



Sport Economy

รายงานภาวะเศรษฐกิจด้านการกีฬาครั้งที่ 1 **Review 1/2567**

(มกราคม – มิถุนายน 2567)



สถานการณ์อุตสาหกรรมกีฬา
โลกและไทย

ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ
อุตสาหกรรมกีฬาไทย

Economic Impact กิจกรรมกีฬา
ที่สำคัญ

ค่าใช้จ่ายด้านกีฬาของประชาชน
ปี 2567 (ครึ่งปี)



<https://secretary.mots.go.th/policy/>

จัดทำโดย

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
กลุ่มสถิติ ดัชนีเศรษฐกิจและสารสนเทศการท่องเที่ยวและกีฬา



02-283-1605



sport.mots@gmail.com



Sport Economy

รายงานภาวะเศรษฐกิจด้านการกีฬาครั้งที่ 1 **Review 1/2567**

(มกราคม – มิถุนายน 2567)



Sport Economy

รายงานภาวะเศรษฐกิจด้านการกีฬาครั้งที่ 1 **Review 1/2567**

(มกราคม – มิถุนายน 2567)

สารบัญ

03 สถานการณ์อุตสาหกรรมกีฬาโลก

มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมกีฬาโลก

มูลค่าตลาดกีฬาที่เน้นการมีส่วนร่วม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกีฬาโลก



10 สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาของไทย

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกีฬาของไทย

สถานการณ์ของอุตสาหกรรมกีฬาของไทยในช่วง
ครึ่งแรกของปี 2567



18 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกีฬาของไทย

ปัจจัยเชิงบวกที่มีต่ออุตสาหกรรมกีฬาของไทย

ปัจจัยเชิงลบที่มีต่ออุตสาหกรรมกีฬาของไทย



25 รายงานภาวะเศรษฐกิจด้านการกีฬา ของประเทศไทย ปี 2566



30 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าและผลกระทบ ทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมกีฬาที่ สำคัญ



35 ค่าใช้จ่ายด้านกีฬาของประชาชนปี 2567



จัดทำโดย

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

กลุ่มสถิติ ดัชนีเศรษฐกิจและสารสนเทศการท่องเที่ยวและกีฬา



บรรณาธิการแถลง

ในปี 2566 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทย ได้ฟื้นตัวจากสถานการณ์ COVID-19 อย่างสมบูรณ์ โดยสามารถเติบโตจนกลับมามีมูลค่าผลผลิตสูงกว่าช่วงก่อนเกิดวิกฤต ในปี 2562 และยังคงมีแนวโน้มเติบโตต่อไป ในปี 2567 อันเป็นผลมาจากปัจจัยเชิงบวกหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นกระแสรักสุขภาพ ทำให้ประชาชนเห็นความสำคัญและมีการออกกำลังกายและเล่นกีฬามากยิ่งขึ้น กระแสความนิยมในการชมการแข่งขันกีฬาทำให้ประชาชนเข้าชมการแข่งขันกีฬาในสนามแข่งรวมทั้งรับชมผ่านช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ มากขึ้น การฟื้นตัวของธุรกิจอิมพอร์ตและสถานที่ออกกำลังกายเพื่อรองรับประชาชนที่ต้องการออกกำลังกาย และเล่นกีฬา และความสำเร็จในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และที่สำคัญคือนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการส่งเสริมและผลักดันการจัดงาน Festival & Sports Tourism ให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้นให้การจัดแข่งขันกีฬา และการจัดเทศกาลดนตรีในระดับต่าง ๆ ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวทั้งในระดับพื้นที่และภาพรวมของประเทศ ผ่านการผลักดันให้เทศกาลท้องถิ่นสู่สากล (Global) และตั้ง World Class Events เข้ามาจัดในประเทศไทย รวมทั้งการส่งเสริมให้กีฬามวยไทยเป็น Soft Power ด้านการกีฬา เพื่อดึงดูดเม็ดเงินเข้าสู่ประเทศปัจจัยเหล่านี้ส่งผลดีต่อ Ecosystem ของอุตสาหกรรมกีฬาของไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิต ค้าส่งค้าปลีก เสื้อผ้ากีฬา รองเท้ากีฬา และอุปกรณ์กีฬา และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเติบโตอย่างมีนัยสำคัญและจะช่วยให้อุตสาหกรรมกีฬาสามารถก้าวไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมมูลค่าสูงที่ช่วยขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไปในระยะยาว

รายงานภาวะเศรษฐกิจการกีฬานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอสถานการณ์ของอุตสาหกรรมกีฬาโลก ในปี 2567 ตลอดจนสถานการณ์การกีฬาในระยะที่ผ่านมาความเคลื่อนไหวของปัจจัยต่าง ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกีฬาในอนาคต ข้อมูลตัวเลขทางสถิติด้านการกีฬา เพื่อคาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ทางการกีฬา ผลการวิเคราะห์ปัจจัยและเงื่อนไขต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกีฬา ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สำคัญ รวมถึงรายงานผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าและผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมกีฬาที่สำคัญจำนวน 2 กิจกรรม ได้แก่ (1) Amazean Jungle Thailand by UTMB เบตง จ.ยะลา และ (2) Scenic Half Marathon Rayong 2024 รวมทั้งผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการชมกีฬาเล่นกีฬา และออกกำลังกาย ตลอดจนการใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 โดยผู้จัดทำคาดหวังว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการเพื่อพัฒนาและยกระดับความสามารถและความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกีฬา และการดำเนินนโยบาย ที่เหมาะสมต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมกีฬาของหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
กลุ่มสถิติ ดัชนีเศรษฐกิจและสารสนเทศการท่องเที่ยวและกีฬา
สิงหาคม 2567

สถานการณ์อุตสาหกรรมกีฬาโลก

มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมกีฬาโลก

มูลค่าตลาดกีฬาที่เน้นการมีส่วนร่วม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกีฬาโลก

มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมกีฬาโลก

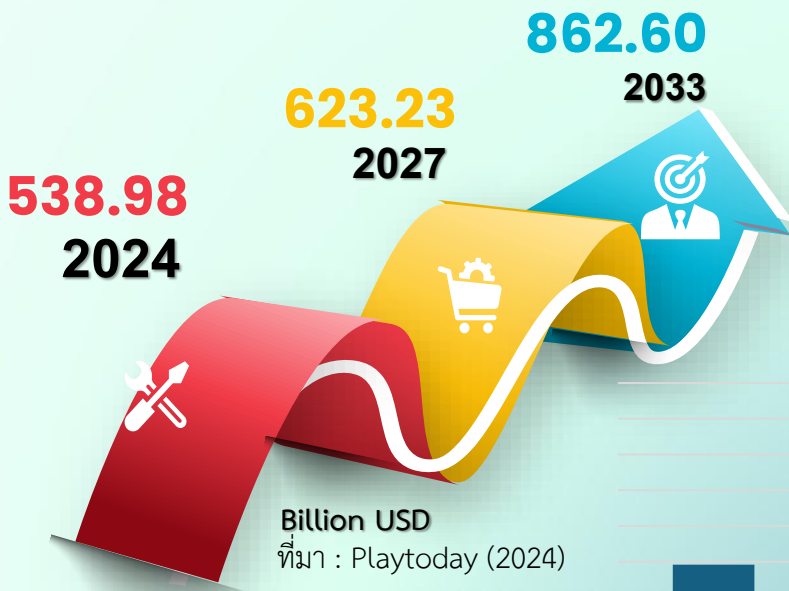
มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2024



มีมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมกีฬาโลกประมาณ

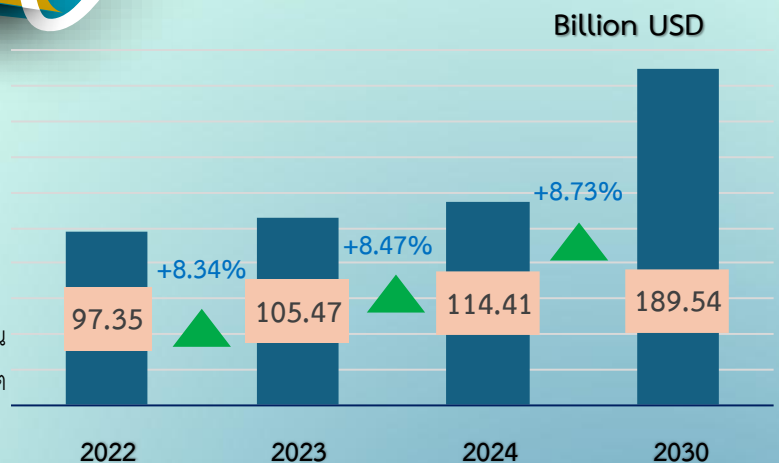
538.98 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ

คาดการณ์ว่าจะเติบโตต่อเนื่องในระยะยาวโดยจะมีมูลค่าประมาณ 623.23 และ 862.60 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐในปี 2027 และ 2033



มูลค่าการสนับสนุน
ด้านกีฬาทั่วโลก

*** อัตราการเติบโตของมูลค่าการสนับสนุนด้านการกีฬาทั่วโลกในปี 2024 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.47เมื่อเทียบกับปี 2023



ในส่วนของมูลค่าการสนับสนุนด้านกีฬาทั่วโลกในปี 2024 คาดว่าจะขยายตัวมาอยู่ที่ **114.41** พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ มูลค่าดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ **189.54** พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2030 หรือขยายตัวโดยเฉลี่ยร้อยละ 8.73 ต่อปี ระหว่างปี 2024 - 2030 ซึ่งจะมีมูลค่า 190 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐในปี 2030 (ที่มา: <https://www.statista.com/statistics/269784/revenue-from-sports-sponsorship-worldwide-by-region/>)

ตลาดการแข่งขันกีฬาโลก

จากการศึกษาตลาดการแข่งขันกีฬาทั่วโลกของ CMI (custom market insights , 2024) คาดว่าจะมีมูลค่าอยู่ที่ 267.47 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2024 และคาดว่าจะเติบโตขึ้นมาอยู่ที่ 525.83 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2033 หรือขยายตัวโดยเฉลี่ยร้อยละ 7.8 ต่อปี ระหว่างปี 2024 - 2033 ต่อปี โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเพิ่มการมีส่วนร่วมของแฟนกีฬา การแข่งขันระดับนานาชาติที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการยกระดับรูปแบบในการถ่ายทอดสดกีฬา



หน่วย : พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมกีฬาที่สำคัญของโลก



*** เป็นข้อมูลจากการคาดการณ์ของ <https://www.grandviewresearch.com>

10 อันดับชนิดกีฬาที่มีมูลค่ารวมสูงที่สุด

หากพิจารณามูลค่ารวมทั้งหมด (Net Worth) ของชนิดกีฬาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากกีฬานั้น ๆ ซึ่งครอบคลุมรายได้จากการแข่งขัน เงินสปอนเซอร์ ลิขสิทธิ์การถ่ายทอด การจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ และรายได้ นักกีฬา จะพบว่ามูลค่าที่เกิดขึ้นสูงกว่ามูลค่าการตลาดโดยรวมของอุตสาหกรรมกีฬาเป็นอย่างมาก เว็บไซต์ The Sport Mania (2024) ได้สรุป 10 อันดับชนิดกีฬาที่มีมูลค่ารวมสูงที่สุดในโลก ปี 2024 ดังนี้

ฟุตบอล



600 พันล้านเหรียญ
ดอลลาร์สหรัฐ

อเมริกันฟุตบอล



200 พันล้านเหรียญ
ดอลลาร์สหรัฐ

บาสเกตบอล



90 พันล้านเหรียญ
ดอลลาร์สหรัฐ

ฮอกกี้น้ำแข็ง



60 พันล้านเหรียญ
ดอลลาร์สหรัฐ

เบสบอล



40 พันล้านเหรียญ
ดอลลาร์สหรัฐ

กอล์ฟ



7 พันล้านเหรียญ
ดอลลาร์สหรัฐ

คริกเก็ต



6 พันล้านเหรียญ
ดอลลาร์สหรัฐ

เทนนิส



6 พันล้านเหรียญ
ดอลลาร์สหรัฐ

รถแข่งฟอร์มูล่า 1



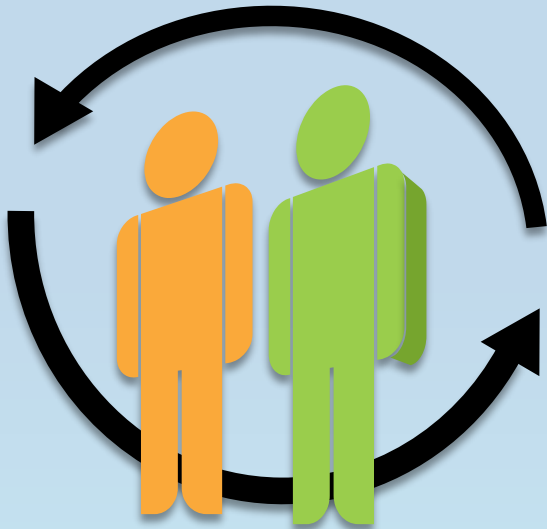
5 พันล้านเหรียญ
ดอลลาร์สหรัฐ

มวย



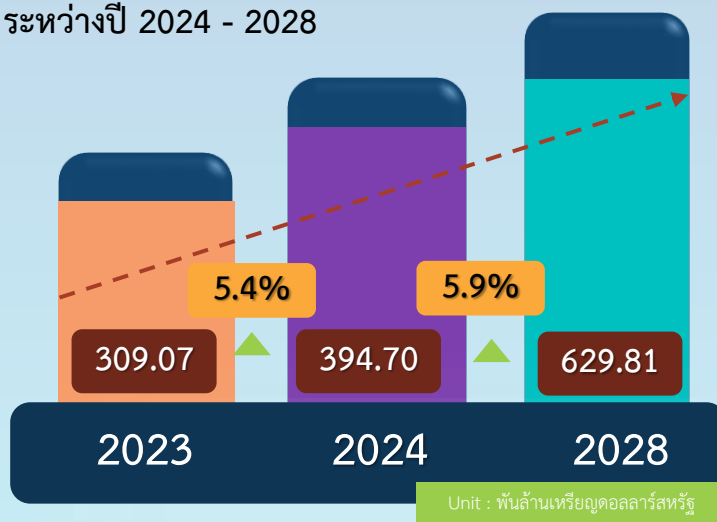
4 พันล้านเหรียญ
ดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าตลาดกีฬาที่เน้นการมีส่วนร่วม



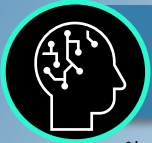
ในปัจจุบัน คลับฟิตเนสและสุขภาพได้มีการนำเสนอคลาสออกกำลังกายแบบกลุ่มที่มีผู้นำสอน โดยผสมผสานรูปแบบการออกกำลังกายต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้การออกกำลังกายสนุกสนานมากยิ่งขึ้น รวมถึงสร้างประสบการณ์การออกกำลังกายที่มีความกระตือรือร้นและความน่าดึงดูดสำหรับผู้เข้าร่วม ตัวอย่างที่ได้รับความนิยมได้แก่ การปั่นจักรยานร่วมกับการชกมวยการวิ่งบนลู่วิ่งไฟฟ้า (Treadmill Running) ร่วมกับการฝึกความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ (Strength Training) การพายเรือร่วมกับการออกกำลังกายแบบบอดี้เวท (Bodyweight) การฝึกด้วยเชือกออกกำลังกาย (Battle Ropes) และการออกกำลังกายแบบ High-Intensity Interval Training (HIIT) การรวมรูปแบบการออกกำลังกายเหล่านี้ช่วยให้ผู้ฝึกสอนการออกกำลังกายส่วนบุคคล (Fitness Trainer) สามารถดึงดูดสมาชิกให้มีส่วนร่วมในระหว่างการออกกำลังกายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ประสบการณ์การออกกำลังกายดีขึ้นและได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าการออกกำลังกายแบบดั้งเดิม

ตลาดของกีฬาที่เน้นการมีส่วนร่วมมีรายได้ทั้งหมดอยู่ที่ 309.07 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2023 และคาดว่าจะขยายตัวไปอยู่ที่ 394.70 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2024 โดยคาดว่าจะขยายตัวมาอยู่ที่ 629.81 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2028 หรือมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 5.9 ต่อปีระหว่างปี 2024 - 2028



นอกจากนี้ ความสนใจที่เพิ่มขึ้นในกิจกรรมกลางแจ้งคาดว่าจะจะเป็นปัจจัยผลักดันการเติบโตของตลาดกีฬาที่เน้นการมีส่วนร่วมในอนาคต โดยกิจกรรมกลางแจ้งครอบคลุมกิจกรรมหลากหลายประเภท เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การเล่นกีฬา การเล่นเกมหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ดำเนินการกลางแจ้ง ส่วนโรงยิมและคลับฟิตเนสกำลังปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการและความชอบที่หลากหลายของกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ 20 - 65 ปี ด้วยการปรับโปรแกรมออกกำลังกายให้เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะของแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มคนหนุ่มสาวได้รับประโยชน์จากการออกกำลังกายที่เน้นการสร้างกล้ามเนื้ออย่างเข้มข้นในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุได้รับการเสนอคลาสออกกำลังกายแบบคาร์ดิโอแบบดั้งเดิมที่มีแรงกระแทกสูงและคลาสออกกำลังกายแบบแรงกระแทกต่ำ เช่น โยคะ และไทเก็ก ขณะที่บริษัทใหญ่ ๆ กำลังให้ความสำคัญกับนวัตกรรมทางเทคโนโลยี รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับร่างกาย ซึ่งครอบคลุมถึงเทคโนโลยีที่ใช้ในการรับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับร่างกายมนุษย์โดยการติดตามค่าต่าง ๆ เช่น อัตราการเต้นของหัวใจและระดับกิจกรรม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกีฬาโลก



ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

ปัจจุบันได้มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้กับการกีฬาอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นการใช้งาน AI การใช้งาน Immersive Technology การใช้งาน Virtual Reality และ Augmented Realty และการใช้งาน Data Analytics เพื่อยกระดับประสบการณ์ในการรับชมการแข่งขันกีฬาของผู้ชมและแฟนกีฬาและการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของนักกีฬา นอกจากนี้ยังมีความพยายามในการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น NFT และ Blockchain มาพัฒนาผลิตภัณฑ์กีฬาใหม่ ๆ เพื่อสร้างรายได้จากแฟนกีฬา



สื่อดิจิทัลและรูปแบบการถ่ายทอดสด

ปัจจุบันการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิม โดยผู้ชมกีฬาสามารถรับชมการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาผ่านระบบสตรีมมิ่งหลากหลายรูปแบบ ทั้งแบบสมัครสมาชิกและแบบ Pay Per View นอกจากนี้ยังเกิดสื่อดิจิทัลรูปแบบต่าง ๆ ที่นำเสนอสื่อกีฬาให้ผู้บริโภคได้รับชมผ่านช่องทางดิจิทัลที่หลากหลายและไม่มีค่าใช้จ่าย ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเป็นอย่างมาก



การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ

อุตสาหกรรมกีฬายังคงเป็นธุรกิจที่ได้รับความสนใจลงทุนจากนักลงทุนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของโลกที่มีความผันผวนและไม่แน่นอน ประกอบกับมีเหตุการณ์ผิดปกติ เช่น สงครามในพื้นที่ต่าง ๆ ส่งผลทำให้นักลงทุนให้ความสำคัญกับความยั่งยืน มากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการสร้างผลประกอบการที่ดีและผลกำไรที่ยั่งยืนในระยะยาว



การมีส่วนร่วมของแฟนกีฬา

แฟนกีฬามีส่วนร่วมกับกีฬาทั้งในรูปแบบปกติและรูปแบบดิจิทัล โดยมีแนวโน้มเป็นแบบดิจิทัลมากขึ้นเรื่อยอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องปรับตัวในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดความสนใจและการมีส่วนร่วมของแฟนกีฬาได้ทั้งรูปแบบ Live และรูปแบบดิจิทัล



การเติบโตของกีฬาสำหรับผู้หญิง

ปัจจุบันมีแฟนกีฬาผู้หญิงจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง การแข่งขันกีฬาของผู้หญิง ทั้งกีฬาสมัครเล่นและกีฬาอาชีพก็ได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น ทำให้การแข่งขันกีฬา ของผู้หญิงได้รับโอกาสทางธุรกิจมากยิ่งขึ้น ทั้งสิทธิ์ในการถ่ายทอดการแข่งขัน การได้เงินสปอนเซอร์ ตลอดจนการรับรู้ของแฟนกีฬา กลายเป็นโอกาสใหม่ของนักลงทุน

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกีฬาโลก (ต่อ)



การพนันกีฬา

การพนันหรือการเดิมพันกีฬาเป็นสิ่งถูกกฎหมายเพียงใน 30 ประเทศ อย่างไรก็ตาม การพนันกีฬากลับสามารถเข้าถึงผู้ชมกีฬาในวงกว้างผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลทำให้เกิดความเสี่ยงและความท้าทายหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารความเสี่ยง การปกป้องสิทธิผู้บริโภค รวมทั้งปัญหาดังกล่าวอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในสังคม โดยเฉพาะในประเทศที่กฎระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการพนันกีฬายังไม่เข้มแข็ง



การลงทุนของหุ้นส่วนเอกชน

นักลงทุนเอกชนมีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ ในการลงทุนในธุรกิจกีฬา ทั้งการเข้ามาลงทุนซื้อหุ้นในสโมสรกีฬา การให้เงินสปอนเซอร์ การร่วมทุนทำธุรกิจอื่น ๆ และการซื้อลิขสิทธิ์การถ่ายทอดการแข่งขันกีฬา ส่งผลดีต่อผลประโยชน์ของผู้ประกอบการกีฬา ในขณะที่ก็อาจทำให้เกิดความเสี่ยงและความยุ่งยากในการบริหารงาน



กีฬาในระดับมหาวิทยาลัย

กีฬาระดับมหาวิทยาลัยเริ่มมีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลทำให้เกิดความจำเป็นในการทบทวนกฎระเบียบข้อบังคับและแนวปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อรองรับการดำเนินงานและพัฒนากีฬาระดับมหาวิทยาลัยทั้งโมเดลธุรกิจ การกำกับดูแล การจัดลีกการแข่งขัน และการผลักดันไปสู่ระดับอาชีพ



ความยั่งยืนและการรับผิดชอบต่อสังคม

ปัจจุบันการทำธุรกิจจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและการรับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดเงินลงทุนจากนักลงทุน การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการกีฬาต้องปรับตัวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้



การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบข้อบังคับ

ปัจจุบันมีแนวโน้มที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีการออกกฎระเบียบข้อบังคับใหม่ และ/หรือปรับเปลี่ยนกฎระเบียบข้อบังคับเดิม เพื่อรองรับการดำเนินงานตามแนวโน้มใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การพนันกีฬา ลิขสิทธิ์ การถ่ายทอดการแข่งขันกีฬา การลงทุนในธุรกิจกีฬา และการจัดแข่งขันกีฬาอย่างยั่งยืนโดยลดการปล่อยมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน และต้นทุนของผู้ประกอบการเดิม



มุมมองต่อการเปลี่ยนแปลงของ อุตสาหกรรมกีฬาโลกในปี 2024

การสร้างประสบการณ์ ให้แก่แฟนกีฬาแบบ

Personalized Based
Experience



ปัจจุบันผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกีฬารายใหญ่จำนวนมากได้ให้ความสำคัญกับการใช้งาน Data Analytics เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความสนใจของแฟนกีฬา ทั้งการชมการแข่งขันกีฬาและการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา ทั้งนี้เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอประสบการณ์ในการรับชมและเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาให้เป็นไปตามพฤติกรรมของผู้ชมเป็นรายบุคคล โดยอาศัยข้อมูลพฤติกรรมในอดีตของแต่ละบุคคล โดยมีเป้าหมายในการสร้าง Engagement ของแฟนกีฬาให้มากขึ้น

การบูรณาการเทคโนโลยี และนวัตกรรมในการ บริหารจัดการกีฬา



ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกีฬาจำนวนมากได้เล็งเห็นและเริ่มนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการกีฬา โดยเทคโนโลยีที่สำคัญ ได้แก่ Artificial Intelligence (AI) Machine Learning (ML) Augmented Reality (AR) และ Virtual Reality (VR) ซึ่งล้วนมีเป้าหมายในการดำเนินกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดและยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขัน การใช้งาน Artificial Intelligence (AI) และ Machine Learning (ML) จะช่วยในการวางแผนกลยุทธ์ วิเคราะห์ข้อมูลที่จำเป็น พัฒนาสินค้าและบริการ ตลอดจนพัฒนากระบวนการบริหารจัดการของกิจการ ในขณะที่การใช้งาน Augmented Reality (AR) และ Virtual Reality (VR) จะช่วยในการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในการรับชมการแข่งขันกีฬาและร่วมกิจกรรมกีฬา ตลอดจนเพิ่มโอกาสในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบเสมือนจริง

การนำเสนอแอปพลิเคชัน Streaming เพื่อรับชม กีฬาออนไลน์



แอปพลิเคชัน Streaming เพื่อรับชมกีฬาออนไลน์มีการเติบโตและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แอปพลิเคชันเหล่านี้ช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงการรับชมการแข่งขันกีฬาแบบถ่ายทอดสดได้มากขึ้น และง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่ม Content ที่น่าสนใจอื่น ๆ เพิ่มเติมจากการรับชมการแข่งขันกีฬา เช่น การนำเสนอไฮไลต์การแข่งขัน การวิเคราะห์การแข่งขัน และนำเสนอ Behind the Scene ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและความน่าสนใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาให้มากขึ้นช่วยดึงดูดผู้ชมและแฟนกีฬาได้มากขึ้น



สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาของไทย

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการกีฬาของไทย
สถานการณ์ของอุตสาหกรรมกีฬาของไทยในช่วงครึ่งแรก
ของปี 2567

สถานการณ์อุตสาหกรรมกีฬาทะของไทย

ในปี 2567 อุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปี 2566 ไม่แตกต่างไปจากกระแสการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาโลก โดยสถานการณ์ของอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยในช่วงครั้งแรกของปี 2567 มีรายละเอียด ดังนี้

กีฬาวิ่งเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากและกลายเป็นกีฬามวลชนที่สำคัญในประเทศไทยในปี 2567

01

ในช่วงครึ่งปีแรก (มกราคม – มิถุนายน 2567) มีการจัดการแข่งขันวิ่งในรูปแบบต่าง ๆ ในประเทศไทย ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2566 ร้อยละ 3.7 โดยปี 2567 ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ มีรายการแข่งขันวิ่งมากที่สุด ร้อยละ 26.06 รองลงมาคือ เดือนมกราคม ร้อยละ 20.24 โดยเดือนที่มีการจัดการแข่งขันน้อยที่สุดคือ เดือนเมษายน ร้อยละ 6.61 สถิติจำนวนรายการวิ่งดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า กีฬาวิ่งเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างกว้างขวางถือเป็นกีฬามวลชนที่สำคัญของประเทศไทย และจะเป็นกลไกในการขับเคลื่อนมูลค่าทางเศรษฐกิจการกีฬาของประเทศไทย

ความสำเร็จของการวิ่งมาราธอนในประเทศไทย พบว่าในครึ่งปีแรกของปี 2567 มีกิจกรรมการวิ่งมาราธอนที่เป็นรายการที่ประชาชนให้ความสนใจเข้าร่วมจำนวนมาก เช่น

บุรีรัมย์ มาราธอน 2024



จัดการแข่งขันขึ้นเป็นปีที่ 8 เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2567 เป็นปีแรกที่ได้รับมาตรฐานงานวิ่งระดับสูง Gold Label รายการและรายเดี่ยวของไทย และเป็น Gold มาราธอนแรกของโลกในรูปแบบไนท์รัน มีนักวิ่งและผู้ติดตามเข้าร่วมกิจกรรมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติประมาณ 30,000 คน โดยคาดการณ์ว่าจะสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการจัดการแข่งขันมากกว่า 700 - 800 ล้านบาท และคาดว่าจะสูงกว่าปี 2566 ที่ผ่านมาที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอยู่ที่ 700.89 ล้านบาท (ที่มา: การกีฬาแห่งประเทศไทย)

ลากูน่าภูเก็ตมาราธอน 2024



เป็นงานวิ่งมาราธอนที่ได้รับการยกย่องอย่างสูงจากผู้เข้าร่วมจากทั่วทุกมุมโลก ได้รับการรับรองจาก IAAF AIMS (Association of International Marathons and Distance Races) ตั้งแต่ปีแรก โดยปี 2567 มีผู้เข้าร่วมการแข่งขันมากกว่า 6,000 คน จาก 51 ประเทศทั่วโลก คาดว่าสร้างเงินหมุนเวียนภายในจังหวัดภูเก็ตหลายร้อยล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมอยู่ที่ 2,000 - 3,000 บาท/คน (ที่มา : Mice and Event ลากูน่า ภูเก็ต)

สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาของไทย (ต่อ)

ความสำเร็จในการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ

02

ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติที่สำคัญหลายรายการ ทั้งกีฬาอาชีพและกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ส่งผลดีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตลอดจนเป็นการแสดงศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาระดับโลกหรือระดับทวีป นอกจากนี้ยังเป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นความสนใจและวัฒนธรรมกีฬาให้เกิดขึ้นในประชาชนชาวไทยอีกด้วย ทั้งนี้ รายการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติที่เป็นประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ เช่น (รายละเอียดดังตาราง)

รายการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติที่เป็นประเทศไทยเป็นเจ้าภาพปี 2567 (ครึ่งปีแรก)

ที่	รายการกีฬา	ชนิดกีฬา	STORE 3	STORE 4
1	Thailand Open 2024	เทนนิส	ประจวบคีรีขันธ์	29 ม.ค. - 4 ก.พ.
2	Thailand Masters 2024	แบดมินตัน	กรุงเทพฯ	30 ม.ค. - 4 ก.พ.
3	ACC Men's Challenger Cup	คริกเก็ต	กรุงเทพฯ	27 ม.ค. - 11 ก.พ.
4	Six-red World Championship	สไน็กเกอร์	กรุงเทพฯ	6 - 11 มี.ค.
5	Beach Soccer Asian Cup	ฟุตบอลชายหาด	ชลบุรี (พัทยา)	16 - 26 มี.ค.

03

ฟุตบอล Thai League สามารถดึงดูดผู้ชมกลับเข้าสู่สนามได้มากขึ้น

ในฤดูกาล 2023 - 2024 ซึ่งจบฤดูกาล ไปในเดือนพฤษภาคม 2567 ที่ผ่านมา จำนวนผู้ชมที่เข้าชมในสนามทั้งหมดมีจำนวนถึง 1,127,630 คน คิดเป็นจำนวนเฉลี่ย 4,698 คน/นัด สูงกว่าสถิติในฤดูกาล 2022 - 2023 ซึ่งจบฤดูกาลในเดือนพฤษภาคม 2566 โดยมีจำนวนผู้ชมที่เข้าชมในสนามทั้งหมดเท่ากับ 1,063,328 คน และมีจำนวนเฉลี่ยเท่ากับ 4,431 คน/นัด ในขณะที่จำนวนผู้ชมสูงสุดในฤดูกาล 2023 - 2024 เกิดขึ้นในเดือนพฤษภาคม 2567 โดยมีจำนวนผู้ชมถึง 32,222 คน มากกว่าจำนวนสูงสุดของฤดูกาล 2022 - 2023 ซึ่งมีจำนวน 29,461 คน เกิดขึ้นในเดือนเมษายน 2566

การเติบโตของมูลค่าการตลาดของทีมฟุตบอล Thai League

การเติบโตของมูลค่าตลาดรวมของทีมฟุตบอลในลีกสูงสุดของประเทศไทย นั่นคือ Thai League เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นคู่แข่งสำคัญ ได้แก่ J1League ของประเทศญี่ปุ่น และ K League 1 ของประเทศเกาหลีใต้ จากสถิติซึ่งรวบรวมโดย Transfermarkt.com พบว่ามูลค่าตลาดของ Thai League มีการเติบโตในอัตราที่สูงกว่าฟุตบอลลีกของทั้ง 2 ประเทศที่เป็นคู่แข่งเป็นอย่างมาก โดยระหว่างเดือนธันวาคม 2016 มาจนถึงเดือนมิถุนายน 2024 มูลค่าตลาดรวมของทีมฟุตบอล Thai League เติบโตถึงร้อยละ 89.13 ในขณะที่มูลค่าตลาดรวมของทีมฟุตบอล J1 League และ K League 1 เติบโตเพียง ร้อยละ 23.78 และ 49.62 ตลอดช่วงเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ ยังพบว่าในระยะเวลาเพียงครึ่งปีของปี 2024 มูลค่าตลาดรวมของทีมฟุตบอล Thai League เติบโตถึงร้อยละ 9.07 เมื่อเปรียบเทียบกับสิ้นปี 2023 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่า J1 League และ K League 1 ด้วยเช่นกัน

มูลค่าตลาดของฟุตบอลลีกสูงสุดของประเทศไทย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ (ล้านยูโร)

ประเทศ	ประเทศไทย		ประเทศญี่ปุ่น		ประเทศเกาหลีใต้	
ชื่อ League	Thai League		J1 League		K League 1	
จำนวนทีม	จำนวน 16 ทีม		จำนวน 20 ทีม		จำนวน 12 ทีม	
เดือน/ปี	มูลค่ารวม	% การเติบโต	มูลค่ารวม	% การเติบโต	มูลค่ารวม	% การเติบโต
ธันวาคม 2016	39.30		237.83		105.58	
ธันวาคม 2017	35.85	-8.78	255.98	7.63	90.30	-14.47
ธันวาคม 2018	43.98	22.68	286.35	11.86	124.25	37.60
ธันวาคม 2019	55.15	25.40	344.20	20.20	152.60	22.82
ธันวาคม 2020	53.38	-3.21	273.03	-20.68	147.10	-3.60
ธันวาคม 2021	55.63	4.22	308.08	12.84	154.58	5.08
ธันวาคม 2022	65.88	18.43	293.45	-4.75	154.15	-0.28
ธันวาคม 2023	68.15	3.45	272.80	-7.04	155.35	0.78
มิถุนายน 2024	74.33	9.07	294.38	7.91	157.97	1.69
% เฉลี่ยต่อปี		8.91		3.50		6.20
% 2016-24		89.13		23.78		49.62

สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาของไทย (ต่อ)

04

วอลเลย์บอลยังคงเป็นกีฬาได้รับความนิยมสำหรับแฟนกีฬาชาวไทย

ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน “วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก VNL 2024” รอบสุดท้ายระหว่างวันที่ 20 - 23 มิถุนายน 2567 ณ สนามอินดอร์สเตเดียม หัวหมาก กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ **จากรายงานการศึกษาของสมาคมกีฬาวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย พบว่า ในการแข่งขันประเภททีมหญิง มีจำนวนการเข้าชมการแข่งขันในรอบสุดท้าย ณ อินดอร์ สเตเดียม หัวหมาก 45,000 ราย มีมูลค่าผลกระทบทางเศรษฐกิจ 625.90 ล้านบาท สามารถสร้างรายรับจากภาษีให้กับหน่วยงานภาครัฐ 19.25 ล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงานอยู่ที่ 630 คน** นอกจากนี้ยังพบว่า แมตช์ระหว่างทีมชาติไทยและทีมชาติจีนซึ่งถ่ายทอดสดผ่านทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มียอดผู้ชมสดโดยเฉลี่ย 3.7 ล้านวิวซึ่งนับเป็นยอดผู้ชมกีฬาที่สูงที่สุดในประเทศไทยในปี 2024 โดยมียอดวิว 4.6 ล้านวิวในช่วงสูงสุดของการติดตามชม มียอดผู้ชมสะสมในแมตช์ที่ถ่ายทอดสดในประเทศไทยสูงถึง 38.4 ล้านวิว จากจำนวน 53 ชั่วโมงของการถ่ายทอดสด

05

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการผลักดันและเดินหน้านำส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ซึ่งประเทศไทยสามารถใช้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อมาแข่งขันกีฬาและอยู่เที่ยวในพื้นที่ ก่อให้เกิดการใช้จ่ายไม่ว่าจะเป็นเรื่องของค่าเดินทาง ค่าโรงแรมที่พัก และค่าอาหาร นำไปสู่การกระจายรายได้ต่อชุมชน **ซึ่งในปัจจุบันได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวและนันทนาการที่สำคัญ เช่น การแข่งขัน Moto GP 2023 ซึ่งสร้างมูลค่าผลกระทบทางเศรษฐกิจมากกว่า 4,000 ล้านบาท วิ่งเทรลระดับนานาชาติดอยอินทนนท์ UTMB สร้างมูลค่ากว่า 700 ล้านบาท และวิ่งบุรีรัมย์มาราธอนมิถุนายน 2023 สร้างมูลค่า 700 ล้านบาท เป็นต้น** ซึ่งจากการสำรวจมูลค่าทางเศรษฐกิจการจัดกิจกรรมกีฬาในปี 2566 ที่ผ่านมาพบว่า สามารถสร้างมูลค่าได้ถึง 33,655.59 ล้านบาท (จากการจัดกิจกรรมของหน่วยงานภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)



สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาของไทย (ต่อ)

01



อุตสาหกรรมเครื่องดื่มเกลือแร่สำหรับนักกีฬายังคงมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง

จากรายงานของบริษัท T.C. Pharmaceutical ผู้ผลิตเครื่องดื่มสปอนเซอร์ ซึ่งเป็นแบรนด์เครื่องดื่มเกลือแร่ นักกีฬาที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดกว่าร้อยละ 90 ของทั้งตลาด พบว่าในปี 2566 มูลค่าตลาดรวมของ เครื่องดื่มเกลือแร่สำหรับนักกีฬาเติบโตอย่างมากจาก 4,714 ล้านบาท ในปี 2565 เป็น 5,326 ล้านบาท ในปี 2566 สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนทั่วไปมีการออกกำลังกายและเล่นกีฬามากขึ้น ทั้งนี้ บริษัท T.C. Pharmaceutical คาดการณ์ว่าตลาดเครื่องดื่มเกลือแร่สำหรับนักกีฬาจะยังคงเติบโตต่อเนื่องในปี 2567 โดยคาดว่าจะเติบโตและมีมูลค่าตลาดเกินกว่า 5,400 ล้านบาทในปี 2567 ซึ่งเป็นผลมาจากกระแส ความสนใจออกกำลังกายและเล่นกีฬาของประชาชน

SPORT INDUSTRY

02

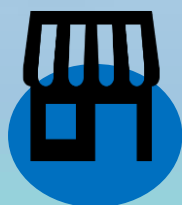


เสื้อผ้ากีฬาแบรนด์ Warrix (วอริกซ์) สามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง

เสื้อผ้ากีฬาแบรนด์ Warrix ซึ่งเป็นแบรนด์ของผู้ประกอบการชาวไทยสามารถสร้างยอดขายได้เพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวไทยพร้อมเปิดรับเสื้อผ้ากีฬาแบรนด์ไทยที่มีคุณภาพและมี การออกแบบที่สวยงาม สอดคล้องกับอุปสงค์และไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจ การค้า รายได้รวมของบริษัท วอริกซ์ สปอร์ต จำกัด (มหาชน) ในปี 2566 มีมูลค่าเท่ากับ 1,236.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 1,069.27 ล้านบาท สะท้อนให้เห็นโอกาสในการเติบโตของตลาดเสื้อผ้ากีฬา ในประเทศไทย ตามกระแสการออกกำลังกายและเล่นกีฬา และความนิยมที่มีต่อ Sport Fashion ตลอดจน ข้อพิสูจน์ว่าแบรนด์ไทยเริ่มสามารถแข่งขันกับแบรนด์ต่างชาติได้

SPORT INDUSTRY

03



อุตสาหกรรมค้าส่งค้าปลีกที่เกี่ยวข้องกับกีฬามีมูลค่าตลาดเติบโตอย่างต่อเนื่อง

จากรายงานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า อุตสาหกรรมค้าส่งค้าปลีกที่เกี่ยวข้องกับกีฬามีมูลค่าตลาดเติบโต อย่างต่อเนื่อง โดยพบว่ารายได้รวมของนิติบุคคลในสาขาการขายส่งเครื่องกีฬาเติบโตจาก 15,384.15 ล้านบาท ในปี 2565 เป็น 16,297.27 ล้านบาท ในปี 2566 ในขณะที่รายได้รวมของนิติบุคคลในสาขา การขายปลีก เครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะเติบโตจาก 23,903.68 ล้านบาท ในปี 2565 เป็น 25,429.80 ล้านบาท ในปี 2566 นอกจากนี้ จากรายงานของบริษัท CRC SuperSport ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกเสื้อผ้า และอุปกรณ์กีฬาที่มีส่วนแบ่งการตลาดกว่าร้อยละ 25 พบว่าในปี 2566 ตลาดเสื้อผ้ากีฬาและอุปกรณ์กีฬา มีมูลค่าประมาณ 35,000 ล้านบาท และคาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 7 - 8 ในปี 2567 เป็นประมาณ 38,000 ล้านบาท สถิติดังกล่าวเป็นไปตามกระแสความนิยมออกกำลังกายและเล่นกีฬาซึ่งมีแนวโน้มเติบโต อย่างต่อเนื่อง

SPORT INDUSTRY

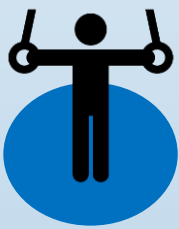
สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาของไทย (ต่อ)

มูลค่ารายได้รวมของนิติบุคคลในอุตสาหกรรมค้าส่งค้าปลีกที่เกี่ยวข้องกับกีฬา

สาขา TSIC	2564	2565	2566
46433 การขายส่งเครื่องกีฬา	14,197.53	15,384.15	16,297.27
47630 การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ	20,014.17	23,903.68	25,429.80

04

การเรียนรู้และเล่นกีฬาได้รับความนิยมส่งผลดีต่อธุรกิจสอนกีฬาและสถานที่ออกกำลังกาย



จากรายงานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ผู้ประกอบการในสาขาการศึกษาด้านกีฬาและนันทนาการ และสาขาการดำเนินงานของสถานที่ออกกำลังกายได้ฟื้นตัวอย่างสมบูรณ์ในปี 2566 โดยในปี 2566 มูลค่ารายได้รวมของนิติบุคคลในสาขาการศึกษาด้านกีฬาและนันทนาการและสาขาการดำเนินงานของสถานที่ออกกำลังกายได้เพิ่มขึ้นจาก 1,555.13 และ 5,348.72 ล้านบาทในปี 2565 เป็น 2,324.75 และ 9,424.42 ล้านบาทในปี 2566 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า มูลค่าตลาดของธุรกิจฟิตเนสและสถานที่ออกกำลังกายคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องตามกระแสความนิยมออกกำลังกายและเล่นกีฬา และคาดว่าจะมีมูลค่าเกินกว่า 10,000 ล้านบาทในปี 2567

SPORT INDUSTRY

05

อุตสาหกรรมการผลิตสินค้ากีฬายังต้องเผชิญกับความท้าทาย



จากรายงานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่า อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬาแม้จะฟื้นจากช่วง COVID-19 แต่ยังไม่พบแนวโน้มเติบโตอย่างชัดเจนในปี 2566 และยังคงเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันกับแบรนด์ต่างชาติ ซึ่งอาจขัดขวางการเติบโตในปี 2567 โดยพบว่า มูลค่ารายได้รวมของนิติบุคคลในสาขาการผลิตชุดกีฬา การผลิตจักรยาน และการผลิตอุปกรณ์กีฬามีมูลค่าลดลงอย่างชัดเจนในปี 2566 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565 ในขณะที่มูลค่ารายได้รวมของนิติบุคคลสาขาการผลิตลูกบอลที่ใช้ในการกีฬาในปี 2566 มีค่าลดลงเล็กน้อยจากปีก่อนหน้า โดยมีเพียงมูลค่ารายได้รวมของนิติบุคคลในสาขาการผลิตรองเท้ากีฬาเท่านั้นที่มีการเติบโตในปี 2566 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565 สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าสินค้ากีฬาแบรนด์ไทยยังไม่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในประเทศและไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้มากเท่าที่ควร ซึ่งเป็นประเด็นที่ต้องพัฒนาต่อไป

SPORT INDUSTRY

สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทย (ต่อ)

06

ผลิตภัณฑ์กีฬาแบรนด์ชั้นนำต่างชาติยังคงเป็นผู้นำตลาด



จากรายงานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่าผลิตภัณฑ์กีฬาแบรนด์ชั้นนำจากต่างชาติยังคงเป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์กีฬาในประเทศไทย ส่งผลทำให้การเติบโตของมูลค่าตลาดของการค้าส่งค้าปลีกเสื้อผ้ากีฬารองเท้ากีฬา และอุปกรณ์กีฬาที่เกิดขึ้นในปี 2566 และคาดว่าจะเติบโตต่อไปในปี 2567 อาจไม่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจมหภาคของประเทศไทยได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากผู้บริโภคยังคงให้ค่านิยมซื้อผลิตภัณฑ์กีฬาแบรนด์ต่างชาติมากกว่า ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า มูลค่ารายได้รวมของบริษัทผลิตผลิตภัณฑ์กีฬาต่างชาติดังกล่าวมีมูลค่าสูงมาก อีกทั้งยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายได้ของบริษัท อาดีดาส (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ไนกี้ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท ดีแคทลอน (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งมีการเติบโตของรายได้รวมในปี 2566 7.2 พันล้านบาท 3.8 พันล้านบาท และ 2.4 พันล้านบาท

SPORT INDUSTRY



รายได้รวม

อาดีดาส (ประเทศไทย) จำกัด

7.2 พันล้านบาท

2566



รายได้รวม

ไนกี้ (ประเทศไทย) จำกัด

3.8 พันล้านบาท

2566

ดีแคทลอน
DECATHLON
ประเทศไทย

รายได้รวม

ดีแคทลอน (ประเทศไทย) จำกัด

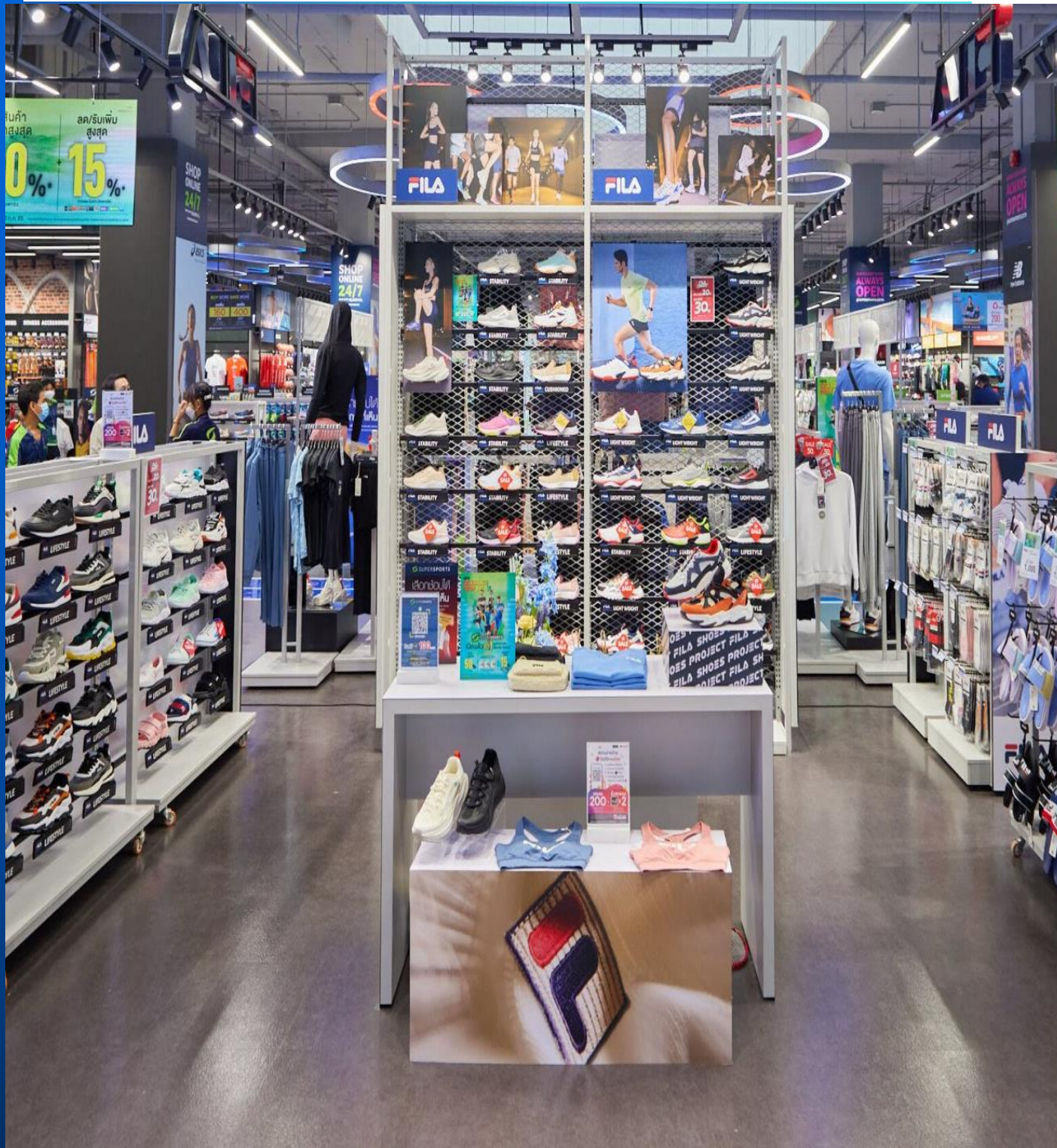
2.4 พันล้านบาท

2566

ที่มา : จากการรายงานการส่งข้อมูลทางงบการเงินของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ปี 2566 สืบค้นเมื่อเดือนกรกฎาคม ปี 2567



รายได้ของบริษัทผู้นำตลาดในธุรกิจเสื้อผ้ากีฬา รองเท้ากีฬา และอุปกรณ์กีฬา 3 อันดับแรก



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม กีฬาของไทย

- ❖ ปัจจัยเชิงบวกที่มีต่ออุตสาหกรรมกีฬาของไทย
- ❖ ปัจจัยเชิงลบที่มีต่ออุตสาหกรรมกีฬาของไทย



ปัจจัยเชิงบวกที่มีต่ออุตสาหกรรมกีฬของไทย

กีฬาวิ่งยังคงเป็นกีฬามวลชนที่ได้รับความนิยมอย่างสูง



กีฬาวิ่งยังคงเป็นกีฬามวลชนที่ได้รับความนิยมอย่างสูง: ในปี 2567 กีฬาวิ่งยังคงเป็นกิจกรรมกีฬาที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการที่มีอีเวนต์การแข่งขันวิ่งหลากหลายรูปแบบถูกจัดขึ้นในทุกจังหวัดของประเทศไทย การเติบโตของกีฬาวิ่งดังกล่าวส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมกีฬาเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นกลไกขับเคลื่อนให้เกิดการใช้จ่ายในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมากมาย ไม่ว่าจะเป็น เสื้อผ้าและรองเท้ากีฬา การเดินทางและขนส่ง โรงแรมและร้านอาหาร การจัดการแข่งขันกีฬา และบริการที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอื่น ๆ

การฟื้นตัวของธุรกิจยิม ฟิตเนส และสถานที่ออกกำลังกาย



ในปี 2566 ธุรกิจยิม ฟิตเนส และสถานที่ออกกำลังกายได้กลับมาฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว เห็นได้จากการที่รายได้รวมของนิติบุคคลในสาขาสถานที่ออกกำลังกายเติบโตกว่าร้อยละ 76.2 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565 ซึ่งคาดการณ์ว่าจะเติบโตต่อไปและมีมูลค่าเกินกว่า 10,000 ล้านบาท ในปี 2567 การฟื้นตัวดังกล่าวจะช่วยเพิ่มอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการกีฬาอื่น ๆ เช่น เสื้อผ้าและรองเท้ากีฬา อุปกรณ์กีฬา เครื่องดื่มนักกีฬา ยาและเวชภัณฑ์นักกีฬา เป็นต้น

นักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย



และในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2567 พบว่าประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมมากถึง 17,501,283 คน จึงเชื่อได้ว่าตลอดปี 2567 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่น้อยกว่าปี 2566 และจะเป็นปัจจัยผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) ส่งผลต่อการใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา เครื่องดื่ม ยา และเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา การเข้าชมและเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ และส่งผลต่อเนื่องไปจากยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานทั้งภาคการผลิตและภาคบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมและร้านอาหาร การเดินทางและขนส่ง

ปัจจัยเชิงบวกที่มีต่ออุตสาหกรรมการกีฬาของไทย (ต่อ)

ความสำเร็จของการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาอาชีพระดับโลก



ในปี 2566 การแข่งขัน MotoGP รายการ Thailand Grand Prix สามารถดึงดูดผู้เข้าชมได้มากถึง 179,811 คน ตลอดระยะเวลา 3 วันที่จัดการแข่งขัน โดยจำนวนผู้ชมเพิ่มขึ้นจากปี 2565 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 178,463 คน (เมนสแตนด์, 2566) นอกจากนี้ ประเทศไทยยังเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันเทนนิสอาชีพ WTA250 รายการ Hua Hin Thailand Open มาตั้งแต่ปี 2019 และประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีมาโดยตลอด ความสำเร็จของการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาอาชีพระดับโลกสะท้อนความพร้อมของการจัดการแข่งขันกีฬาระดับโลกของประเทศไทย เปิดโอกาสในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติอื่น ๆ ในอนาคต

นโยบายการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเรียนมวยไทยระยะยาว



คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านกีฬาได้มีนโยบายออกวีซ่าพิเศษ 90 วัน (Visa Non ED) ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้ามาเรียนมวยไทยในประเทศไทย สามารถต่ออายุวีซ่าได้ 3 ครั้ง อยู่ได้ยาวถึง 1 ปี โดยปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวจีนและสวีเดนได้เดินทางเข้ามาเรียนมวยไทย ณ จังหวัดภูเก็ต เป็นที่เรียบร้อยแล้ว นโยบายดังกล่าวเป็นผลดีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ช่วยกระตุ้นอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการมวยไทยและกีฬาอื่น ๆ ให้เติบโตมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้มวยไทยให้เป็นนิยมในระดับโลกมากยิ่งขึ้นอีก (ไทยพีบีเอส, 2567)

กระแสการตื่นตัวทางด้านสุขภาพช่วยส่งเสริมการตลาดของอุปกรณ์กีฬา



ปัจจุบันประชาชนจำนวนมากให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพและการออกกำลังกายมากขึ้น ทำให้เกิดความต้องการซื้อหาอุปกรณ์กีฬาเพื่อออกกำลังกาย เล่นกีฬา และแข่งกีฬามากขึ้น ส่งผลทำให้รายได้ของผู้ประกอบการในธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกเครื่องกีฬาเติบโต ในปี 2566 เติบโตถึงร้อยละ 5.94 และ 6.38 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565 และคาดว่าจะมูลค่าตลาดจะเติบโตไปประมาณร้อยละ 7 - 8 ในปี 2567 และมีมูลค่าเพิ่มจาก 35,000 ล้านบาทในปี 2566 เป็นประมาณ 38,000 ล้านบาทในปี 2567

กระแสความนิยมที่มีต่อ Sport Fashion ช่วยผลักดันตลาดเสื้อผ้าและรองเท้ากีฬา



กระแสนิยม Sport Fashion ที่เลือกสวมใส่ชุดกีฬาและรองเท้ากีฬาในชีวิตประจำวัน ทั้งการเรียน การทำงาน และการท่องเที่ยว ประกอบกับกระแสการตื่นตัวด้านสุขภาพของประชาชน ส่งผลดีต่อตลาดเสื้อผ้าและรองเท้ากีฬาเป็นอย่างมาก โดยช่วยผลักดันให้มูลค่าการตลาดของธุรกิจค้าส่งค้าปลีกเสื้อผ้ากีฬาและรองเท้ากีฬาเติบโตในอัตราสูงอย่างมีนัยสำคัญ เห็นได้จากการที่รายได้รวมของแบรนด์ที่เป็นผู้นำตลาดในธุรกิจค้าส่งค้าปลีกเสื้อผ้ากีฬาและรองเท้ากีฬา เช่น Nike Adidas Warrix และ Skechers ในปี 2566 เติบโตเป็นอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ในปี 2565 ทั้งนี้ กระแสนิยม Sport Fashion คาดว่าจะดำเนินต่อไป ส่งผลดีต่อการเติบโตของธุรกิจเสื้อผ้าและรองเท้ากีฬาในปี 2567 และการเติบโตในระยะยาว

ปัจจัยเชิงบวกที่มีต่ออุตสาหกรรมกีฬาทองถิ่นไทย (ต่อ)

แบรนด์ Warrix เป็นแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับแบรนด์เสื้อผ้ากีฬาแบรนด์ไทย

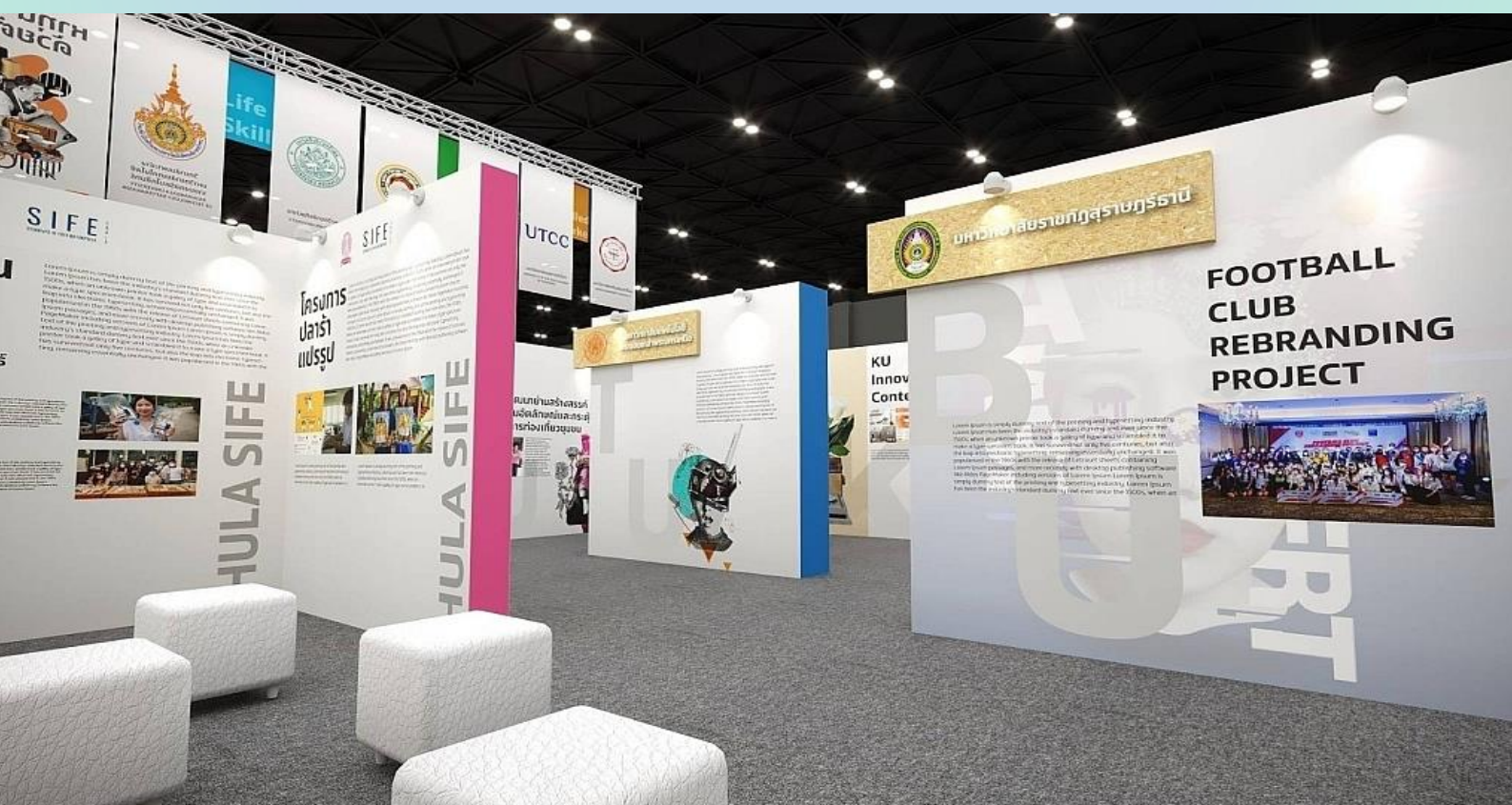


ผู้บริโภคชาวไทยเปิดรับเสื้อผ้าแบรนด์ไทย หากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และมีการออกแบบที่สวยงาม ตรงกับความชื่นชอบของผู้บริโภค ทั้งนี้ ความสำเร็จของแบรนด์ Warrix สามารถใช้เป็นแนวปฏิบัติที่ดีให้แก่ผู้ประกอบการเสื้อผ้ากีฬาแบรนด์ไทยอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อให้สามารถขยายตลาดในประเทศไทยและผลักดันไปสู่การส่งออกได้

กีฬาอาชีพได้รับการผลักดันอย่างเป็นรูปธรรมโดยหน่วยงานภาครัฐ



ปัจจุบันประเทศไทยมีพระราชบัญญัติกีฬาอาชีพเป็นแผนแม่บทในการส่งเสริมกีฬาของประเทศไทย มีการกำหนดชนิดกีฬาอาชีพ 14 ชนิดกีฬา โดยมีการดำเนินงานส่งเสริมกีฬาอาชีพอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันในปี 2567 ประเทศไทยมีสโมสรกีฬาอาชีพจำนวนถึง 310 สโมสร 15 ลีกกีฬาอาชีพ และมีนักกีฬาอาชีพจำนวน 3,678 คน (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2567) การพัฒนากีฬาอาชีพจะเป็นกลไกส่งเสริมอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยในทุกหมวดอุตสาหกรรม รวมทั้งช่วยผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้อย่างมีนัยสำคัญ





ปัจจัยเชิงลบที่มีต่ออุตสาหกรรม การกีฬาของไทย

การจัดการแข่งขันกีฬาวิ่งส่วนใหญ่ยังขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ



การจัดการแข่งขันวิ่งส่วนใหญ่ยังขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ผู้จัดการแข่งขันส่วนใหญ่ขาดการวางแผนด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้จัดการจำนวนมากไม่ได้วางแผนรับมือผลกระทบในเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นอย่างรอบคอบ เช่น ปัญหาการจราจร ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาขยะมูลฝอย ปัญหาความไม่เพียงพอของที่พักและร้านอาหารในพื้นที่ ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ทำให้ประชาชนในพื้นที่ต่อต้านการจัดการแข่งขัน และทำให้การจัดการแข่งขันไม่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ผู้จัดการแข่งขันกีฬานับว่าจำนวนมากยังขาดทักษะความเป็นผู้ประกอบการ



ผู้จัดการแข่งขันกีฬานับว่าจำนวนมากยังขาดทักษะความเป็นผู้ประกอบการซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการจัดการแข่งขันกีฬา รวมทั้งยังขาดทักษะในการประเมินผลได้ทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการจัดการแข่งขันกีฬา การจัดการแข่งขันกีฬาทุกรายการย่อมต้องการความสำเร็จทั้งจำนวนผู้เข้าร่วม เงินหมุนเวียนที่เกิดขึ้นจากการแข่งขัน ตลอดจนผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวต้องอาศัยทักษะของผู้จัดการแข่งขัน ในการวางแผนการตลาดและการสร้างแบรนด์ที่เหมาะสม การวางแผนกำลังคนและการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรที่เข้มแข็ง

การขาดความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่จัดการแข่งขันกีฬา



หลายพื้นที่จัดการแข่งขันกีฬาในต่างจังหวัดยังขาดความพร้อมในด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมและผู้ชมการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ การจัดการแข่งขันกีฬาในพื้นที่ต่างจังหวัดยังมีอุปสรรคจากการขาดแคลนขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพและราคาไม่สูงมากนัก เช่น รถไฟความเร็วสูง (ในขณะที่การเดินทางด้วยเครื่องบินมีการให้บริการน้อยและราคาสูง) อีกทั้งยังมีอุปสรรคจากการที่โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และการขนส่งในพื้นที่มักไม่เพียงพอสำหรับรองรับผู้เข้าร่วมการแข่งขันตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การแข่งขัน Moto GP รายการ Thailand Grand Prix ที่จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเผชิญกับปัญหาโรงแรม ร้านอาหารและบริการขนส่งในพื้นที่ไม่เพียงพอสำหรับรองรับผู้เข้าชมจำนวนมากได้ อีกทั้งยังมีปัญหาจากการที่มีเที่ยวบินจากกรุงเทพมหานครไม่เพียงพอกับความต้องการอีกด้วย



ปัจจัยเชิงลบที่มีต่ออุตสาหกรรม การกีฬาของไทย (ต่อ)

เสื้อผ้าและรองเท้ากีฬาแบรนด์ไทยยังไม่ได้ได้รับความนิยมในระดับที่ใกล้เคียงกับแบรนด์ต่างชาติ



ผู้บริโภคในประเทศไทยยังคงนิยมเลือกซื้อเสื้อผ้าและรองเท้ากีฬาแบรนด์ต่างชาติชื่อดังมากกว่าแบรนด์ไทย แม้ว่าโดยเฉลี่ยแล้วจะมีราคาสูงกว่าในขณะที่มีมาตรฐานคุณภาพไม่แตกต่างกันมากนัก ลักษณะดังกล่าวสะท้อนค่านิยมในการบริโภคของประชาชนซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กีฬาแบรนด์ไทยให้เติบโตและยั่งยืน โดยในทางเศรษฐศาสตร์ผลิตภัณฑ์แบรนด์ไทยจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศไทยได้มากกว่าผลิตภัณฑ์แบรนด์ต่างชาติ

การแข่งขันกีฬาอาชีพในประเทศไทยยังไม่สามารถสร้าง Engagement กับแฟนกีฬาได้มากพอ

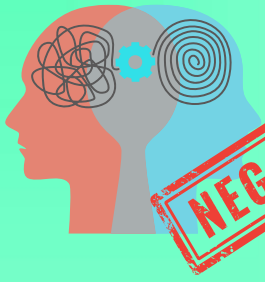


กรณีของไทยลีกซึ่งเป็นกีฬายอดนิยมของประเทศไทย พบว่าในฤดูกาล 2023/24 ฟุตบอลไทยลีกมีผู้ชมโดยเฉลี่ย 4,698 คนต่อนัด และมีสัดส่วน Capacity โดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 46.1 ของความจุของสนามแข่ง ซึ่งถือว่าน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับฟุตบอล J League ที่มีผู้ชมโดยเฉลี่ย 19,789 คนต่อนัด และมีสัดส่วน Capacity โดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 62.6 ของความจุของสนามแข่ง หรือกรณีของประเทศที่ฟุตบอลไม่ได้เป็นยอดนิยม นั่นคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่ามีผู้ชมโดยเฉลี่ย 23,768 คนต่อนัด และมีสัดส่วน Capacity โดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 93.4 ของความจุของสนามแข่ง

วัฒนธรรมกีฬายังไม่สามารถเติบโตในสังคมไทยได้อย่างมีนัยสำคัญ



ประชาชนทั่วไป รวมทั้งพ่อแม่ผู้ปกครอง มักเลือกที่จะพาลูกหลานไปทำกิจกรรมนันทนาการอื่น ๆ มากกว่าการไปเล่นกีฬาหรือชมการแข่งขันกีฬา ค่านิยมด้านวิชาการทำให้นักเรียนและนักศึกษาส่วนใหญ่ต้องเลือกใช้เวลาในการเรียนพิเศษเป็นหลัก ส่งผลให้คุณค่าและความเต็มใจจ่ายที่ผู้บริโภคให้แก่การกีฬาของประเทศไทยยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำเห็นได้จากค่าตั๋วชมกีฬาที่ไม่สามารถตั้งในราคาแพงได้เหมือนกับกรณีของธุรกิจบันเทิงอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น กรณีของฟุตบอลไทยลีก ค่าตั๋วชมในสนามมีราคาค่อนข้างต่ำ ตัวอย่างเช่น ทีมบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ค่าตั๋วฤดูกาล 2024 - 2025 อยู่ระหว่าง 160 - 1,000 (VIP) บาท ทีมเมืองทองยูไนเต็ด ค่าตั๋วอยู่ระหว่าง 150 - 1,300 (VIP) บาท และทีมเชียงรายยูไนเต็ด ค่าตั๋วอยู่ระหว่าง 120 - 200 บาท



ปัจจัยเชิงลบที่มีต่ออุตสาหกรรม การกีฬาของไทย (ต่อ)

ภัยคุกคามจากสินค้าปลอมที่จำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์



ปัจจุบันมีเสื้อผ้ากีฬาและรองเท้ากีฬาละเมิดลิขสิทธิ์ของแบรนด์ที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ จำหน่ายในแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์ยอดนิยม เช่น Shopee Lazada เป็นจำนวนมาก ซึ่งจำหน่ายอย่างไร้การควบคุมในราคาต่ำกว่าสินค้าลิขสิทธิ์เป็นอย่างมาก ในขณะที่ผู้บริโภคจำนวนมากยังคงมีค่านิยมเสื้อผ้าและรองเท้ากีฬาแบรนด์ดัง เช่น Nike Adidas Under Armour Puma Reebok ฯลฯ ซึ่งมีราคาสูง ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์แทน เนื่องจากมีความแตกต่างในรูปลักษณ์ภายนอกน้อยมากแต่มีราคาต่ำกว่าเป็นอย่างมาก แต่กลับไม่เลือกซื้อสินค้าแบรนด์ไทยซึ่งมีราคาต่ำกว่า นอกจากนี้ การจำหน่ายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ในร้านค้าปลีกทั่วไป เช่น ตลาดนัด ห้างเสื้อผ้าสำเร็จรูป ก็ยังพบได้ทั่วไป ปัญหาดังกล่าวกลายเป็นภัยคุกคามที่สกัดกั้นการเติบโตของสินค้ากีฬาแบรนด์ไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ประชาชนไทยจำนวนมากมีกำลังซื้อไม่สูงมากนักและไม่สนใจลงทุนด้านการกีฬา



ประชาชนไทยจำนวนมากมีรายได้ต่อเดือนไม่สูงมากนัก ทำให้มีกำลังซื้อจำกัดและต้องเลือกใช้เงินในทางที่เห็นความสำคัญมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นอาหารการกิน การศึกษา ค่าสาธารณูปโภค ในขณะที่ประชาชนอีกส่วนหนึ่งไม่เห็นความสำคัญในการลงทุนด้านการกีฬา ทำให้ประชาชนจำนวนมากเลือกที่จะไม่ลงทุนกับการกีฬาซึ่งถือเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นน้อยกว่า โดยหากจะเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย ก็จะเลือกหนทางที่มีค่าใช้จ่ายไม่มากนัก ตัวอย่างเช่น ข้อมูลจาก Trading Economics พบว่าค่าจ้างต่อเดือนโดยเฉลี่ยของคนไทยในปี 2566 เท่ากับ 15,382 บาท ในขณะที่ค่าจ้างต่อเดือนโดยเฉลี่ยของคนอเมริกามีค่าประมาณ 170,000 บาท (30.14 ดอลลาร์ต่อชั่วโมง) ดังนั้น การลงทุนซื้อรองเท้ากีฬาราคา 1,000 บาทของคนไทยจะคิดเป็นร้อยละ 6.5 ของรายได้ต่อเดือน ในขณะที่การลงทุนซื้อรองเท้ากีฬาราคาประมาณ 100 ดอลลาร์ (3,500 บาท) ของคนอเมริกา จะคิดเป็นเพียงร้อยละ 2 ของรายได้ต่อเดือนเท่านั้น ลักษณะดังกล่าวถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทย

รายงานภาวะเศรษฐกิจด้านการกีฬา ของประเทศไทย ปี 2566





โครงสร้างของอุตสาหกรรม การกีฬาของไทย (Direct)

ที่	สาขาการผลิต	คำอธิบาย
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการปลูกพืช การเพาะพันธุ์ และการขยายพันธุ์พืชอื่น ๆ เพื่อใช้ในการกีฬา เช่น หญ้าสนามฟุตบอล สนามกอล์ฟ
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการเลี้ยงสัตว์ที่ใช้ในการกีฬา เช่น ม้าแข่ง
3	การผลิตเครื่องมือสำหรับนักกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตเครื่องมือเคลื่อนที่และเครื่องมือต่าง ๆ สำหรับนักกีฬาและผู้ออกกำลังกาย
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตชุดกีฬาและรองเท้ากีฬา
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตหนังสือพิมพ์ วารสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกีฬา ทั้งออฟไลน์และออนไลน์
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตยา และเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา เช่น เวียโปรตีน ครีมนวดนักกีฬาน้ำมันมวย ผ้าเทปนักกีฬา เป็นต้น
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตและซ่อมยานยนต์ จักรยานยนต์ จักรยาน และเรือสำหรับการกีฬา
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตเครื่องกีฬาและอุปกรณ์กีฬานิตต่าง ๆ
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการก่อสร้าง ตกแต่ง วางระบบไฟฟ้า ประปา และสาธารณูปโภค สนามกีฬา และสถานที่สำหรับออกกำลังกาย ตลอดจนที่พักในสนามกีฬา
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการค้าส่งและค้าปลีก เครื่องแต่งกายกีฬา รองเท้ากีฬา อุปกรณ์กีฬา รวมทั้งยานยนต์ จักรยานยนต์ จักรยาน และเรือสำหรับการกีฬา
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	สาขานี้ประกอบด้วยการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มและบริการที่พักอันเป็นผลมาจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	สาขานี้ประกอบด้วยการบริการการเดินทางทางรถไฟ การเดินทางทางบกทุกรูปแบบ การเดินทางชายฝั่งและทางน้ำ และการเดินทางทางอากาศอันเป็นผลมาจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยบริการการศึกษาและการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกีฬา เช่น โรงเรียนกีฬา สถาบันการศึกษาที่สอนด้านพลศึกษา วิทยาศาสตร์การกีฬา การจัดการการกีฬา การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกีฬา และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
14	บริการทางการแพทย์เกี่ยวกับกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยคลินิกกีฬา บริการทางการแพทย์ เวชศาสตร์ฟื้นฟู และการทำกายภาพบำบัดที่เกี่ยวข้องกับกีฬา
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลเกี่ยวกับกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตรายการที่เกี่ยวกับกีฬาที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อดิจิทัล สื่อสตรีมมิ่ง เป็นต้น ทั้งรายการฟรีและที่ต้องสมัครสมาชิก
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยกิจกรรมของผู้จัดและผู้ผลิตการแข่งขันกีฬา ทั้งชนิดมีและไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการดำเนินงานของสถานที่ออกกำลังกาย ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการทำกิจกรรมสร้างสุขภาพ เช่น การออกกำลังกาย การเรียนกีฬา เป็นต้น
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยกิจกรรมด้านสโมสรกีฬา สมาคมกีฬา และสมาพันธ์กีฬา ทั้งระดับอาชีพ กึ่งอาชีพ หรือสมัครเล่น รวมทั้งการให้โอกาสเหล่าสมาชิกในการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาต่าง ๆ
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการซ่อมและบำรุงรักษาอุปกรณ์กีฬาทุกประเภท ยกเว้นเรือ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ และจักรยานสำหรับการกีฬา
20	บริการเกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	สาขานี้ประกอบด้วยการดำเนินงานเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการแข่งขันกีฬาในร่มและกลางแจ้ง การบริหารและการจัดหาบุคลากรเพื่อปฏิบัติหน้าที่ประจำสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น



มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรม การกีฬาของไทยปี 2566

หน่วย : ล้านบาท

ที่	รหัส IO	สาขาการผลิต	มูลค่าผลผลิต
1	28	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	30.51
2	29	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	16.29
3	30	การผลิตเครื่องมือสำหรับนักกีฬา	5,326.00
4	31	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	4,156.07
5	32	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	386.18
6	33	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	3,042.76
7	34	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	17,309.04
8	35	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	24,999.98
9	36	การก่อสร้างสนามกีฬา	1,550.88
10	37	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	70,896.48
11	38	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	96,326.83
12	39	บริการการเดินทางและการขนส่ง	19,186.36
13	40	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	3,742.77
14	41	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา	9,344.13
15	42	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับกีฬา	963.17
16	43	การจัดการแข่งขันกีฬา	3,203.57
17	44	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	11,090.51
18	45	สโมสรและสมาคมกีฬา	5,758.62
19	46	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	22.50
20	47	บริการที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอื่นๆ	19.07
TOTAL			296,429.36

ที่มา : จากการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการร่วมกับการสืบค้นข้อมูลจดทะเบียนจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ปี 2567

มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรม การกีฬาของไทยปี 2562 - 2566

หน่วย : ล้านบาท

ที่	รหัส IO	สาขาการผลิต	มูลค่าผลผลิต				
			ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566
1	28	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	19.03	17.54	17.28	19.43	30.51
2	29	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	20.63	10.02	7.26	10.97	16.29
3	30	การผลิตเครื่องมือสำหรับนักกีฬา	5,500.00	5,225.00	4,962.11	4,714.00	5,326.00
4	31	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	4,221.60	3,603.21	4,990.97	6,762.62	4,156.07
5	32	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	516.38	413.57	427.59	467.74	386.18
6	33	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	1,200.00	1,230.69	1,232.93	1,596.11	3,042.76
7	34	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	25,465.90	22,307.98	26,281.68	23,993.48	17,309.04
8	35	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	20,828.13	18,671.36	23,104.41	27,739.76	24,999.98
9	36	การก่อสร้างสนามกีฬา	671.32	600.23	614.69	1,081.64	1,550.88
10	37	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	63,777.76	53,402.09	53,296.00	63,775.88	70,896.48
11	38	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	86,520.55	51,532.84	43,806.84	70,786.98	96,326.83
12	39	บริการการเดินทางและการขนส่ง	23,751.17	9,752.11	7,630.60	12,737.08	19,186.36
13	40	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	4,101.75	3,868.76	3,733.59	3,728.07	3,742.77
14	41	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	7,417.92	6,401.09	7,985.20	9,375.99	9,344.13
15	42	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	1,056.46	920.90	1,034.96	1,095.44	963.17
16	43	การจัดการแข่งขันกีฬา	3,446.76	1,472.66	1,218.56	3,550.82	3,203.57
17	44	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	10,016.86	7,196.82	5,405.44	6,292.61	11,090.51
18	45	สโมสรและสมาคมกีฬา	8,898.00	4,918.49	5,104.61	6,202.12	5,758.62
19	46	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	33.80	15.00	12.18	63.55	22.50
20	47	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	19,727.60	14,336.81	13,243.52	20,320.80	19,076.72
TOTAL			287,191.64	205,897.16	204,110.42	264,315.13	296,429.36

ภาพรวมเศรษฐกิจด้านการกีฬาของไทย

จากปัจจัยต่าง ๆ ดังที่กล่าวไปในข้างต้นนั้นทำให้คาดการณ์ได้ว่าภาพรวมเศรษฐกิจของไทยในปี 2567 จะมีมูลค่าดังต่อไปนี้

	2562	2563	2564	2565	2566	2567 ^E
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการกีฬา (ล้านบาท) 	184,520.75	133,131.78	130,581.51	168,973.21	192,479.88	207,888.07
สัดส่วน SGDP/GDP ของประเทศไทย (%) 	1.0925	0.8501	0.8077	0.9708	1.0719	1.1240
% การเปลี่ยนแปลงของ SGDP 	N/A	-27.85	-1.92	29.40	13.91	15.02
การจ้างงานในอุตสาหกรรมด้านการกีฬา (คน) 	363,326	259,512	259,929	331,506	356,737	415,128
สัดส่วนการจ้างงานในอุตสาหกรรมด้านการกีฬา / การจ้างงานทั้งหมด (%) 	0.9647	0.6778	0.6859	0.8747	0.8938	1.0345
% การเปลี่ยนแปลง (YOY) 	N/A	-28.57	0.16	27.54	7.61	8.85
มูลค่าผลผลิตอุตสาหกรรมด้านการกีฬา (ล้านบาท) 	423,966.92	300,598.63	298,719.33	388,920.95	437,446.84	483,079.00
% การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าผลผลิตอุตสาหกรรมกีฬา (%) 	N/A	-29.10	-0.63	30.20	12.48	13.78



ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าและผลกระทบ ทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมกีฬาที่สำคัญ



ผลกระทบทางเศรษฐกิจและความคุ้มค่าของการแข่งขัน

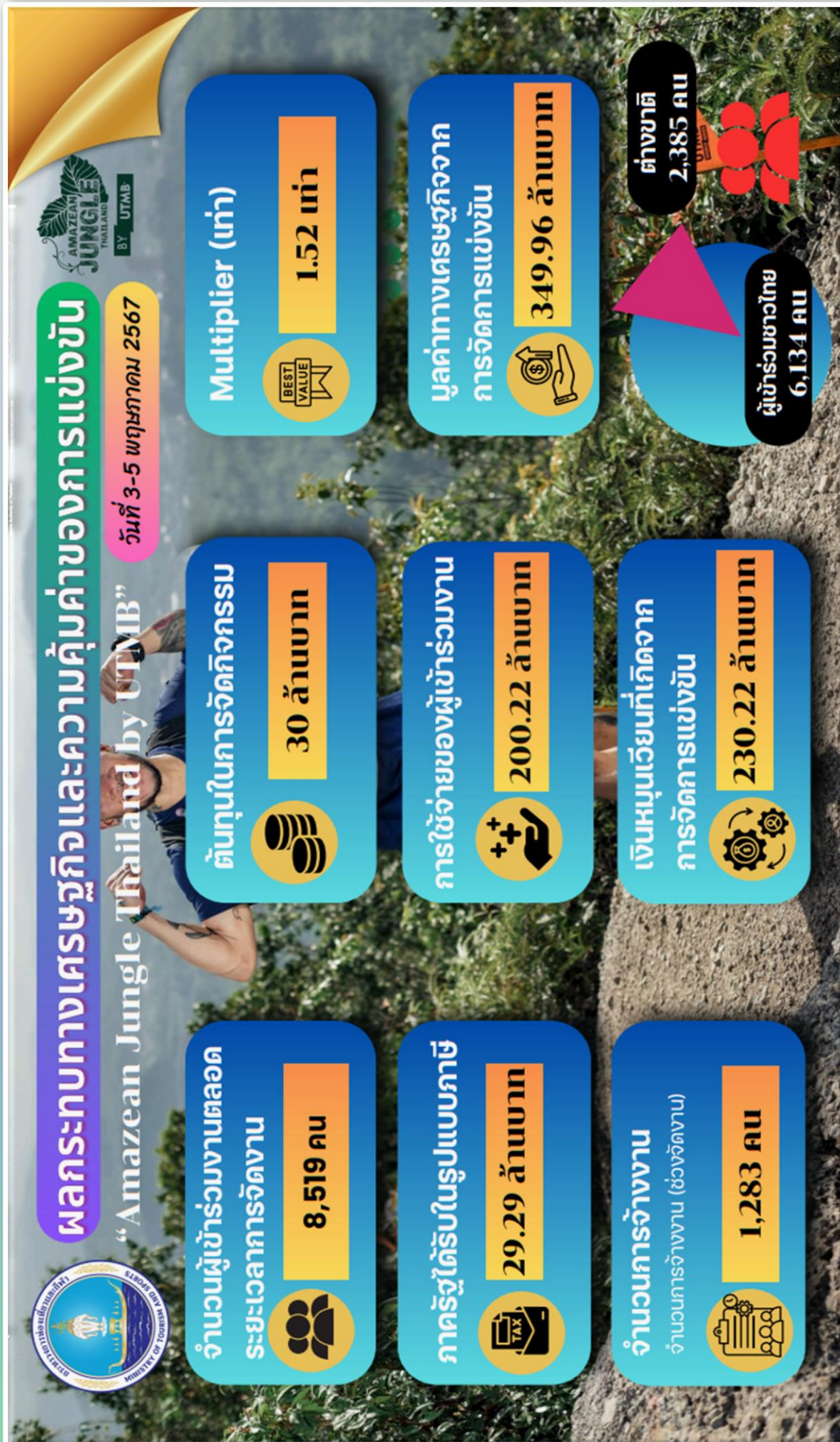
“Amazean Jungle Thailand by UTMB”



ระหว่างวันที่ 3 – 5 พฤษภาคม 2567

สรุปผลการจัดการแข่งขัน “Amazean Jungle Thailand by UTMB”

ตัวแปร	ค่าตัวแปร
จำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด (คน)	8,519
ผู้เข้าร่วมชาวไทยในจังหวัดยะลา	2,024
ผู้เข้าร่วมชาวไทยจากจังหวัดอื่น ๆ	4,110
ผู้เข้าร่วมชาวต่างชาติ	2,385
ค่าใช้จ่ายในการจัดการแข่งขัน (บาท)	30,000,000.00
ค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมทั้งหมด (บาท)	200,216,271.27
ผู้เข้าร่วมชาวไทยในจังหวัดยะลา	6,377,565.69
ผู้เข้าร่วมชาวไทยจากจังหวัดอื่นๆ	105,522,883.12
ผู้เข้าร่วมชาวต่างชาติ	88,315,822.46
มูลค่าเงินหมุนเวียนจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	230,216,271.27
มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	349,963,405.48
มูลค่า GDP จากการจัดการแข่งขัน (บาท)	159,863,630.63
จำนวนการจ้างงาน (เต็มปี) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	296
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมกีฬาโดยตรง)	171
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	49
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	76
จำนวนการจ้างงาน (ช่วงจัดงาน) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	1,283
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมกีฬาโดยตรง)	741
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	212
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	329
รายรับภาษีจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	29,287,017.13
Return on Investment (ROI) (%)	432.88
Multiplier (เท่า)	1.52



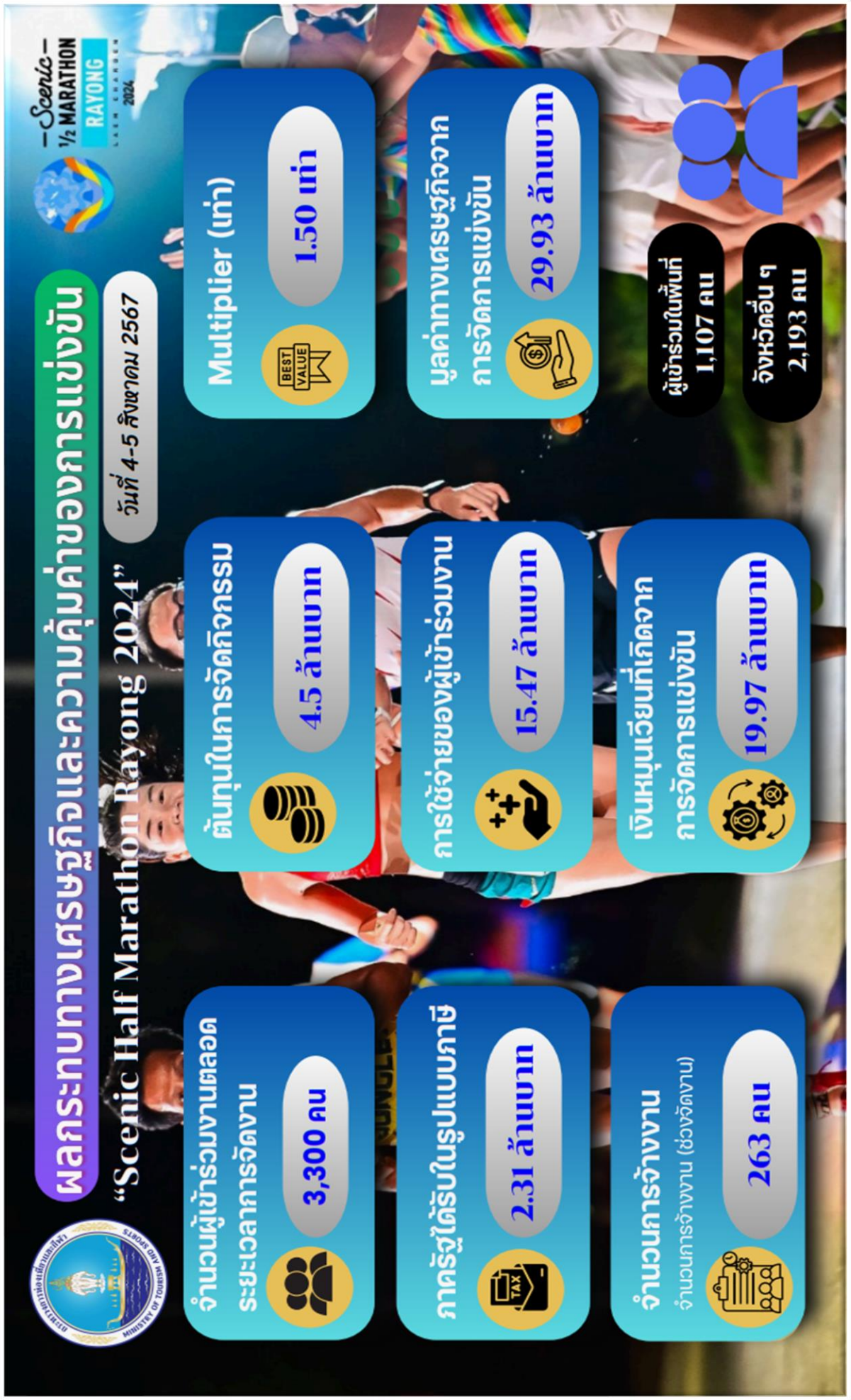
ผลกระทบทางเศรษฐกิจและความคุ้มค่าของการแข่งขัน

“Scenic Half Marathon Rayong 2024”



ระหว่างวันที่ 4 – 5 สิงหาคม 2567

ตัวแปร	ค่าตัวแปร
จำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด (คน)	3,300
ผู้เข้าร่วมชาวไทยในจังหวัดระยอง	1,107
ผู้เข้าร่วมชาวไทยจากจังหวัดอื่น ๆ	2,193
ค่าใช้จ่ายในการจัดการแข่งขัน (บาท)	4,500,000.00
ค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมทั้งหมด (บาท)	15,466,145.14
ผู้เข้าร่วมชาวไทยในจังหวัดระยอง	2,517,332.57
ผู้เข้าร่วมชาวไทยจากจังหวัดอื่นๆ	12,948,812.57
มูลค่าเงินหมุนเวียนจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	19,966,145.14
มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	29,931,501.71
มูลค่า GDP จากการจัดการแข่งขัน (บาท)	12,619,036.39
จำนวนการจ้างงาน (เต็มปี) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	24
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมกีฬาโดยตรง)	14
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	4
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	6
จำนวนการจ้างงาน (ช่วงจัดงาน) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	263
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมกีฬาโดยตรง)	153
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	44
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	66
รายรับภาษีจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	2,311,807.47
Return on Investment (ROI) (%)	180.42
Multiplier (เท่า)	1.50





ค่าใช้จ่ายด้านกีฬาของประชาชนปี 2567 (ครึ่งปีแรก)

ผลการประเมินและวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านกีฬาของประชาชน ปี 2567

พฤติกรรมและแนวโน้มในการรับชมกีฬาของประชาชน

Unit : ร้อยละ

พฤติกรรมการรับชมการแข่งขัน
กีฬาของประชาชน



ช่องทางการรับชมการแข่งขันกีฬา

70%

ชมกีฬาผ่านโทรทัศน์ / สมาร์ทโฟน / คอมพิวเตอร์
/ แท็บเล็ต / อื่น ๆ แบบ ไม่มีค่าสมาชิก

ชนิดกีฬาที่ประชาชนเลือกรับชมการแข่งขัน

01



กีฬาฟุตบอล

57.3%

02



กีฬาวอลเลย์บอล

41.1%

03



กีฬาฟุตซอล

23.3%

ความถี่ในการเดินทางไปชมการแข่งขันที่สนามแข่ง



Unit : บาท

ค่าใช้จ่ายต่อการดูรายการกีฬา
(Pay Per View) = 2,444.60

ค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นสมาชิกรายการ
กีฬา = 5,043.36

ค่าใช้จ่ายสนับสนุนการรับชมผ่าน
ไลฟ์สตรีม = 1,177.32

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปชมการแข่งขัน
กีฬาที่สนาม

รถยนต์ส่วนตัว



65.4%

รถจักรยานยนต์

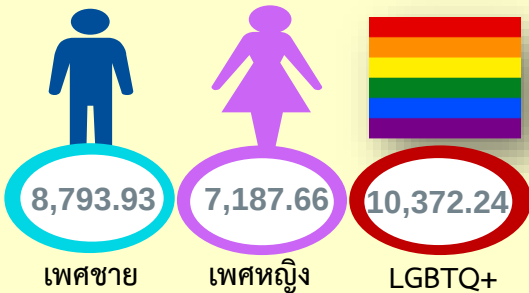


22.7%

ค่าใช้จ่ายด้านกีฬาของประชาชน ปี 2567

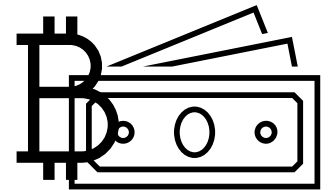
ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปี

บาท/คน



ทุกกลุ่มมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงขึ้นจากปี 2566 อย่างเห็นได้ชัด สะท้อนกระแสความนิยมของการออกกำลังกายและเล่นกีฬาที่เติบโตมากยิ่งขึ้นของคนไทย ทั้งนี้ ประชาชนเพศชายมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเท่ากับ 8,793.93 บาทต่อปี ในขณะที่เพศหญิงและกลุ่ม LGBTQ+ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเท่ากับ 7,187.66 และ 10,372.24 บาทต่อปี ตามลำดับ ทำให้ประชาชน ในภาพรวมมีค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาโดยเฉลี่ยเท่ากับ 8,075.44 บาทต่อปี

ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชน ปี 2567 เปรียบเทียบ 2566



01 ค่ารองเท้ากีฬา 2566 2,092.83 2567 2,088.26	02 ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม 2566 1,299.24 2567 1,550.2	03 ค่าอุปกรณ์กีฬา 2566 1,076.17 2567 1,375.56
04 ค่าเสื้อผ้ากีฬา/ชุดกีฬา 2566 947.64 2567 961.48	05 ค่าตั๋ว / บัตรเข้าชม 2566 390.65 2567 597.06	06 ค่าเดินทาง 2566 349.78 2567 379.64
07 ค่าโรงแรม/ค่าที่พัก 2566 137.56 2567 248.02	08 ค่าเช่าสนามกีฬา 2566 188.2 2567 240.93	09 ค่าเครื่องดื่มนักกีฬา 2566 219.79 2567 202.16
10 ค่าเรียนกีฬา/อบรมกีฬา 2566 88.23 2567 125.59	11 ค่ายาและเวชภัณฑ์ 2566 94.27 2567 80.48	12 ค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง 2566 31.68 2567 67.57
13 ค่าซื้อของที่ระลึก 2566 42.87 2567 60.25	14 ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์กีฬา 2566 13.32 2567 16.55	15 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 2566 61.86 2567 57.23

Unit : บาท

10

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมกีฬา ของประเทศไทย



หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลของการแข่งขันวิ่งในประเทศไทย เพื่อให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมให้การจัดการแข่งขันแต่ละรายการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านการบริหารจัดการ การตลาดและการสร้างแบรนด์ การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ รวมทั้งการเชื่อมโยงเข้ากับการท่องเที่ยวในพื้นที่

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในทุกจังหวัดต้องทำงานร่วมกันในเชิงบูรณาการเพื่อพัฒนากิจการรมกีฬา ที่บูรณาการเชื่อมโยงเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นในทุกจังหวัดในประเทศ โดยมี การวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหลักคือการสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจในพื้นที่ให้มากที่สุด



หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กีฬาแบรนด์ไทยให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์กีฬาที่ได้มาตรฐานสากลโดยอาศัย เทคโนโลยีและนวัตกรรมบนหลักการ Consumer Centric เพื่อให้ผลิตภัณฑ์กีฬาสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรได้รับการพัฒนาทักษะ Design Thinking เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่งเสริมการพัฒนาและจัดหาโครงสร้างพื้นฐานด้านการกีฬาที่จำเป็น เช่น สนามกีฬา สถานที่เรียน และฝึกกีฬา สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศ โดยต้องเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ได้มาตรฐานคุณภาพและมีความปลอดภัย ครอบคลุมชนิดกีฬาที่หลากหลาย เพื่อให้ประชาชนในทุกพื้นที่สามารถเข้าถึงและเล่นกีฬาได้ตามความต้องการ ช่วยให้เด็กและเยาวชนต้องเล่นและฝึกฝนกีฬาในสภาพแวดล้อมที่ไม่ได้มาตรฐาน



ส่งเสริมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์กีฬาแบรนด์ไทยโดยหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา ถือเป็นมาตรการที่จำเป็นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์กีฬาแบรนด์ไทยสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดภายในประเทศได้ สำหรับในตลาดต่างประเทศ ควรมีมาตรการส่งเสริมผ่านการจัด Trade Show ผลิตภัณฑ์กีฬาแบรนด์ไทยหรือการช่วยเหลือให้ผลิตภัณฑ์กีฬาแบรนด์ไทยได้ไปร่วม Trade Show

10

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมกีฬา ของประเทศไทย (ต่อ)



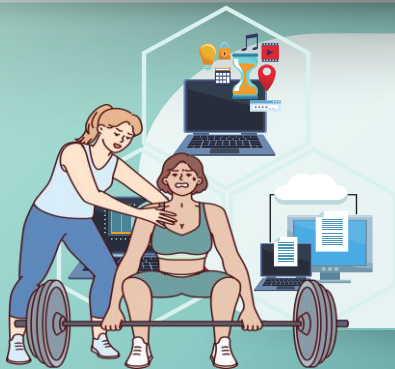
หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องเร่งวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์กีฬาที่จะเป็น Product Champion ของประเทศไทย โดยเป้าหมายสำคัญคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์กีฬาที่ได้มาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับ และถูกนำไปใช้ในระดับนานาชาติ ทุกประเทศต้องเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยเท่านั้น ในกรณีของประเทศไทยซึ่งเสียเปรียบด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์กีฬาที่จะเป็น Product Champion ควรมีพื้นฐานมาจาก Soft Power และความเป็นไทย มากกว่าเทคโนโลยีที่ทันสมัย

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องเป็นตัวกลางในการจัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมกีฬา เพื่อทำการพัฒนาและส่งเสริมทักษะและขีดความสามารถ ในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการกีฬาทุกกลุ่มและทุกสาขาการผลิต เพื่อการยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการในระยะยาว



พัฒนารายการแข่งขันกีฬากีฬาที่เป็นของประเทศไทย (เป้าหมายระยะยาว) โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องทำงานร่วมกันในเชิงบูรณาการเพื่อวิเคราะห์ชนิดกีฬา และพื้นที่จัดการแข่งขันกีฬาที่เหมาะสม ตลอดจนแผนการดำเนินงาน แผนการตลาด การทำความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และการประเมินความคุ้มค่าและผลกระทบ ทางเศรษฐกิจ และที่สำคัญคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

เร่งพัฒนาทักษะที่จำเป็นในทุกมิติให้แก่ผู้จัดการแข่งขันกีฬาทุกระดับและทุกประเภท เพื่อให้ การจัดการแข่งขันกีฬาสามารถสร้าง Impact และประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย ที่วางไว้ และสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน โดยที่สำคัญได้แก่ การวางแผนการตลาด และการสร้างแบรนด์ที่เหมาะสม การวางแผนกำลังคนและการบริหารจัดการอย่างมี ประสิทธิภาพ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรที่เข้มแข็ง



ต้องเร่งสร้างวัฒนธรรมกีฬาและค่านิยมในการเล่นและชมกีฬาให้เกิดขึ้นในคนไทย โดยอาจทำ ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การปรับหลักสูตรการเรียนกีฬา ในสถานศึกษาร่วมกับกระทรวงศึกษา การจัดกิจกรรมกีฬาในท้องถิ่นร่วมกับ กระทรวงมหาดไทย การจัดทำสื่อเผยแพร่เรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับกีฬาผ่านสื่อดิจิทัล ที่ทันสมัยร่วมกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม



สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

กลุ่มสถิติ ดัชนีเศรษฐกิจและสารสนเทศการท่องเที่ยวและกีฬา

ภายใต้โครงการค่าใช้จ่ายในการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Account : SSA) ปี 2567

เลขที่ 4 ถนน ราชดำเนินนอก แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100



02-283-1605



<https://www.facebook.com/ETSMOTS/>



sport.mots@gmail.com



<https://secretary.mots.go.th/policy/>