว่าการสร้างคุณค่าที่น่าจดจำแก่ผู้เข้าร่วมงาน ไม่ว่าจะเป็นการจัดคอนเสิร์ตจากศิลปินที่มีชื่อเสียง เพื่อสร้างบรรยากาศให้มีความตื่นเต้นและสนุกสนาน หรือการรับประทานอาหารร่วมกับนักแข่งในร้านอาหารระดับมิชลินสตาร์ เป็นต้น	3	0.67	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าการส่งมอบบริการช่วยเพิ่มระดับความคุ้มค่าที่ผู้เข้าร่วมงานได้รับ อาทิ การเดินทางมายังสถานที่จัดงานด้วยยานพาหนะระดับหรูหร่า ตลอดจนการจัดหาโรงแรมที่มีทัศนียภาพพิเศษ (Exclusive view) หรือโรงแรมระดับห้าดาว เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง
	3. ท่านคิดเห็นว่าการสร้างความไว้วางใจและชื่อเสียงของการจัดการแข่งขันผ่านผู้ให้บริการสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ท้องถิ่นโดยรอบ รวมถึงทัศนคติที่ดีในการให้บริการ ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ร่วมกับการพัฒนาและปรับตัวของกลุ่มผู้ประกอบการที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาตรฐานสากล	3	0.67	สอดคล้อง
ด้าน เทคโนโลยี	1. ท่านคิดเห็นว่าการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ประเทศไทยได้ในระยะยาว และส่งเสริมความสำเร็จของการจัดการแข่งขัน	3	1	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าการเลือกใช้เทคโนโลยีจากการจัดการแข่งขันที่ทันสมัยสามารถผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในอุตสาหกรรม รวมทั้งยังสามารถประยุกต์ใช้กับการแข่งขันกีฬาประเภท	3	1	สอดคล้อง

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	ความถี่	ค่า IOC	การ พิจารณา
	ยานยนต์อื่น ๆ ในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นระบบตรวจสอบความปลอดภัยก่อนเข้าพื้นที่สนามแข่งขัน การใช้เทคโนโลยีตรวจจับโลหะ การสแกนใบหน้า (Facial Recognition) หรือ การตรวจสอบกระเป๋าอัตโนมัติ			
	3. ท่านคิดเห็นว่าการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศไทย อาทิ ระบบการจับเวลา การถ่ายทอดสด (Live Streaming) การกำหนดช่องทางการชำระเงิน และระบบการจำหน่ายบัตรเข้าชม มีส่วนช่วยให้การจัดการแข่งขันมีความทันสมัยและเพิ่มแนวโน้มการตัดสินใจเข้าร่วมงานมากขึ้น	3	1	สอดคล้อง
ด้าน ภาพลักษณ์ ที่ดี	1. ท่านคิดเห็นว่าการประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยวสำคัญของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลกและได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ โดยเฉพาะจุดเด่นด้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โรงแรมมีความหลากหลายด้านราคา	3	1	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าการภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสงบปลอดภัยและมีเสถียรภาพทางสังคมและการเมือง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้จัดงาน ผู้สนับสนุน และผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ	3	0.67	สอดคล้อง
	3. ท่านคิดเห็นว่าการประเทศไทยสะท้อนภาพลักษณ์ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Hospitality) และส่งเสริมความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงานผ่านบริการต้อนรับวัฒนธรรม และความเป็นมิตรของประชาชน	3	1	สอดคล้อง

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	ความถี่	ค่า IOC	การ พิจารณา
ด้านพัฒนา บุคลากร	1. ท่านคิดเห็นว่าบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันควรผ่านการฝึกอบรมตามมาตรฐานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดงานให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล	3	1	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าบุคลากรของประเทศไทยมีทักษะการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศในระดับที่สามารถรองรับการจัดงานระดับนานาชาติ	3	1	สอดคล้อง
	3. ท่านคิดเห็นว่าบุคลากรทางการแพทย์ในประเทศไทยควรได้รับการฝึกอบรมเฉพาะทางเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น อาทิ การรับมือเหตุฉุกเฉิน และการเคลื่อนย้ายผู้ประสบเหตุในสนามแข่ง เป็นต้น	3	0.67	สอดคล้อง
ด้าน กระบวนการ ทำงาน	1. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีประสบการณ์ในการจัดการงานอีเวนต์ระดับนานาชาติสำเร็จมาแล้วจากอดีตจนถึงปัจจุบัน	3	1	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีการวางแผนและดำเนินกระบวนการจัดการแข่งขันอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมงาน การขนส่งทีมงานและอุปกรณ์ การจัดตารางกิจกรรม ไปจนถึงการประสานงานด้านความปลอดภัยและบริการรองรับผู้เข้าร่วมงาน	3	1	สอดคล้อง
	3. ท่านคิดเห็นว่าการจัดตั้งองค์กรจากการบูรณาการร่วมกันของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์	3	1	สอดคล้อง

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	ความถี่	ค่า IOC	การ พิจารณา
	ผู้ว่าราชการจังหวัด กรมศุลกากร และ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นประโยชน์ ต่อการสนับสนุนการจัดการแข่งขัน			
ด้านบริหาร การเงิน	1. ท่านคิดเห็นว่าการลงทุนจัดการแข่งขันมี ความคุ้มค่ากับผลที่ได้รับ ในด้านการส่งเสริม ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับประเทศ สร้าง รายได้จากการให้บริการของผู้ประกอบการ โรงแรม ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ รวมถึงอัตราการใช้จ่ายของกลุ่มผู้เข้าร่วมงาน	3	1	สอดคล้อง
	2. ท่านคิดเห็นว่าการร่วมมือจากภาคเอกชน และผู้สนับสนุนช่วยลดภาระทางการเงินของ ภาครัฐ	3	1	สอดคล้อง
	3. ท่านคิดเห็นว่าการที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการ จัดการด้านการเงิน เพื่อรองรับการลงทุนใน การจัดการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การบริหารงบประมาณและการควบคุมต้นทุน ค่าใช้จ่ายในการจัดการแข่งขันมีประสิทธิภาพ และโปร่งใส เป็นต้น	3	1	สอดคล้อง

จากตารางที่ 6 พบว่า องค์ประกอบของการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย จำนวน 13 ด้าน พบว่า มีค่า IOC สูงกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำข้อความที่ใช้เป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย จากนั้นนำไปพัฒนาเป็นแบบสอบถามในการทำวิจัยเชิงอนาคตรอบที่ 2 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 ผลการศึกษาแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ในรอบที่ 1 ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน มีเกณฑ์ในการพิจารณาคุณสมบัติสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ ด้านอีเวนต์ และนำมาเสนอแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และผลการวิจัยอนาคตแบบ EDFR รอบที่ 2 เป็นผลที่ได้จากแบบสอบถามที่สร้างจากการเก็บข้อมูลในรอบที่ 1 ใช้วิธีส่งแบบสอบถามให้กับผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิมทุกคน จากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติค่าร้อยละ ค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นถึงองค์ประกอบแต่ละด้านนั้นมีส่วนสำคัญต่อการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยมากน้อยเพียงใดสามารถนำเสนอผล มีรายละเอียดตามตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านการ สร้างควม ร่วมมือและ การมีส่วน ร่วม	1. ท่านคิดเห็นว่าภาครัฐควรสนับสนุนนโยบายการส่งเสริมศักยภาพของประเทศ อาทิ การจัดทำประชาพิจารณ์ แนวทางการลดหย่อนภาษีนำเข้า-ส่งออก ร่วมกับกรมศุลกากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการขนส่งยานพาหนะ และการจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงาน เพื่อรับผิดชอบดูแลการจัดการแข่งขันโดยเฉพาะ เป็นระยะเวลา 5-10 ปี	4.0	1.0	เหมาะสม
	2. ท่านคิดเห็นว่าภาคเอกชนเป็นหนึ่งใน	4.0	1.0	เหมาะสม

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
	กำลังสำคัญในการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน อาทิ การสนับสนุนงบประมาณ เพื่อร่วมลงทุนร่วมกับภาครัฐ และสร้างความร่วมมือให้เกิดการจัดการแข่งขันได้สำเร็จ			
	3. ท่านคิดว่าประชาชนและชุมชนท้องถิ่นควรร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแข่งขัน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างบรรยากาศที่ดีของการแข่งขัน อาทิ การจัดนิทรรศการ บูธจำหน่ายสินค้า เป็นต้น รวมถึงเรียนรู้และเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมของผู้เข้าร่วมจากต่างประเทศให้กับประชาชน	4.0	1.0	เหมาะสม

จากตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็น มีค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าเท่ากับ 1.0

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDJR รอบที่ 2 ด้านศักยภาพของเมือง เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มาตรฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านศักยภาพ ของเมือง	1. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีความพร้อมและภาพลักษณ์ที่ดีต่อการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน	4.0	1.0	เหมาะสม
	2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการรองรับการจัดการแข่งขัน มีรูปแบบการสื่อสารที่ทันสมัย ระบบไฟฟ้า การจัดการสาธารณูปโภค ระบบการจัดการขยะ เป็นต้น	4.0	1.0	เหมาะสม
	3. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีมาตรฐานการจัดการแข่งขันที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก อาทิ ความปลอดภัยของสนามแข่งขันตามมาตรฐานการจัดงานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) มาตรฐานด้านความปลอดภัย สุขอนามัย สิ่งแวดล้อม และการบริการของโรงแรมและร้านอาหาร รวมถึงสถานพยาบาลที่มีมาตรฐานในระดับสากล	4.0	1.5	เหมาะสม

จากตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านศักยภาพของเมือง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็น มีค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าระหว่าง 1.0-1.5

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านบริหาร ทรัพยากรอย่าง ยั่งยืน	1. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีทรัพยากรเพียงพอสำหรับการสนับสนุนการจัดการแข่งขัน อาทิ ทรัพยากร เงิน ทุน ทรัพยากร มนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.5	1.5	เหมาะสม
	2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีการกำกับดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการสนับสนุนการจัดการแข่งขัน อาทิ การใช้พลังงานทดแทน การควบคุมมลพิษ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รวมถึงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ	3.0	1.5	ไม่ เหมาะสม
	3. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยสามารถประยุกต์ใช้ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด อาทิ การใช้พื้นที่ก่อสร้าง	4.0	1.0	เหมาะสม

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
	สนามแข่งขันหรือโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำมาพัฒนาเป็นศูนย์กลางกีฬาต้านยาเสพติด (Motorsport) หลังการแข่งขันเสร็จสิ้น ในกิจกรรมกีฬาอื่น ๆ หรือพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต และการวางแผนระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้าหรือรถบัสไฟฟ้า เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงานและลดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล			

จากตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับปานกลางและมีความเหมาะสมสอดคล้องกับประเด็นเป็นส่วนใหญ่ มีค่ามัธยฐานอยู่ระหว่าง 3.0-4.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าระหว่าง 1.0-1.5

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDR รอบที่ 2 ด้านการตลาด เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านการตลาด	1. ท่านคิดเห็นว่าการจัดการแข่งขันสามารถส่งเสริมการรับรู้เชิงบวกให้แก่ประเทศไทยได้ดี ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยว	4.0	1.0	เหมาะสม

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
	และนักลงทุนต่างชาติ			
	2. ท่านคิดเห็นว่าการจัดการแข่งขันเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการรับรู้เชิงวัฒนธรรมของประเทศ และผลักดันการเป็นมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อนำเสนอความเป็นไทยผ่านสินค้าแก่ผู้เข้าร่วมงาน อาทิ การประกวดแผนไทย สินค้า OTOP เป็นต้น	4.0	1.0	เหมาะสม
	3. ท่านคิดเห็นว่าการจัดการแข่งขันสร้างโอกาสในการพัฒนาและขยายธุรกิจสำหรับผู้สนับสนุน (Sponsors) อาทิ โอกาสที่ผู้สนับสนุนจะขยายฐานลูกค้าของตนในประเทศไทยและในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น การเปิดตลาดใหม่ของบริษัทผ่านการนำเสนอภายในงาน และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศทั่วโลก รวมถึงการร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่นในการสร้างโอกาสเชิงพาณิชย์ในระยะยาว เป็นต้น	4.0	1.0	เหมาะสม

จากตารางที่ 10 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการตลาดผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็น มีค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าเท่ากับ 1.0

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านการออกแบบประสบการณ์ เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านการ ออกแบบ ประสบการณ์	1. ท่านคิดเห็นว่าการส่งมอบคุณค่าทาง กายภาพที่น่าจดจำขณะจัดการแข่งขัน อาทิ กิจกรรมสร้างความบันเทิง (Entertainment) การจำลองการขับรถ โกคาร์ท เพื่อส่งเสริมทักษะของเด็กและ เยาวชนเกี่ยวกับยานยนต์ และการจัดบูธ แสดงสินค้าด้านยานยนต์ในงาน นิทรรศการ	4.0	1.0	เหมาะสม
	2. ท่านคิดเห็นว่าการนำเสนอกิจกรรม ความบันเทิงภายในงานมีผลต่อความพึง พอใจของผู้เข้าร่วมงาน อาทิ การจัด แสดงเปิดตัวรถแข่งและนักแข่งอย่างเป็นทางการ การทดลองขับรถแข่งขันจำลอง (Simulator) การจัดแสดงนวัตกรรม ยานยนต์ เทศกาลอาหารและวัฒนธรรม ไทยแบบร่วมสมัย กิจกรรมสำหรับ ครอบครัว รวมถึงพื้นที่พักผ่อนที่ได้รับ การออกแบบมาอย่างเหมาะสมกับ ผู้เข้าร่วมงาน	4.0	1.0	เหมาะสม
	3. ท่านคิดเห็นว่าการประสบการณ์ที่ดีเป็น แรงจูงใจในการกลับมาเข้าร่วมงานที่ ประเทศไทยอีกครั้ง อาทิ การเดินทาง	4.0	1.0	เหมาะสม

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥ 3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤ 1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
	มายังสถานที่จัดงานที่สะดวกและตรง เวลา การจัดการคิวและพื้นที่อย่างมี ระบบ การบริการที่เป็นมิตรของ เจ้าหน้าที่ต้อนรับและอาสาสมัครที่มี ความรู้ ความพร้อมของสถานที่จัดงาน ความปลอดภัยตลอดช่วงการจัดการ แข่งขัน และความประทับใจใน บรรยากาศโดยรวมของงานและประเทศ เจ้าภาพ โดยเฉพาะการตกแต่งเมืองให้มี ทัศนียภาพที่ดี			

จากตารางที่ 11 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้าน
การออกแบบประสบการณ์ ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความ
เหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็น มีค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่าพิสัย
ระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าเท่ากับ 1.0

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย เพื่อ
เป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ใน
ประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥ 3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤ 1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านการสร้าง กฎระเบียบและ ความปลอดภัย	1. ท่านคิดเห็นว่ากฎระเบียบส่ง ผลกระทบต่อการจัดการแข่งขัน อาทิ ความสอดคล้องระหว่างข้อกำหนดของ	4.0	1.0	เหมาะสม

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
	ผู้ประกอบการที่ต้องการจำหน่ายสินค้า กับกฎระเบียบภายในสนามแข่งขัน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ จากพื้นที่สาธารณะ และกฎหมายภาษี นำเข้าและส่งออก เพื่อตรวจสอบบัญชี รายละเอียดบรรจุหีบห่อ (Packing List) สำหรับยานพาหนะการแข่งขันและ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง			
	2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมี ความสามารถในการวางแผนด้านความ ปลอดภัยในกรณีฉุกเฉิน อาทิ อุบัติเหตุ ในสนามแข่ง การควบคุมฝูงชน หรือ แผนการอพยพให้เป็นไปตาม มาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่น แก่ผู้เข้าร่วมงาน	4.0	1.0	เหมาะสม
	3. ท่านคิดเห็นว่าความสะอาดของพื้นที่ สุขอนามัยของประเทศไทยช่วยสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน อาทิ น้ำ ดื่มสะอาดที่เพียงพอ การจัดพื้นที่อาหาร ให้ห่างจากพื้นที่ควันทัน จากรถหรือ เครื่องยนต์ เป็นต้น	4.0	1.0	เหมาะสม

จากตารางที่ 12 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้าน
การสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากและมี
ความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็น มีค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่า
พิสัยระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าเท่ากับ 1.0

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDJR รอบที่ 2 ด้านสถานที่จัดงาน เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มาตรฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านสถานที่ จัดงาน	1. ท่านคิดเห็นถึงความพร้อมของสถานที่จัดงานเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการเจรจาร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ผู้มีอำนาจในการดูแลความเรียบร้อยของพื้นที่ และประชาชนผู้อยู่อาศัยบริเวณนั้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตส่วนส่งผลกระทบโดยตรงต่อการสัญจรในเส้นทางปกติ อีกทั้งแนวทางการดูแลรักษาสิทธิประโยชน์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อไม่ให้เกิดความเดือดร้อนแก่ชุมชนโดยรอบ ตลอดจนการจัดเตรียมพื้นที่รับรองนักแข่งและทีมงานที่เกี่ยวข้อง	4.0	1.0	เหมาะสม
	2. ท่านคิดเห็นว่าการเลือกทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดงานมีผลต่อระดับความน่าสนใจของผู้เข้าร่วมงาน	5.0	1.0	เหมาะสม
	3. ท่านคิดเห็นว่าการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากสนามแข่งขันด้วยวัตถุประสงค์อื่นมีส่วนช่วยส่งเสริมคุณค่าให้กับสนามแข่งขัน อาทิ การประยุกต์ใช้สนามแข่งขัน เพื่อเป็นสวนสาธารณะหรือศูนย์กลางด้านกีฬา (Sport Center) ทั้งในสถานที่ (Indoor) และนอกสถานที่	5.0	1.0	เหมาะสม

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥ 3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤ 1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
	(Outdoor) ตลอดจนการพัฒนาเป็น สถานที่จัดงาน (Venue) สำหรับอีเวนต์ ประเภทอื่น ๆ			

จากตารางที่ 13 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้าน
สถานที่จัดงาน ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุดและมีความเหมาะสม
สอดคล้องในทุกประเด็น มีค่ามัธยฐานอยู่ระหว่าง 4.0-5.0 คำนวนนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่าพิสัย
ระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าเท่ากับ 1.0

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านคุณภาพบริการ เพื่อเป็นแนวทางการสร้าง
คุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥ 3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤ 1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านคุณภาพ บริการ	1. ท่านคิดเห็นว่าการสร้างคุณค่าที่น่า จดจำแก่ผู้เข้าร่วมงาน ไม่ว่าจะเป็นการ จัดคอนเสิร์ตจากศิลปินที่มีชื่อเสียง เพื่อ สร้างบรรยากาศให้มีความตื่นเต้นและ สนุกสนาน หรือการรับประทานอาหาร ร่วมกับนักแข่งในร้านอาหารระดับมิชลิน สตาร์ เป็นต้น	4.0	1.0	เหมาะสม
	2. ท่านคิดเห็นว่าการส่งมอบบริการช่วย เพิ่มระดับความคุ้มค่าที่ผู้เข้าร่วมงาน	4.0	1.0	เหมาะสม

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มาตรฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
	ได้รับ อาทิ การเดินทางมายังสถานที่จัดงานด้วยยานพาหนะระดับหรูหรา ตลอดจนการจัดหาที่พักที่มีทัศนียภาพพิเศษ (Exclusive view) หรือโรงแรมระดับห้าดาว เป็นต้น			
	3. ท่านคิดเห็นว่าการสร้างความไว้วางใจ และชื่อเสียงของการจัดการแข่งขันผ่านผู้ให้บริการสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ท้องถิ่นโดยรอบ รวมถึงทัศนคติที่ดีในการให้บริการ ทักเษการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าร่วมกับการพัฒนาและปรับตัวของกลุ่มผู้ประกอบการที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาตรฐานสากล	4.0	1.0	เหมาะสม

จากตารางที่ 14 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านคุณภาพบริการ ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็น มีค่ามาตรฐานเท่ากับ 4.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าเท่ากับ 1.0

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านเทคโนโลยี เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มาตรฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านเทคโนโลยี	1. ท่านคิดเห็นว่าการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ประเทศไทยได้ในระยะยาว และส่งเสริมความสำเร็จของการจัดการแข่งขัน	4.0	1.0	เหมาะสม
	2. ท่านคิดเห็นว่าการเลือกใช้เทคโนโลยีจากการจัดการแข่งขันที่ทันสมัยสามารถผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในอุตสาหกรรม รวมทั้งยังสามารถประยุกต์ใช้กับการแข่งขันกีฬาประเภทยานยนต์อื่น ๆ ในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นระบบตรวจสอบความปลอดภัยก่อนเข้าพื้นที่สนามแข่งขัน การใช้เทคโนโลยีตรวจจับโลหะ การสแกนใบหน้า (Facial Recognition) หรือ การตรวจสอบกระเป๋าสตางค์	4.0	1.0	เหมาะสม
	3. ท่านคิดเห็นว่าการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศไทย อาทิ ระบบการจับเวลา การถ่ายทอดสด (Live Streaming) การกำหนดช่องทางการชำระเงิน และระบบการจำหน่ายบัตรเข้าชมมีส่วนช่วยให้การจัดการแข่งขันมีความทันสมัยและเพิ่มแนวโน้ม	5.0	1.0	เหมาะสม

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
	การตัดสินใจเข้าร่วมงานมากขึ้น			

จากตารางที่ 15 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านเทคโนโลยี ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็น มีค่ามัธยฐานอยู่ระหว่าง 4.0-5.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าเท่ากับ 1.0

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านภาพลักษณ์ ที่ดี	1. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยวสำคัญของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลกและได้รับความนิยมนิยมจากชาวต่างชาติ โดยเฉพาะจุดเด่นด้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่พักโรงแรมมีความหลากหลายด้านราคา	5.0	1.0	เหมาะสม
	2. ท่านคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสงบปลอดภัยและมีเสถียรภาพทางสังคมและการเมือง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้จัด	5.0	1.0	เหมาะสม

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
	งาน ผู้สนับสนุน และผู้เข้าร่วมงานจาก ต่างประเทศ			
	3. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยสะท้อน ภาพลักษณ์ ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Hospitality) และ ส่งเสริม ความ ประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงานผ่านบริการ ต้อนรับ วัฒนธรรม และความเป็นมิตร ของประชาชน	5.0	1.0	เหมาะสม

จากตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านเทคโนโลยี ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุดและมีความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็น มีค่ามัธยฐานเท่ากับ 5.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าเท่ากับ 1.0

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านพัฒนาบุคลากร เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดการอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านพัฒนา บุคลากร	1. ท่านคิดเห็นว่าบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับ การแข่งขันควรผ่านการฝึกอบรมตาม มาตรฐานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการให้	4.0	1.0	เหมาะสม

	เป็นไปตามมาตรฐานสากล			
	2. ท่านคิดเห็นว่าบุคลากรของประเทศ ไทย มี ทักษะ การ สื่อ สาร ด้วย ภาษาต่างประเทศในระดับที่สามารถ รองรับการจัดงานระดับนานาชาติ	3.0	1.5	ไม่ เหมาะสม
	3. ท่านคิดเห็นว่าบุคลากรทางการแพทย์ ในประเทศไทยควรได้รับการฝึกอบรม เฉพาะทางเกี่ยวกับการปฐมพยาบาล เบื้องต้น อาทิ การรับมือเหตุฉุกเฉิน และ การเคลื่อนย้ายผู้ประสบเหตุในสนามแข่ง เป็นต้น	4.0	1.0	เหมาะสม

จากตารางที่ 17 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้าน
พัฒนาบุคลากร ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสม
สอดคล้องกับประเด็นเป็นส่วนใหญ่ มีค่ามัธยฐานอยู่ระหว่าง 3.0-4.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และ
ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าอยู่ระหว่าง 1.0-1.5

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านกระบวนการทำงาน เพื่อเป็นแนวทางการ
สร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านกระบวนการ ทำงาน	1. ท่าน คิด เห็น ว่า ประเทศไทย มี ประสบการณ์ในการจัดการงานอีเวนต์ ระดับนานาชาติที่เคย ประสบ ความสำเร็จมาแล้วจากอดีตจนถึง ปัจจุบัน	4.0	1.0	เหมาะสม

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
	2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีการวางแผนและดำเนินกระบวนการจัดการแข่งขันอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมงาน การขนส่งทีมงาน และอุปกรณ์ การจัดตารางกิจกรรม ไปจนถึงการประสานงานด้านความปลอดภัยและบริการรองรับผู้เข้าร่วมงาน	4.0	1.0	เหมาะสม
	3. ท่านคิดเห็นว่าการจัดตั้งองค์กรจากการบูรณาการร่วมกันของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดฯ กรมศุลกากร และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสนับสนุนการจัดการแข่งขัน	5.0	1.0	เหมาะสม

จากตารางที่ 18 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านกระบวนการทำงาน ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็น มีค่ามัธยฐานอยู่ระหว่าง 4.0-5.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าเท่ากับ 1.0

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 ด้านบริหารการเงิน เพื่อเป็นแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

องค์ประกอบ 13 ด้าน	รายละเอียด	มัธยฐาน (Md) ≥3.5	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ (Q3-Q1) ≤1.5	การแปร ผลความ เหมาะสม
ด้านบริหาร การเงิน	1. ท่านคิดเห็นว่าการลงทุนจัดการแข่งขันมีความคุ้มค่ากับผลที่ได้รับ ในด้านการส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับประเทศ สร้างรายได้จากการให้บริการของผู้ประกอบการโรงแรม ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ รวมถึงอัตราการใช้จ่ายของกลุ่มผู้เข้าร่วมงาน	4.0	1.0	เหมาะสม
	2. ท่านคิดเห็นว่าการร่วมมือจากภาคเอกชนและผู้สนับสนุนช่วยลดภาระทางการเงินของภาครัฐ	5.0	1.0	เหมาะสม
	3. ท่านคิดเห็นว่าการจัดการด้านการเงิน เพื่อรองรับการลงทุนในการจัดการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การบริหารงบประมาณ และการควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายในการจัดการแข่งขันมีประสิทธิภาพและโปร่งใสเป็นต้น	3.0	1.5	ไม่ เหมาะสม

จากตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการบริหารการเงิน ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสมสอดคล้องกับประเด็นเป็นส่วนใหญ่ มีค่ามัธยฐานอยู่ระหว่าง 3.0-5.0 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ Q3-Q1 มีค่าอยู่ระหว่าง 1.0-1.5

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ร่วมกับเทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จากแหล่งต้นกำเนิดความรู้ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีวัตถุประสงค์หลักดังต่อไปนี้ (1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย สามารถสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

1. ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า มุมมองของผู้ให้ข้อมูลหลักอธิบายถึงปัญหาสำคัญในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยในหลายมิติ ได้แก่ (1) โครงสร้างพื้นฐานด้านการจราจรและการคมนาคม คุณภาพของพื้นที่ผิวดถนน ความเชื่อมโยงของระบบขนส่งสาธารณะยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ และศักยภาพของเมืองเจ้าภาพในการรองรับการเดินทางของผู้ชม นักแข่งขัน ทีมงาน เจ้าหน้าที่ และนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกในระยะเวลากำหนด อาทิ สนามบิน สถานีรถไฟ และระบบขนส่งมวลชน แม้ว่าประเทศไทยอาจมีสนามบินนานาชาติตามมาตรฐานสากล ไม่ว่าจะเป็นท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ดอนเมือง และอุตะเถา แต่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการในช่วงเวลาที่มีความหนาแน่นของผู้โดยสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงปัญหาด้านโลจิสติกส์และการเคลื่อนย้ายอุปกรณ์ของทีมแข่ง ซึ่งมีน้ำหนักและความละเอียดอ่อนสูง ทั้งหมดล้วนเป็นปัญหาสำคัญหากเปรียบเทียบกับประเทศผู้เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน Formula One รายอื่น อาทิ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศญี่ปุ่น และเมืองอาบูดาบีในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ที่มีการวางแผนระบบคมนาคมโดยรวมอย่างบูรณาการ (2) ปัญหาด้านงบประมาณและเงินทุน โดยเฉพาะในส่วนของการ

ค่าลิขสิทธิ์ (Hosting Fee) มูลค่าสูงถึง 30-50 ล้านบาทต่อปี ตามข้อตกลงของแต่ละประเทศ และมักเป็นสัญญาระยะยาว 3-5 ปี การก่อสร้างสนามแข่งขัน การเตรียมรองรับผู้เข้าร่วมงานและสถานที่จัดกิจกรรม ดังนั้น การพึ่งพางบประมาณจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว อาจไม่เพียงพอและไม่ยั่งยืนในระยะยาว อย่างไรก็ตามกลุ่มนักลงทุนหรือภาคเอกชนในประเทศไทย แม้จะมีศักยภาพด้านการเงิน แต่ยังคงขาดแรงจูงใจและแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนจากภาครัฐในการร่วมลงทุน อาทิ สิทธิประโยชน์ทางภาษี สิทธิในพื้นที่กิจกรรม หรือรูปแบบการเป็นพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ เป็นต้น (3) ปัญหาด้านการบริหารจัดการนโยบายเชิงโครงสร้างภายในของระบบราชการไทยมีผลต่อความต่อเนื่องของการจัดการแข่งขัน Formula One เนื่องจากยังไม่มีหน่วยงานหลักที่สามารถขับเคลื่อนโครงการในระยะยาวได้ ในปัจจุบันเป็นเพียงคณะทำงานเฉพาะกิจ ถูกก่อตั้งขึ้นตามนโยบายของรัฐบาลในยุคสมัยนั้น ในขณะเดียวกันหากเปลี่ยนรัฐบาลหรือผู้บริหารนโยบาย แนวทางการขับเคลื่อนย่อมเปลี่ยนไป จึงทำให้การสื่อสารกับภาคเอกชนและองค์กรต่างประเทศเกิดความไม่ต่อเนื่องขึ้น อย่างไรก็ตามการผลักดันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หรือการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) ยังคงมีความพยายามในการสนับสนุนกิจกรรมกีฬาด้านยานยนต์ในระดับนานาชาติต่อไป และ (4) ปัญหาด้านการวางแผนระยะยาวในเชิงพื้นที่ (Urban Planning) เนื่องจากการสร้างสนามแข่งขันในรูปแบบที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน (Street Circuit) จำเป็นต้องอาศัยการวางผังเมือง การจัดการจราจร การดูแลสิ่งแวดล้อม การจัดสรรพื้นที่เชิงพาณิชย์และที่พักอาศัย รวมถึงการจัดการฝูงชน ดังนั้น หากไม่มีการออกแบบร่วมกันในระดับผังเมืองอาจนำไปสู่ความขัดแย้งกับชุมชน หรือส่งผลกระทบในระยะยาวต่อความยั่งยืนของเมืองผู้เป็นเจ้าภาพ

ในขณะเดียวกันอุปสรรคของการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า นอกเหนือจากปัญหาเชิงโครงสร้างแล้วประเทศไทยยังคงมีอุปสรรคหลายประการ ได้แก่ (1) ข้อจำกัดทางกฎหมายและระบบราชการ แสดงให้เห็นถึงความล่าช้าของระบบราชการไทยในการจัดทำแนวคิดเชิงกฎหมาย เพื่รองรับอีเวนต์ประเภทกีฬาระดับโลก โดยเฉพาะอีเวนต์ที่มีความเฉพาะทางของการแข่งขัน Formula One อาทิ การปิดถนน การให้สิทธิใช้พื้นที่ และการเบิกขออนุมัติงบประมาณจากภาครัฐยังคงอยู่ภายใต้ระเบียบที่เข้มงวด อีกทั้งมีขั้นตอนที่ล่าช้าและซับซ้อน จึงขาดความคล่องตัวและไม่เหมาะสำหรับการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ต้องการความยืดหยุ่นและรวดเร็ว (2) แนวทางรับมือกระแสการต่อต้านจากภาคประชาชน รวมถึงเผชิญกับการตั้งคำถามเกี่ยวกับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม มลภาวะทางเสียง ปริมาณรวมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ (Carbon Footprint) รวมถึงผลกระทบต่อชุมชน

ท้องถิ่น อาทิ การรบกวนวิถีชีวิต และความปลอดภัย ในขณะที่เดียวกันยังขาดการสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมจากประชาชนผู้อยู่อาศัย หากไม่มีการสื่อสารความคุ้มค่าและผลประโยชน์ต่อชุมชนอย่างชัดเจน อาจก่อให้เกิดการต่อต้านหรือการคัดค้านโดยเฉพาะในพื้นที่ที่ถูกเลือกให้จัดการแข่งขัน (3) ขาดบุคลากรและองค์ความรู้เฉพาะทาง ความเชี่ยวชาญในเชิงกีฬา ความรู้ความเข้าใจในการจัดงานอีเวนต์ และการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจตรงกัน โดยบุคลากรที่มีความเข้าใจอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ยังไม่เพียงพอ แม้แต่ในด้านการตลาดอีเวนต์ประเภทยานยนต์ การดูแลสนามแข่งขัน การประสานงานกับสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) และเจ้าของสิทธิ์เชิงพาณิชย์ (Formula One Management : FOM) ในการเจรจาเรื่องสิทธิการออกอากาศ ตลอดจนความเข้าใจในกลยุทธ์เชิงธุรกิจระหว่างประเทศ และ (4) ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในระดับนานาชาติ แม้ว่าประเทศไทยจะมีจุดเด่นด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเป็นเจ้าภาพอีเวนต์นานาชาติ แต่ยังขาดภาพลักษณ์ในฐานะ จุดหมายปลายทางของอีเวนต์เชิงยานยนต์ในระดับโลก มีความแตกต่างจากประเทศที่มีประวัติศาสตร์ด้านอุตสาหกรรมยานยนต์มายาวนาน อาทิ ประเทศอังกฤษ ประเทศอิตาลี ประเทศญี่ปุ่น หรือกลุ่มประเทศเกิดใหม่จากการสร้างแบรนด์ชัดเจน อาทิ ประเทศสิงคโปร์ และประเทศซาอุดีอาระเบีย เป็นต้น

2. ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดการงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 13 ประเด็น ดังนี้

2.1 การสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม

ผลการศึกษาพบว่า การผลักดันให้ประเทศไทยสามารถจัดการแข่งขัน Formula One ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ต้องอาศัยภาครัฐมีบทบาทหลักในการกำหนดนโยบายสนับสนุนงบประมาณ และมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันและศึกษาความเป็นไปได้ รวมถึงการแต่งตั้งผู้เป็นศูนย์กลางในการประสานงาน และสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น อาทิ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หรือผู้มีอำนาจในการดูแลพื้นที่ เนื่องจากมีความจำเป็นในการจัดสรรพื้นที่และบริหารโครงสร้างพื้นฐาน เช่นเดียวกับภาคเอกชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นล้วนมีบทบาทสนับสนุนบริการต่าง ๆ อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร การขนส่ง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนและสร้างรายได้ให้ประชาชน ในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน การจัดประชาพิจารณ์ การเจรจาต่อรอง การสื่อสารข้อมูลอย่างโปร่งใส และการบรรเทาผลกระทบต่อชุมชน อาทิ การจัดทำแผนเข้า-ออกพื้นที่ การสนับสนุนร้านค้าท้องถิ่น เป็นกลยุทธ์สำคัญในการลดความขัดแย้ง และเพิ่มการยอมรับ ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องมีการบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบ รวมถึงความร่วมมือจาก

ทุกภาคส่วน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และภาพลักษณ์ของประเทศในระยะยาว

2.2 ศักยภาพของเมือง

ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในหลายมิติสามารถรองรับการจัดการแข่งขัน Formula One ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทยถือว่ามีความโดดเด่นและศักยภาพสูงที่สุดในด้านสถานที่ โครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรสนับสนุนต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นโอกาสสำคัญในการแสดงศักยภาพของประเทศในฐานะเจ้าภาพอีเวนต์ระดับโลก เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศในระดับนานาชาติ พร้อมทั้งกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเมือง ทั้งในด้านการคมนาคม การขนส่ง ที่พัก โรงพยาบาล ระบบสื่อสาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการรองรับนักแข่งขัน ทีมงาน และผู้เข้าร่วมงานจากหลายประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการลงทุนระยะยาวในโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ พื้นที่สำหรับรองรับการดำเนินงานเฉพาะด้านการแข่งขัน เส้นทางรถแข่ง จุดซ่อมแซมรถ (Pit Lane) จุดรับรองทีมแข่ง ระบบลำเลียงรถที่มีประสิทธิภาพ และบริการทางการแพทย์ที่สามารถรองรับการแข่งขันระดับโลก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสายตาประชาคมโลก

2.3 บริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยมีแนวทางนำไปสู่การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์ในระยะยาว ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ การจัดการแข่งขันสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายโดยตรงและทางอ้อมจากผู้เข้าร่วมงาน ทั้งในด้านการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง สนามแข่งขัน การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น อาหารพื้นเมืองเฉพาะถิ่น และศิลปวัฒนธรรมไทย ทั้งหมดมีส่วนช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ ภาครัฐยังสามารถใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย เพื่อสนับสนุนค่าใช้จ่ายให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวในช่วงที่มีการจัดงาน เพื่อสร้างการหมุนเวียนรายได้ในประเทศ หรือแม้กระทั่งการพัฒนาสนามถาวรที่ต้องคำนึงถึงแนวทางการหารายได้ในระยะยาว อาทิ การใช้สนามเป็นสถานที่จัดกิจกรรมอื่น ๆ ได้แก่ งานแต่งงาน นิทรรศการ หรือศูนย์การเรียนรู้ด้านยานยนต์ เพื่อให้ทรัพยากรสามารถใช้งานได้หลากหลาย วัตถุประสงค์ ไม่ถูกทิ้งร้างหลังจบการแข่งขัน อีกทั้งยังสามารถแปรสภาพพื้นที่ในช่วงที่ไม่มีการจัดการแข่งขันให้กลายเป็นสวนสาธารณะหรือพื้นที่สันทนาการของชุมชน เพื่อเสริมบทบาททางสังคมและความยั่งยืนร่วมกัน และในมิติของสิ่งแวดล้อม ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบพื้นที่ให้เป็นมิตร

ต่อสิ่งแวดล้อม การบริหารทรัพยากรอย่างเหมาะสม และการบำรุงรักษาสนามแข่งหลังใช้งาน อาทิ การตั้งข้อกำหนดในการใช้งานพื้นที่เพื่อรักษาสภาพสนาม รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมที่ไม่ทำลายทรัพยากรเดิมของพื้นที่ ดังนั้น การวางแผนที่ครอบคลุมและบูรณาการ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนอย่างเป็นระบบ

2.4 การตลาด

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างภาพลักษณ์ระดับโลก รวมทั้งการนำกลยุทธ์การสื่อสาร การสร้างประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ในด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ควรสร้างจุดเด่นของการแข่งขันในฐานะไฮว์ระดับโลกผสมผสานความเร็ว แรง ความหรูหรา และเทคโนโลยีล้ำสมัย เพื่อสร้างความน่าสนใจและขยายฐานผู้ชมสู่วงกว้าง ทั้งจากภายในประเทศและระดับนานาชาติ อีกทั้งควรใช้กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencers) เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่และสร้างกระแสในเชิงบวก ในมุมมองของการตลาดควรการออกแบบกิจกรรมที่เสริมประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงาน อาทิ การจัดบูธแสดงนวัตกรรมด้านยานยนต์ การจัดนิทรรศการเทศกาลตามประเพณีไทย และกิจกรรมร่วมสนุกในพื้นที่จัดงาน เพื่อสร้างบรรยากาศโดยรวมให้เกิดความประทับใจและจดจำอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยในระยะยาว อีกทั้งการส่งเสริมความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาทิ การจัดเทศกาลท้องถิ่นหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของพื้นที่และจังหวัดเจ้าภาพ ในขณะเดียวกันยังช่วยส่งเสริมสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการท้องถิ่นผ่านกิจกรรมทางการตลาด อาทิ บูธขายสินค้าหรือการจัดแสดงวัฒนธรรมไทย เป็นต้น นอกจากนี้ การใช้สนามแข่งขันแบบถาวรช่วยสร้างโอกาสทางการตลาดในระยะยาว ร่วมกับการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นมากกว่าการเป็นสนามแข่ง ช่วยขยายผลในเชิงเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศ อย่างไรก็ตาม ด้านการตลาดของการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยควรเป็นมากกว่าการขายบัตรเข้าชม มุ่งเน้นการออกแบบประสบการณ์ สื่อสารภาพจดจำของประเทศไทยอย่างมียุทธศาสตร์ และสร้างการมีส่วนร่วมในทุกระดับ ทั้งระดับชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้เข้าร่วมงานจากทั่วโลก เพื่อให้การแข่งขันครั้งนี้เป็นแรงขับเคลื่อนส่งผลเชิงบวกในระยะยาวต่อเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของประเทศ

2.5 การออกแบบประสบการณ์

ผลการศึกษาพบว่า คำนึงถึงความแปลกใหม่ที่ครอบคลุมในทุกมิติ เริ่มตั้งแต่ก่อนเดินทาง ระหว่างเข้าร่วมกิจกรรมภายในงาน ตลอดจนถึงหลังจบงาน เพื่อสร้างคุณค่า ความทรงจำ และความประทับใจในระดับสากล อีกทั้งควรออกแบบกิจกรรมที่ตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัวและเยาวชน นำเสนอกิจกรรมพัฒนาทักษะเกี่ยวกับยานยนต์

การจำลองสนามแข่งหรือการขับโกคาร์ท รวมถึงกิจกรรมแจกของรางวัลจากนักแข่งขัน เพื่อเพิ่มความรู้สึกพัวพันระหว่างผู้เข้าร่วมงานกับการแข่งขัน รวมถึงการสร้างประสบการณ์พิเศษกับกลุ่มผู้เข้าร่วมงานระดับสูง (High-spending Group) อาทิ ห้องรับรอง VIP การเดินทางด้วยรถหรู โรงแรมระดับห้าดาว หรือการรับประทานอาหารระดับ Michelin ร่วมกับนักแข่งขัน รวมถึงการจัดกิจกรรมในพื้นที่บรรยากาศพิเศษ อาทิ การแข่งขันในเวลากลางคืนร่วมกับประสบการณ์แสง สี เสียง และวิวเมืองที่สวยงาม การจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่น หรือการแสดงทางวัฒนธรรมภายในงาน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้สัมผัสเอกลักษณ์ไทยอย่างแท้จริง และส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด นอกจากนี้ การออกแบบพื้นที่ภายในงาน การจัดการโซนที่นั่ง มุมมองการชมการแข่งขัน การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมคอนเสิร์ตจากศิลปินชื่อดังหรือบูธโชว์ต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างความรู้สึกร่วมร่วมและการสร้างความทรงจำที่น่าประทับใจ ทั้งในเชิงอารมณ์ บรรยากาศ ความบันเทิง วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ท้องถิ่น

2.6 การสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการแข่งขันควรดำเนินงานภายใต้กรอบกฎหมายที่ชัดเจนและมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานระดับสากลและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งควรมีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็นสำนักงานตำรวจแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร กระทรวงการต่างประเทศ กรมศุลกากร การกีฬาแห่งประเทศไทย และหน่วยงานด้านระบบคมนาคม เพื่อจัดตั้งกระบวนการอนุมัติและอำนวยความสะดวกในการขนส่งยานพาหนะ อุปกรณ์การแข่งขัน และบุคลากรจากต่างประเทศ โดยเฉพาะการตั้งเขตปลอดภาษี (Free Zone) และการให้บริการด้านศุลกากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงดำเนินการตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) อย่างเคร่งครัด ไม่ว่าจะเป็นการจัดหาอุปกรณ์และระบบรักษาความปลอดภัยภายในสนาม การจัดเตรียมแผนฉุกเฉินด้านการแพทย์ การฝึกซ้อมของเจ้าหน้าที่ และการบริหารความเสี่ยงจากเหตุการณ์ไม่คาดคิด การดูแลพื้นที่แข่งขันต้องสอดคล้องกับกฎหมายการใช้พื้นที่สาธารณะ รวมถึงควบคุมสิ่งของที่ผู้เข้าร่วมงานนำติดตัวเข้าไป อาทิ กล้องถ่ายภาพขนาดใหญ่ เนื่องจากอาจกระทบต่อมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ควรมีบริการรับฝากสัมภาระที่เหมาะสม นอกจากนี้ การกำหนดนโยบายด้านภาษีนำเข้าและส่งออกในลักษณะพิเศษ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้จัดงาน ทีมแข่งขัน และผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ มีส่วนช่วยลดอุปสรรคและ

ส่งเสริมการลงทุนด้านอีเวนต์ระดับโลกที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเป็นรากฐานสำคัญในการยกระดับความน่าเชื่อถือของประเทศไทยในฐานะเจ้าภาพการแข่งขัน Formula One ที่มีมาตรฐานสากล

2.7 สถานที่จัดงาน

ผลการศึกษาพบว่า การเลือกและพัฒนาสถานที่สำหรับจัดการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยควรพิจารณาทั้งในมิติของความปลอดภัย ความพร้อมด้านกายภาพ และศักยภาพในการใช้ประโยชน์ในระยะยาว เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและยั่งยืน รวมทั้งควรเลือกทำเลที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญ หรือแม้กระทั่งสถานบันเทิงได้อย่างสะดวก เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นและเพิ่มความน่าสนใจให้กับการแข่งขัน ในขณะเดียวกันการออกแบบสนามแข่งขันต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของเส้นทางโดยไม่ยากหรือง่ายจนเกินไป พร้อมทั้งพิจารณาถึงความเสี่ยงในพื้นที่ อาทิ พื้นผิวถนน ฝาท่อ หรือสิ่งแปลกปลอมที่อาจส่งผลกระทบต่อนักแข่งขันและผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงเตรียมอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย อาทิ แบรีเออร์ (Barrier) เพื่อรองรับแรงกระแทก ทั้งนี้ สนามแข่งขันควรออกแบบให้สามารถใช้ประโยชน์หลังจบการแข่งขัน อาทิ สวนสาธารณะ ศูนย์กีฬา หรือศูนย์รวมด้านยานยนต์ (Outlet Center) ทั้งในรูปแบบ Indoor และ Outdoor เพื่อสร้างประโยชน์ระยะยาวให้แก่ชุมชน ในขณะเดียวกันยังเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาพื้นที่โดยรอบให้เกิดความเจริญ การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน การสร้างงาน สร้างอาชีพ และการเชื่อมโยงระบบขนส่งสาธารณะอย่างครอบคลุม ตลอดจนการพัฒนาให้รองรับการแข่งขันระดับโลกได้อย่างปลอดภัย มีศักยภาพในการต่อยอดใช้ประโยชน์ และส่งผลดีต่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2.8 คุณภาพบริการ

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานในการจัดการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ควรได้รับการวางแผน ไม่ว่าจะเป็นการประสานงานกับหน่วยงานหลักในอุตสาหกรรมบริการ อาทิ สมาคมโรงแรม หรือองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดเตรียมห้องพักให้เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะโรงแรมที่ได้มาตรฐานและตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง อาจมีการสำรองจำนวนห้องพักทั้งโรงแรมคล้ายกับการจัดการแข่งขันระดับภูมิภาค อาทิ ซีเกมส์ เพื่อรองรับผู้เข้าแข่งขันและผู้ติดตามจากต่างประเทศ รวมถึงควรศึกษาข้อผิดพลาดจากการจัดงานในอดีต เพื่อนำมาพัฒนาระบบการจำหน่ายบัตร การควบคุมจำนวนผู้เข้าร่วม หรือการอำนวยความสะดวกในพื้นที่จัดงาน การวางผังที่นั่งหรือตำแหน่งสำหรับการรับชมการแข่งขัน ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อบัตร และสร้างความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่ได้รับ อีกทั้งการจัดการระบบขนส่งสาธารณะ สร้างความร่วมมือกับผู้ให้บริการระบบขนส่งในพื้นที่ เพื่อรองรับปริมาณผู้เข้าร่วมงาน

จำนวนมาก เพื่อลดความแออัดในการใช้บริการ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีจุดแข็งด้านการบริการต้อนรับแขกระดับ VIP ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ทั้งในเรื่องการบริการส่วนตัว ความรวดเร็ว ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว

2.9 เทคโนโลยี

ผลการศึกษาพบว่า การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการจัดการแข่งขัน อาทิ ระบบจำหน่ายบัตรออนไลน์ที่มีความปลอดภัยสูง ระบบรักษาความปลอดภัยอัจฉริยะ (Smart Security) การสื่อสารแบบเรียลไทม์ และระบบถ่ายทอดสดระดับมืออาชีพ สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงาน อีกทั้งยังสามารถให้บริการผ่านแอปพลิเคชันเกี่ยวกับข้อมูลการแข่งขัน แผนที่บริเวณจัดงาน ตารางกิจกรรม รวมถึงบริการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมมีประสบการณ์ที่ครบถ้วน รวมไปถึงการใช้ระบบจับเวลาอิเล็กทรอนิกส์ (Transponder) ที่มีความแม่นยำสูง พร้อมแบ่งเวลาเป็นช่วง (Sector Timing) เพื่อสร้างความตื่นเต้นให้กับผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เพื่อประยุกต์ใช้ในการจัดงาน เพื่อสร้างจุดแข็งและความแตกต่าง ทั้งในเชิงเทคนิคและการให้บริการ อาทิ การใช้ Apple Wallet หรือกระเป๋าเงินดิจิทัลเพื่อการชำระเงินและใช้จ่ายภายในงานอย่างสะดวกสบาย ในขณะเดียวกันการพัฒนาทักษะของบุคลากรในด้านเทคโนโลยี อาทิ การควบคุมระบบจับเวลา การบริหารระบบถ่ายทอดสด (Live Streaming) ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น พร้อมรองรับการแข่งขันที่มีความซับซ้อน ดังนั้น ประเทศไทยควรใช้โอกาสนี้เพื่อส่งเสริมภาคธุรกิจด้านเทคโนโลยียานยนต์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการด้านชิ้นส่วนยานยนต์มีส่วนร่วมในการแสดงศักยภาพสู่ระดับสากล ผ่านการจัดนิทรรศการ การพัฒนาการวิจัยร่วมกัน และการจับคู่ธุรกิจภายในงาน เนื่องจากเป็นข้อมูลสำคัญนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงการจัดงานต่อไปในอนาคต

2.10 ภาพลักษณ์ที่ดี

ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถต่อยอดไปยังอุตสาหกรรมอื่นได้อย่างกว้างขวาง ทั้งด้านการท่องเที่ยว การลงทุน และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยการตัดสินใจขององค์กร FIA ในการเลือกประเทศเจ้าภาพไม่ได้พิจารณาเฉพาะด้านกายภาพหรือโครงสร้างพื้นฐานเพียงอย่างเดียว รวมถึงการทำความเข้าใจถึงปัจจัยด้านเสถียรภาพทางการเมือง ความพร้อมด้านกฎหมาย ศาสนา และนโยบายภาครัฐ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นขององค์กรระดับโลกที่ต้องการจัดการแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเอื้อต่อความสำเร็จ รวมถึงเป็นอีกหนึ่งโอกาสในการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยระดับสากล แสดงให้เห็นถึงศักยภาพ ความทันสมัย และความสามารถในการรองรับกิจกรรมระดับโลก ส่งผลโดยตรงต่อมุมมองของนักลงทุน นักท่องเที่ยว

และองค์กรนานาชาติ เช่นเดียวกับการจัดโอลิมปิกหรือฟุตบอลโลก นอกจากนี้ยังสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในมุมอื่น อาทิ ความสามารถในการดำเนินงานจัดการแข่งขัน ความเป็นมิตรของประชาชน และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในมุมมองของการท่องเที่ยว การแข่งขัน Formula One เป็นแรงจูงใจสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งกลุ่มผู้สนใจกีฬาประเภทยานยนต์ และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป นำไปสู่การต่อยอดเพื่อนำเสนอเอกลักษณ์ของอาหารไทย แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในฐานะเมืองท่องเที่ยวระดับโลก

2.11 พัฒนาบุคลากร

ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรเป็นหัวใจสำคัญต่อความสำเร็จและความยั่งยืนในการจัดการแข่งขัน จากการเรียนรู้จากประสบการณ์ของประเทศเจ้าภาพที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติและประยุกต์ใช้ทักษะของบุคลากรจากประเทศเหล่านี้มาปรับใช้กับบริบทการจัดการแข่งขันของประเทศไทย เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญและพร้อมรับมือกับความท้าทายต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรรมการประจำสนาม ทีมโบกธง ทีมดูแลความปลอดภัย ทีมจับเวลา และทีมขับรถ Safety Car จำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานขององค์กร FIA เพื่อให้มั่นใจในความปลอดภัยและความปลอดภัยของการแข่งขัน นอกจากนี้ บุคลากรควรได้รับการอบรมที่เน้นทักษะเฉพาะทาง อาทิ การจัดการอุบัติเหตุบนสนาม การสื่อสารในสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมถึงความเข้าใจในกฎระเบียบ FIA ล่าสุดอย่างชัดเจน รวมถึงการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับความรู้เกี่ยวกับการจัดงานอีเวนต์ การรักษาความปลอดภัย และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น พร้อมกับเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจในระหว่างการจัดงาน โดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย ตลอดจนการสร้างสถาบันหรือโรงเรียนเฉพาะทาง เพื่อสนับสนุนการพัฒนาทักษะขั้นสูงสำหรับเยาวชนและการจัดการงานอีเวนต์กีฬ เพื่อบ่มเพาะนักแข่งขั้นรุ่นใหม่และบุคลากรที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งพัฒนาหลักสูตรการจัดงานอีเวนต์อย่างมืออาชีพ เพื่อรองรับการเติบโตของบุคลากรในระดับอุดมศึกษาและอาชีวศึกษา อีกทั้งในบางตำแหน่งบุคลากรต้องผ่านการอบรมและได้รับใบรับรองจาก FIA ในขณะที่ระบบการจัดงานประเทศเจ้าภาพสามารถดำเนินการเองได้ เพื่อสร้างความยั่งยืนและลดการพึ่งพาต่างชาติในระยะยาว เช่นเดียวกับกรณีของสนามแข่งไฮโนในประเทศจีนที่มีการเตรียมงบประมาณสำหรับการพัฒนาบุคลากรล่วงหน้าควบคู่ไปกับการก่อสร้างสนามแข่งขัน ในขณะเดียวกันบุคลากรที่เกี่ยวข้องควรมีทักษะเสริม อาทิ ภาษาต่างประเทศ การปฐมพยาบาลเบื้องต้น ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ท้องถิ่น และทักษะด้านการบริการและการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการส่งเสริมให้บุคลากรได้เข้าร่วมศึกษาดูงาน

จากสถานที่จัดการแข่งขันจริง เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และความเข้าใจเชิงลึกในกระบวนการจัดงานอย่างมืออาชีพ

2.12 กระบวนการทำงาน

ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบสนามแข่งขัน มีการกำหนดบทบาทสำคัญของผู้แทนจากองค์กร FIA ที่รับผิดชอบในการออกแบบเส้นทางสนามแข่ง รวมถึงการศึกษาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการจัดการแข่งขัน โดยผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้จะนำมาตรฐานระดับโลกมาใช้ควบคู่กับการประเมินความพร้อมของพื้นที่ เพื่อให้สนามแข่งขันมีความปลอดภัยและตอบโจทย์ทั้งด้านกีฬาและการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ระบบการจัดการแข่งขันของไทยได้รับประโยชน์และมีแนวทางที่ใกล้เคียงกับการแข่งขัน MotoGP ซึ่งเป็นการแข่งขันภายใต้เครื่องจักรเดียวกันกับ Formula One สามารถนำประสบการณ์และโครงสร้างการบริหารที่มีอยู่แล้วมาปรับใช้และพัฒนาต่อไปได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความยั่งยืนและความต่อเนื่องในการจัดการแข่งขันในอนาคต สร้างฐานความรู้และบุคลากรที่มีความพร้อมในระดับมืออาชีพสำหรับการจัดงานต่อเนื่องในระยะยาว สอดคล้องกับเป้าหมายหลักในการส่งเสริมเศรษฐกิจและสร้างคุณค่าร่วมให้กับสังคมโดยรวมอย่างแท้จริง

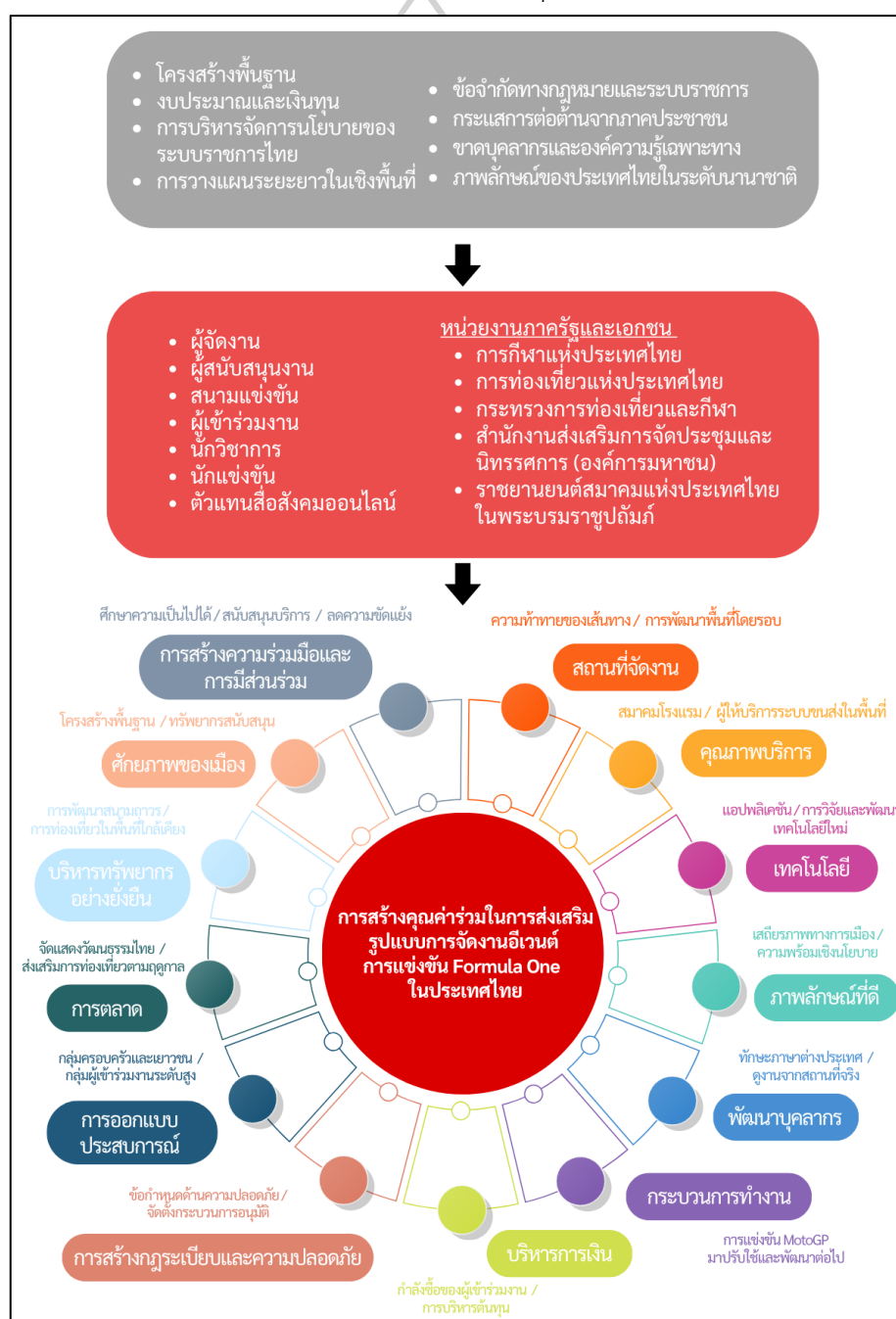
2.13 บริหารการเงิน

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการงบประมาณและแหล่งทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในระยะยาว ปัจจัยสำคัญพิจารณาได้จากกำลังซื้อและความเต็มใจจ่ายของผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงผู้สนับสนุนงานทำให้การแข่งขันสามารถดำเนินไปได้อย่างมั่นคง ผู้ที่สนใจในกีฬายานยนต์เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางการเงินสูง ส่งผลให้สนามแข่งขันและผู้จัดงานได้รับรายได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งจากค่าบัตรเข้าชม การใช้บริการภายในงาน และการสนับสนุนทางการตลาด อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นให้ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและความบันเทิง นอกจากนี้ การบริหารต้นทุนเป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญ ผ่านการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและบริหารทรัพยากรที่มีอยู่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและความคุ้มค่าของการลงทุนในระยะยาว ทั้งนี้ การคำนึงถึงความคุ้มค่าของผลตอบแทนที่ได้ ทั้งทางตรงและทางอ้อมช่วยสร้างความมั่นใจแก่นักลงทุนและผู้สนับสนุนงาน ในมุมมองของแหล่งเงินทุนยังคงจำเป็นต้องมีการระดมทุนจากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างรูปแบบธุรกิจที่ยั่งยืน รองรับการแข่งขันในระยะยาว อีกทั้งยังต้องบริหารรายรับจากผู้เข้าร่วมงาน นักแข่งขัน ครอบครัว และแฟนคลับ รวมถึงรายได้จากการท่องเที่ยวที่ขยายตัวต่อเนื่อง ส่งผลต่อการเพิ่มรายได้จากภาษีและการสร้างงานให้กับประชาชนโดยรวม ดังนั้น การบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน เป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนการ

จัดการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ที่จะต้องผสมผสานกำลังซื้อของตลาดเป้าหมาย การบริหารต้นทุนอย่างรอบคอบ การสร้างแหล่งทุนที่หลากหลาย และการส่งเสริมเศรษฐกิจภาคท่องเที่ยว เพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว

จากขั้นตอนการวิจัยในขั้นตอนที่ 1-2 ผู้วิจัยสามารถอธิบายการสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยผ่านการนำเสนอข้อสรุปตามแผนภาพที่ 2 ดังนี้

ภาพที่ 2 แผนภาพข้อสรุปการวิจัย



อภิปรายผลการวิจัย

ปัญหาในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า สถานที่จัดงานเป็นองค์ประกอบหลักของการจัดการแข่งขันและการกำหนดอัตราความสำเร็จของงาน ดังนั้น การเลือกประเภทของสนามแข่งขันล้วนเป็นข้อควรพิจารณาสำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจ ลดต้นทุนการก่อสร้างสนามแข่งขันแห่งใหม่ คำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นการปิดถนนที่รบกวนชีวิตประจำวันของประชาชน หรือการกีดขวางเส้นทางฉุกเฉินที่อาจเป็นอันตรายต่อชีวิต ประเทศไทยจึงต้องเผชิญกับความท้าทายในการปรับปรุงสนามแข่งขันให้ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ยังควรสร้างความเข้าใจกับประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญที่สุด เพื่อลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรวางแผนและสื่อสารอย่างชัดเจน รวมถึงหาทางออกที่เหมาะสมร่วมกับชุมชน เพื่อให้การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยเป็นไปอย่างปลอดภัย และคุ้มค่าการลงทุนในระยะยาว การตัดสินใจเลือกประเภทของสนามแข่งขันเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการดำเนินงานขั้นต่อไป เนื่องจากสนามแข่งขันแต่ละประเภทมีกระบวนการเตรียมความพร้อมแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง อาทิ สนามที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน (Street Circuit) ต้องมุ่งเน้นไปที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนโดยรอบเป็นหลัก เนื่องจากเป็นผู้ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น การเจรจาเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันยังคงเป็นสิ่งที่ภาครัฐควรเป็นตัวแทนในการสื่อสาร ในขณะที่การเลือกสนามแข่งขันแห่งใหม่ ต้องคำนึงถึงการจัดสรรงบประมาณจากภาครัฐและภาคเอกชน การเลือกทำเลที่ตั้งอย่างเหมาะสม การบริหารจัดการทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบ เพื่อให้การสร้างสนามแข่งขันแห่งใหม่เกิดประโยชน์สูงสุดในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภวรรณ ติระรัตน์ และสันติธร ภูริภักดี (2563) กล่าวถึง การวิเคราะห์จุดอ่อนและข้อจำกัด เนื่องจากสถานที่จัดงานในแต่ละพื้นที่มีจำนวนจำกัด ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาพื้นที่ นโยบายการสนับสนุนของกลุ่มผู้มีอำนาจในการบริหารไม่สม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นด้านการพัฒนาเมือง ส่งเสริมเทคโนโลยี รวมถึงคุณภาพบริการของบุคลากร อีกทั้งยังขาดการนำเสนอเรื่องราววิถีชีวิตของชุมชน เพื่อยกระดับของพื้นที่และชุมชนในท้องถิ่นให้เรียนรู้ประสบการณ์การจัดงานอีเวนต์ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Ludwig von Bertalanffy (1968) นิยามว่าองค์กรหรือกิจกรรมขนาดใหญ่ อาทิ การจัดงานอีเวนต์ระดับโลก มักประสบปัญหาการขาดการวางแผนแบบบูรณาการในแต่ละองค์ประกอบ อาทิ โครงสร้างพื้นฐาน งบประมาณ การบริหารภาครัฐ และการวางแผนเมือง ทำให้การบริหารโดยรวม เกิดผลกระทบต่อภาพรวมของงาน ในกรณีของการจัดการแข่งขัน Formula One ประเทศไทยต้องประเมินความพร้อมให้กับการรองรับผู้เข้าร่วมงาน โดยเฉพาะในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การเงิน การบริหาร และการวางแผนการใช้พื้นที่ ทั้งหมดล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในอีเวนต์นานาชาติ

สำหรับอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การบริหารการเงินเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการพิจารณาความเสี่ยงทางการเงินทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องจากค่าใช้จ่ายทางตรงและทางอ้อมของการจัดการแข่งขันมีมูลค่าสูงและการพึ่งพางบประมาณจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว อาจไม่เพียงพอและไม่ยั่งยืนในระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นค่าก่อสร้างสนามแข่งขัน ค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์ ค่าอุปกรณ์พิเศษเพื่อรองรับความปลอดภัยตามมาตรฐาน ค่าไฟฟ้าแรงสูง ค่าติดตั้งและบำรุงรักษากล้องวงจรปิด ค่าใช้จ่ายสำหรับปรับพื้นผิวถนน ค่าพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการพัฒนาฝึกอบรมบุคลากรผู้มีหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยและค่าจ้างบุคลากร จากกรณีศึกษาเจ้าภาพบางประเทศจำเป็นต้องยุติการแข่งขันอันมีสาเหตุมาจากการขาดทุนสะสมและขาดสภาพคล่องทางการเงิน เนื่องจากต้นทุนการดำเนินงานที่ลงทุนไปไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ประเทศควรได้รับ ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีการจัดหางบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐ การระดมแหล่งเงินทุนจากนักลงทุนภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงได้รับการผลักดันจากผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขัน แต่ยังคงเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการจัดการแข่งขันเท่านั้น เนื่องจากยังขาดแนวทางการดำเนินงานและกลยุทธ์บริหารการเงินที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมจากการร่วมลงทุน เพื่อสร้างแรงจูงใจเชิงบวกให้กับกลุ่มนักลงทุน อาทิ สิทธิประโยชน์ทางภาษี สิทธิพิเศษในพื้นที่กิจกรรม หรือรูปแบบการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ เป็นต้น ทั้งนี้เป็นผลมาจากความคุ้มค่าของการลงทุนขึ้นอยู่กับการหารายได้ให้กับประเทศ เริ่มจากการตั้งราคาและการจำหน่ายบัตรเข้าชมการแข่งขันอย่างสมเหตุสมผล ประกอบกับการพิจารณากำลึงซื้อและความเต็มใจจ่ายของผู้เข้าร่วมงานกลุ่มเป้าหมาย การสร้างรายได้ในธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและความบันเทิง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดิษฐชัย จันทรคุณา (2566) อธิบายถึง ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการเป็นเจ้าภาพการจัดการแข่งขันอาจนำมาซึ่งความเสี่ยงทางการเงินในการลงทุนก่อสร้างปรับปรุงสถานที่จัดงานและพื้นที่โดยรอบ การพัฒนาระบบคมนาคม สามารถนำไปสู่ภาระทางการเงินต่อชุมชน โดยเฉพาะในกรณีที่ขาดการวางแผนระยะยาวจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ อีกทั้งยังก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจและผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของชุมชน ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

1. การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย แบ่งออกเป็นประเด็นสำคัญ 13 ด้าน ดังนี้

2.1 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่า

ภาครัฐผู้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบาย จัดสรรงบประมาณ และมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันศึกษาและริเริ่มโครงการ รวมถึงแต่งตั้งผู้ประสานงานหลักในการดำเนินงานให้เกิดขึ้นในขณะเดียวกันภาคเอกชนมีบทบาทในการสนับสนุนอุตสาหกรรมบริการ อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร ระบบขนส่ง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น และภาคประชาชนควรได้รับการส่งเสริมให้มีส่วนร่วมผ่านการจัดทำประชาพิจารณ์ เพื่อการสื่อสารสร้างความเข้าใจ และรับทราบมาตรการเพื่อลดผลกระทบ อาทิ การจัดสรรพื้นที่ การสนับสนุนร้านค้าท้องถิ่น เพื่อลดความขัดแย้งและสร้างการยอมรับในงานอีเวนต์ การจัดการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบจึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะนำไปสู่การสร้างประโยชน์ร่วมกันในมิติเศรษฐกิจ สังคม และภาพลักษณ์ของประเทศในระยะยาว สามารถอธิบายได้ว่า การทำความเข้าใจร่วมกันอย่างมีเหตุผลเป็นหนึ่งในกำลังสำคัญที่สามารถทำให้งานอีเวนต์เป็นไปด้วยดี ตั้งแต่การเริ่มต้นการตัดสินใจผ่านการลงความเห็นจากหลายฝ่าย การระดมเงินทุน ร่วมกันแสดงความคิดเห็น การแบ่งปันทรัพยากรซึ่งกันและกัน เพื่อสนับสนุนการจัดงานให้ประสบความสำเร็จในฐานะผู้ร่วมเป็นหนึ่งในเจ้าภาพการจัดงานอีเวนต์ระดับโลกย่อมส่งผลต่อความภาคภูมิใจแก่ผู้มีส่วนร่วมในงานอีเวนต์ ตั้งแต่การร่วมสนับสนุนจากผู้ให้บริการรายย่อยไปจนถึงผู้ให้บริการหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐวัลย์ เฮงควาวิทย์และภัทรมน สาทรัักษ์ (2561) อธิบายถึง การสร้างเครือข่ายภาคีระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการบูรณาการทั้งในด้านเสรีภาพทางการเงิน และการลงทุน การยกระดับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสู่การเป็นเจ้าภาพการจัดงานในระดับมืออาชีพ การกำหนดขอบเขตการรับผิดชอบของแต่ละภาคส่วน อาทิ ภาครัฐเป็นผู้ดูแลโครงสร้างพื้นฐาน ในขณะที่ภาคเอกชนร่วมลงทุนและจัดการความเสี่ยง ไม่ว่าจะเป็นด้านการเตรียมความพร้อมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการรองรับนักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมงาน อาทิ ผู้ให้บริการหลักในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อส่งมอบบริการอย่างมีคุณภาพควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมอีเวนต์ อีกทั้งเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชาชน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chamberlain et al. (2019) ศึกษาเกี่ยวกับการจัดงาน Formula 1 Grand Prix ในประเทศสิงคโปร์ แสดงให้เห็นถึง ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชนผ่านนโยบายแบบบูรณาการ เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้การจัดงานอีเวนต์ให้ประสบความสำเร็จในระดับสากล โดยเฉพาะการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสร้างความเข้าใจร่วมกับชุมชน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโดยมีเป้าหมายร่วมกัน ระหว่างภาครัฐและเอกชน ส่งผลให้งานอีเวนต์มีความยั่งยืน และสร้างผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างแท้จริง

2.2 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านศักยภาพของเมือง ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพและความพร้อมในการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน Formula One ไม่ว่าจะเป็นการจัดเตรียมพื้นที่รองรับการแข่งขัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความพร้อมของบุคลากรและโรงพยาบาล ระบบไฟฟ้า ระบบสื่อสาร ตลอดจนคุณภาพบริการเพียงพอต่อการรองรับนักแข่งขัน ทีมงาน และผู้เข้าร่วมงานจากหลายประเทศ รวมไปถึงนโยบายการพัฒนาศักยภาพของเมืองเป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) เพื่อสร้างโอกาสในการแสดงศักยภาพประเทศในระดับนานาชาติ อีกทั้งยังเป็นแรงผลักดันให้เกิดการพัฒนาเมืองด้วยสิ่งสนับสนุนในด้านต่าง ๆ อาทิ ระบบคมนาคม ที่พัก โรงพยาบาล และโครงข่ายสื่อสารที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มระดับความมั่นใจแก่นักลงทุนให้เชื่อมั่นในศักยภาพของประเทศไทยในการจัดการแข่งขันตามมาตรฐานสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นรากฐานในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนในอนาคต สามารถอธิบายได้ว่า ในแต่ละพื้นที่ของประเทศไทยมีความสามารถในการจัดสรรดูแลพื้นที่อย่างเป็นระบบ รวมถึงการนำเสนอจุดเด่นของแต่ละพื้นที่แตกต่างกันตามทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นความโดดเด่นเฉพาะทางด้านอาหาร วัฒนธรรมประเพณี การยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชน ทั้งหมดล้วนมีส่วนช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์วัฒนธรรมของไทยได้เป็นอย่างดี อาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยจึงมีศักยภาพของเมืองในการใช้จุดเด่นเหล่านี้ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าร่วมงานทั้งเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิกิตติกันต์ เหมสุวรรณ และคณะ (2567) กล่าวถึง ศักยภาพของจุดหมายปลายทางที่มีมาตรฐานระดับนานาชาติ ทั้งด้านการเข้าถึงเมืองที่สะดวก ความเชื่อมโยงระหว่างระบบคมนาคม ประเภทของสถานที่จัดงานมีความหลากหลาย ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกมีมาตรฐานความปลอดภัย ศักยภาพในการตอบสนองต่อความต้องการพิเศษและนำจดจำแก่ผู้เข้าร่วมงาน ในขณะที่ศักยภาพของภาครัฐต้องมีการสร้างแรงจูงใจทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการลงทุนและสนับสนุนทางนโยบายอย่างชัดเจน เพื่อสร้างความโดดเด่นในเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดและความน่าเชื่อถือให้กับประเทศในฐานะผู้เป็นเจ้าภาพการจัดการแข่งขัน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mirzayeva (2020) พบว่า การจัดงานอีเวนต์ขนาดใหญ่ (Mega Event) เช่น Formula One เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน หากมีการบูรณาการแผนพัฒนาเมืองและโครงสร้างพื้นฐานอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะระบบขนส่งสาธารณะ สิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะ และมาตรการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นการใช้โอกาสจากงานอีเวนต์ขนาดใหญ่อย่างเหมาะสม ส่งเสริมภาพลักษณ์เมืองในระดับโลก และขยายโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาวได้

2.3 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า การวางแผนของหน่วยงานผู้รับผิดชอบและขึ้นอยู่กับหลักการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านการกระตุ้นการใช้จ่ายทั้งทางตรงและทางอ้อมจากนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชน นอกจากนี้ ควรเลือกทำเลที่ตั้งและออกแบบสนามแข่งให้สามารถใช้งานได้ในระยะยาว อาทิ การจัดกิจกรรมอื่น ๆ หรือปรับพื้นที่ให้เป็นสวนสาธารณะหรือศูนย์การเรียนรู้หลังการแข่งขัน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดทรัพยากรร้างและพัฒนาพื้นที่ในชุมชนให้เจริญเติบโตมากขึ้น อีกทั้งคำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมด้วยการออกแบบพื้นที่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และกำหนดมาตรการบำรุงรักษาอย่างชัดเจน รวมไปถึงการปรับตัวของกลุ่มผู้ให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนสามารถอธิบายได้ว่า ประเทศไทยยังขาดการกำกับดูแลทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม ไม่มีกลุ่มผู้สนับสนุนการผลักดันเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นทางการ ขาดความพร้อมในการควบคุมมลพิษที่เกิดขึ้นเองจากธรรมชาติหรือมลพิษจากมนุษย์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องผู้ดูแลรับผิดชอบยังไม่สามารถบริหารจัดการด้วยมาตรการที่เคร่งครัด นอกจากนี้ การนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวยังไม่ได้คำนึงถึงการประชาสัมพันธ์ที่เน้นย้ำในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ระมัดระวังและทำลายทรัพยากรธรรมชาติของประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัชฐ์วลัญต์ กรพิพัฒน์ (2562) อธิบายแนวคิด DPSIR ประกอบด้วย (1) พลังขับเคลื่อน (D: Drivers หรือ Driving Forces) การพึ่งพาระบบนิเวศเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (2) แรงกดดัน (P: Pressures) การใช้ทรัพยากรเพื่อการผลิตและการบริโภค รวมถึงการปล่อยของเสียสู่ธรรมชาติ (3) สภาวะ (S: State) การเปลี่ยนแปลงจากกิจกรรมของมนุษย์ส่งผลต่อระดับค่ากับเกณฑ์มาตรฐานสากล (4) ผลกระทบ (I: Impact) การวิเคราะห์ผลสืบเนื่องจากความเปลี่ยนแปลงอันส่งผลต่อความยั่งยืนในระยะยาว และ (5) ตอบโจทย์ (R: Responses) การกำหนดมาตรการในเชิงบังคับและจูงใจให้ปรับสมดุลกับระบบนิเวศ เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแต่ละพื้นที่ให้สอดคล้องกัน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bellotto (2024) กล่าวถึง การจัดงานอีเวนต์กีฬาสขนาดใหญ่อย่างกรณีของการแข่งขันโอลิมปิกที่เมืองโดเกียวในปี ค.ศ. 2020 และเมืองปารีสในปี ค.ศ. 2024 มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการใช้เทคโนโลยีสะอาด การจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างระบบที่ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น

อีกทั้งยังต้องอาศัยการออกแบบสนามแข่งขันให้สามารถประยุกต์แนวคิดได้อย่างยั่งยืน เพื่อป้องกันปัญหาทรัพยากรสิ้นเปลืองและส่งเสริมการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในพื้นที่โดยรอบและสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีจากรายงานเรื่อง Our Common Future โดยคณะกรรมการมาธิการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development) (1987) นิยามว่า การพัฒนาที่แท้จริงต้องตอบสนองความต้องการของคนในยุคปัจจุบัน โดยไม่ทำลายโอกาสของคนรุ่นอนาคต เป็นรากฐานสำคัญในการบริหารทรัพยากรในกิจกรรมขนาดใหญ่ อาทิ การจัดงานอีเวนต์กีฬา ต้องพิจารณาทั้งสามมิติหลัก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หรือหลักการสามเสาหลักแห่งความยั่งยืน ตลอดจนการวิเคราะห์การออกแบบพื้นที่แข่งขันในแนวทางเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้วัสดุหมุนเวียน การจัดการพลังงานและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

2.4 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดการงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านการตลาด ผลการศึกษาพบว่า การจัดการแข่งขันมีส่วนขยายโอกาสสำคัญในการยกระดับเศรษฐกิจและส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย พร้อมทั้งพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างเอกลักษณ์ ผ่านการนำเสนอการแข่งขันในฐานะมหกรรมแห่งนวัตกรรมที่ผสมผสานความทันสมัย ความเข้าใจ และวัฒนธรรมไทยเข้าด้วยกัน อีกทั้งเพื่อสร้างการรับรู้ที่โดดเด่นด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัลและเครือข่ายผู้สร้างเนื้อหา (Content Creators) ในการสื่อสารแบบ Real-time พร้อมออกแคมเปญเชิงโต้ตอบ (Interactive Campaign) เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ ร่วมกับการออกแบบกิจกรรมรอบการแข่งขันให้หลากหลาย อาทิ การแสดงนวัตกรรมทางเทคโนโลยีรถยนต์แห่งอนาคต การเปิดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น และการแสดงศิลปวัฒนธรรมประเพณีพื้นบ้าน เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผู้เข้าร่วมงานและชุมชนที่มีศักยภาพในประเทศ เชื่อมโยงการแข่งขันกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจมากกว่าการขายบัตรเข้าชมเพียงอย่างเดียว เพื่อให้ตำแหน่งทางการตลาดของประเทศไทยเป็นจุดหมายที่น่าจดจำของกลุ่มแฟนคลับ Formula One ทั่วโลก สามารถอธิบายได้ว่า การเตรียมความพร้อมทางด้านกลยุทธ์ทางการตลาด เช่นเดียวกับการบริหารพื้นที่และการสนับสนุนศักยภาพของเมืองและชุมชนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมงาน ในขณะเดียวกันยังช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดและขยายฐานกลุ่มเป้าหมายให้มีความแตกต่างออกไปจากเดิม นอกจากนี้การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศให้มีคุณภาพแล้ว ควรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์จุดเด่นด้านวัฒนธรรมที่ส่งเสริมอำนาจละมุน (Soft Power) ให้เกิดการรับรู้ถึงความสามารถและทักษะ

การจัดงานอีเวนต์ระดับนานาชาติ ในมุมมองของผู้จัดงานที่มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สืบพงษ์ สมิตพันธ์ และคณะ (2566) กล่าวถึง มุมมองของผู้จัดงาน จำเป็นต้องมีการศึกษาแนวคิดใหม่ที่แตกต่างกันจากการจัดงานอีเวนต์ทั่วไป รวมทั้งการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ความโดดเด่นให้เกิดประโยชน์ ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดมีส่วนช่วยสร้างการรับรู้ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พิจารณาถึงข้อได้เปรียบทางการแข่งขันกับประเทศเจ้าภาพอื่น ผู้เป็นคู่แข่งทางตรงกับประเทศไทย นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงการบริหารความสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วมงานหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับระดับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้เข้าร่วมงานในระยะยาว เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและเรียนรู้สำหรับแก้ไขข้อปรับปรุงในการจัดงานอีเวนต์ครั้งต่อไป นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhou (2023) ศึกษากลยุทธ์การตลาดของ Formula One ในการแข่งขัน Miami Grand Prix พบว่า การใช้สื่อดิจิทัล การสร้างพันธมิตรกับแบรนด์กีฬา การจัดกิจกรรมพิเศษก่อนและหลังการแข่งขัน รวมถึงการเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ชมผ่านกิจกรรมเชิงโต้ตอบ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มการรับรู้และขยายฐานผู้เข้าร่วมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การผสมผสานภาพลักษณ์ระดับโลกของ Formula One กับความโดดเด่นทางวัฒนธรรมในพื้นที่ท้องถิ่นมีส่วนช่วยเสริมสร้างตำแหน่งทางการตลาดของประเทศเจ้าภาพ และสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่ผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งเป็นหัวใจหลักของความสำเร็จในระยะยาวของการแข่งขันอีเวนต์ระดับโลก

2.5 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านการออกแบบประสบการณ์ พบว่า การวางแผนกิจกรรมและออกแบบการปฏิสัมพันธ์ที่ผู้เข้าร่วมงานมีต่อประสบการณ์ (Customer Journey) ในระยะแรกเป็นความคาดหวังในระดับสูง ผู้จัดงานควรพิจารณาการออกแบบประสบการณ์ตั้งแต่การกำหนดราคาบัตรเข้าชม ระบบการจำหน่ายบัตร กิจกรรมภายในงาน กรณีที่กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มครอบครัวควรมีแนวทางรองรับให้ครอบคลุม อาทิ กิจกรรมสำหรับเด็กในระหว่างรอชมการแข่งขัน สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางของผู้มีความต้องการพิเศษ ในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงแนะนำข้อควรปฏิบัติและดูแลความเรียบร้อยภายในงาน เป็นต้น นอกจากนี้ กิจกรรมบันเทิงยังคงเป็นสิ่งที่ผู้เข้าร่วมงานการแข่งขัน Formula One เกิดความคาดหวังอยู่เสมอ ควรมุ่งเน้นในการจัดให้มีคุณภาพและเลือกกลุ่มศิลปินหรือผู้มีชื่อเสียงที่เหมาะสมกับประเภทของงาน เช่นกัน สามารถอธิบายได้ว่า การตลาดเป็นปัจจัยกำหนดความสำเร็จของการจัดการแข่งขัน มุ่งเน้นการสร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่มีคุณค่า ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบผังที่นั่ง

การจัดการทางเข้า-ออกของพื้นที่จัดงาน การนำเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวร่วมกับการจองตั๋วเครื่องบิน ส่งเสริมการตลาดในเชิงวัฒนธรรมที่พิเศษ สร้างกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านกิจกรรมที่ให้ผู้เข้าร่วมงานมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในเชิงโต้ตอบ เพื่อเพิ่มช่องทางการรับรู้ผลลัพธ์เบื้องต้นจากการจัดงานเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาการจัดงานครั้งต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายผู้ที่มีกำลังซื้อสูงสามารถเพิ่มรายได้จากการจัดงานได้ ร่วมกับการออกแบบประสบการณ์ให้คุ้มค่ากับราคาที่กำหนด ไม่ว่าจะเป็นด้านการเดินทาง ร้านอาหาร โรงแรม แหล่งท่องเที่ยว ล้วนเป็นหนึ่งในช่องทางการนำเสนอประสบการณ์ พร้อมทั้งยังเป็นแนวทางการเพิ่มรายได้ให้กับการจัดงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Toivonen (2020) กล่าวถึง แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม มุ่งเน้นถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างทีมแข่งขัน นักแข่งขัน และผู้เข้าร่วมงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการเผยแพร่ข้อมูลและตอบสนองต่อการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มผู้เข้าร่วมงานมีส่วนช่วยให้เกิดการสร้างประสบการณ์ การแสดงออก ความพึงพอใจ และการแบ่งปัน จึงเป็นโอกาสสำคัญต่อการมีส่วนร่วมสร้างความสัมพันธ์ให้กับผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงการแลกเปลี่ยนข่าวสารผ่านการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ดังนั้นการส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าทำให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดความไว้วางใจและสนใจในการจัดงานมากขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Satitsamitpong (2024) กล่าวถึงแนวทางการออกแบบกิจกรรม เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมงานอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงาน และการวางแผนประสบการณ์เชิงโต้ตอบ (Interactive Experience Design) เพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่องานอีเวนต์ในระยะยาว อีกทั้งประยุกต์ใช้กับการจัดการแข่งขัน Formula One ได้เป็นอย่างดี มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่ผู้เข้าร่วมงาน สร้างการมีส่วนร่วมตั้งแต่ก่อนเข้าร่วม ระหว่างกิจกรรม และภายหลังการจัดงาน

2.6 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า การกำหนดกฎระเบียบและข้อกำหนดที่ชัดเจนเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการจัดการแข่งขัน รวมถึงการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งเชิงพื้นที่และเชิงบริหารทรัพยากร อาทิ กรุงเทพมหานคร และกรมศุลกากร เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งอุปกรณ์จากต่างประเทศ รวมถึงจัดตั้งเขตปลอดภัยและพัฒนาระบบศุลกากรอย่างมีประสิทธิภาพ การกำหนดมาตรการความปลอดภัยตามมาตรฐานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) ไม่ว่าจะเป็นการจัดตั้งระบบรักษาความปลอดภัย แผนฉุกเฉินทางการแพทย์ การควบคุมสิ่งของต้องห้ามในเขตพื้นที่ และระบบควบคุมฝูงชนภายในงาน

นอกจากนี้ การกำหนดขอบเขตของกฎเกณฑ์ด้านภาษีและการนำเข้าอุปกรณ์เฉพาะอย่างชัดเจน เพื่อลดอุปสรรคต่อการจัดงาน และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้เกี่ยวข้องจากต่างประเทศ ส่งผลโดยตรงต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทยในฐานะเจ้าภาพจัดการแข่งขันระดับโลกอย่างมีมาตรฐาน สามารถอธิบายได้ว่า การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานเกี่ยวกับต่างประเทศ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายภาษีการเดินทางและการขนส่ง ทั้งเชิงกฎหมายและนโยบายแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการรองรับการจัดงานอย่างมีมาตรฐาน เอื้อประโยชน์ต่อผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานให้สะดวกมากยิ่งขึ้น ในมุมมองของสถานที่จัดงานหรือสนามแข่งขัน หน่วยงานภาครัฐควรผลักดันและมอบหมายให้หน่วยงานในพื้นที่เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ ทั้งในบริบทการใช้ประโยชน์จากพื้นที่สาธารณะ มาตรฐานความสะอาดของแต่ละโรงแรม หรือแม้กระทั่งความปลอดภัยของการเดินทางด้วยระบบขนส่ง การควบคุมปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานในพื้นที่โดยรอบ รวมถึงข้อบังคับระดับเสียงและปริมาณของมลพิษจากควันรถ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ระชานนท์ ทวีผล (2563) อธิบายองค์ประกอบของการจัดอีเวนต์ในด้านความปลอดภัยระหว่างจัดการแข่งขัน คำนึงถึงเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย รถพยาบาล เจ้าหน้าที่ลาดตระเวน เพื่อส่งเสริมความปลอดภัยของนักแข่งขันและผู้เข้าร่วมงานเป็นสำคัญ รวมทั้งการจัดทำมาตรการรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน และการประสานงานเพื่อรายงานข้อมูลสำคัญแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องผ่านกระบวนการที่นาเชื่อถือ แบ่งขอบเขตการทำงานอย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนและทับซ้อนในภาระหน้าที่ ตลอดจนการเตรียมแผนสำรองเพื่อรองรับเหตุการณ์ไม่คาดคิด และการฝึกซ้อมของบุคลากรให้พร้อมรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้าอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Belgaid (2024) พบว่า กฎระเบียบของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติมีบทบาทสำคัญในการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของการแข่งขัน Formula One ทั้งเชิงวิศวกรรมยานยนต์ ระบบตรวจสอบความปลอดภัย และแผนรับมือเหตุฉุกเฉิน การปรับปรุงกฎในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา ส่งผลให้ระดับความรุนแรงของอุบัติเหตุลดลง รวมถึงการจัดการสนามแข่งขัน เช่น การตรวจสอบรถ การบริหารเจ้าหน้าที่ควบคุม (Marshalling) และการควบคุมฝูงชน (Crowd Management) ทั้งหมดล้วนมีความจำเป็นในการจัดการแข่งขันอย่างมีมาตรฐานและปลอดภัยสูงสุด ในบริบทของประเทศไทยสามารถออกแบบนโยบายและกวางระบบความปลอดภัยอย่างครบวงจร เพื่อส่งเสริมให้เกิดความไว้วางใจในฐานะเจ้าภาพของงานอีเวนต์ระดับโลก

2.7 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านสถานที่จัดงาน ผลการศึกษาพบว่า ท่าเลที่ตั้งในเชิงยุทธศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ จำเป็นต้องเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ระบบขนส่งมวลชนที่ทันสมัย สนามบินนานาชาติ

ถนนสายหลัก เพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก อีกทั้งการเพิ่มมูลค่าและกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ รวมถึงควรตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจหรือแหล่งท่องเที่ยวหลัก พร้อมการใช้ทั้งมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบเส้นทางการแข่งขัน การจัดตั้งทีมงานและอุปกรณ์ศูนย์การแพทย์ฉุกเฉินที่ได้รับมาตรฐาน เทคโนโลยีตรวจสอบสนามแข่งขันและผลลัพธ์ของการแข่งขัน เป็นต้น นอกจากนี้ การออกแบบสนามแข่งขันดังกล่าวควรคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยในระยะยาว เพื่อให้การลงทุนเกิดความคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้ เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกในด้านอุตสาหกรรมแรงงาน การพัฒนาทักษะของบุคลากรในประเทศ อาทิ การสร้างศูนย์นวัตกรรมยานยนต์ในเชิงพาณิชย์ เพื่อนำไปสู่การเป็นสถานที่จัดงานระดับนานาชาติ พร้อมกับข้อควรพิจารณาเลือกสถานที่จัดงานจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบแวดล้อมหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในพื้นที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบเพียงพอและมีมาตรฐาน ตลอดจนการเตรียมความพร้อมภายในสนาม ตั้งแต่การเตรียมพื้นผิวสนาม และคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงาน ตลอดจนการออกแบบระดับความยากหรือง่ายของรูปแบบสนามแข่งขัน อย่างไรก็ตาม สถานที่จัดงานหรือสนามแข่งขันของการแข่งขัน Formula One มี 2 ประเภทหลัก คือ (1) สนามที่ใช้ถนนสาธารณะในการแข่งขัน (Street Circuit) ควรให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกแก่ชุมชนในพื้นที่ ไม่สร้างความเดือดร้อนและรบกวนวิถีชีวิตจนเกินไป จัดทำนโยบายเพื่อลดผลกระทบ อาศัยความร่วมมือจากการจัดทำประชาพิจารณ์ เพื่อชี้แจงประโยชน์และสร้างความร่วมมือ รวมถึงเอื้อต่อการจัดหาทรัพยากรเพื่อจัดการแข่งขัน (2) สนามประเภทสร้างขึ้นใหม่ ควรพิจารณาถึงผลลัพธ์ในระยะยาว ทั้งเชิงประโยชน์และเชิงพาณิชย์ เนื่องจากการลงทุนด้วยมูลค่ามากจากหลายนักลงทุน จึงต้องนำเสนอถึงการสร้างประโยชน์และสร้างโอกาสจากสนามแข่งขัน ทั้งการเพิ่มรายได้และภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิไลวรรณ พูลสวาท และคณะ (2563) กล่าวถึงการเลือกสถานที่จัดงานในแต่ละจุดหมายปลายทาง การรองรับผู้เข้าร่วมงานพิจารณาถึงโรงแรมที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน การเข้าถึงง่าย ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ ภาพลักษณ์ของพื้นที่ รวมถึงความโดดเด่นทางวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งเชิงนโยบายและการจัดสรรงบประมาณ เพื่อสนับสนุนพื้นที่รอบสนามแข่งขันอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์สถานที่จัดงานให้เกิดการรับรู้และเป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Theodoraki (2022) พบว่า การเลือกสถานที่จัดงานขนาดใหญ่ เช่น Formula One จำเป็นต้องมีการวางแผนในเชิงยุทธศาสตร์โดยผสมระหว่างตำแหน่งที่ตั้ง ระบบขนส่งสาธารณะ และโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะการเข้าถึงสนามบิน

ถนนหลัก และแหล่งท่องเที่ยว โดยการออกแบบสถานที่ต้องคำนึงถึงความยั่งยืน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเฉพาะในบริบทของเมืองอัจฉริยะ (Smart City) และเขตเศรษฐกิจ การจัดทำมาตรฐานความปลอดภัยระดับนานาชาติ ระบบแพทย์ฉุกเฉิน และเทคโนโลยีตรวจสอบ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนและผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ ทั้งในด้านประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณูปโภค รวมถึงระบบจัดการหลังการใช้งาน เพื่อให้การลงทุนเกิดความคุ้มค่าในระยะยาว

2.8 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านคุณภาพบริการ ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพและความพร้อมในด้านการส่งมอบบริการอย่างมีคุณภาพและมีความโดดเด่นด้านการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการเข้าพักในโรงแรมทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ผ่านการประสานงานร่วมกับอุตสาหกรรมบริการ เพื่อเตรียมรองรับและออกแบบประสบการณ์การเดินทางให้อยู่ระดับสากล ในขณะเดียวกันจุดแข็งของประเทศอีกประการหนึ่ง คือ การบริการผู้เข้าร่วมงานระดับ VIP ยกระดับของห้องรับรอง สิทธิพิเศษต่าง ๆ การเดินทางที่พร้อมด้วยยานพาหนะหรู ตลอดจนการบริการส่วนบุคคล (Private) อีกทั้งระดับความสำเร็จของการแข่งขัน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความราบรื่นในการจัดงานเท่านั้น รวมถึงระดับความพึงพอใจและการสร้างความประทับใจที่ดีในระยะยาวอีกด้วย ร่วมกับการผสมผสานเสน่ห์ความเป็นไทย ล้วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศต่อไป สามารถอธิบายได้ว่า ประเทศไทยควรใช้โอกาสในการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันเพื่อแสดงศักยภาพการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่งมอบบริการที่เหนือความคาดหวัง มุ่งเน้นจุดเด่นของวัฒนธรรมเพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์พิเศษมากขึ้น โดยการประสานงานผ่านหน่วยงานหลักผู้มีอำนาจในการควบคุมผู้ประกอบการในแต่ละประเภท เพื่อส่งเสริมพัฒนามาตรฐานการให้บริการ อีกทั้งหารือร่วมกันในเรื่องของจำนวนผู้เข้าร่วมงาน จัดสรรปริมาณห้องพักเพียงพอ การรองรับระบบขนส่งมวลชน เพื่ออำนวยความสะดวก การบริหารทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jonah (2024) ศึกษาการยกระดับคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมบริการ การวางแผนและจัดงานอีเวนต์ การสร้างคุณภาพบริการที่ยั่งยืน เริ่มจากการวางแผนอย่างครอบคลุม ประสานงานผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับผู้เข้าร่วมงาน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมความสำเร็จของงานอีเวนต์ คือ การเข้าใจความคาดหวังของผู้เข้าร่วมงานเชิงลึก และการส่งมอบบริการเกินความคาดหวัง ทั้งความรวดเร็ว ความยืดหยุ่น ความใส่ใจในรายละเอียด และสร้างความรู้สึกลึกซึ้งเฉพาะบุคคล มุ่งเน้นการวางแผนโรงแรม ระบบขนส่ง และการดูแลผู้เข้าร่วมงานระดับสูงสุด ตลอดจนการประสานงานกับ

ผู้ประกอบการในภาคบริการ เพื่อสร้างประสบการณ์แตกต่างและน่าจดจำ พร้อมทั้งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย เช่น ความมีน้ำใจและไมตรีจิต ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและยกระดับมาตรฐานการเป็นเจ้าภาพอีเวนต์ระดับโลกอย่างยั่งยืน ยิ่งไปกว่านั้น ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bello & Bola (2023) กล่าวถึงคุณภาพบริการในงานอีเวนต์ของโรงแรมในประเทศไนจีเรีย พบว่าองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน ได้แก่ ความเอาใจใส่ การสร้างความเชื่อมั่น และความรวดเร็วในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน ทั้งหมดล้วนเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์โดยตรงของผู้เข้าร่วมงานมีอิทธิพลมากกว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือความน่าเชื่อถือของกระบวนการ หากผู้จัดงานสร้างประสบการณ์ ความมั่นใจ และความคล่องตัวในการให้บริการ ส่งผลโดยตรงต่อระดับความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเข้าร่วมงานในอนาคต

2.9 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านเทคโนโลยี ผลการศึกษาพบว่า ในบริบทของการจัดการแข่งขัน Formula One จำเป็นต้องอาศัยแพลตฟอร์มเพื่ออำนวยความสะดวกอย่างครอบคลุม ตั้งแต่ระบบจำหน่ายบัตรเข้าชมออนไลน์ ระบบจัดการผู้เข้าร่วมงาน การจัดทำแอปพลิเคชันเฉพาะงาน การรายงานผลการแข่งขันแบบเรียลไทม์ แผนที่นำทางแบบอัจฉริยะ ระบบแจ้งเตือนเหตุการณ์สำคัญ นอกจากนี้ความปลอดภัยสามารถใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในระหว่างการแข่งขัน การถ่ายทอดสดผ่านช่องทางออนไลน์แต่ละประเภท การประสานงานระหว่างนักแข่งขันและทีมงาน ระบบจับเวลาที่มีความแม่นยำ ระบบช่วยวิเคราะห์การแข่งขันเพื่อให้นักพากย์สะดวกยิ่งขึ้น ตลอดจนระบบการชำระเงินออนไลน์ให้กับผู้เข้าร่วมงานสามารถใช้จ่ายได้สะดวกยิ่งขึ้น เพื่อลดปัญหาด้านความแออัดและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับงาน ในด้านบุคลากรควรเรียนรู้ทักษะใหม่อยู่เสมอ นอกจากนี้ความเท่าทันเทคโนโลยีและประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องพิจารณาเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การศึกษาค้นคว้าเทคโนโลยีใหม่ ช่วยให้การจัดงานมีความทันสมัยมากขึ้น และนำมาปรับใช้ในงานอีเวนต์ให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ในขณะเดียวกันบุคลากรผู้เชี่ยวชาญควรพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อต่อยอดและประยุกต์ใช้กับการแข่งขันประเภทเดียวกันในอนาคต นอกจากนี้ ด้านยานยนต์ยังคงมีการศึกษานวัตกรรมพลังงานสะอาด และการสนับสนุนโครงการ Zero Carbon ทำให้ผู้ประกอบการในภาคส่วนการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำเป็นต้องวิจัยและพัฒนานวัตกรรมให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shields & Reavis (2020) พบว่า การแข่งขันและการแสดงความสามารถทางด้านเทคโนโลยี รวมถึงความท้าทายในการ

รักษาความปลอดภัยของรถแข่งชั้น การวิเคราะห์เชิงวิศวกรรมด้านระบบประสิทธิภาพของรถแข่งชั้น ตลอดจนกฎข้อบังคับจากสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) เพื่อปรับเปลี่ยนนวัตกรรมให้มีความปลอดภัยมากขึ้น ในขณะเดียวกันแต่ละภาคส่วนให้ความสำคัญกับนโยบายเดียวกัน ร่วมกับการลดผลกระทบจากมลภาวะทางอากาศ ส่งเสริมการพัฒนารถยนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในอนาคต นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sustacha & Baños-Pino (2023) กล่าวถึงบริบทของเทคโนโลยี เพื่อยกระดับประสบการณ์ท่องเที่ยวในแต่ละจุดหมายปลายทาง รวมทั้งการบูรณาการเทคโนโลยีในแต่ละขั้นตอน จำเป็นต้องมีการวางแผนแนวทางการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นระบบข้อมูลแบบเรียลไทม์ การใช้โปรแกรมประยุกต์หรือแอปพลิเคชันบนมือถือ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงาน การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน รวมทั้งการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน อีกทั้งการใช้เทคโนโลยีช่วยสร้างความปลอดภัยและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการทรัพยากร และส่งเสริมความยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างประสบการณ์ที่ตอบโจทย์ผู้เข้าร่วมงานในยุคดิจิทัลได้อย่างครบถ้วน

2.10 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านภาพลักษณ์ที่ดี ผลการศึกษาพบว่า ประเทศที่รับจัดเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันต้องมีความน่าเชื่อถือในสายตาประชากรโลก ทั้งในมุมมองของนักลงทุนต่างชาติ ผู้สนับสนุนงาน และผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ จำเป็นต้องแสดงศักยภาพในการบริหาร สร้างความมั่นใจในเรื่องเสถียรภาพทางการเมือง ความมั่นคง และความปลอดภัย พร้อมทั้งนำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นไทย การแสดงออกถึงความเป็นมิตร ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี การนำเสนอความหลากหลายทางวัฒนธรรมร่วมกับการผสมผสานให้เข้ากับการแข่งขันประเภทยานยนต์ระดับโลก การจัดการแข่งขัน Formula One จึงเป็นโอกาสสำคัญในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศให้ทันสมัยมากขึ้น อีกทั้งการต่อยอดจากการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในรูปแบบเดิม เพื่อนำไปสู่การเติบโตของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อาทิ การศึกษา การท่องเที่ยว การลงทุน การบริการ และนวัตกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและโอกาสที่ดีในการสร้างธุรกิจใหม่ให้กับผู้ประกอบการของประเทศไทย เพื่อก้าวสู่การเป็นเจ้าภาพการแข่งขันที่น่าจดจำและนำไปสู่จุดหมายปลายทางสำคัญสำหรับการลงทุนและการท่องเที่ยว สามารถอธิบายได้ว่า ในมุมมองของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์การจัดการแข่งขัน Formula One มีความเชื่อมั่นในศักยภาพของประเทศไทย เนื่องจากมีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นทุนเดิมในด้านการจัดงานอีเวนต์เล็งเห็นถึงความพร้อมจากหลายองค์ประกอบในการเป็นเจ้าภาพการแข่งขัน Formula One ในขณะเดียวกันประเทศไทยควรเตรียม

รับโอกาสสำคัญนี้ เพื่อเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์และยกระดับความเจริญรุ่งเรืองของประเทศให้ทั่วโลก โดยเฉพาะความหลากหลายทางวัฒนธรรมจากการควบรวมหลายเชื้อชาติในประเทศไทย ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันอย่างลงตัว อีกทั้งความสมเหตุสมผลด้านราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตวัฒน์ ศิริรัตน์ (2566) กล่าวถึงการเป็นเจ้าภาพโอลิมปิกในลักษณะใกล้เคียงกับการเป็นเจ้าภาพการแข่งขัน Formula One นำเสนอความพยายามในการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของประเทศให้มีความพร้อม ตั้งแต่ระบบโครงสร้างพื้นฐานไปจนถึงความตระหนักรู้เรื่องการนำเสนอความแตกต่างทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังการสร้างอำนาจทางการเมืองและฟื้นฟูความเป็นมหาอำนาจของประเทศเช่นกัน ดังนั้น การเป็นเจ้าภาพการแข่งขันระดับโลก เป็นความท้าทายสำคัญของประเทศที่กำลังพัฒนา เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ประชาคมโลกเล็งเห็นถึงความสามารถในการก้าวทันต่อความเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคดิจิทัล นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nicolescu & Barbu (2024) อธิบายผลกระทบของอีเวนต์ขนาดใหญ่ (Mega Event) ต่อภาพลักษณ์ของประเทศผ่านการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์อย่างครอบคลุม พบว่า การจัดงานอีเวนต์ขนาดใหญ่แต่ละประเภท เช่น กีฬา การประชุม หรือเทศกาลระดับโลก มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตระหนักรู้ของประเทศในระดับสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งความทันสมัย ความมั่นคง และความน่าเชื่อถือของประเทศเจ้าภาพ อีกทั้งเป็นเครื่องมือทางยุทธศาสตร์เปลี่ยนแปลงหรือเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศให้ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ทั้งเชิงท่องเที่ยว การลงทุน และวัฒนธรรม สำหรับประเทศไทย การจัดการแข่งขัน Formula One จึงไม่ใช่เพียงกิจกรรมด้านกีฬา แต่ยังเป็นการวางตำแหน่งประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางระดับโลกอย่างยั่งยืน

2.11 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านพัฒนาบุคลากร ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรเป็นองค์ประกอบหลักในการส่งเสริมความสำเร็จของการจัดงาน การดูแลให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของบุคลากรจึงเป็นอีกหนึ่งข้อควรตระหนักรู้ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ พัฒนาทักษะเฉพาะทางในระยะยาว การรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้า ตลอดจนความพร้อมของชุมชนในท้องถิ่นต้องมีการยกระดับความเชี่ยวชาญ เพื่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจในการสร้างรายได้เพิ่ม และก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาอาชีพ ในบริบทของการแข่งขันต้องอาศัยความรู้ของเจ้าหน้าที่ อาทิ ภาคสนามจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมจำลองสถานการณ์จริง รับรองการปฏิบัติงานด้วยคุณวุฒิจากสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ รวมถึงทักษะด้านภาษาต่างประเทศ

เพื่อการสื่อสารอย่างถูกต้องและเกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ทักษะเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ต้องผ่านการอบรมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและทักษะการแพทย์เชิงลึก พร้อมทั้งการฝึกซ้อมเคลื่อนย้ายผู้ป่วยเพื่อนำส่งไปยังศูนย์การแพทย์ได้ทันเวลา สามารถอธิบายได้ว่า การฝึกอบรมทักษะของบุคลากรสามารถดำเนินการควบคู่กับการเตรียมสนามแข่งขันหรือการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งนี้ยังสามารถศึกษาแนวทางจากประเทศเจ้าภาพอื่นที่เคยจัดการแข่งขัน Formula One เพื่อเป็นกรณีศึกษาในการวางแผนเตรียมความพร้อมของบุคลากร อาทิ กรรมการ ทีมดูแลความปลอดภัย ทีมควบคุมเส้นทางเข้า-ออกระหว่างสนามแข่งและจุดซ่อมรถ (Pit Lane) ทีมโบกธง ทีมจับเวลา ทีมขับ Safety Car รวมถึงมุ่งเน้นทักษะการสื่อสารและการจัดการอุบัติเหตุในสนามแข่งขัน ยิ่งไปกว่านั้น การทำความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย (Marshals) เกี่ยวกับระบบสัญญาณและขั้นตอนการทำงานอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ชุมชนในพื้นที่ต้องมีส่วนร่วมในค่ายในพื้นที่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ในระยะยาวควรจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน เพื่อเป็นรากฐานให้กับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศ พร้อมทั้งสนับสนุนให้มีการศึกษาดูงานจากสถานที่แข่งขันจริง เพื่อเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง อย่างไรก็ตาม ทักษะอื่นที่จำเป็นควรรวมถึงความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ และการเข้าใจบริบทของพื้นที่ท้องถิ่นโดยรอบ ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดงานอีเวนต์ระดับโลกให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อีทัต พัททักซ์พงศ์พันธุ์ (2564) พบว่า การแข่งขัน Formula One เป็นงานอีเวนต์ระดับโลกที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการสื่อสารและเป็นทักษะสำคัญอันดับแรก ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาคู่มือการปฏิบัติงาน การประสานงาน การสื่อสารในสถานการณ์ฉุกเฉินด้วยความเข้าใจที่แม่นยำและรวดเร็ว หน่วยงานภาครัฐจึงควรออกแบบหลักสูตรร่วมกับภาคอุตสาหกรรม ส่งเสริมให้เกิดศูนย์ฝึกอบรมทักษะทางภาษาตามมาตรฐานสากล และสนับสนุนการเข้าร่วมการศึกษาดูงานในต่างประเทศ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้กลับมาสู่ประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรมและผลักดันการเป็นเจ้าภาพในระดับโลกได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม บุคลากรของประเทศไทยยังขาดความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในระดับปฏิบัติงานจริง ส่งผลให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการสื่อสาร และลดทอนประสิทธิภาพของการจัดงาน อาจกลายเป็นจุดอ่อนสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยยังไม่สามารถยกระดับสู่การเป็นเจ้าภาพการแข่งขัน Formula One ได้อย่างสมบูรณ์ในอนาคตนอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Teixeira et al. (2023) ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของบุคลากรและอาสาสมัครในการจัดงานกีฬาและอีเวนต์ขนาดใหญ่ บุคลากรเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงแรงงานในการดำเนินงานอีเวนต์เท่านั้น แต่ยังเป็นกลุ่มที่ได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะวิชาชีพ และความมั่นใจในการทำงาน ผ่าน

ประสบการณ์ในสถานการณ์จริง เช่น การดูแลนักแข่งขัน การประสานงานกับสื่อมวลชน และการแก้ไขปัญหาเหตุการณ์เฉพาะหน้า มีการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบจำลองเหตุการณ์ เพื่อให้บุคลากรสามารถรับมือกับเหตุการณ์ได้อย่างมีคุณภาพ รวมถึงการพัฒนาทักษะการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และการใช้ภาษาต่างประเทศในระดับที่สามารถสื่อสารได้อย่างถูกต้องและชัดเจน สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี Human Capital Theory ของ Gary Becker (1993) นิยามว่า บุคลากรคือทรัพยากรที่มีมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ หากได้รับการลงทุนด้านการศึกษา การฝึกอบรม และพัฒนาทักษะอย่างเหมาะสม อาจส่งผลให้เกิดผลตอบแทนทั้งต่อบุคคลและต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม การจัดงาน อีเวนต์ระดับนานาชาติ จำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีความสามารถรอบด้าน ไม่เพียงแต่ความรู้เชิงเทคนิคเท่านั้น รวมถึงทักษะภาษาต่างประเทศ และความเข้าใจในบริบทวัฒนธรรมสากล ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์อย่างเป็นระบบและยั่งยืน เพื่อให้บุคลากรในประเทศมีศักยภาพความพร้อมในการรองรับงานมาตรฐานสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.12 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านกระบวนการทำงาน ผลการศึกษาพบว่า การบริหารขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบและมีวิสัยทัศน์ในระยะยาว ช่วยสร้างความสำเร็จในการแข่งขันและก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนต่อประเทศ เริ่มต้นจากการออกแบบสนามแข่งที่ได้มาตรฐานสากลจากความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ ด้วยการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมและคำนึงถึงการใช้งานในอนาคต รวมถึงการต่อยอดเชิงประสบการณ์จากการจัด การแข่งขัน MotoGP ช่วยลดการเรียนรู้ใหม่และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน อีกทั้งการสร้างระบบความรู้จากการจัดงานผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึก การออกแบบกระบวนการทำงานเพื่อนำไปปรับใช้ได้ในอนาคต และสร้างโอกาสในการพัฒนาประเทศอย่างรอบด้าน ทั้งการยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน ส่งเสริมการท่องเที่ยว และสร้างเครือข่ายความร่วมมือระดับนานาชาติ เพื่อให้ก้าวเข้าสู่การเป็นเจ้าภาพการแข่งขันที่ประสบความสำเร็จ และได้รับประโยชน์อย่างยั่งยืนในระยะยาว สามารถอธิบายได้ว่ากระบวนการทำงานเพื่อสนับสนุนการจัดการแข่งขันควรมีความเป็นมืออาชีพและต่อเนื่อง โดยเฉพาะการจัดตั้งองค์กรรับผิดชอบโดยตรง เพื่อดูแลการดำเนินงานในทุกขั้นตอนของการแข่งขัน องค์กรดังกล่าวควรเกิดจากการบูรณาการระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้ว่าราชการจังหวัด หน่วยงานศุลกากร และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นเป้าหมายเพื่อลดความซ้ำซ้อน และเพิ่มความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมงานล่วงหน้า การขนส่งทีมงานและอุปกรณ์จาก

ต่างประเทศ การจัดตารางกิจกรรมในสนาม ตลอดจนการจัดบริการรองรับผู้เข้าร่วมงานทั้งในประเทศ และต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีประสบการณ์และความสำเร็จในการจัดอีเวนต์ระดับนานาชาติ สามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การมีระบบงานที่รัดกุมจะช่วยลดความล่าช้า ลดต้นทุนแฝง และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยในฐานะเจ้าภาพการแข่งขันระดับโลก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภพร สุวรรณภักดี และคณะ (2563) กล่าวถึง หลักการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพควรเริ่มจากการประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในกระบวนการจัดงาน รวมถึงการจัดการสถานที่จัดงาน เพื่อรองรับกิจกรรมแต่ละประเภทได้อย่างเหมาะสม และการออกแบบกิจกรรมภายในงานอย่างสร้างสรรค์ นอกจากนี้ การกำหนดแผนดำเนินงานอย่างชัดเจน ตั้งแต่การแบ่งหน้าที่ในแต่ละภาคส่วน ตลอดจนการระบุรายละเอียดของผู้รับผิดชอบในแต่ละหน้าที่ ควรมีผู้รับผิดชอบหลักผู้ทำหน้าที่เป็นหัวหน้าทีมหรือผู้กำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างไรก็ตาม การวางแผนและเตรียมความพร้อมอย่างรัดกุมยังคงมีความสำคัญไม่น้อยกว่าการเตรียมพร้อม เนื่องจากการฝึกซ้อมเป็นการช่วยให้ทีมงานสามารถจำลองสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ และช่วยพัฒนาทักษะการรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Puska (2020) พบว่า ความสำเร็จของอีเวนต์ระดับนานาชาติ ขึ้นอยู่กับการจัดโครงสร้างการดำเนินงานที่ชัดเจน การบริหารแบบบูรณาการ และกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละภาคส่วน โดยเฉพาะในการจัดงานอีเวนต์ขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก และความเสี่ยงด้านความปลอดภัย เช่น งานกีฬา หรือเทศกาลวัฒนธรรม ดังนั้น การจัดตั้งองค์กรรับผิดชอบเฉพาะด้านเพื่อดูแลกระบวนการทำงานในแต่ละขั้นตอน จึงเป็นแนวทางสำคัญช่วยให้เกิดความสอดคล้องในการดำเนินงาน ลดข้อผิดพลาดซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดงานสูงสุด รวมทั้งการวางแผนล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับระบบการสื่อสารภายในองค์กรที่ชัดเจน เพื่อให้ทุกฝ่ายเข้าใจบทบาทหน้าที่ และสามารถตัดสินใจในสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ทันเวลา

2.13 การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ด้านบริหารการเงิน ผลการศึกษาพบว่า การระดมทุนผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน พร้อมทั้งจัดทำแผนการเงินระยะยาว เพื่อให้เกิดความมั่นคงทางการเงิน ในขณะเดียวกันรายได้ควรมีการออกแบบแหล่งรายได้ให้หลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นจากการขายบัตร สิทธิประโยชน์สำหรับผู้สนับสนุนหลัก และรายได้จากกิจกรรมเสริมและสินค้าที่ระลึกภายในงาน

ในมุมมองของการบริหารต้นทุน ควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระยะยาว จากการพัฒนาสนามแข่งให้เป็นศูนย์กลางกิจกรรมที่ใช้งานได้หลากหลาย สร้างระบบนิเวศทางธุรกิจรอบสนามแข่ง และส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการจ้างงานและการจัดซื้อในพื้นที่ เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ยั่งยืนของประเทศ ทั้งในด้านการท่องเที่ยว การจ้างงาน และการพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง อีกทั้งยกระดับศักยภาพของประเทศไทยอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะการบริหารการเงินมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของการจัดการแข่งขัน ในเรื่องของการจัดการกับอัตราค่าลิขสิทธิ์และความเต็มใจจ่ายของทั้งผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงการลงทุนของกลุ่มนักลงทุน และหน่วยงานภาครัฐ ในการพิจารณาถึงผลตอบแทนระยะยาว นอกจากนี้ การแข่งขัน Formula One ไม่เพียงแต่ส่งผลต่อรายได้ทางตรงจากการจัดงานเท่านั้น แต่ยังมีผลต่อรายได้ทางอ้อม อาทิ การขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และความบันเทิงในพื้นที่ใกล้เคียง ตลอดจนการเดินทางต่อเนื่องไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ของประเทศ อย่างไรก็ตาม การบริหารทรัพยากรทางการเงินและการสนับสนุนด้านงบประมาณจากกองทุนกีฬาแห่งชาติ ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มโอกาสการจัดการแข่งขัน ดังนั้น การลงทุนดังกล่าวควรพิจารณาถึงความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้ประเทศไทยได้รับผลประโยชน์ที่ยั่งยืนจากการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันระดับนานาชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มัทธนา ใจปทุม (2562) อธิบายว่า ประเทศไทยยังเผชิญกับข้อจำกัดในการบริหารการเงินสำหรับการจัดงานอีเวนต์ขนาดใหญ่ ทั้งในด้านการวางแผนงบประมาณที่ยังขาดความต่อเนื่อง การระดมทุนจากภาคเอกชนที่ยังไม่แพร่หลาย และการขาดแผนกลยุทธ์ทางการเงินเพื่อรองรับการลงทุนในระยะยาว ทำให้การจัดงานต้องพึ่งพางบประมาณจากภาครัฐเป็นหลัก จึงไม่สามารถรับประกันความยั่งยืนของการดำเนินงานได้ อีกทั้งยังขาดระบบติดตามและประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น การบริหารการเงินยังเป็นจุดอ่อนที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะความสามารถในการดึงดูดนักลงทุน สร้างรายได้ทางอ้อมอย่างต่อเนื่อง และยังสามารถลดภาระงบประมาณของภาครัฐ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gümüşdağ (2024) ในประเด็นด้านเศรษฐศาสตร์กีฬา และการบริหารการเงินในงานอีเวนต์กีฬาเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จและความยั่งยืนของการจัดงานในระดับนานาชาติ ร่วมกับการวางแผนงบประมาณในระยะยาวที่ครอบคลุมและรอบคอบ ช่วยรับมือกับความเสี่ยงทางการเงิน สามารถออกแบบระบบรายได้จากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นระบบการชำระเงินออนไลน์ การเก็บข้อมูลลูกค้า และการวิเคราะห์ต้นทุน เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และเพิ่มความแม่นยำในการวางแผน เพื่อให้การเงินของการจัดงานมีความมั่นคงและลดการ

พึงพางบประมาณจากภาครัฐ อีกทั้งควรมีการออกแบบสนามแข่งขันและพื้นที่โดยรอบให้สามารถใช้ประโยชน์ในระยะยาว เพื่อเป็นศูนย์กลางกิจกรรมในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น ผ่านการจ้างงาน และการสนับสนุนธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย ควบคู่กับระบบประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการจัดงานอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสทางการเงิน และสร้างความร่วมมือจากนักลงทุน สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการบริหารการเงินองค์กร (Corporate Financial Management) ของ Ross et al. (2019) นิยามว่าการบริหารเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจหรือโครงการต่าง ๆ บรรลุเป้าหมายระยะยาว โดยเฉพาะการจัดสรรทรัพยากรและการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสม ทั้งนี้ การสร้างแหล่งรายได้ที่หลากหลายและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น นอกจากนี้ การบริหารการเงินต้องคำนึงถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่นอย่างแท้จริง การวางแผนระยะยาว และกลยุทธ์ทางการเงินที่ครอบคลุม เพื่อรองรับความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสในการระดมทุนจากภาคเอกชน ตลอดจนสร้างความโปร่งใสและความไว้วางใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษาแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย พบว่า มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทางผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางการส่งเสริมในแต่ละด้าน ดังนี้

1.1.1 ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยควรผลักดันกลไกความร่วมมือความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน จัดตั้งหน่วยงานหลักเพื่อเป็นผู้ประสานงานและขับเคลื่อนนโยบายอย่างต่อเนื่อง ควรดำเนินการผ่านการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อบริหารพื้นที่ใช้สอยร่วมกัน ในขณะเดียวกันควรจัดทำประชาพิจารณ์ การสื่อสารสองทาง และการเจรจาต่อรองเชิงสร้างสรรค์ เพื่อลดแรงต่อต้านจากชุมชน ตลอดจนเสริมกลไกให้ประชาชนได้ประโยชน์จากกิจกรรม เช่น พื้นที่ค้าขาย หรือส่วนแบ่งรายได้ เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมอย่างแท้จริง

1.1.2 ด้านศักยภาพของเมือง ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพพื้นฐานในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบขนส่งมวลชน และความพร้อมของเมืองท่องเที่ยวหลายแห่ง

สามารถต่อยอดสู่การเป็นเจ้าภาพการแข่งขัน Formula One ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ควรมีการวางแผนเชิงพื้นที่ระยะยาว โดยผลักดันให้เกิด “แผนแม่บทเมืองอีเวนต์” (Event-Oriented Urban Master Plan) เพื่อบูรณาการระบบคมนาคม สนามแข่งขัน ที่พัก และพื้นที่กิจกรรมต่าง ๆ ให้เกิดความสอดคล้องซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการรองรับผู้เข้าร่วมงานระดับนานาชาติ ทั้งในด้านสนามบิน โรงแรม ระบบจราจร และการแพทย์ฉุกเฉิน เพื่อเพิ่มความมั่นคงและน่าเชื่อถือในการจัดงาน

1.1.3 ด้านการตลาด ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดของการจัดการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยควรมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ระดับโลกควบคู่กับการส่งเสริมอัตลักษณ์ของไทย โดยใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารจุดแข็งของประเทศ ทั้งในด้านสถานที่จัดงาน อาหาร วัฒนธรรม และความเป็นมิตรของคนไทย ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกับกลุ่มธุรกิจบริการ อาทิ เทศกาลอาหาร การแสดงศิลปวัฒนธรรม และนิทรรศการนวัตกรรมยานยนต์ รวมถึงการนวดแผนไทย การแสดงมวยไทย ระบบการขนส่งด้วยรถตุ๊กตุ๊ก เพื่อสร้างความน่าสนใจและเพิ่มระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ควรบูรณาการการตลาดร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อสร้างประสบการณ์แบบครบวงจรที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ

1.1.4 ด้านการออกแบบประสบการณ์ ผลการศึกษาพบว่า การจัดการแข่งขัน Formula One ควรออกแบบประสบการณ์ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย มุ่งเน้นสร้างความประทับใจให้น่าจดจำ การสร้างบรรยากาศงานในลักษณะความบันเทิง อาทิ การจำลองสนามแข่ง การจัดโซนกิจกรรมสำหรับเด็ก (Kids Zone) และครอบครัว รวมถึงการจัดแสดงวัฒนธรรมไทยและผสมผสานความหลากหลายทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ การออกแบบพื้นที่ภายในงาน อาทิ พื้นที่รับชมการแข่งขัน จุดบริการอาหาร และจุดถ่ายภาพ ควรเน้นความสะดวกและความปลอดภัย ตลอดจนการจัดกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม อาทิ ห้อง VIP Lounge หรือการพบปะนักแข่ง (Meet & Greet) สำหรับกลุ่มผู้ร่วมงานที่มีกำลังซื้อสูง เพื่อส่งเสริมความภักดีต่อแบรนด์และกระตุ้นการกลับมาเข้าร่วมงานอีกครั้งในอนาคต

1.1.5 ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานจัดการแข่งขัน Formula One จำเป็นต้องอยู่ภายใต้ข้อกำหนดและกฎระเบียบข้อกำหนดด้านความปลอดภัยระดับสากลอย่างเคร่งครัดตามมาตรฐานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) ครอบคลุมตั้งแต่โครงสร้างสนามแข่งขัน อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย ไปจนถึงการจัดการฝูงชน

และการแพทย์ฉุกเฉิน ควรประสานงานกับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กรมศุลกากร และการกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อจัดตั้งระบบอนุมัติการนำเข้าอุปกรณ์ การจัดตั้งเขตปลอดภาษี (Free Zone) และบริการด้านศุลกากรแบบเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service) เพื่อรองรับเครื่องมืออุปกรณ์มูลค่าสูง นอกจากนี้ ควรกำหนดมาตรการรับมือเหตุฉุกเฉินอย่างชัดเจน และมีการฝึกซ้อมล่วงหน้ากับเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยดีอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

1.1.6 ด้านสถานที่จัดงาน ผลการศึกษาพบว่า สถานที่จัดการแข่งขัน Formula One ควรพิจารณาจากองค์ประกอบทั้งด้านกายภาพ ความปลอดภัย การเข้าถึง และศักยภาพในการใช้ประโยชน์ระยะยาว ควรเลือกทำเลที่ตั้งให้สามารถผสมผสานการแข่งขันกับกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ เมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง หรือสามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางการเดินทางได้ ควรใช้แนวทางการก่อสร้างสนามแข่งขันให้ใช้งานได้หลายประเภท เพื่อให้พื้นที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้อย่างหลากหลาย อาทิ ศูนย์แสดงสินค้า ศูนย์เรียนรู้ด้านยานยนต์ หรือสวนสาธารณะ รวมถึงต้องพิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดกับชุมชนท้องถิ่น และออกแบบแนวทางป้องกันและบรรเทาผลกระทบอย่างรอบด้าน

1.1.7 ด้านคุณภาพบริการ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและภาพลักษณ์ของประเทศเจ้าภาพ ควรจัดทำมาตรฐานการบริการในระดับเดียวกับงานระดับนานาชาติ อาทิ การวางระบบการจองห้องพักแบบล่วงหน้า การจัดตั้งระบบขนส่งพิเศษเฉพาะกิจ และการฝึกอบรมบุคลากรด้านการบริการให้มีความเป็นมืออาชีพ ทั้งนี้ ควรบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน อาทิ สมาคมโรงแรม สมาคมรถโดยสาร และหน่วยงานท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมล่วงหน้า และควรมีการประเมินความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องผ่านระบบออนไลน์หรือแอปพลิเคชัน เพื่อปรับปรุงบริการแบบเรียลไทม์

1.1.8 ด้านเทคโนโลยี ผลการศึกษาพบว่า การบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับการจัดการแข่งขัน Formula One ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานและยกระดับประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงาน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชัน F1 Thailand สำหรับรวบรวมข้อมูลการแข่งขัน การซื้อตั๋วแบบดิจิทัล การนำทางด้วยแผนที่แบบ AR และการรับชมการถ่ายทอดสดแบบเรียลไทม์ ควรใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการรักษาความปลอดภัย อาทิ ระบบกล้องอัจฉริยะ (Smart Surveillance) การจดจำใบหน้า และระบบควบคุมฝูงชนอัตโนมัติ นอกจากนี้ยังสามารถใช้โอกาสนี้ผลักดันให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีจากบุคลากรของไทย อาทิ การพัฒนาอุปกรณ์ตรวจจับเวลาในสนามแข่งขัน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจและยกระดับอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในประเทศ

1.1.9 ด้านภาพลักษณ์ที่ดี ผลการศึกษาพบว่า การแข่งขัน Formula One มีอิทธิพลสูงต่อการสร้างภาพลักษณ์ระดับโลก การนำเสนอประเทศไทยในฐานะประเทศเจ้าภาพควรเน้นความทันสมัยควบคู่กับความเป็นไทย โดยใช้แนวทาง “Soft Power Integration” อาทิ การใช้ศิลปินไทยในพิธีเปิดหรือกิจกรรมประกอบการแข่งขัน รวมถึงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้สะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะตัวของประเทศ อาทิ สีเส้นของตลาดน้ำ วัดไทย หรืออาหารไทย ทั้งนี้ ควรวางยุทธศาสตร์การสื่อสารเชิงรุก ผ่านโครงการรณรงค์ที่น่าสนใจ เพื่อเชื่อมโยงความเร็วของรถแข่ง Formula One กับความเป็นไทย และควรใช้สื่อระดับนานาชาติในการเผยแพร่ เพื่อให้ภาพลักษณ์ของไทยเป็นที่จดจำในระดับโลก

1.1.10 ด้านกระบวนการทำงาน ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ควรวางโครงสร้างการทำงานแบบบูรณาการภายใต้ระบบ "Project-Based Governance" จัดตั้งคณะกรรมการกลางที่มีอำนาจในการบริหารและประสานงานในทุกระดับ พร้อมกำหนดแผนดำเนินการระยะสั้น กลาง และยาว อย่างชัดเจน พร้อมตัวชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicator: KPI) ในแต่ละขั้นตอน ร่วมกับการใช้ระบบติดตามความคืบหน้าแบบเรียลไทม์ เพื่อให้ทุกฝ่ายสามารถตรวจสอบสถานะและปรับเปลี่ยนแผนได้อย่างทันทั่วถึง นอกจากนี้ ควรออกแบบกระบวนการสื่อสารภายในระหว่างหน่วยงานให้มีความคล่องตัว และส่งเสริมความยืดหยุ่นในการตัดสินใจ เพื่อให้สามารถรองรับสถานการณ์เฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ผลการศึกษาแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย พบว่า มีรายการไม่สอดคล้องกันระหว่างผลการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทางผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางการส่งเสริมในแต่ละด้าน จำนวน 3 ด้าน ดังนี้

1.2.1 ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยยังขาดระบบกำกับดูแลด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการจัดงานระดับนานาชาติ โดยเฉพาะในเรื่องพลังงานทดแทน การควบคุมมลพิษ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังนั้น แนวทางแก้ไขควรเน้นการจัดทำ แผนสิ่งแวดล้อมของการจัดงาน (Environmental Management Plan) อย่างชัดเจน ตั้งแต่การใช้ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ การจัดการขยะในรูปแบบ Zero Waste ตลอดไปจนถึงการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการทำงานร่วมกับกรมควบคุมมลพิษและกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ในการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ควรจัดทำระบบรายงานความยั่งยืนของงาน

(Event Sustainability Report) เพื่อสะท้อนความโปร่งใสและความมุ่งมั่นต่อการเป็นเจ้าภาพที่รับผิดชอบต่อโลกและชุมชนท้องถิ่น ในมุมมองของผู้วิจัยเห็นว่า การสร้างกรอบการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ไม่ควรจำกัดอยู่เพียงการปฏิบัติในระหว่างงานเท่านั้น การพิจารณาโอกาสในการวางแผนระยะยาวและการบูรณาการร่วมกับนโยบายของภาครัฐและภาคเอกชนในระดับท้องถิ่น และสากลอย่างจริงจัง เพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อร่วมกันและลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การจัดทำรายงานความยั่งยืนของงานเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนทั่วไป รวมถึงเป็นการแสดงเจตนารมณ์ที่ชัดเจนในการพัฒนางานอีเวนต์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

1.2.2 ด้านพัฒนาบุคลากร ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรของประเทศไทยยังขาดความสามารถด้านภาษาต่างประเทศอันเป็นอุปสรรคต่อการจัดงานระดับนานาชาติ ทั้งด้านการสื่อสารกับนักแข่งขัน ทีมงานต่างประเทศ และผู้เข้าร่วมงานจากทั่วโลก ควรส่งเสริมการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษและภาษาที่สามในกลุ่มบุคลากรภาครัฐและเอกชน ผ่านโครงการอบรมระยะสั้น อาทิ การอบรมเกี่ยวกับภาษาอังกฤษเชิงอีเวนต์ประเภทยานยนต์ (English for Motorsport Event) และสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรในภาคบริการได้รับประกาศนียบัตรรับรองด้านภาษา นอกจากนี้ ควรผลักดันให้มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรนานาชาติ อาทิ การท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ การโรงแรม เพื่อพัฒนานักศึกษารุ่นใหม่ให้มีทักษะภาษาและความเข้าใจวัฒนธรรมหลากหลาย พร้อมทั้งสร้างระบบการฝึกงานในอีเวนต์นานาชาติที่จำลองสถานการณ์จริงเพื่อเสริมทักษะภาคปฏิบัติ ในมุมมองของผู้วิจัยเห็นว่า ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศไม่ได้เป็นเพียงทักษะทางเทคนิค แต่ยังเป็นทุนทางวัฒนธรรมด้านการสื่อสาร ช่วยให้บุคลากรสามารถสื่อสารและเข้าใจความต้องการของผู้เข้าร่วมงานจากหลายประเทศ รวมทั้งการบูรณาการเข้าสู่แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ การยกระดับบุคลากรควรดำเนินการในลักษณะร่วมมือเชิงนโยบายระหว่างภาครัฐ สถาบันอุดมศึกษา และผู้จัดงานภาคเอกชน เพื่อสร้างระบบพัฒนาบุคลากรที่ต่อเนื่อง ยืดหยุ่น และตอบสนองความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมอีเวนต์ระดับโลก ทั้งนี้ การฝึกอบรมแบบจำลองสถานการณ์จริงและการฝึกงานในงานนานาชาติเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในการพัฒนาความมั่นใจและศักยภาพของคนไทยให้มีความพร้อมในระดับนานาชาติ

1.2.3 ด้านบริหารการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพด้านการบริหารการเงินของประเทศไทยในการจัดการแข่งขัน Formula One ยังขาดความสามารถในด้านการควบคุมงบประมาณและความโปร่งใส จึงควรเริ่มจากการจัดตั้ง “กองทุนร่วมเพื่อการจัดการแข่งขัน

Formula One” ร่วมด้วยคณะกรรมการจากทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรอิสระกำกับดูแลอย่าง โปร่งใส พร้อมกำหนดแนวทางการจัดซื้อจัดจ้างตาม พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐให้ ความสำคัญกับความคุ้มค่าและเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะ ควบคู่กับการวางระบบบัญชีในรูปแบบ แยกต้นทุนตามประเภทงานได้ชัดเจน นอกจากนี้ ควรผลักดันให้เกิดการตรวจสอบโดยหน่วยงานอิสระ และเปิดเผยรายงานทางการเงินต่อสาธารณะ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนัก ลงทุนจากในและต่างประเทศ ในมุมมองของผู้วิจัย การบริหารการเงินสำหรับอีเวนต์ระดับโลก อาทิ การแข่งขัน Formula One จำเป็นต้องตั้งอยู่บนหลักการของการบริหารการเงินสาธารณะ มุ่งเน้น ความโปร่งใส การมีส่วนร่วม และการตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในระดับสากล ในทางตรงกันข้าม หากไม่มีระบบที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ ย่อมทำให้สูญเสียความเชื่อมั่นจาก ภาคเอกชนและนักลงทุน ส่งผลให้ประเทศไทยไม่สามารถแข่งขันกับประเทศเจ้าภาพรายอื่น ดังนั้น การจัดตั้งกองทุนร่วมภายใต้คณะกรรมการแบบพหุภาคีมีส่วนช่วยถ่วงดุลอำนาจในการตัดสินใจ ลดการผูกขาด และเปิดพื้นที่ให้ทุกภาคส่วนสามารถตรวจสอบการใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง การเปิดเผยรายงานทางการเงินต่อสาธารณะยังเป็นแนวปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลทางการคลัง ช่วยให้การบริหารการเงินของงานมีเสถียรภาพ และพัฒนาเป็นกรณีศึกษาสำหรับอีเวนต์นานาชาติอื่น ได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.1 จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับ การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริม รูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อเป็นแบบแผนในการจัดงาน อีเวนต์กีฬาประเภทยานยนต์ในระดับนานาชาติเท่านั้น สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยที่สนใจ สามารถศึกษาในประเด็นปัญหาการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ประเภท อื่น ๆ อาทิ การแข่งขันฟุตบอลระดับนานาชาติ งานวิ่งมาราธอน หรือการแข่งขันบาสเกตบอลระดับ เอเชีย ในเขตพื้นที่เมืองหลักที่มีโครงสร้างพื้นฐานรองรับการจัดงาน เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการ ผลกระทบ และแนวทางการมีส่วนร่วมของภาคส่วน ต่าง ๆ ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม นำไปสู่การขยายองค์ความรู้เชิงระบบที่สามารถ ประยุกต์ใช้กับอีเวนต์ในบริบทไทยได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

1.2 จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับ ภายในประเทศเป็นหลัก อาทิ หน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในประเทศไทยเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยที่สนใจสามารถขยายขอบเขตของผู้ให้ข้อมูลไปยังกลุ่ม

ผู้ถือสิทธิ์ลิขสิทธิ์การแข่งขันระดับโลก หรือองค์กรกลางที่กำกับการแข่งขัน อาทิ Formula One Management (FOM) หรือสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA) เพื่อศึกษามุมมองเชิงกลยุทธ์ในการเลือกประเทศเจ้าภาพ เกณฑ์การประเมินความพร้อม หรือความคาดหวังต่อพันธมิตรในแต่ละภูมิภาค ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับโลกอย่างแท้จริง โดยประยุกต์ใช้ค่าสถิติวัดความสอดคล้องสัมประสิทธิ์แคปปาของโคเฮน (Cohen's Kappa) เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือและการพัฒนาเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายต่อไป



รายการอ้างอิง

- Ailawadi, K. L., Neslin, S. A., & Gedenk, K. (2001). Pursuing the Value-Conscious Consumer: Store Brands Versus National Brand Promotions. *Journal of Marketing*, 65(1), 71-89. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.1.71.18132>.
- Axelsson, E. & Reinholdsson, J. (2022). Customer engagement in Formula 1- From an old man's club to social media behemoth. Bachelor of Business Studies, Uppsala University. Uppsala.
- Bauer, T. G., Lambert, J., & Hutchison, J. (2001). Government intervention in the Australasian Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions Industry (MICE). *Journal of Convention & Exhibition Management*, 3(1), 65-87.
- Becker, G. S. (1993). Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education (3rd ed.). University of Chicago Press.
- Belgaid, A. (2024, October). Statistical analysis of the impact of FIA regulations on safety, racing dynamics, and spectacle in Formula 1. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2410.11375>.
- Bello, A. M., & Bola, I. (2023). Event service quality and customer satisfaction in the hospitality industry in Bida, Nigeria. *GPH-International Journal of Social Science & Humanities Research*, 6(2). Retrieved from <https://gphjournal.org/index.php/ssh/article/view/803>.
- Bellotto, G. (2024). Sustainability in mega sport events: Between Tokyo 2020 and Paris 2024.
- Bertalanffy, L. von. (1968). General system theory: Foundations, development, applications. New York: George Braziller.
- Best, J. W. and Kahn J.V. (1993). Research in Education. 7th ed. Boston, MA : Allyn and Bacon.
- Byon, K. K., et al. (2022). Examining the Value Co-Creation Model in Motor Racing Events: Moderating Effect of Residents and Tourists. *Sustainability*, 14(15), 9648. .
- Chamberlain, D. A., Edwards, D., Lai, J., & Thwala, W. D. (2019). Mega event management of Formula One Grand Prix: An analysis of literature. *Facilities*,

- 37(13/14), 1166–1184. <https://doi.org/10.1108/F-01-2019-0009>.
- Cheung, C. and R. Law. (2002). Virtual MICE promotion: a comparison of official web sites in Hong Kong and Singapore. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 4(2), 37-51.
- Chiu, W., & Leng, H. K. (2019). The experience of sport tourists at the Formula 1 Singapore Grand Prix: an exploratory analysis of user-generated content. Department of Physical Education and Sports Science. Nanyang Technological University. Singapore. .
- Davis, K. and Newstrom, J.W. (1989). *Human Behavior at Work Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Dawyer, L., Deery, M., Jago, L., Spurr, R. and L. Fredline (2007). Adapting the tourism satellite account conceptual framework to measure the economic importance of the meeting industry. *Tourism Analysis* 12: 247-255.
- Denzin, N.K. (1970). *The Research Act: A theoretical introduction to sociological methods*. Chicago: Aldine Publishing Co.
- Donnelly, H. Jr., Gibson, L., and Ivancevich, J.M. (1987). *Fundamental of Management*. 6th ed. Homewood, Illinois: Business Publication, Inc.
- Dubrin, A.J. & Ireland, R.D. (1993). *Management and Organization*. (2nd ed). Cincinnati, OH: South-West.
- Edinburgh Napier University. (2020). Promoting policies for sustainable mega sport events [Impact case study, Unit of Assessment 24 – Sport and Exercise Sciences, Leisure and Tourism].
- EMBOK (Event Management Body of Knowledge). (2007). *Core values*. EMBOK: Washington.
- Emre, Y., et al. (2023). Investigation of Knowledge and Attitudes of Turkish Spectators towards Formula 1 Turkey Grand Prix, Balıkesir University. Turkey.
- Fahy, R. (2021). What are the determinants of demand for Formula One broadcasts in the United States of America. MSc Thesis, University College Cork.
- Fenich, G.G. (2005). *Meeting, expositions, events, and conventions: an introduction to the industry*. The United States of America: Pearson Education, Inc.
- French, D. and Heather, S. (1997). *Dictionary of Management*. London: Pan Book Ltd.

- Getz, D. (1997). *Event management and event tourism* (1st ed.). New York: Cognizant Communications Corp.
- Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant.
- Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*, 1, 45–76.
- Goldblatt, J. (1997). Special events: Best practices in modern event management. (2nd.). New York: Van Nostrand Reinhold.
- Gulick, L., and Urwick, J. (1973). *Papers on the Science of Administration*. New York: Institute of Public Administration.
- Gümüşdağ, H. (2024). Sport economics and financial management. *Journal of Business Management and Economic Research*, 8(4), 155–166. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1541>.
- Henri, F. (1925). *Industrial and general administration*. New Jersey: Clifton.
- Hitt, Michael A.R. Dennis Middlemist and Robert L. Mathis. (1997). *Effective Management*. Englewood Cliffs N.Y: Prentice Hall Inc., .
- Hong Long Pham, Huong Trang Pham and Tam Thanh Nguyen. (2022). Value co-creation in branding: A systematic review from a tourism perspective. *European Journal of Tourism Research*, 32(1), 3203-3221.
- http://123.242.173.4/rayong_eoffice/application/agenda/download.php?path=attach_file/agenda/%203su5rhd41q.pdf&filename=%BA%B7%CA%C3%D8%BB%BC%D9%E9%BA%C3%D4%CB%D2%C3%E2%A4%C3%A7%A1%D2%C3%CF.pdf.
- Jensen, J. A., Cobbs, J. B., Mazer, A., & Tyler, B. D. (2024). Analyzing Brand Strategy on an International Scale: The Sponsorship Performance Cycle in Formula One Racing. *Journal of International Marketing*, 32(3), 23-42. <https://doi.org/10.1177/1069031X241255094>.
- Jonah, I. G., Awara, N., James, E. E., & Horace, O. L. (2024, February). Enhancing service quality in the event planning sector. Paper presented at the Management and Administration Practices in a Globalized Economy Conference, Calabar, Nigeria.
- Kim, K. (A.), Byon, K. K., & Baek, W. (2019). Customer-to-customer value co-creation and co-destruction in sporting events. *The Service Industries Journal*, 40(9), 633–655.

<https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1586887>.

- Kurtzman, J. & Zauhar, J. (1997). Wave in Time: The Sport tourism phenomenon. *Journal of Sport Tourism*, 4(2), 5-20.
- Leruksa, C. (2020). Ready to be a host?: The potential development guidelines of sport tourism in Buriram Province, Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(1), 1-8.
- Macmillan, T.T. (1971). "The Delphi Techniques". In Paper presented at the annual meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development. Monterey: California. (May 1971): 3-5.
- Maharramova Mirzayeva, G., Türkay, O., Akbulaev, N., & Ahmadov, F. (2020). The impact of mega-events on urban sustainable development. *Journal of Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(3), 1653–1666. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.3\(15\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.3(15)).
- McCabe, V., Poole, B., Weeks, P. and N. Leiper. (2000). *The Business and Management of Conventions*. Milton, Queensland: John Wiley and Sons.
- Mysyk, V. (2022). Improvement of Event Management Positioning. *Journal of Entrepreneurship, Management, Economics, and Business Administration (JEMEBA)*, 9(1), 34-43.
- Nicolescu, L., & Barbu, A. (2024, September). Mega events and their impact on country image: A comprehensive bibliometric analysis. *The International Conference on Economics and Social Sciences*, (822-832). Romania: Bucharest University of Economic Studies.
- Nilson, T.H. (1992). *Creating Customer Value. The Part to Sustainable Competitive Advantage*, OH: Thompson Executive Press.
- O'Brien, E. and M. Shaw. (2002). Independent meeting planners: A Canadian Perspective. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 17(3), 175-182.
- Parichat Jantori. (2022). Critical Success Factors in Mass Running Event Management in Thailand A Resource based Perspective. *NIDA Business Journal*, 30(1), 28-41.
- Percy, Larry, & John R. Rossiter. (1992). A model of Brand Awareness & Brand Attitude Advertising Strategies. *Journal of Psychology & Marketing*, 9(4), 263–274.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). The future of competition: Co-creating unique

- value with customers. Boston: Harvard Business Review Press.
- Puska, H. (2020). Planning and organizing an event [Bachelor's thesis, Centria University of Applied Sciences]. CORE. <https://core.ac.uk/reader/326044910>.
- Ramasamy, B., Howei Wu and Matthew Yeung. (2020). Hosting Annual International Sporting Events and Tourism: Formula 1, Golf or Tennis?. Department of Economics and Decision Sciences China Europe International Business School (CEIBS). Shanghai.
- Rasmus K. Storm, Tor Georg Jakobsen and Christian Gjersing Nielsen. (2019). The Impact of Formula One on Regional Economies in Europe. Danish Institute for Sports Studies. Denmark.
- Roger, T. (2003). Conference and Conventions: A Global Industry. Oxford: Elsevier.
- Ross, S. A., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2019). Corporate finance (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49–60.
- Satitsamitpong, M., Napontun, K., Senachai, P., Tovar, S., & Daengmeesee, S. (2024). Enhancing spectator engagement in e-sports events. *ABAC Journal*, 44(2), 41–60.
- Shields, B. and Reavis, C. (2020). Formula 1: Unleashing the Greatest Racing Spectacle on the Planet. Cambridge, Massachusetts, 1-31.
- Shone, A, & Parry, B. (2004). Successful event management: A practical handbook. London: Thomson.
- Singram, P. & Thanaiudompat, T. (2023). The Development of a National Sport Event Management Model that Affects the Value Added of the Sport Industry in Thailand. *Emerging Science Journal*, 7(2), 445-454.
- Smith, J. B., and Colgate, M. (2007). Customer value creation: a practical framework. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(1), 7-23.
- Spiller, J. (2002). History of Convention Tourism, Convention Tourism International Research and Industry Perspectives. New York: The Haworth Press, Inc.
- Sustacha, I., Baños-Pino, J. F., & Del Valle, E. (2023). The role of technology in enhancing the tourism experience in smart destinations: A meta-analysis. *Journal of*

- Destination Marketing & Management, 30, Article 100817.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100817>.
- Tandiyo Rahayu, K., Chang, K., Castyana, B., Taufik, M. S., Anggita, G. M., Yudhistira, D., Prasetyasari, D. W., Setyawati, H., & Purwoto, S. P. (2024). The effect of sports event on revisit intention to build sports tourists' sustainability. *Retos Journal*, 57(1), 780-789. DOI: 10.47197/retos.v57.103879.
- Teixeira, M. C., Banza, T. F., Almeida, N. C., & Seginando, A. D. (2023). Sport mega-events, volunteer motivation, and self-assessment. *Journal of Physical Education and Sport*, 22, 1223–1245.
- Toivonen, T. A. (2020). Value co-creation with social media The case study of Formula One and ABB Formula E Twitter accounts. Master of Logistic, Molde University College. Molde.
- Tuba, T. (2023). WHAT ARE THE MAIN DIMENSIONS OF THE VISITOR GRAND PRIX EXPERIENCE, BASED ON THE NARRATIVES SHARED ONLINE. Department of Marketing, Operations and General Management, ISCTE Business School. Master in Marketing.
- Weber, K. and Chon, K.S. (2002). *Convention Tourism International Research and Industry Perspectives*. New York: The Haworth Press, Inc.
- Weed, M. & Bull, C. (2004). *Sport tourism: Participant, policy and provider*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Wieczorek, A. (2019). Logistics in racing sports on the example of F1. *Journal of the University of GDANSK*, 82(1), 143-150.
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford University Press.
- Xia, L., Monroe, K. B., & Cox, J. L. (2004). The price is unfair! A conceptual framework of price fairness perceptions. *Journal of Marketing*, 68(4), 1-15.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.68.4.1.42733>.
- Xiang, C., Tengku, F., Kamalden, T-F., Yang, X., Luo, H. Zhao, J., Dong, W., & Ismail, N. (2023). The role of sports mega-events in the sustainable development of cities: A systematic review. *Malaysian Journal of Sport Science and Recreation*, 19(1), 116–136. <https://doi.org/10.24191/mjssr.v19i1.21727>.

- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.
- Zhou, Z. (2023). Analysis of the marketing strategy of the Formula One Group in the United States: Taking the Miami Grand Prix as an example. *Highlights in Business Economics and Management*, 23, 923-928. <https://doi.org/10.54097/ctb94782>.
- เกรียงไกร กาญจนโณคนิน. (2555). Event Marketing. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจ.
- เยาวลักษณ์ ชาวบ้านโพธิ์. (2560). ความสามารถด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 7(1), 56-65.
- เสรี วงษ์มณฑา และวิชยานันท์ พอค้า. (2565). แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพของประเทศไทยให้เป็นเมืองเป้าหมายของไมซ์ (MICE). *วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์*, 39(1), 96-112.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: วิสัทธิ์พัฒนา.
- แบรนด์เอง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส. (18 กันยายน 2566). นี่คือการสร้างแบรนด์ประเทศ Singapore Grand Prix มากกว่าท่องเที่ยว เหนือกว่า Soft Power. แบรนด์เอง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส. <https://www.brandage.com/article/36476>.
- กนกวรรณ โพธิ์อรุณ และวรรณชิตา บุญญามเมธพร. (2563). การรับรู้องค์ประกอบที่จำเป็นต่อการจัดงานไตรกีฬาในประเทศไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 15(54), 13-22.
- กมลชนก ชุ่มเขย และฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล. (2565). ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 23(3), 63-74.
- กาญจนา กาญจนประดิษฐ์, วิศิษฐ์ กาญจนโนภาส, สุนันทา สุพรรณ และอนุชิต กุลวานิช. (2565). แนวทางการพัฒนาสนามกีฬาทางธรรมชาติจังหวัดกระบี่ เพื่รองรับการเป็นเมืองกีฬา ที่สร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(3), 500-512.
- กิตติทัช เขียวฉะอ้อน, สินี เพชรเจริญสุขแสง และน้ำทิพย์ ศรีนิล. (7-8 กรกฎาคม 2565). แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของบ้านริมน้ำโฮมสเตย์ ชุมชนตะคร้ำเอน จังหวัดกาญจนบุรี [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, ออนไลน์, นครปฐม.
- ชัตติยา กลัฏฐกะปรกรณ์. (2557). กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่. *วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. เชียงใหม่.
- จรัสพล ชนะสิทธิ์ และอนุจิตร ชินสาร. (2567). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 16(1), 148-164.
- จันทนา อินทนิม. (2563). การจัดการชุมชนเข้มแข็ง ตามแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

- กรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ, 8(3), 116-127.
- จำเนียร จวงตระกูล และ นวสินธ์ วงศ์ประสิทธิ์ (2562). การศึกษาการบริหารงานภาครัฐในประเทศไทย. วารสารรัฐประศาสนศาสตร์, 2(2), 45-60.
- จิตราภรณ์ จรัสรัมย์. (2562). ขั้นตอนการจัดงานอีเวนต์ กรณีศึกษา งาน ICONSIAM Grand Opening จัดโดย บริษัท อินเด็คซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.
- จินตวัฒน์ ศิริรัตน์. (2566). โอลิมปิกฤดูหนาวกรุงปักกิ่งปี 2022 : ความพยายามปรับภาพลักษณ์ของจีนอีกครั้งหนึ่ง. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 24(1), 384-411.
- จิรพรรณ แฝงสูงเนิน. (2553). องค์ประกอบทางการจัดการที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีจากการค่าน้ำมัน ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยโสธร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาสารคาม.
- จิรภา สุขนวนิช. (2566). นโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของหน่วยงานภาครัฐ. วารสารสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย, 5(9), 96-109.
- จิรภา สุขนวนิช. (2567). แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จากชุมชนสู่สากล. วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ, 7(1), 139-154.
- จุมพล พูลภัทรชีวิน. (2546). ปฏิบัติการวิจัยอนาคตด้วย EDFR. วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 32(1), 1-19.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2562). ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- ชุตินา เกศดาบุรัตน์. (2562). การสร้างคุณค่าร่วมกันและกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์. BU ACADEMIC REVIEW, 18(1). 134-146.
- ดิฐรัฐชัย จันทรคุณา. (2566). การรับรู้ของผลกระทบทางสังคม-เศรษฐกิจไฟฟ้าฟุตบอลโลก กาตาร์ 2023 ในประชาชนเมืองกีฬาลบรี. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 14(1), 83-96.
- ธนวรรณ วรสิงห์ และแสงแข บุญศิริ. (2566). โมเดลสมการเชิงโครงสร้างของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของการจัดงานแข่งวิ่งมาราธอน การรับรู้คุณค่าของการจัดงานอีเวนต์ ความพึงพอใจต่อการจัดงานอีเวนต์มาราธอนที่มีต่อความภักดีต่ออีเวนต์มาราธอนของผู้ร่วมงานการแข่งขันวิ่งขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 25(3), 142-156.
- ธนวัฒน์ รัตนเดโช. (2563). การศึกษาเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา. วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน, 2(1), 34-49.
- ธีทัต พัทธพงศ์พันธุ์. (2564). ปัจจัยภายในที่เป็นอุปสรรคต่อทักษะการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนนักศึกษาไทย: อิทธิพลจากแนวคิดเชิงวัฒนธรรมไทย. วารสารอินทนิลทักษิณสาร, 16(2), 53-

66. .

นิติกิตติกานต์ เหมสุวรรณ, เกิดศิริ เจริญวิศาล และ สันติธร ภูริภักดี. (2567). ศักยภาพและความพร้อม: การเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 19(2), 54-66.

นิพล เชื้อเมืองพาน. (2562). การพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเกิดการท่องเที่ยวแบบเที่ยวซ้ำ ในจังหวัดนครปฐมและพื้นที่เชื่อมโยงจังหวัดนครปฐมและพื้นที่เชื่อมโยง. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 13(46), 78-89.

บงกช จันทรสุขวงศ์. (2562). รูปแบบการจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในโรงเรียนกีฬา สังกัดมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ปรัชญาดุสิตบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร. พิษณุโลก.

บรรจบ บุญจันทร์, อริสา นพคุณ, และมยุรฉัตร จริญญา. (2567). การจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ. วารสารวิชาการศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, 11(1), 147-158.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน.

ประภัสสร มีน้อย และนรินทร์ สังข์รักษา. (2562). รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในบริบทประเทศไทย 4.0. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(2), 51-65.

ปรัชญา จารุเรืองไพศาล. (2566). คุณภาพอาหาร คุณภาพทางกายภาพ คุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจ และการซื้อซ้ำ ของลูกค้าที่ใช้บริการร้านอาหารริมบาทวิถีบนถนนเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร. ปริญญากิจการการมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล. นครปฐม.

ปราณี งามสูตร. (2528). จิตวิทยาการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เจริญกิจ.

ปัญญาฤทธิ์ ทองกลืน. (2562). การศึกษาพฤติกรรมของนักเดินทางไมซ์ และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กรณีศึกษา งานแสดงสินค้า Summer Bitter Sweet 2018. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สงขลา.

ปาริฉัตร ป้องโล่ห์, นพวรรณ พิงพา และ พงศธร แก้วมณี. (2567). ทักษะคติของชุมชนท้องถิ่นต่อผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดชลบุรี. วารสารรัฐศาสตร์มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 4(4), 19-36.

พรโชค วงษ์สุวรรณ. (2563). คุณภาพการบริการงานเพื่อผลการบริการการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์, 15(1), 31-44.

พระครูธรรมมุต (สุทธิพจน์ สัมโส) และพระครูปลัดสุวิฑฒนพรหมจริยคุณ (ณัฐพงศ์ คามาก). (2565). การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเมืองอู่อารยธรรมแดนพระพุทธศาสนา จังหวัดนครปฐม (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.

- พิไลวรรณ พูลสวาท, สุภัทรา นพฤทธิ์, และสุริยันต์ สุระเกรียงไกร. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก
จังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม,
14(2), 43-55.
- พิมลจรรย์ นามวัฒน์. (2544). แนวคิดเกี่ยวกับองค์การและการจัดการ หน่วยที่ 1. [เอกสารที่ไม่มีการ
ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภักจิรา แสนใจ. (2558). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (MICE) ในจังหวัด
ขอนแก่น. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 11(1), 54-67.
- ภาคย์ พันธุมะบำรุง และวรวีร์ นาคพนม. (2565). ผลของการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬานานาชาติต่อ
ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย. วารสารสหวิทยาการ
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(4), 1513-1528.
- ภิชฐวลัญต์ กรพิพัฒน์. (2562). กรอบวิเคราะห์ความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. วารสารสิ่งแวดล้อม,
23(1), 7-9.
- มัตติกา ชัยมีแรง. (2566). การประเมินศักยภาพการพัฒนาไมซ์ซิตี้ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวและ
อุตสาหกรรมไมซ์ พื้นที่อำเภอเมืองนครราชสีมา. วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ
มหาวิทยาลัยมหิดล, 10(2), 1-25.
- มัทนา ใจปทุม. (2562). แนวทางการบริหารสู่การเป็นองค์กรความเป็นเลิศด้านการจัดทำบัญชีภาครัฐ
ของสถาบันอุดมศึกษา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
ปทุมธานี.
- ระชานนท์ ทวีผล. (2563). องค์ประกอบทางการจัดการอีเวนต์ประเภทกีฬาที่ส่งผลต่อการรับรู้ของ
ผู้เข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนในรั้วมหาวิทยาลัย: กรณีศึกษา Silpakorn Cha-am Mini Half
Marathon 2020. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 16(55), 36-47.
- รัฐวัลย์ เสงคราวิทย์ และภัทธมน สาตรักษ์. (2561). การสร้างภาคีเครือข่าย: ชลบุรีสู่จังหวัดอันดับ 1 ใน
6 เมืองกีฬาไทย. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 1(2), 75-88.
- รัตพงษ์ เขียวพันธุ์ และเสรี วงษ์มณฑา. (2562). องค์ประกอบการจัดการมหกรรมกีฬาของสโมสร
ฟุตบอลไทย. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 5(2), 88-102.
- รัตพงษ์ เขียวพันธุ์. (2561). รูปแบบการจัดการมหกรรมกีฬาของสโมสรฟุตบอลไทยเพื่อส่งเสริมการ
ท่องเที่ยว. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 13(2), 37-50.
- รสรินทร์ พัฒนเมธีวิชญ์. (2567). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬา. วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์, 7(2), 384-402.
- รุ่งรัตน์ หัตถกรรม. (2566). แนวทางการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา. วารสาร
สหวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 7(1), 1-17.

- วรพรรณ แดงพุทธทางกูร และสิณัฐริทธิ์ ใจแก้ว. (2564, สิงหาคม 18). การศึกษาพฤติกรรมและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพมหานคร.
- วรวุฒิ เหล่าบ้านค้อ. (2566). แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านกฎหมายเกี่ยวกับการสนับสนุนกีฬาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 9(1), 301-312.
- วรณิสสุดขยา ภิญโญภาพ. (2566). การท่องเที่ยวไมซ์แบบใหม่หัวใจสีเขียว. วารสารศิลปศาสตร์ (วังนางเลิ้ง) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 3(2), 91-102.
- วัชรกร มยุรี, เกิดศิริ เจริญวิศาล และ สันติธร ภูริภักดี. (2563). การจัดการสถานที่จัดงานไมซ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของสถานที่จัดงานในประเทศไทยผ่านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการจัดการความยั่งยืน. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 14(3), 198-213.
- วิทยา อินทร์พงษ์พันธุ์. (2562). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย. วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 8(1), 43-57.
- วินัย มีมาก. (2564). ทฤษฎีการบริหารจัดการ : หลักการและแนวคิด. สารนิพนธ์พุทธศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. สุรินทร์.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2550). การบริหารจัดการตามแนวทางคุณธรรมและแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: โพรเพซ.
- วิไลดา เตชะเวช. (2547). คุณค่าการตลาดทำทนายความสำเร็จธุรกิจยุคใหม่. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีระ แก่นเพชร. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล. วารสารนวัตกรรมและการจัดการ, 6(10), 148-160.
- วีระศักดิ์ สวัสดิ์จันทร์. (2564). การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษา ผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล. นครปฐม.
- ศศิกาญจน์ ธีระนาวัน (2565). การศึกษาความเป็นไปได้ของการประกอบธุรกิจกาแฟ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพตราสินค้าและการรับรู้คุณค่าของธุรกิจกาแฟท้องถิ่นขนาดเล็กในเขตภาคตะวันออก. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี.
- ศุภพร สุวรรณภักดี, ณัฐศรีณย์ ทฤษฎีคุณ และสุชนิษฐ์ สะสมสิน. (2563). สมหัวคอนเสิร์ต: การวางแผนและพัฒนากิจการคอนเสิร์ตเครือข่ายนิสิตนักศึกษาทางด้านดนตรีแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 2. วารสารดนตรีบ้านสมเด็จเจ้า, 2(2), 89-106.

- ศุภวรรณ ตีระรัตน์ และสันติธร ภูริภักดี. (2563). การรับรู้ในเสน่ห์เมืองรองของประเทศไทยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในธุรกิจการประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 16(3), 337-347.
- สมชาย วรภิเษมสกุล. (2554). ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุดรธานี: อักษรศิลป์การพิมพ์.
- สมศักดิ์ จันทวิชชประภา. (6 ธันวาคม 2567). F1 ขยายสัญญาไนจีสรังด์ปรีซ์ออกไปจนถึงปี 2030. The Standard. <https://thestandard.co/f1-chinese-grand-prix-2030/>.
- สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย). (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559, 29 ตุลาคม 2567. สืบค้นจาก http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559.
- สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ. (2541). พฤติกรรมองค์กร: ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สัจจา ไกรศรีรัตน์. (2561). กลยุทธ์และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). ราชบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (10 มิถุนายน 2567). Formula 1 ศักยภาพของประเทศไทยในการจัดงานอีเวนต์ระดับโลก. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. <https://shorturl.at/WTec4>.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2557). โครงการจัดทำหลักเกณฑ์และแนวทางในการพัฒนาไมซ์ซิตี้.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2567). ที่เส็บปลื้มไทยติดอันดับจุดหมายปลายทางไมซ์ชั้นนำในเอเชียแปซิฟิก เตรียมแผนโค้งสุดท้ายจัดโรดโชว์กระตุ้นตลาดไมซ์ต่างประเทศ. from <https://www.businesseventsthailand.com/th/press-media/news-press-release/detail/1603->.
- สำนักประชาสัมพันธ์รัฐบาล. (17 มิถุนายน 2568). กรม. เห็นชอบไทยเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันรถสูตรหนึ่ง “ F1 ” ปี 2571-2575. <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/398658>.
- สืบพงษ์ สมิตพันธ์, เกิดศิริ เจริญวิศาล และ สันติธร ภูริภักดี. (2566). ศักยภาพที่จำเป็นของผู้จัดงานต่อการสร้างงานแสดงสินค้าที่เป็นของตนเองสู่ความยั่งยืนทางธุรกิจ. วารสารร่วมพฤษภูมิ มหาวิทยาลัยเกริก, 41(3), 88-106.
- สุชา พงศ์ถาวรรักษ์. (2562). กลยุทธ์การสร้างสรรคคุณค่าร่วมที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าใน

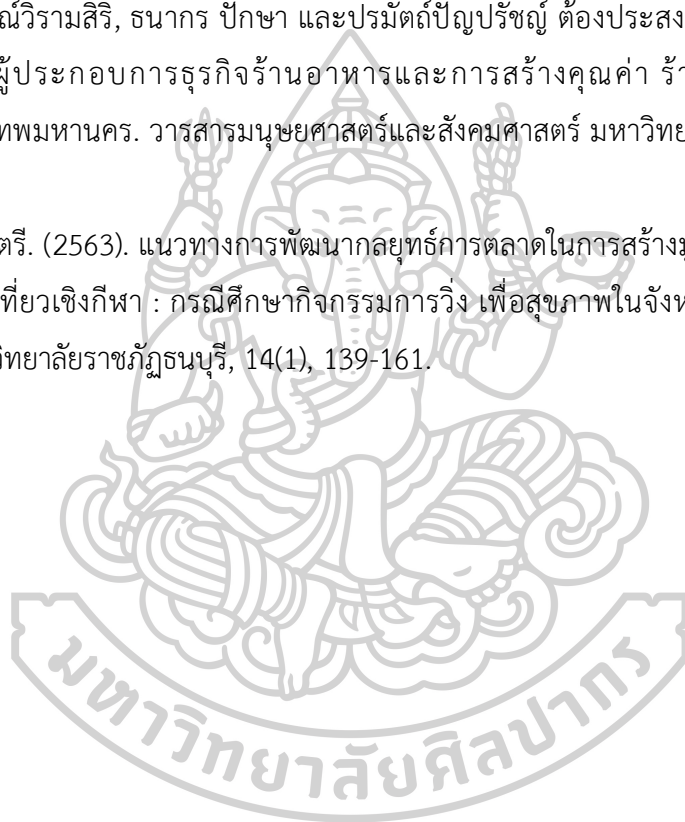
โรงแรมระดับ 3 ดาว เมืองพัทยา. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร. ปรัชญาชุมชน
บัณฑิต.

สุพาดา สิริกุตตา. (2557). แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของ
จังหวัดสิงห์บุรี ประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 17(1), 215-
230.

อภิญาพัทธ์ กุสิยารังสีหิ. (2563). การสร้างคุณค่าร่วมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครือข่าย
โทรศัพท์เคลื่อนที่. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 12(2), 14-29.

อัญญา ลักษณะวิรามสิริ, ธนากร ปักษา และปรมัตต์ปัญปรัชญ์ ต้องประสงค์. (2567). ศักยภาพความ
เป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและการสร้างคุณค่า ร้านอาหารในชุมชนเมือง
กรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 14(2), 39-
54.

อุมารินทร์ ราตรี. (2563). แนวทางการพัฒนากิจกรรมการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับตลาดการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬา : กรณีศึกษากิจกรรมการวิ่ง เพื่อสุขภาพในจังหวัดอุบลราชธานี. วารสาร
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 14(1), 139-161.





ภาคผนวก





ที่ อว 8618/ 1162

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

21 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และรีสอร์ท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการ เข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย สุทธะนันท์)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ปฏิบัติการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/1785

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

24 มีนาคม 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน นายทิวต์ ชูติภัทร์

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกทรง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดการอสังหาริมทรัพย์แข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์ ผ่านทางช่องทาง Onsite หรือ ออนไลน์ (MS Team) ตามความประสงค์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยขอสัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอสังหาริมทรัพย์แข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
- 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดการอสังหาริมทรัพย์แข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
- 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดการอสังหาริมทรัพย์แข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

ในการนี้คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกทรง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/0943

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน นายพงศ์สรณ์ หอวิจิตร

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุชริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร. 0 3259 4031



ที่ อว 8618/0963

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้บริหารบริษัท 3 มงกุฏ เรซซิ่ง โปรเจ็ค จำกัด

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/0964

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้บริหารบริษัท เรซซิ่ง สปีด จำกัด

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และรีสอร์ท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/0962

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้บริหารบริษัท เอส 63 โปรเจค จำกัด

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการ เข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2042

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

10 เมษายน 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้บริหารบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์ ผ่านทางช่องทาง Onsite หรือ ออนไลน์ (MS Team) ตามความประสงค์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยขอสัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย
- 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
- 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

ในการนี้คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2045

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

10 เมษายน 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้บริหารบริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์ ผ่านทางช่องทาง Onsite หรือ ออนไลน์ (MS Team) ตามความประสงค์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยขอสัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นดังต่อไปนี้

1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย

2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

ในการนี้คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/0961

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้บริหารบริษัท บี-คิว จำกัด

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกทอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และโอเวนต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกทอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2045

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

10 เมษายน 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน บริษัท ฟาอีส ยูไนเต็ต มอเตอร์ สปอร์ต จำกัด

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์ ผ่านทาง ช่องทาง Onsite หรือ ออนไลน์ (MS Team) ตามความประสงค์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยขอสัมภาษณ์เกี่ยวกับ ประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุ ปัจจุบัน
- 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย
- 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

ในการนี้คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการ เข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



ที่ อว 8618/0946

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน นายกราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมกีฬา (ร.ย.ส.ท.)

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2041

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

10 เมษายน 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้บริหารสนามแข่งรถแก่งกระจานเซอร์กิต

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชา สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์ ผ่านทางช่องทาง Onsite หรือ ออนไลน์ (MS Team) ตามความประสงค์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยขอสัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นดังต่อไปนี้

1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย

2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

ในการนี้คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/0950

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้บริหารสนามแข่งรถไทยแลนด์เซอร์กิต นครปฐม

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกทอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และรีสอร์ท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกทอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/0951

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้บริหารสนามพีระ อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/0948

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้อำนวยการกองนโยบายและการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกทอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกทอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/0947

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไม้

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และโอเวนส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุชริน วงศ์วิวัฒนา)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/ ๑๑๖๑

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

๑๒ กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทย

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และโอเวนส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับ 1) ปัญหาและอุปสรรคของการจัดอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และสาเหตุปัจจัย 2) แนวทางสร้างคุณค่าร่วมให้กับการจัดงาน อีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย 3) ทิศทางการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าสัมภาษณ์ และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

Dr. -

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย สุทธะนันท์)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ปฏิบัติการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย



ที่ อว 8618/2493

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ธนธร สันติชาติ

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดการอสังหาริมทรัพย์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย"

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วัฒนา)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2494

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภูมิ เหมาะประมาณ

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดการแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย"

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2495

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ภัทรพร จันทร์สุริย์

ด้วยนางสาวรัชชัตถ์ หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการ วิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดการงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ใน ประเทศไทย"

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ภาคผนวก ค
หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถาม



ที่ อว 8618/2501

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไม้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์กรมหาชน)

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และโอเวนด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุชริน วงศ์วิวัฒนา)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2502

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้อำนวยการกองนโยบายและการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และเวิลด์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุชริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2503

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้บริหารสนามแข่งรถไทยแลนด์เซอร์กิต นครปฐม

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2504

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้บริหารสนามพระ อินเทอร์เน็ตเซ็นทรัล เซอร์กิต

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และเอนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2505

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้บริหารสนามแข่งรถแก่งกระจานเซอร์กิต

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และเอนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดการอสังหาริมทรัพย์ Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขออนุญาตจากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2506

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้บริหารบริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และเอนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2507

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้บริหารบริษัท บี-คิว จำกัด

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2508

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขออนุญาตเคราะหในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้บริหารบริษัท เอส 63 โปรเจค จำกัด

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกทอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหาร การจัดการ การท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการ ดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขออนุญาตเคราะหจากท่านโปรดให้ความ อนุเคราะหแก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการ เก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกทอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2509

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขออนุญาตเคราะหในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้บริหารบริษัท เรซซิ่ง สปีด จำกัด

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกทอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และเอนด์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขออนุญาตเคราะหจากท่านโปรดให้ความอนุเคราะหแก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกทอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2510

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้บริหารบริษัท ฟาอีส ยูไนเต็ต มอเตอร์ สปอร์ต จำกัด

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และเอนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/ 2469

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

๒๖ พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทย

ตัวนางสาวรัชชัตร์ หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง ดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการ ดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการ เก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชัตร์ หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

Dr. W. W.

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย สุทธะนันท์)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ปฏิบัติการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทร. 0 3259 4031



ที่ อว 8618/ 2468

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

๑๖ พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

Dr. -

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย สุทธะนันท์)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ปฏิบัติการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร.0 3259 4031
ที่ อว 8618/2496 วันที่ 27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารีทิพย์ เหล่าวิโรจน์กุล

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



ที่ อว 8618/2497

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขออนุญาตเคราะหในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายพงศ์สรณ์ หอวิจิตร

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกทอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และเอนด์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขออนุญาตเคราะหจากท่านโปรดให้ความอนุเคราะหแก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกทอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2498

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร.เกตุศิริ เจริญวิศาล

ด้วยนางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชต์ธร หมวกกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2499

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขออนุมัติโครงการในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายพงศ์พล นารายพิกษ์

ด้วยนางสาวรัชชัตร์ หมวกทอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขออนุมัติโครงการจากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชัตร์ หมวกทอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031



ที่ อว 8618/2500

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

27 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายกรรขยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมกีฬา (ร.ย.ส.ท.)

ด้วยนางสาวรัชชธร หมวกกรอง รหัสประจำตัว 661220035 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และโอเวนต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับท่าน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะวิทยาการจัดการ ขออนุญาตให้นางสาวรัชชธร หมวกกรอง หมายเลขโทรศัพท์ 08 5333 9949 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา)
รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติการแทน
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
โทร.0 3259 4031





แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์
การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และเพื่อศึกษาแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย แบบสัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 2 ข้อ ได้แก่ (1) ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยเป็นอย่างไร และประกอบด้วยสาเหตุหรือปัจจัยอะไรบ้าง และ (2) การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย ควรมีแนวทางอย่างไร โดยแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้มีทั้งหมด 3 หน้า

ข้อที่ 1 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยเป็นอย่างไร และประกอบด้วยสาเหตุหรือปัจจัยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

ข้อที่ 2 แนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทยในแต่ละด้าน ควรมีแนวทางอย่างไร

2.1 ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม

.....

.....

.....

2.2 ด้านศักยภาพของเมือง

.....

.....

.....

2.3 ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

2.4 ด้านการตลาด

.....

.....

.....

2.5 ด้านการออกแบบประสบการณ์

.....

.....

.....

2.6 ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย

.....

.....

.....

2.7 ด้านสถานที่จัดงาน

.....

.....

.....

2.8 ด้านคุณภาพบริการ

.....

.....

.....

2.9 ด้านเทคโนโลยี

.....
.....
.....

2.10 ด้านภาพลักษณ์ที่ดี

.....
.....
.....

2.11 ด้านพัฒนาบุคลากร

.....
.....
.....

2.12 ด้านกระบวนการทำงาน

.....
.....
.....

2.13 ด้านบริหารการเงิน

.....
.....
.....





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์

การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย และศึกษาแนวทางการสร้างคุณค่าร่วมเพื่อส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย โดยแบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก

- 1.1 การสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม
- 1.2 ศักยภาพของเมือง
- 1.3 บริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน
- 1.4 การตลาด
- 1.5 การออกแบบประสบการณ์
- 1.6 การสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย
- 1.7 สถานที่จัดงาน
- 1.8 คุณภาพบริการ
- 1.9 เทคโนโลยี
- 1.10 ภาพลักษณ์ที่ดี
- 1.11 พัฒนาบุคลากร
- 1.12 กระบวนการทำงาน
- 1.13 บริหารการเงิน

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะ

ข้อมูลการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้จะไปใช้เพื่อประกอบการวิจัยเท่านั้น จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์
การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ข้อเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

5 = เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 4 = เห็นด้วยในระดับมาก
3 = เห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 = เห็นด้วยในระดับน้อย
1 = เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ด้านการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม					
1. ท่านคิดเห็นว่าภาครัฐควรสนับสนุนนโยบายการส่งเสริมศักยภาพ ของประเทศ อาทิ การจัดทำประชาพิจารณ์ แนวทางการลดหย่อน ภาษีนำเข้า-ส่งออก ร่วมกับกรมศุลกากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการ ขนส่งยานพาหนะ และการจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงาน เพื่อรับผิดชอบ ดูแลการจัดการแข่งขันโดยเฉพาะ เป็นระยะเวลา 5-10 ปี					
2. ท่านคิดเห็นว่าภาคเอกชนเป็นหนึ่งในกำลังสำคัญในการมีส่วนร่วม เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน อาทิ การสนับสนุนงบประมาณ เพื่อร่วม ลงทุนร่วมกับภาครัฐ และสร้างความร่วมมือให้เกิดการจัดการแข่งขัน ได้สำเร็จ					
3. ท่านคิดเห็นว่าประชาชนและชุมชนท้องถิ่นควรร่วมเป็นส่วนหนึ่ง ของการจัดการแข่งขัน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างบรรยากาศที่ดี ของการแข่งขัน อาทิ การจัดนิทรรศการ บูธจำหน่ายสินค้า เป็นต้น รวมถึงเรียนรู้และเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมของ ผู้เข้าร่วมจากต่างประเทศให้กับประชาชน					

การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ด้านศักยภาพของเมือง					
1. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีความพร้อมและภาพลักษณ์ที่ดีต่อการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน					
2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการรองรับการจัดการแข่งขัน มีรูปแบบการสื่อสารที่ทันสมัย ระบบไฟฟ้า การจัดการสาธารณูปโภค ระบบการจัดการขยะ เป็นต้น					
3. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีมาตรฐานการจัดการแข่งขันที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก อาทิ ความปลอดภัยของสนามแข่งขันตามมาตรฐานการจัดงานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ (FIA: Fédération Internationale de l'Automobile) มาตรฐานด้านความปลอดภัย สุขอนามัย สิ่งแวดล้อม และการบริการของโรงแรม และร้านอาหาร รวมถึงสถานพยาบาลที่มีมาตรฐานการในระดับสากล					
ด้านบริหารทรัพยากรอย่างยั่งยืน					
1. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีทรัพยากรเพียงพอสำหรับการสนับสนุนการจัดการแข่งขัน อาทิ ทรัพยากรเงินทุน ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					
2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีการกำกับดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการสนับสนุนการจัดการแข่งขัน อาทิ การใช้พลังงานทดแทน การควบคุมมลพิษ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รวมถึงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจเรื่องอนุรักษ์ธรรมชาติ					
3. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยสามารถประยุกต์ใช้ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด อาทิ การใช้พื้นที่ก่อสร้างสนามแข่งขันหรือโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำมาพัฒนาเป็นศูนย์กลางกีฬาด้านยานยนต์ (Motorsport) หลังการแข่งขันเสร็จสิ้นในกิจกรรมกีฬาอื่น ๆ หรือพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต และการวางแผนระบบขนส่ง					

การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
มวลดชนด้วยรถไฟฟ้าหรือรถบัสไฟฟ้า เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงานและลดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล					
ด้านการตลาด					
1. ท่านคิดเห็นว่าการจัดการแข่งขันสามารถส่งเสริมการรับรู้เชิงบวกให้แก่ประเทศไทยได้อย่างไรดี ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติ					
2. ท่านคิดเห็นว่าการจัดการแข่งขันเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการรับรู้เชิงวัฒนธรรมของประเทศ และผลักดันการเป็นมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อนำเสนอความเป็นไทยผ่านสินค้าแก่ผู้เข้าร่วมงาน อาทิ การนวดแผนไทย สินค้า OTOP เป็นต้น					
3. ท่านคิดเห็นว่าการจัดการแข่งขันสร้างโอกาสในการพัฒนาและขยายธุรกิจสำหรับผู้สนับสนุน (Sponsors) อาทิ โอกาสที่ผู้สนับสนุนจะขยายฐานลูกค้าของตนในประเทศไทยและในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น การเปิดตลาดใหม่ของแบรนด์ผ่านการนำเสนอภายในงาน และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศทั่วโลก รวมถึงการร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่นในการสร้างโอกาสเชิงพาณิชย์ในระยะยาว เป็นต้น					
ด้านการออกแบบประสบการณ์					
1. ท่านคิดเห็นว่าการส่งมอบคุณค่าทางกายภาพที่น่าจดจำขณะจัดการแข่งขัน อาทิ กิจกรรมสร้างความบันเทิง (Entertainment) การจำลองการขับรถโกคาร์ท เพื่อส่งเสริมทักษะของเด็กและเยาวชนเกี่ยวกับยานยนต์ และการจัดบูธแสดงสินค้าด้านยานยนต์ในงานนิทรรศการ					
2. ท่านคิดเห็นว่าการนำเสนอกิจกรรมความบันเทิงภายในงานมีผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน อาทิ การจัดแสดงเปิดตัวรถแข่งและนักแข่งอย่างเป็นทางการ การทดลองขับรถแข่งจำลอง (Simulator) การจัดแสดงนวัตกรรมยานยนต์ เทศกาลอาหารและวัฒนธรรมไทยแบบร่วมสมัย กิจกรรมสำหรับครอบครัว รวมถึงพื้นที่พักผ่อนที่ได้รับการออกแบบอย่างเหมาะสมกับผู้เข้าร่วมงาน					

การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
3. ท่านคิดเห็นว่าประสบการณ์ที่ดีเป็นแรงจูงใจในการกลับมาเข้าร่วมงานที่ประเทศไทยอีกครั้ง อาทิ การเดินทางมายังสถานที่จัดงานที่สะดวกและตรงเวลา การจัดการคิวและพื้นที่อย่างมีระบบ การบริการที่เป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ต้อนรับและอาสาสมัครที่มีความรู้ ความพร้อมของสถานที่จัดงาน ความปลอดภัยตลอดช่วงการจัดการแข่งขัน และความประทับใจในบรรยากาศโดยรวมของงานและประเทศเจ้าภาพ โดยเฉพาะการตกแต่งเมืองให้มีทัศนียภาพที่ดี					
ด้านการสร้างกฎระเบียบและความปลอดภัย					
1. ท่านคิดเห็นว่ากฎระเบียบส่งผลกระทบต่อการจัดการแข่งขัน อาทิ ความสอดคล้องระหว่างข้อกำหนดของผู้ประกอบการที่ต้องการจำหน่ายสินค้ากับกฎระเบียบภายในสนามแข่งขัน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากพื้นที่สาธารณะ และกฎหมายภาษีนำเข้าและส่งออก เพื่อตรวจสอบบัญชีรายละเอียดบรรจุหีบห่อ (Packing List) สำหรับยานพาหนะการแข่งขันและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง					
2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีความสามารถในการวางแผนด้านความปลอดภัยในกรณีฉุกเฉิน อาทิ อุบัติเหตุในสนามแข่ง การควบคุมฝูงชน หรือแผนการอพยพให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้เข้าร่วมงาน					
3. ท่านคิดเห็นว่าความสะอาดของพื้นที่ สุขอนามัยของประเทศไทย ช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน อาทิ น้ำดื่มสะอาดที่เพียงพอ การจัดพื้นที่อาหารให้ห่างจากพื้นที่ควีนจากรถหรือเครื่องยนต์ เป็นต้น					
ด้านสถานที่จัดงาน					
1. ท่านคิดเห็นว่าความพร้อมของสถานที่จัดงานเป็นส่วนสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการเจรจาร่วมกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ผู้มีอำนาจในการดูแลความเรียบร้อยของพื้นที่ และประชาชนผู้อยู่อาศัยบริเวณนั้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตล้วนส่งผลกระทบโดยตรงต่อการสัญจรในเส้นทางปกติ อีกทั้งแนวทางการดูแลรักษาสิทธิประโยชน์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อไม่ให้เกิดความเดือดร้อนแก่ชุมชนโดยรอบ ตลอดจนการจัดเตรียมพื้นที่รับรองนักแข่งและทีมงานที่เกี่ยวข้อง					

การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
2. ท่านคิดเห็นว่าการเลือกทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดงานมีผลต่อระดับความน่าสนใจของผู้เข้าร่วมงาน					
3. ท่านคิดเห็นว่าการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากสนามแข่งขันด้วยวัตถุประสงค์อื่น มีส่วนช่วยส่งเสริมคุณค่าให้กับสนามแข่งขัน อาทิ การประยุกต์ใช้สนามแข่งขัน เพื่อเป็นส่วนสาธารณะหรือศูนย์กลางด้านกีฬา (Sport Center) ทั้งในสถานที่ (Indoor) และนอกสถานที่ (Outdoor) ตลอดจนการพัฒนาเป็นสถานที่จัดงาน (Venue) สำหรับอีเวนต์ประเภทอื่น ๆ					
ด้านคุณภาพบริการ					
1. ท่านคิดเห็นว่าการสร้างคุณค่าที่น่าจดจำแก่ผู้เข้าร่วมงาน ไม่ว่าจะเป็นการจัดคอนเสิร์ตจากศิลปินที่มีชื่อเสียง เพื่อสร้างบรรยากาศให้มีความตื่นเต้นและสนุกสนาน หรือการรับประทานอาหารร่วมกับนักแข่งในร้านอาหารระดับมิชลินสตาร์ เป็นต้น					
2. ท่านคิดเห็นว่าการส่งเสริมบริการช่วยเพิ่มระดับความคุ้มค่าที่ผู้เข้าร่วมงานได้รับ อาทิ การเดินทางมายังสถานที่จัดงานด้วยยานพาหนะระดับหรูหรา ตลอดจนการจัดหาโรงแรมที่มีทัศนียภาพพิเศษ (Exclusive view) หรือโรงแรมระดับห้าดาว เป็นต้น					
3. ท่านคิดเห็นว่าการสร้างความไว้วางใจและชื่อเสียงของการจัดการแข่งขันผ่านผู้ให้บริการสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ท้องถิ่นโดยรอบ รวมถึงทัศนคติที่ดีในการให้บริการ ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ร่วมกับการพัฒนาและปรับตัวของกลุ่มผู้ประกอบการที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาตรฐานสากล					
ด้านเทคโนโลยี					
1. ท่านคิดเห็นว่าการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ประเทศไทยได้ในระยะยาว และส่งเสริมความสำเร็จของการจัดการแข่งขัน					
2. ท่านคิดเห็นว่าการเลือกใช้เทคโนโลยีจากการจัดการแข่งขันที่ทันสมัยสามารถผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในอุตสาหกรรม รวมทั้งยัง					

การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
สามารถประยุกต์ใช้กับการแข่งขันกีฬาประเภทยานยนต์อื่น ๆ ในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นระบบตรวจสอบความปลอดภัยก่อนเข้าพื้นที่สนามแข่งขัน การใช้เทคโนโลยีตรวจจับโลหะ การสแกนใบหน้า (Facial Recognition) หรือการตรวจสอบกระเป๋าสตางค์					
3. ท่านคิดเห็นว่าการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศไทย อาทิ ระบบการจับเวลา การถ่ายทอดสด (Live Streaming) การกำหนดช่องทางการชำระเงิน และระบบการจำหน่ายบัตรเข้าชม มีส่วนช่วยให้การจัดการแข่งขันมีความทันสมัยและเพิ่มแนวโน้มการตัดสินใจเข้าร่วมงานมากขึ้น					
ด้านภาพลักษณ์ที่ดี					
1. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยวสำคัญของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลกและได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ โดยเฉพาะจุดเด่นด้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โรงแรมมีความหลากหลายด้านราคา					
2. ท่านคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสงบปลอดภัยและมีเสถียรภาพทางสังคมและการเมือง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้จัดงาน ผู้สนับสนุน และผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ					
3. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยสะท้อนภาพลักษณ์ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Hospitality) และส่งเสริมความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงานผ่านบริการต้อนรับ วัฒนธรรม และความเป็นมิตรของประชาชน					
ด้านพัฒนาบุคลากร					
1. ท่านคิดเห็นว่าบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันควรผ่านการฝึกอบรมตามมาตรฐานของสหพันธ์ยานยนต์นานาชาติ เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดงานให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล					
2. ท่านคิดเห็นว่าบุคลากรของประเทศไทยมีทักษะการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศในระดับที่สามารถรองรับการจัดงานระดับนานาชาติ					
3. ท่านคิดเห็นว่าบุคลากรทางการแพทย์ในประเทศไทยควรได้รับการฝึกอบรมเฉพาะทางเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น อาทิ การรับมือ					

การสร้างคุณค่าร่วมในการส่งเสริมรูปแบบการจัดงานอีเวนต์ การแข่งขัน Formula One ในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
เหตุฉุกเฉิน และการเคลื่อนย้ายผู้ประสบเหตุในสนามแข่ง เป็นต้น					
ด้านกระบวนการทำงาน					
1. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีประสบการณ์ในการจัดการงานอีเวนต์ระดับนานาชาติสำเร็จมาแล้วจากอดีตจนถึงปัจจุบัน					
2. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีการวางแผนและดำเนินกระบวนการจัดการแข่งขันอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมงาน การขนส่งทีมงานและอุปกรณ์ การจัดตารางกิจกรรม ไปจนถึงการประสานงานด้านความปลอดภัยและบริการรองรับผู้เข้าร่วมงาน					
3. ท่านคิดเห็นว่าการจัดตั้งองค์กรจากการบูรณาการร่วมกันของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้ว่าราชการจังหวัด กรมศุลกากร และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสนับสนุนการจัดการแข่งขัน					
ด้านบริหารการเงิน					
1. ท่านคิดเห็นว่าการลงทุนจัดการแข่งขันมีความคุ้มค่ากับผลที่ได้รับในด้านการส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับประเทศ สร้างรายได้จากการให้บริการของผู้ประกอบการโรงแรม ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ รวมถึงอัตราการใช้จ่ายของกลุ่มผู้เข้าร่วมงาน					
2. ท่านคิดเห็นว่าความร่วมมือจากภาคเอกชนและผู้สนับสนุนช่วยลดภาระทางการเงินของภาครัฐ					
3. ท่านคิดเห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการจัดการด้านการเงินเพื่อรองรับการลงทุนในการจัดการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การบริหารงบประมาณและการควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายในการจัดการแข่งขันมีประสิทธิภาพและโปร่งใส เป็นต้น					

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะ

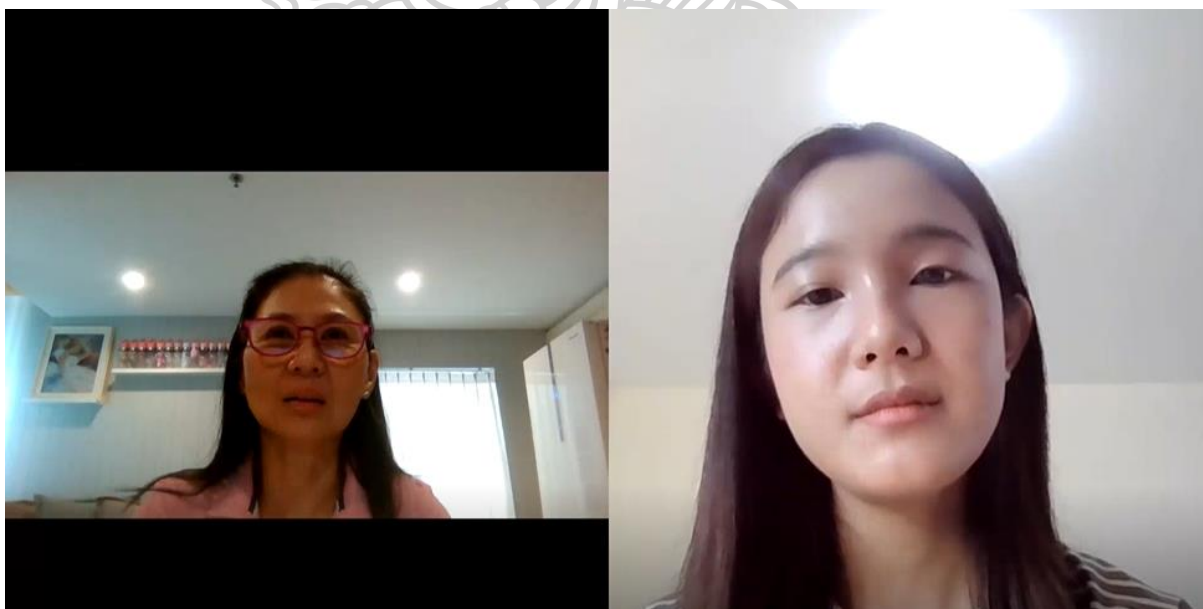
ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม



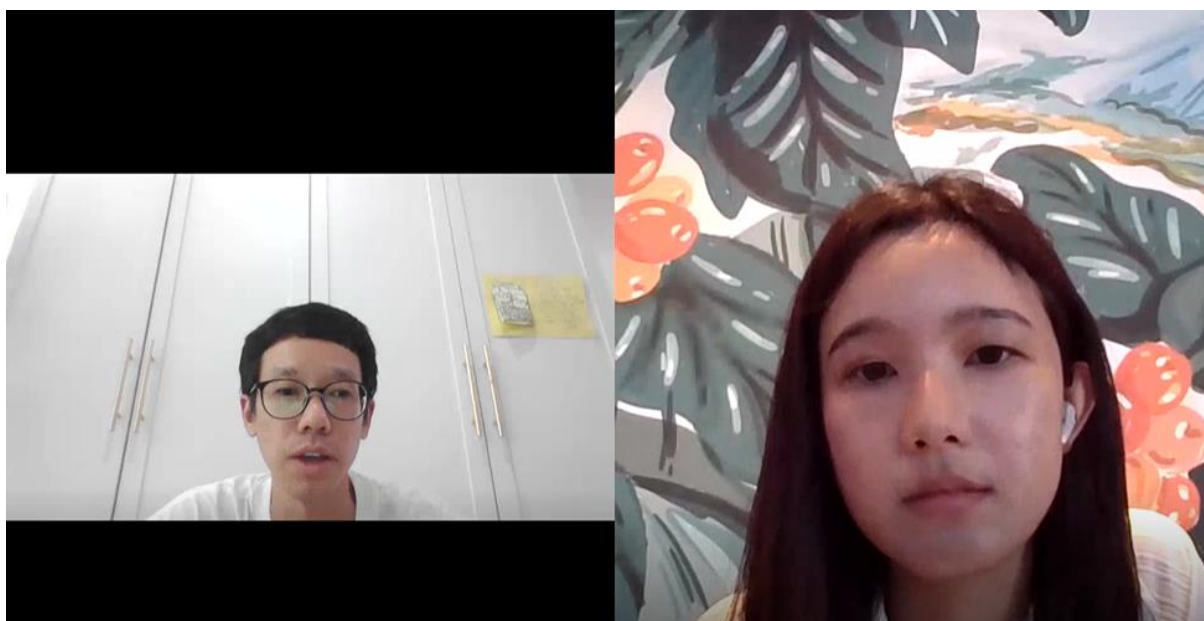
ภาพที่ 1 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)



ภาพที่ 2 นักวิชาการ



ภาพที่ 3 ตัวแทนสื่อสังคมออนไลน์



ภาพที่ 4 ผู้ให้บริการสนามแข่งขัน



ภาพที่ 5 ราชยานยนต์สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมกีฬา



ภาพที่ 6 ผู้สนับสนุนงาน



ภาพที่ 7 บริเวณสนามแข่งขัน



ภาพที่ 8 รถแข่งขัน



ภาพที่ 9 บริเวณจุดซ่อมแซมรถ (Pit Lane)



ภาพที่ 10 สนามแข่งขัน



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางสาวรัชต์ธร หมวกรอง

