รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการค่าใช้จ่ายในการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA) ประจำปี พ.ศ.2569







สิงหาคม 2569

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา



รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการค่าใช้จ่ายในการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา
(Sport Satellite Accounts : SSA)
ประจำปี พ.ศ. 2569

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

คำนำ

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีภารกิจในการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาและการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจการกีฬาตามตัวชี้วัดของแผนการส่งเสริมกีฬาในระดับต่าง ๆ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และมีข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์เป็นปัจจุบัน จึงทำให้ทางสำนักงานปลัดกระทรวงฯ ได้จัดทำโครงการสำรวจเครื่องชี้วัดภาวะเศรษฐกิจด้านการกีฬาและจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA) นำร่อง เมื่อปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 และดำเนินการจัดทำโครงการอย่างต่อเนื่องในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 2567 2568 และ 2569 ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ที่ผ่านมา ได้มีการเริ่มศึกษาโครงการตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2568 จนถึงเดือนสิงหาคม 2569 รวมระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาโครงการทั้งสิ้น 9 เดือน โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา คือ 1) เพื่อรวบรวมข้อมูลและประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาในปี 2569 ในภาพรวมและชนิดกีฬาที่สำคัญ 2) เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าและผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมกีฬาที่สำคัญในปี 2569 3) เพื่อสำรวจค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนในปี 2569 4) เพื่อสำรวจ รวบรวม ประมวลผล และจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA) ของปี 2568 และ 5) เพื่อรวบรวมข้อมูลสถิติและรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ในพื้นที่จังหวัดนำร่อง

การดำเนินการโครงการค่าใช้จ่ายในการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA) ประจำปี พ.ศ. 2569 ได้ดำเนินการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการกีฬาทั้งทางตรงและทางอ้อมในทุกภาคส่วนรวมถึงขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่สละเวลาในการให้ข้อมูลด้วยการตอบแบบสำรวจในครั้งนี้ ซึ่งรวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ภาคประชาชน ที่สละเวลาในการเข้าร่วมการประชุมเชิงวิชาการเพื่อนำเสนอผลการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาในปี 2569 พร้อมทั้งการได้รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมงาน ทั้งนี้ เพื่อทางสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะได้นำผลสรุปจากการศึกษาและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการทั้งหมดไปประกอบในการทบทวนนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแนวทางเพื่อการพัฒนาด้านการกีฬา ตลอดจนนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ไปเผยแพร่ให้กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อยอดในการพัฒนาการจัดบัญชีประชาชาติด้านการกีฬาของประเทศไทยให้ก้าวหน้าและยั่งยืนยิ่งขึ้น

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	**1-1**
1.1 หลักการและเหตุผล	1-1
1.2 วัตถุประสงค์	1-3
บทที่ 2 สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาปี 2569	**2-1**
2.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาของโลกในครึ่งแรกของปี 2026	2-1
2.2 สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาของไทยในครึ่งแรกของปี 2569	2-13
บทที่ 3 ผลการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA) ปี 2568	**3-1**
3.1 กรอบแนวคิดการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA)	3-1
3.2 ผลการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA) ปี 2568	3-5
บทที่ 4 มูลค่าและผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2569	**4-1**
4.1 มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2569	4-1
4.2 ผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2569	4-5
4.3 มูลค่าและผลกระทบทางเศรษฐกิจของชนิดกีฬาสำคัญ 10 ชนิดกีฬาที่สำคัญปี 2569	4-6
4.4 มูลค่าผลผลิตของ 20 อุตสาหกรรมการกีฬา 10 ชนิดกีฬาที่สำคัญปี 2569	4-11
4.5 มูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬาที่สำคัญปี 2569	4-12
4.6 จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬาที่สำคัญปี 2569	4-14
4.7 ผลกระทบทางสังคมของอุตสาหกรรมการกีฬา	4-15
บทที่ 5 ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนปี 2569	**5-1**
5.1 ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนไทย	5-1
5.2 พฤติกรรมและแนวโน้มในการรับชมการแข่งขันกีฬา	5-8
5.3 พฤติกรรมและแนวโน้มในการเล่นกีฬาและ/หรือออกกำลังกายของประชาชน	5-11
5.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากการสำรวจ	5-13
บทที่ 6 ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมกีฬาที่สำคัญปี 2569	**6-1**
6.1 การแข่งขันรถจักรยานยนต์ รายการ “PT Grand Prix of Thailand 2026”	6-1
6.2 การแข่งขันจักรยานทางไกลนานาชาติ รายการ “The Princess Maha Chakri Sirindhorn’s Cup Tour of Thailand 2026”	6-3
6.3 การแข่งวิ่งฮาร์ฟมาราธอน รายการ “Phetchaburi Half Marathon 2026”	6-5
6.4 การแข่งขันวิ่งเทรล รายการ “Lower North Trail Series 2026”	6-7

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 7 ข้อมูลสถิติและรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ในจังหวัดเชียงราย (พื้นที่นำร่อง) 7-1
7.1 กิจกรรมและการแข่งขันกีฬาในจังหวัดเชียงราย 7-1
7.2 มูลค่าทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดเชียงราย 7-9
บทที่ 8 การคาดการณ์มูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2570 8-1
8.1 มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2570 8-1
8.2 มูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2570 8-5
8.3 จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2570 8-7
8.4 ภาพรวมเศรษฐกิจด้านการกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2570 8-8
บทที่ 9 บทความพิเศษด้านการกีฬา 9-1
บทที่ 10 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทย 10-1

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาด้านการกีฬาและนันทนาการ โดยในช่วงที่ผ่านมาการพัฒนาการกีฬาของไทยได้ดำเนินการโดยยึดกรอบตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ซึ่งมีการดำเนินการมาแล้วทั้งสิ้น 6 ฉบับ และอยู่ในช่วงการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2566 - 2570) ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลไกและเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ ลดความเหลื่อมล้ำของสังคม พัฒนาสุขภาพคุณภาพชีวิต สร้างความสามัคคีและความภาคภูมิใจของคนในชาติ ตลอดจนสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ โดยประเด็นการพัฒนาที่ 5 การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬา เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา ครอบคลุมทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการด้านการกีฬา สนับสนุนการจัดกิจกรรมและมหกรรมกีฬาระดับชาติและนานาชาติ และการจัดกิจกรรมกีฬาเชิงพาณิชย์ของภาคเอกชนเพื่อเสริมสร้างการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมการกีฬาให้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจได้กำหนดให้มีการส่งเสริมให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ครอบคลุมการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นศักยภาพการกีฬา การส่งเสริมการกีฬาเพื่อพัฒนาสู่ระดับอาชีพ โดยมุ่งการสร้างและพัฒนานักกีฬาของชาติ การเฟ้นหานักกีฬาที่มีความสามารถ สร้างพื้นที่และโอกาสในการแข่งขันแสดงศักยภาพด้านกีฬา นันทนาการและวิทยาศาสตร์การกีฬา การส่งเสริมการจัดกีฬาระดับนานาชาติ และสร้างแรงบันดาลใจในการต่อยอดความสำเร็จจากความเป็นเลิศสู่การประกอบอาชีพและมีเส้นทางอาชีพที่มั่นคงควบคู่กับส่งเสริมสนับสนุนศึกษาเชิงลึก ด้านการกีฬา นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬา การจัดการความรู้และพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อนำมาใช้ส่งเสริมและสนับสนุนกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ กีฬาเพื่อการอาชีพ และนันทนาการเชิงพาณิชย์

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้มองเห็นถึงความสำคัญในการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬา และการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจการกีฬาตามตัวชี้วัดของแผนการส่งเสริมกีฬาในระดับต่าง ๆ แต่เนื่องจากปัจจุบันข้อมูลด้านการกีฬาของประเทศยังมีอยู่ค่อนข้างจำกัด กระจัดกระจาย ไม่มีหน่วยงานใดรับผิดชอบจัดทำเป็นหลักโดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลเศรษฐกิจการกีฬา ส่งผลให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีภารกิจส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาขาดข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์และเป็นปัจจุบัน เพื่อใช้ในการวางแผนส่งเสริม พัฒนา และประเมินผลการกีฬาของ ประเทศ จากความจำเป็นดังกล่าว สำนักงานปลัดกระทรวงฯ จึงได้จัดทำโครงการค่าใช้จ่ายในการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA) ต่อเนื่องตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 - 2568 เพื่อให้เห็นถึงข้อมูลเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจของกิจกรรมที่เกี่ยวกับการกีฬาทั้งหมด (Economic Statistics on Sport) ซึ่งพบว่า

ปี 2562 (ก่อนการระบาดไวรัสโควิด-19) มี GDP ในสาขากีฬาสูงถึง 1.84 แสนล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.09 ของ GDP ประเทศ และเกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬา 363,326 คน

ปี 2563 (เริ่มมีการระบาดของไวรัสโควิด-19) มี GDP ในสาขากีฬามูลค่า 1.33 แสนล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.85 ของ GDP ประเทศ และเกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬา 259,512 คน

ปี 2564 (ยังมีการระบาดของไวรัสโควิด-19) มี GDP ในสาขากีฬามูลค่า 1.30 แสนล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.80 ของ GDP ประเทศ และเกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬา 259,929 คน

ปี 2565 (เริ่มผ่อนคลายมาตรการป้องกันไวรัสโควิด-19 ในช่วงครึ่งปีหลัง) มี GDP ในสาขากีฬาสูงถึง 1.68 แสนล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.97 ของ GDP ประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬา 331,506 คน

ปี 2566 (กลับสู่สถานการณ์ปกติ) มี GDP ในสาขากีฬาสูงถึง 1.92 แสนล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.07 ของ GDP ประเทศ เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬา 356,737 คน

ปี 2567 มี GDP ในสาขากีฬาสูงถึง 2.09 แสนล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.10 ของ GDP ประเทศ เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬา 376,484 คน

ปี 2568 คาดว่าจะมี GDP ในสาขากีฬาสูงถึง 2.38 แสนล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.25 ของ GDP ประเทศ เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬา 414,520 คน

ด้วยปัจจัยบวกหลายประการจากประชาชนมีความตื่นตัวในการออกกำลังกายและการใช้จ่ายด้านกีฬามากยิ่งขึ้น นโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในการนำกีฬามาช่วยขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจโดยการส่งเสริมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว (Sports Tourism) รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมกีฬาขนาดใหญ่ต่อเนื่องทุกปี และการแข่งขันออกผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้ประกอบการ ซึ่งจะส่งผลไปยังสาขาการผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาของไทยทั้งทางตรง (Direct) จำนวน 20 สาขาการผลิต และทางอ้อม (Indirect) จำนวน 28 สาขาการผลิต

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้พิจารณาจัดทำโครงการค่าใช้จ่ายในการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA) ประจำปี พ.ศ. 2569 ต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นถึงบทบาททางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาเมื่อเปรียบเทียบกับเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม โดยจะแสดงให้ทราบถึง

1) มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมการกีฬา คือ มูลค่าตลาดที่เกิดขึ้นกับการบริการและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาในประเทศไทย

2) รายจ่ายเพื่อการบริโภคขั้นสุดท้ายและอุปสงค์ขั้นสุดท้าย คือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจทั้งหมดที่เกี่ยวเนื่องกับการกีฬาในประเทศไทย

3) GDP ในสาขากีฬาของประเทศ คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสาขาการกีฬา

4) จำนวนการจ้างงานด้านกีฬา (คน) คือ จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาเบื้องต้น โดยในด้านการผลิตนั้น SSA จะให้ข้อมูล GDP ของอุตสาหกรรมการกีฬา มูลค่าการผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาและค่าจ้างเงินเดือนที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม ส่วนด้านการบริโภค SSA จะให้ข้อมูลการบริโภคขั้นสุดท้าย อุปสงค์รวม และอุปทานรวมที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมการกีฬา

ทั้งนี้ ประโยชน์ของ Sport Satellite Accounts จะเป็นข้อมูลใช้ชี้วัดขนาด ทิศทางการเปลี่ยนแปลงและโครงสร้างของเศรษฐกิจการกีฬา ใช้เปรียบเทียบขนาดของเศรษฐกิจการกีฬากับเศรษฐกิจโดยรวมและการเปรียบเทียบกับเศรษฐกิจสาขาอื่น ๆ ของประเทศ ตลอดจนการเปรียบเทียบกับต่างประเทศ ใช้วิเคราะห์ความเชื่อมโยงของเศรษฐกิจการกีฬาไปยังภาค/สาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ ตลอดจนการสร้างรายได้ให้กับคน

ในประเทศ ใช้ในการวางแผน การติดตาม และประเมินผลแผนและนโยบายด้านการกีฬา ใช้เพื่อการวิเคราะห์โครงการด้านการกีฬา การวิเคราะห์งบประมาณ (เช่น ความคุ้มค่า) ของหน่วยงานด้านการกีฬา รวมทั้งภาคเอกชนด้านการกีฬาสามารถนำมาใช้ประกอบเพื่อการวางแผนการตลาด การเขียนแผนธุรกิจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1) เพื่อรวบรวมข้อมูลและประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาในปี 2569 ในภาพรวมและชนิดกีฬาที่สำคัญ
2) เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าและผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมกีฬาที่สำคัญในปี 2569
3) เพื่อสำรวจค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนในปี 2569
4) เพื่อสำรวจ รวบรวม ประมวลผล และจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA) ของปี 2568
5) เพื่อรวบรวมข้อมูลสถิติและรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ในพื้นที่จังหวัดนำร่อง

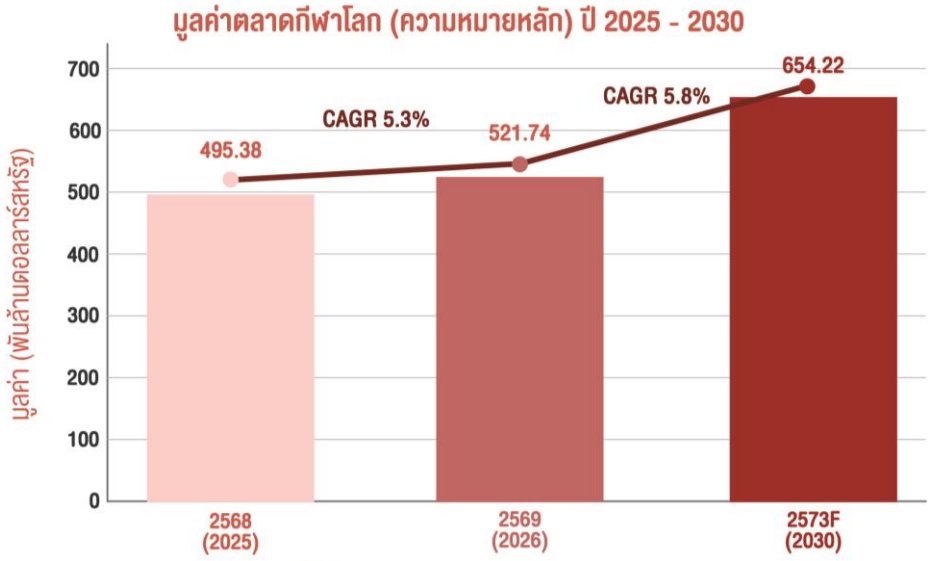
บทที่ 2
สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาปี 2569

2.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาของโลกในครึ่งแรกของปี 2026

อุตสาหกรรมการกีฬาของโลกในครึ่งแรกของปี 2026 ยังคงขยายตัวต่อเนื่องในทุกมิติ ทั้งกีฬาอาชีพ การถ่ายทอดสด สิทธิประโยชน์ทางการตลาดและสปอนเซอร์ สินค้าและอุปกรณ์กีฬา ธุรกิจฟิตเนสและกีฬาเพื่อสุขภาพ ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างไรก็ดี สาระสำคัญของภาพรวมนี้มิได้อยู่ที่ตัวเลขการเติบโตเพียงอย่างเดียว แต่อยู่ที่การเปลี่ยนนิยามของอุตสาหกรรมกีฬาจากการแข่งขันและความบันเทิง ไปสู่การเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสุขภาพ (Health Economy) และเศรษฐกิจประสบการณ์ (Experience Economy)

1. มูลค่าตลาดกีฬาโลกและอัตราการเติบโต

มูลค่าตลาดกีฬาโลกในความหมายหลัก ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาโดยตรง ได้แก่ การจัดแข่งขันกีฬา (Sports Events) สิทธิการถ่ายทอดสด (Media Rights) สปอนเซอร์และการเปิดรับสปอนเซอร์ (Sponsorships) ตั๋วเข้าชม และการจำหน่ายสินค้าลิขสิทธิ์ของทีม/นักกีฬา ถูกประเมินไว้ที่ 521.74 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2026 เพิ่มขึ้นจาก 495.38 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2025 หรือเติบโตด้วยอัตรา CAGR (Compound Annual Growth Rate) ร้อยละ 5.3 และคาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่องสู่ 654.22 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2030 ด้วย CAGR ร้อยละ 5.8 (The Business Research Company, 2026) ขณะที่การสำรวจผู้บริหารในอุตสาหกรรมกีฬาของ PwC (2026) ระบุว่าคาดการณ์การเติบโตเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 7.4 ต่อปีในช่วง 3 - 5 ปีข้างหน้า เฉพาะตลาดอีเวนต์กีฬา Grand View Research (2026) ประเมินมูลค่าไว้ที่ 520.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2026 และคาดว่าจะเติบโตสู่ 884.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2033 ด้วย CAGR ร้อยละ 7.9



รูปที่ 1 มูลค่าตลาดกีฬาโลก (ความหมายหลัก) 2025 - 2030

ที่มา: The Business Research Company (2026); เครื่องหมาย F หมายถึงค่าคาดการณ์

2. โครงสร้างเศรษฐกิจกีฬาโลก

รายงาน Sports for People and Planet ซึ่ง World Economic Forum เผยแพร่ร่วมกับ Oliver Wyman ในเดือนมกราคม 2026 ประเมินมูลค่าเศรษฐกิจกีฬาโลกไว้ที่ราว 2.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี และมีแนวโน้มเติบโตเป็น 3.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี พ.ศ. 2030 ด้วย CAGR (Compound Annual Growth Rate) ร้อยละ 10 และอาจสูงถึง 8.8 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2050 (World Economic Forum, 2026) โดยโครงสร้างเศรษฐกิจกีฬาโลก จำแนกออกเป็น 5 ภาคส่วนหลัก ดังตารางที่ 2 - 1 และรูปที่ 2

ตารางที่ 2 - 1 : โครงสร้างเศรษฐกิจกีฬาโลก (World Economic Forum, 2026)

ภาคส่วน	มูลค่า (พันล้าน USD)	สัดส่วน (%)
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism)	672	29.2
สินค้ากีฬา (Sporting Goods)	614	26.7
กีฬามวลชน (Participatory Sport & Physical Activity)	560	24.3
อุตสาหกรรมเชื่อมโยง (Connected Industries)	314	13.7
กีฬาอาชีพ และ Elite Sport	140	6.1
รวม	**2,300**	**100.0**

ที่มา : World Economic Forum & Oliver Wyman, Sports for People and Planet (2026)

ข้อสังเกตสำคัญ คือ กีฬามวลชนที่เน้นการมีส่วนร่วม (560 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (672 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) รวมกันคิดเป็นกว่าร้อยละ 53 ของเศรษฐกิจกีฬาโลก ในขณะที่กีฬาอาชีพและ Elite Sport ซึ่งมักได้รับความสนใจจากสื่อมากที่สุด กลับมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 6 เท่านั้น ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าฐานเศรษฐกิจที่แท้จริงของอุตสาหกรรมกีฬา คือ ประชาชนที่ออกกำลังกายจริง มิใช่เพียงฐานผู้ชม (World Economic Forum, 2026)

3. เทคโนโลยีกีฬา : ภาคส่วนที่เติบโตเร็วที่สุด

ภายในโครงสร้างข้างต้น ตลาดเทคโนโลยีกีฬา (Sports Technology) เป็นส่วนที่เติบโตเร็วที่สุด โดย Coherent Market Insights (2026) ประเมินมูลค่าไว้ที่ 44.90 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2026 และคาดว่าจะขยายตัวสู่ 121.60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2033 ด้วย CAGR สูงถึงร้อยละ 15.3 ซึ่งมีอัตราสูงกว่าตลาดกีฬาโดยรวมประมาณ 3 เท่า สะท้อนว่าเทรนด์เทคโนโลยีกีฬากำลังกลายเป็นแกนขับเคลื่อน มูลค่าเพิ่มใหม่ของอุตสาหกรรม

ประเด็นสำคัญ (Key Message) อุตสาหกรรมกีฬาโลกครึ่งแรกปี 2026 เติบโตต่อเนื่องในทุกมิติแต่ที่สำคัญกว่า คือ เปลี่ยนนิยามจากกีฬาเพื่อการแข่งขัน สู่กีฬาในฐานะเศรษฐกิจสุขภาพและประสบการณ์ โดยกีฬามวลชนและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ แกนหลักที่ครองสัดส่วนกว่าครึ่งของเศรษฐกิจกีฬาโลก

4. Sports for All และ Mass Participation Sports

Sports for All หรือ Mass Sports หมายถึง การออกกำลังกายและกีฬาที่เปิดกว้างสำหรับทุกคนในสังคม โดยไม่จำกัดเพศ อายุ รายได้ หรือระดับทักษะ ครอบคลุมกิจกรรมที่ประชาชนทั่วไปเข้าถึงได้ เช่น การวิ่ง การปั่นจักรยาน การเดินเพื่อสุขภาพ กิจกรรมกลางแจ้ง การออกกำลังกายแบบกลุ่ม (Group Exercise) และกีฬาชุมชน แนวคิดนี้เชื่อมโยงโดยตรงกับการส่งเสริมสุขภาพ การลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุข และการสร้างสังคมที่กระฉับกระเฉง

4.1) ข้อมูลเชิงประจักษ์จากตลาดกีฬาของประเทศพัฒนาแล้ว

รายงาน 2026 Topline Participation Report ของสมาคมอุตสาหกรรมกีฬาและฟิตเนส (Sports & Fitness Industry Association: SFIA, 2026) ระบุว่า เป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ที่ชาวอเมริกัน เข้าร่วมกิจกรรมกีฬา ฟิตเนส หรือนันทนาการอย่างน้อยหนึ่งประเภทมากถึง 250 ล้านคน ในปี 2025 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 จากปีก่อน ขณะที่การเข้าร่วมอย่างสม่ำเสมอ (Core/Active Participation) อยู่ที่ 158.8 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 และอัตราการไม่ออกกำลังกายโดยรวมลดต่ำกว่าร้อยละ 20 เป็นครั้งแรก นับตั้งแต่เริ่มเก็บสถิติ นอกจากนี้ กีฬาประเภททีมยังมีอัตราการเติบโตปีต่อปีสูงสุด โดยมีผู้เข้าร่วมรวมทะลุ 90 ล้านคน เป็นครั้งแรก (SFIA, 2026)

ในทิศทางเดียวกัน รายงานของสมาคมสินค้าและอุปกรณ์กีฬาแห่งชาติ (National Sporting Goods Association: NSGA, 2026) ระบุว่า ในปี 2025 มี 49 ชนิดกีฬา และกิจกรรมจากทั้งหมด 61 ชนิด มีจำนวนผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้น โดยกิจกรรมเดินป่า (Hiking) ทำสถิติใหม่ที่ 57.7 ล้านคน และกีฬาประเภทบุคคล เช่น เทนนิส กอล์ฟ และพิกเคิลบอล เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโตดังกล่าว

4.2) โปรไฟล์ผู้เข้าร่วมและการเติบโตของการจัดงานกีฬามวลชน

อุตสาหกรรมการจัดงานกีฬามวลชน (Mass Participation Sports Events) เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยข้อมูลจากรายงาน The Mass Participation Report 2025 ของ Eventrac ระบุว่า ในปี 2025 อุตสาหกรรมดังกล่าวเติบโตขึ้นร้อยละ 7.8 เมื่อเทียบกับการจัดงานประเภทเดียวกัน ซึ่งถือเป็นการเติบโตที่แท้จริงของตลาด สอดคล้องกับรายงาน Mass Participation Pulse 2026 ของ Massive ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากผู้เข้าร่วมเกือบ 40,000 คน ต่อเนื่อง 4 ปี พบว่า ร้อยละ 89 ของผู้เข้าร่วมมีแผนจะคงไว้หรือเพิ่มระดับ การเข้าร่วมกิจกรรมในปี 2026 ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมหน้าใหม่มีอายุน้อยกว่าฐานเดิมโดยเฉลี่ยราว 10 ปี และมีแนวโน้มเป็นเพศหญิงเพิ่มขึ้นจากฐานเดิมราวร้อยละ 12 ขณะที่ในกลุ่มอายุ 18 - 24 ปี พบว่าร้อยละ 80 สมัครเข้าร่วมพร้อมเพื่อน โดยโซเชียลมีเดียกลายเป็นช่องทางหลักในการค้นพบอีเวนต์

ข้อมูลจาก Eventrac ยังสะท้อนว่า กลุ่มผู้เข้าร่วมอายุ 25 - 39 ปี เป็นกำลังหลักที่ขับเคลื่อนการเติบโต โดยคิดเป็นร้อยละ 40.8 ของผู้เข้าร่วมหน้าใหม่ทั้งหมด ในปี 2025 และระดับความเท่าเทียมทางเพศ ในการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬานั้นเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มอายุ 20 - 24 ปี ซึ่งมีสัดส่วนผู้เข้าร่วม เพศหญิงร้อยละ 49.7 และเพศชายร้อยละ 49.9 ทั้งนี้ ในมิติด้านเศรษฐศาสตร์สาธารณสุขการวิเคราะห์ของ World Economic Forum ประเมินว่าการไม่ออกกำลังกายก่อให้เกิดต้นทุนด้านสุขภาพรวมประมาณ 300 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในช่วงทศวรรษปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการลงทุนในกีฬามวลชนสามารถทำหน้าที่ ทั้งลดภาระงบประมาณด้านสุขภาพของรัฐ และสร้างอุปสงค์ทางเศรษฐกิจใหม่ในเวลาเดียวกัน (World Economic Forum, 2026; WHO, 2024)

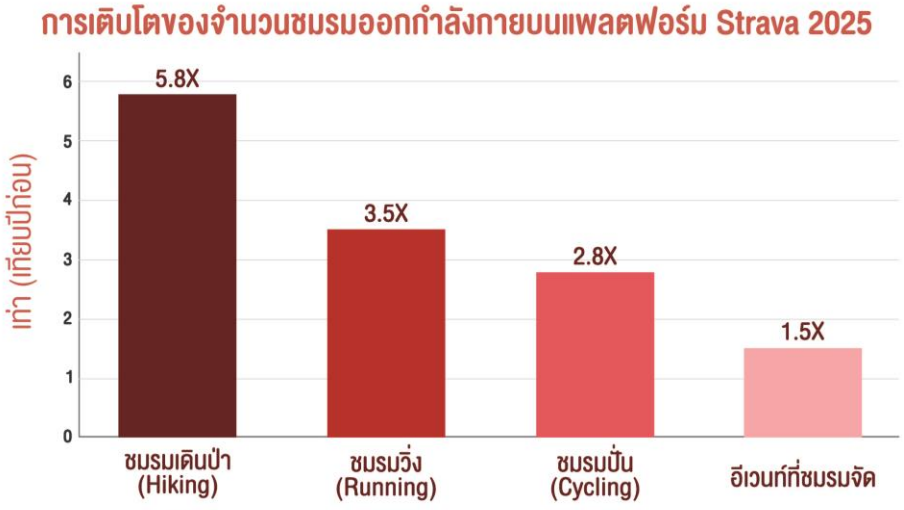
> **ประเด็นสำคัญ (Key Message)** Sports for All คือ กระแสหลักของโลก มิใช่กระแสรอง ตลาดที่พัฒนาแล้วมีผู้เข้าร่วมสูงสุดเป็นประวัติการณ์ อย่างไรก็ดียังมีประชากรกว่า 1.8 พันล้านคนทั่วโลกที่เคลื่อนไหวไม่เพียงพอ ตัวเลขดังกล่าวเป็นทั้งความท้าทายด้านสุขภาพและโอกาสทางเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่รอการพัฒนา

5. Social Fitness และ Community Exercise

หนึ่งในการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนที่สุดของครึ่งแรกของปี 2026 คือ การที่การออกกำลังกายกลายเป็นกิจกรรมทางสังคมมากขึ้น ผู้คนไม่ได้ออกกำลังกายลำพัง แต่ต้องการพบปะ รวมกลุ่ม และแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน เช่น กระแส Run Club, Bike Club, Group Training การออกกำลังกายกลางแจ้ง และกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะ ทำให้กีฬากลายเป็นพื้นที่สร้างชุมชนและมิตรภาพ ควบคู่กับการเป็นเนื้อหาที่ผู้คนอยากแชร์บนโซเชียลมีเดีย

5.1) การเติบโตของชุมชนออกกำลังกาย

แพลตฟอร์ม Strava สะท้อนกระแสดังกล่าวได้ชัดเจน โดยรายงาน Year in Sport 2025 ระบุว่าในปี 2025 มีผู้ใช้งานกว่า 180 ล้านคน จากกว่า 185 ประเทศ (เพิ่มขึ้นจากราว 150 ล้านคน ในช่วงปลายปี 2024) มีการบันทึกกิจกรรมรวมหลายพันล้านครั้ง และมีการให้ Kudos หรือการให้กำลังใจมากกว่า 14 พันล้านครั้ง เพิ่มขึ้นราวร้อยละ 20 จากปีก่อน (Strava, 2025) นอกจากนี้ รายงานฉบับเดียวกัน ชี้ว่าจำนวนชมรมบนแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นเกือบ 4 เท่าแตะระดับใกล้หนึ่งล้านชมรม โดยจำนวนชมรมวิ่ง (Running clubs) เพิ่มขึ้นราว 3.5 เท่า และชมรมเดินป่า (Hiking clubs) เพิ่มขึ้นราว 5.8 เท่า สะท้อนให้เห็นว่าชุมชนออนไลน์กำลังก้าวสู่การเป็นกิจกรรมในโลกจริงมากขึ้น (Strava, 2025)



รูปที่ 2 การเติบโตของจำนวนชมรมออกกำลังกายบนแพลตฟอร์ม Strava 2025 (เท่าเทียบปีก่อน)
ที่มา: Strava, Year in Sport 2025 Trend Report

ในยุโรป แพลตฟอร์มและสื่อเฉพาะทางด้านวิ่งรายงานว่า การเติบโตของชุมชนวิ่งในเมืองใหญ่ทำให้กิจกรรมวิ่งระยะสั้น เช่น 5 และ 10 กิโลเมตร มีผู้ลงทะเบียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย Run Club และกลุ่มวิ่งชุมชนถูกใช้เป็นช่องทางหลักในการชวนเพื่อนและคนรู้จักเข้าร่วมกิจกรรม (Running Industry Association, 2026; Correrjuntos, 2026) ควบคู่กันนั้น โมเดล Parkrun ซึ่งเปิดให้ประชาชนเข้าร่วมวิ่งหรือเดินระยะทาง 5 กิโลเมตร ทุกสัปดาห์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ได้ขยายตัวไปทั่วโลกและถูกยกให้เป็นต้นแบบของแนวคิดกีฬาเพื่อมวลชน (Sports for All) ในระดับสากล

5.2) Gen Z กับวัฒนธรรมการออกกำลังกายเชิงสังคม

Gen Z คือ กลุ่มที่ขับเคลื่อนกระแสนี้อย่างเข้มแข็งที่สุด The Guardian (2026) รายงานว่า ร้อยละ 77 ของนักกีฬา Gen Z รู้สึกเชื่อมโยงกับชุมชนมากขึ้นเมื่อเห็นกิจกรรมการออกกำลังกายของเพื่อนบนโซเชียลมีเดีย ข้อมูลจาก Strava (2025) ยังพบว่า Gen Z มีแนวโน้มระบุว่าการเชื่อมต่อทางสังคมเป็นเหตุผลหลักในการเข้าร่วมกลุ่มฟิตเนส โดยกว่าครึ่งของ Gen Z ออกกำลังกายเพื่อพบปะผู้ที่มีความสนใจเหมือนกัน และมองว่ากลุ่มวิ่งเป็นสถานที่สร้างมิตรภาพใหม่ (ร้อยละ 37 ของผู้ตอบแบบสำรวจ)

ในเชิงอุตสาหกรรม American College of Sports Medicine (ACSM, 2025) ได้จัดให้ Adult Recreation and Sport Clubs เข้าสู่รายชื่อ 20 เทรนด์ฟิตเนสยอดนิยมของโลกเป็นครั้งแรกในปี 2025 สอดคล้องกับรายงานที่ว่าร้อยละ 57 ของผู้บริโภคเข้าร่วมชุมชนฟิตเนสเป็นหลักเพื่อการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (ABC Fitness, 2025)

แม้กระแสนี้จะเริ่มจากประเทศตะวันตก แต่ได้แพร่กระจายสู่เอเชียอย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น รายงานเกี่ยวกับชั้นเรียนแอโรบิกในสวนสาธารณะที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเดิมมีผู้เข้าร่วมสูงวัยเป็นหลักกลับดึงดูดกลุ่มนักศึกษาและคนทำงานรุ่นใหม่จำนวนมาก โดยมีแรงขับจากวิดีโอบน TikTok และ Instagram สะท้อนปรากฏการณ์ Public Fitness as Social Currency (The Milli Chronicle, 2026)

> **ประเด็นสำคัญ (Key Message)** การออกกำลังกายกลายเป็นกิจกรรมเชิงสังคมและชุมชน กลุ่มวิ่งและชมรมออกกำลังกายเติบโตแบบก้าวกระโดดทั่วโลก โดยมี Gen Z เป็นแรงขับหลัก แรงจูงใจสำคัญไม่ใช่เพียงสุขภาพ แต่คือความเชื่อมโยงทางสังคมและการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ซึ่งช่วยให้พฤติกรรมออกกำลังกายมีความต่อเนื่องมากขึ้น

6. Fitness Technology, Wearables และ Data-driven Exercise

เทคโนโลยีได้กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานของการออกกำลังกายยุคใหม่ อุปกรณ์สวมใส่ (Wearables) แอปพลิเคชันฟิตเนส สมาร์ตวอทช์ ระบบติดตามสุขภาพ การแข่งขันเสมือน (Virtual Race) และแพลตฟอร์มดิจิทัล ทำให้การออกกำลังกายสามารถวัดผลได้ แชร์ได้ และต่อยอดเป็นธุรกิจได้ ซึ่งเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคและสร้างสายรายได้ใหม่ให้อุตสาหกรรม

6.1) ตลาดเทคโนโลยีและแอปฟิตเนส

ตลาดเทคโนโลยีกีฬาเติบโตด้วย CAGR (Compound Annual Growth Rate) ร้อยละ 15.3 จาก 44.90 พันล้านดอลลาร์ ในปี 2026 สู่ 121.60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2033 (Coherent Market Insights, 2026) ขณะที่ตลาดแอปพลิเคชันฟิตเนสโลก ในปี 2026 มีมูลค่าประมาณ 13.5 - 13.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ด้วย CAGR ร้อยละ 13 - 14 (Straits Research, 2026; Grand View Research, 2026) โดยในปี 2025 มีผู้ใช้แอปฟิตเนสทั่วโลกราว 540 ล้านคน มีการดาวน์โหลดรวม 888 ล้านครั้ง และสร้างรายได้ 3.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.5 จากปีก่อน (Business of Apps, 2026)

6.2) ACSM : เทรนด์ฟิตเนสโลก ปี 2026

American College of Sports Medicine (ACSM, 2025) ได้เผยแพร่ผลการสำรวจ Worldwide Fitness Trends 2026 (ฉบับครบรอบ 20 ปี) จากผู้เชี่ยวชาญด้านฟิตเนสและสุขภาพประมาณ 2,000 คน ทั่วโลก โดยพบว่า เทคโนโลยีอุปกรณ์สวมใส่ยังคงครองอันดับหนึ่งต่อเนื่อง สะท้อนว่าการวัดและการติดตามข้อมูลได้กลายเป็นหัวใจสำคัญของการออกกำลังกายยุคใหม่ ดังแสดงในตารางที่ 2 - 2

ตารางที่ 2 - 2 : 5 อันดับแรกของเทรนด์ฟิตเนสโลก ปี 2025 (ACSM, 2025)

อันดับ	เทรนด์	สาระสำคัญ
1	Wearable Technology	ประชากรในสหรัฐฯ เกือบครึ่งหนึ่งเป็นเจ้าของอุปกรณ์ติดตามสุขภาพ เช่น Fitness Tracker และ Smart Watch เซนเซอร์รุ่นใหม่ตรวจจับได้ทั้งจังหวะการเต้นของหัวใจ ความดัน น้ำตาลในเลือด และการล้ม
2	Fitness Programs for Older Adults	ขยับขึ้นจากอันดับ 3 ในปีก่อน ตามแนวโน้มสังคมสูงวัยและความต้องการรักษาสมรรถภาพในวัยปลาย
3	Exercise for Weight Management	ทำอันดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ สะท้อนความกังวลเรื่องภาวะอ้วนและสุขภาพ โดยเน้นความยั่งยืนมากกว่าการลดน้ำหนักเร่งด่วน
4	Mobile Exercise Apps	แอปพลิเคชันออกกำลังกายบนมือถือขยับขึ้นอันดับสูงอย่างรวดเร็ว แสดงบทบาทของแพลตฟอร์มดิจิทัลในการสนับสนุนความสม่ำเสมอ
5	Balance, Flow and Core Strength	กิจกรรมเน้นการทรงตัว การเคลื่อนไหวต่อเนื่อง และแกนกลางลำตัว เช่น โยคะและพิลาทิส ตอบโจทย์ทั้งสมรรถภาพ การป้องกันบาดเจ็บ และสุขภาวะองค์รวม

6.3) ข้อมูลในฐานะแรงจูงใจและสินทรัพย์ทางเศรษฐกิจ

ข้อมูลการออกกำลังกายมิได้เป็นเพียงตัวเลข แต่ทำหน้าที่เป็นทั้งแรงจูงใจเชิงพฤติกรรม และสินทรัพย์ที่ต่อยอดทางธุรกิจได้ แพลตฟอร์ม Strava (2025) รายงานว่า ในปี 2025 มียอดการกดชื่นชมรวมกันมากกว่า 14 พันล้านครั้ง เพิ่มขึ้นราวร้อยละ 20 จากปี 2024 และกิจกรรมที่มีรูปภาพประกอบได้รับการกดชื่นชมมากกว่ากิจกรรมทั่วไปถึง 3.1 เท่า ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการยอมรับทางสังคมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการรักษาพฤติกรรมการออกกำลังกายให้ต่อเนื่อง (Strava, 2025)

ในเชิงเศรษฐกิจ เทคโนโลยีดังกล่าวได้พัฒนาโมเดลธุรกิจที่สร้างรายได้จากการขายอุปกรณ์และเซนเซอร์ การให้บริการสมาชิกแบบรายเดือน (Subscription) การโฆษณา การร่วมมือกับโครงการสุขภาพและบริษัทประกัน รวมทั้งการใช้ข้อมูลเชิงรวมเพื่อพัฒนาบริการต่อเนื่องด้านโค้ชออนไลน์ โปรแกรมฝึกซ้อม และโซลูชันสุขภาพขององค์กร (Business of Apps, 2026; Sacra, 2026)

> **ประเด็นสำคัญ (Key Message)** เทคโนโลยีและอุปกรณ์สวมใส่ คือ ส่วนที่เติบโตเร็วที่สุดของอุตสาหกรรมกีฬา และเป็นตัวเชื่อมสำคัญที่ทำให้กีฬามวลชนวัดผลได้ แชร์ได้ และสร้างรายได้ได้ การหลอมรวมระหว่างข้อมูล ชุมชน และกิจกรรมทางกาย กำลังกลายเป็นโมเดลธุรกิจหลักของยุคนี้

7. Active Aging และ Inclusive Fitness

โครงสร้างประชากรที่สูงวัยขึ้นทั่วโลกกำลังขยายตลาดกีฬาและฟิตเนสจากกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ไปสู่กิจกรรมเพื่อสุขภาพระยะยาว การป้องกันโรค และคุณภาพชีวิต แนวโน้ม Active Aging และ Inclusive Fitness จึงกลายเป็นหนึ่งในเสาหลักของการเติบโตอย่างยั่งยืน เพราะเป็นตลาดที่มีความต่อเนื่องสูงและต้องการบริการเฉพาะทาง

7.1) ผู้สูงวัย : ตลาดที่เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

ผลสำรวจ Worldwide Fitness Trends 2026 ของ ACSM (2025) จัดให้ Fitness Programs for Older Adults เป็นเทรนด์อันดับสองของโลก สะท้อนว่ากลุ่มผู้สูงอายุกำลังกลายเป็นฐานลูกค้าสำคัญที่ผู้ประกอบการและผู้กำหนดนโยบายจำเป็นต้องออกแบบโปรแกรมและกิจกรรมให้ตอบโจทย์โดยเฉพาะ โดยกิจกรรมสำหรับกลุ่มนี้มักเน้นความปลอดภัย การเข้าถึงที่ง่าย และการปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่อง เช่น การเดิน การออกกำลังกายเพื่อการทรงตัว โยคะ พิลาทิส กิจกรรมแบบมัลติคอมโพเนนต์ และการออกกำลังกายในน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับเทรนด์อันดับ 5 ของ ACSM คือ Balance, Flow and Core Strength (ACSM, 2025)

7.2) มิติสุขภาพและเศรษฐศาสตร์ของการป้องกันโรค

ในปี 2026 บทบาทของกิจกรรมทางกายต่อการป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCD) ยังคงเป็นแกนกลางของข้อถกเถียงเชิงนโยบายด้านสุขภาพโลก โดยองค์การอนามัยโลกยืนยันอย่างต่อเนื่องว่าการมีกิจกรรมทางกายอย่างสม่ำเสมอช่วยลดความเสี่ยงของมะเร็งหลายชนิด โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคหลอดเลือดสมอง เบาหวานชนิดที่ 2 รวมถึงภาวะซึมเศร้าและสมองเสื่อมในระดับที่มีนัยสำคัญ

ในเชิงเศรษฐกิจ รายงาน Sports for People and Planet ของ World Economic Forum ชี้ว่าเศรษฐกิจกีฬาและกิจกรรมทางกายมีศักยภาพเติบโตสูง แต่หากไม่ลดระดับการไม่ออกกำลังกาย อาจทำให้เศรษฐกิจโลกสูญเสียรายได้ปีละนับล้านล้านดอลลาร์ในระยะยาว รายงานดังกล่าวเสนอให้การลงทุนในกีฬาและกิจกรรมทางกายเป็นมาตรการเชิงป้องกันที่คุ้มค่า ทั้งในมิติการลดภาระงบประมาณด้านสาธารณสุข และการสร้างอุปสงค์ใหม่ต่อสินค้าและบริการด้านสุขภาพเชิงป้องกันและ Active Lifestyle (World Economic Forum, 2026)

7.3) Inclusive Fitness : ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึง

Inclusive Fitness ให้ความสำคัญกับการออกแบบกิจกรรมที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทั้งผู้เริ่มต้นออกกำลังกาย ผู้หญิง ผู้พิการ และผู้ที่ต้องการกิจกรรมที่ปลอดภัย โดยองค์การอนามัยโลกชี้ว่า ผู้หญิงมีสัดส่วนการเคลื่อนไหวไม่เพียงพอ (ร้อยละ 38) สูงกว่าผู้ชาย (ร้อยละ 32) การออกแบบพื้นที่และกิจกรรมที่ปลอดภัยและเข้าถึงง่ายจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการปิดช่องว่างนี้ และช่วยขยายฐานตลาดกีฬามวลชนให้กว้างและทั่วถึงมากขึ้น (WHO, 2024)

> **ประเด็นสำคัญ (Key Message)** ประชากรสูงวัยและความต้องการกิจกรรมที่เข้าถึงง่ายกำลังขยายตลาดกีฬาจากกลุ่มวัยรุ่นสู่กิจกรรมเพื่อสุขภาพตลอดช่วงชีวิต การออกกำลังกายสำหรับผู้สูงวัยและกลุ่มที่เข้าถึงยาก คือกลไกลดต้นทุนสาธารณสุข และตลาดใหม่ที่มีความต่อเนื่องสูง

8. Emerging Sports และ Hybrid Fitness

กีฬาและกิจกรรมรูปแบบใหม่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก โดยสะท้อนเทรนด์ที่ผสมผสานระหว่างการออกกำลังกาย การแข่งขัน ความสนุก การสร้างชุมชน และการแชร์ประสบการณ์ กีฬาเหล่านี้ เช่น พิกเคิลบอล (Pickleball) พาเดล (Padel) HYROX หรือ Fitness Racing กอล์ฟในร่ม การฝึกแบบ Functional Training และกิจกรรมความอดทน (Endurance Events) ช่วยลดข้อจำกัดด้านทักษะและอุปกรณ์ ทำให้ประชาชนทั่วไปเข้าร่วมได้ง่ายและมักเล่นเป็นกลุ่ม จึงกลายเป็นประตูสำคัญสู่กีฬามวลชน

8.1) กีฬาแร็กเกตและกีฬาบุคคลที่มาแรง

ข้อมูลจาก Garmin Connect Data Report 2025 ระบุว่า กีฬาประเภทแร็กเกต เช่น พิกเคิลบอล แบดมินตัน และปิงปอง เป็นหนึ่งในกลุ่มกีฬาที่เติบโตเร็วที่สุดทั่วโลก โดยยอดกิจกรรมเพิ่มขึ้นราวร้อยละ 67 เมื่อเทียบกับปีก่อน และเติบโตมากกว่าสองเท่าในภูมิภาคเอเชีย ในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่ปี 2026 รายงานของ Nielsen ชี้ว่าฐานแฟนเทนนิสทั่วโลกเพิ่มขึ้นเป็นราวหนึ่งในสามของผู้ตอบแบบสำรวจ (ร้อยละ 33) ขณะที่กีฬาประเภทแร็กเกตใหม่อย่างพาเดล (มีฐานแฟนราวร้อยละ 16 ทั่วโลก) และพิกเคิลบอล (มีฐานแฟนราวร้อยละ 13 ในสหรัฐอเมริกา) กำลังขยายความนิยมอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ พาเดลและพิกเคิลบอลถูกจัดอยู่ในกลุ่มกีฬาที่เติบโตเร็วที่สุดในหลายภูมิภาค เนื่องจากใช้สนามขนาดเล็กกว่าเทนนิส เรียนรู้พื้นฐานได้ง่าย และตอบโจทย์การเล่นแบบกลุ่มของคนหลายช่วงวัย (Garmin, 2025; Nielsen, 2025)

8.2) ฟิตเนสไฮบริดและกิจกรรมความอดทน

รูปแบบ Hybrid Fitness ที่ผสานการฝึกความแข็งแรง คาร์ดิโอ และการแข่งขันเข้าด้วยกัน เช่น HYROX และ Functional Training กำลังได้รับความนิยมสูงขึ้น โดยเปลี่ยนการออกกำลังกายให้เป็นอีเวนต์ที่มีเป้าหมาย มีการจัดอันดับ และมีชุมชนผู้เข้าร่วม สอดคล้องกับข้อมูลของ NSGA (2026) ที่รายงานว่า การมีส่วนร่วมในกีฬาและกิจกรรมทางกายในสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกีฬาประเภททีมอย่างแฟลกฟุตบอล (Flag football) ซึ่งคือ อเมริกันฟุตบอลรูปแบบไม่ปะทะที่ใช้การดึงผ้าธงข้างเอวเพื่อหยุดเกมแทนการเข้าแท็กเกิลล้มตัว ซึ่งเน้นการเล่นด้วยความเร็วและกลยุทธ์ทีมละ 5 คน ปัจจุบันกีฬาชนิดนี้ได้รับการบรรจุเข้าเป็นหนึ่งในชนิดกีฬาแข่งขันอย่างเป็นทางการในโอลิมปิกฤดูร้อน LA28 เรียบร้อยแล้ว อีกหนึ่งกิจกรรมที่มีการเติบโตขึ้น คือ เชียร์ลีดดิง (Cheerleading) ซึ่งมีอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้เข้าร่วมสูงที่สุดโดยเติบโตเกือบร้อยละ 14 ระหว่างปี 2024 - 2025

ในด้านกิจกรรมกลุ่มแนวฟิตเนสและเวิร์กเอาต์แบบสตูดิโอ รายงานอุตสาหกรรมชี้ว่า ตลาดสตูดิโอพิลาทิสและโยคะขยายตัวต่อเนื่องทั้งในแง่จำนวนธุรกิจและมูลค่าตลาด ขณะเดียวกัน SFIA (2026) ระบุว่า กีฬาประเภททีมเป็นหมวดกิจกรรมที่มีการเติบโตปีต่อปีสูงที่สุด และจำนวนผู้เข้าร่วมในกีฬาประเภททีมรวมทะลุ 90 ล้านคน เป็นครั้งแรก ภายใต้บริบทที่มีชาวอเมริกันมากกว่า 250 ล้านคน เข้าร่วมอย่างน้อยหนึ่งกิจกรรมกีฬาฟิตเนส หรือนันทนาการในปี 2025

> **ประเด็นสำคัญ (Key Message)** กีฬาเกิดใหม่และฟิตเนสไฮบริดเติบโตเพราะลดข้อจำกัดด้านทักษะและอุปกรณ์ และเพิ่มมิติของความสนุก การแข่งขัน และชุมชน จึงเป็นประตูเข้าสู่กีฬามวลชนที่ดึงผู้เล่นหน้าใหม่และสร้างอีเวนต์ ธุรกิจอุปกรณ์ และสถานที่รูปแบบใหม่ไปพร้อมกัน

9. Sport Tourism และ Mega Events

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นภาคส่วนที่ใหญ่ที่สุดของเศรษฐกิจกีฬาโลก โดยมีมูลค่า 672 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 29.2 ของเศรษฐกิจกีฬาโลกที่มีมูลค่า 2.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (World Economic Forum, 2026) แนวโน้มสำคัญ คือ ผู้บริโภคเดินทางเพื่อลงมือเล่นมากขึ้น ไม่ใช่เพียงเพื่อชม ทั้งงานวิ่ง งานปั่นจักรยาน กอล์ฟ และกิจกรรมกลางแจ้ง ซึ่งการเติบโตร้อยละ 7.8 ของอีเวนต์มวลชน (Eventrac, 2025) ตอกย้ำว่ากีฬามวลชนเองก็เป็นแรงขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยตรง

9.1) มหกรรมกีฬาระดับโลกและผลกระทบต่อเมืองเจ้าภาพ

ในปี 2026 มหกรรมกีฬาระดับโลกหลายรายการเป็นตัวเร่งเศรษฐกิจเมืองเจ้าภาพ ทั้งการแข่งขันฟุตบอลโลก FIFA World Cup 2026 และกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาว Milano Cortina 2026 อีเวนต์เหล่านี้สร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อโรงแรม ร้านอาหาร การเดินทาง สปอนเซอร์ และสื่อ ควบคู่กับอีเวนต์มวลชน เช่น มาราธอน งานปั่นจักรยาน และงานวิ่งเทรล ที่ดึงผู้เข้าร่วมและผู้ติดตามจำนวนมากเข้าสู่เมือง กีฬาจึงเป็นเครื่องมือกระตุ้นเศรษฐกิจเมืองและการท่องเที่ยว

9.2) ความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศต่อมหกรรมกีฬา

อย่างไรก็ตาม มหกรรมกีฬากลางแจ้งกำลังเผชิญความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศมากขึ้น World Economic Forum (2026) รายงานว่าระหว่างปี 2004 - 2024 สภาพอากาศที่รุนแรงขึ้นมีผลกระทบต่อการจัดกิจกรรมอีเวนต์กว่า 2,000 รายการทั่วโลก โดย 1 ใน 5 เป็นอีเวนต์กีฬา ตัวอย่างเช่น การแข่งขัน FIFA Club World Cup ที่ลอสแอนเจลิสต้องเลื่อน 6 รายการเนื่องจากพายุในเดือนมิถุนายน 2025 ส่วนกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาว Milano Cortina 2026 เมืองกอร์ตินามีอุณหภูมิเดือนกุมภาพันธ์สูงขึ้นราว 3.6 องศาเซลเซียส เมื่อเทียบกับครั้งแรกที่อิตาลีเป็นเจ้าภาพโอลิมปิกฤดูหนาว ณ กอร์ตินา ในปี 1956 (ราว 70 ปีก่อน) จนต้องพึ่งพาการผลิตหิมะเทียมและการกระจายสถานที่แข่งขันในพื้นที่กว้างขึ้นอย่างมาก (World Economic Forum, 2026) ความเสี่ยงนี้ผลักดันให้การออกแบบอีเวนต์ต้องคำนึงถึงความยืดหยุ่นต่อสภาพอากาศมากขึ้น

> **ประเด็นสำคัญ (Key Message)** การท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ ภาคส่วนที่ใหญ่ที่สุดของเศรษฐกิจกีฬาโลก และผู้บริโภคนิยมเดินทางเพื่อร่วมเล่นมากขึ้น มหกรรมกีฬาและอีเวนต์มวลชนจึงเป็นเครื่องมือกระตุ้นเศรษฐกิจเมือง แต่ต้องบริหารความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศควบคู่กันไป

10. Women's Sports, Fan Economy และ Content - driven Sports

กีฬาในปัจจุบันเป็นทั้งอุตสาหกรรมสื่อ บันเทิง วัฒนธรรม และเศรษฐกิจแฟนคลับไปพร้อมกัน การเติบโตของกีฬาหญิง การขยายฐานแฟนกีฬา และเนื้อหากีฬารูปแบบสั้น (Short - form Content) กำลังเปลี่ยนวิธีที่ผู้คนบริโภคและมีส่วนร่วมกับกีฬา จากผู้ชมเชิงรับสู่ผู้ร่วมสร้างและกระจายเนื้อหา

10.1) กีฬาหญิงและการขยายฐานผู้เข้าร่วมเพศหญิง

การลงทุนในลีกกีฬาหญิงและการถ่ายทอดสดเติบโตอย่างเด่นชัดในหลายประเทศ โดยรายได้ของกีฬาหญิงเพิ่มขึ้นเป็นสามเท่าในช่วง 3 ปี (2022 - 2025) และผู้หญิงคิดเป็นสัดส่วนผู้เล่นราวร้อยละ 37 ในสหภาพยุโรป ร้อยละ 40 ในสหรัฐอเมริกา และร้อยละ 45 ในแคนาดา (World Economic Forum, 2026) ควบคู่กับการขยายฐานผู้เข้าร่วมหญิงในกีฬามวลชน โดยข้อมูลอีเวนต์มวลชน พบว่า ผู้เข้าร่วมหน้าใหม่มีโอกาสเป็นเพศหญิงมากกว่าราวร้อยละ 12 และในกลุ่มอายุ 20 - 24 ปี สัดส่วนระหว่างเพศเข้าใกล้ความเสมอภาคจริง (หญิงร้อยละ 49.7 ชายร้อยละ 49.9) (Eventrac, 2025) การเติบโตของกีฬาหญิงจึงส่งผลให้แบรนด์ผู้จัดกิจกรรมและนโยบายสาธารณะหันมาออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการ และพื้นที่ที่ตอบโจทย์ผู้หญิงมากขึ้น

10.2) เศรษฐกิจแฟนกีฬาและเนื้อหาที่ขับเคลื่อนการมีส่วนร่วม

โซเชียลมีเดียกลายเป็นช่องทางค้นพบอีเวนต์อันดับหนึ่ง และเนื้อหาการออกกำลังกายกลายเป็นหลักฐานทางสังคม (Social Proof of Exercise) กิจกรรมที่มีรูปภาพประกอบบน Strava ได้รับ Kudos มากกว่ากิจกรรมทั่วไปถึง 3.1 เท่า ขณะที่ Gen Z มีแนวโน้มระบุว่า การแข่งขันหรืออีเวนต์เป็นแรงจูงใจหลักในการออกกำลังกายมากกว่า Gen X ถึงร้อยละ 75 และกว่าครึ่งวางแผนจะใช้ Strava มากขึ้นในปี 2026 (Strava, 2025)

ในเชิงประชากร Samba Digital (2026) อ้างข้อมูลของ GWI ว่าจำนวนนักวิ่งทั่วโลกเพิ่มจาก 672 ล้านคน ในปี 2022 เป็น 785 ล้านคนในปี 2025 หรือเพิ่มขึ้น 113 ล้านคนภายใน 3 ปี โดย Gen Z เป็นกำลังหลักที่เพิ่มขึ้นจาก 186 ล้านคนเป็น 259 ล้านคน ในช่วงเดียวกัน การเติบโตนี้ขับเคลื่อนด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัลและวัฒนธรรมการแชร์ ทำให้เศรษฐกิจแฟนกีฬา สปอนเซอร์ และการถ่ายทอดสดขยายตัวตามไปด้วย

ประเด็นสำคัญ (Key Message) กีฬาหญิง เศรษฐกิจแฟนกีฬา และเนื้อหารูปแบบสั้นกำลังเปลี่ยนกีฬาให้เป็นทั้งอุตสาหกรรมสื่อ วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วม ผู้ชมและผู้เล่นหลอมรวมเป็นชุมชนเดียวกันที่สร้างและกระจายเนื้อหา ซึ่งเป็นกลไกขยายฐานตลาดและรายได้ของอุตสาหกรรม

11. Sustainability, Urban Wellbeing และพื้นที่เมืองเพื่อกีฬา

เมืองทั่วโลกกำลังใช้กีฬาเป็นเครื่องมือสร้างสุขภาวะเมือง (Urban Wellbeing) ผ่านพื้นที่เดิน วิ่ง ปั่นจักรยาน สวนสาธารณะ ลานกีฬา และกิจกรรมกลางแจ้ง แนวคิดนี้เชื่อมโยงกับเมืองสุขภาพดี การออกกำลังกายในชีวิตประจำวัน และการลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงกีฬา ขณะเดียวกันประเด็นความยั่งยืนก็กลายเป็นทั้งความเสี่ยงและโอกาสของอุตสาหกรรม

11.1) ภัยคุกคามสองประการต่อเศรษฐกิจกีฬาโลก

World Economic Forum (2026) ระบุว่า เศรษฐกิจกีฬาโลกกำลังเผชิญภัยคุกคามสองประการที่เชื่อมโยงกัน คือ การไม่ออกกำลังกายของประชากร และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งสองปัจจัย อาจทำให้รายได้ของเศรษฐกิจกีฬาลดลงถึงร้อยละ 14 หรือ 517 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2030 และร้อยละ 18 หรือ 1.6 ล้านล้านดอลลาร์ ภายในปี 2050 นอกจากนี้อุตสาหกรรมกีฬายังปล่อยคาร์บอนสูงถึงราว 450 ล้านตันต่อปี ซึ่งมากกว่าทุกประเทศในยุโรปยกเว้นเยอรมนี ขณะที่สกีรีสอร์ท 1 ใน 8 แห่ง ทั่วโลกอาจไม่มีหิมะเลย ภายในปี 2100 และจะมีเพียง 10 ประเทศเท่านั้นที่สามารถเป็นเจ้าภาพโอลิมปิกฤดูหนาวได้ในปี 2040 (World Economic Forum, 2026)

11.2) พื้นที่เมืองเพื่อกีฬาแบบ Low - cost, High-impact

ในทางกลับกัน พื้นที่สาธารณะเพื่อกีฬาเป็นโมเดล “ต้นทุนต่ำ ผลกระทบสูง” ที่มีศักยภาพสูงมากในการส่งเสริมกีฬามวลชน เพราะใช้พื้นที่ที่มีอยู่แล้ว เข้าถึงได้ทุกกลุ่ม ไม่ต้องใช้อุปกรณ์ราคาแพง ขยายผลได้ผ่านโซเชียลมีเดีย และสร้างชุมชนได้โดยธรรมชาติ ลานออกกำลังกายสาธารณะ สวนสาธารณะที่รองรับกิจกรรมกีฬา เส้นทางวิ่งและปั่นจักรยาน ตลอดจนสนามกีฬาชุมชน จึงเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของ Sports for All ที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงกีฬา

11.3) นโยบายกีฬาที่ยืดหยุ่นต่อสภาพภูมิอากาศ

World Economic Forum (2026) เสนอแนวทางปรับตัว เช่น การจัดอีเวนต์ในช่วงเย็น หรือกลางคืน การปรับฤดูกาลแข่งขัน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ทนต่อสภาพอากาศสุดขีด ควบคู่กับการใช้กีฬามวลชนเป็นเครื่องมือลดต้นทุนสาธารณสุข (WHO, 2024; World Economic Forum, 2026)

> **ประเด็นสำคัญ (Key Message)** ความยั่งยืนเป็นทั้งความเสี่ยงและโอกาส เศรษฐกิจกีฬาเสี่ยงสูญเสียรายได้จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการไม่ออกกำลังกาย แต่พื้นที่เมืองเพื่อกีฬาแบบต้นทุนต่ำผลกระทบสูง คือทางออกที่สร้างสุขภาวะเมือง ลดความเหลื่อมล้ำ และลดภาระสาธารณสุขไปพร้อมกัน

12. บทสังเคราะห์และนัยเชิงยุทธศาสตร์ต่อประเทศไทย

เมื่อประมวลภาพรวมข้างต้น จะเห็นแรงขับเคลื่อนที่สอดคล้องกัน ได้แก่ (1) กีฬามวลชน คือ แกนหลักของเศรษฐกิจกีฬา (2) การออกกำลังกายกลายเป็นกิจกรรมเชิงสังคมที่ขับเคลื่อนโดยคนรุ่นใหม่ (3) เทคโนโลยีและข้อมูลทำให้กิจกรรมทางกายวัดผลและแชร์ได้ (4) ตลาดขยายสู่ผู้สูงวัยและกลุ่มที่เข้าถึงยาก (5) กีฬาเกิดใหม่และฟิตเนสไฮบริดเปิดประตูสู่ผู้เล่นหน้าใหม่ (6) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและอีเวนต์มวลชนกระตุ้นเศรษฐกิจเมือง (7) เศรษฐกิจแฟนกีฬาและเนื้อหาหลอมรวมผู้ชมกับผู้เล่น และ (8) พื้นที่เมืองเพื่อกีฬาเป็นทั้งเครื่องมือสุขภาวะและการลดความเหลื่อมล้ำ โดยมีความเสี่ยงร่วมสำคัญ คือ การไม่ออกกำลังกายและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

โอกาสเชิงยุทธศาสตร์ของไทย ประกอบด้วย 5 มิติหลัก ได้แก่

- **โครงสร้างพื้นฐานกีฬามวลชนต้นทุนต่ำ** ขยายพื้นที่สาธารณะและลานกิจกรรมสำหรับการออกกำลังกายแบบกลุ่ม เช่น แอโรบิก เดิน วิ่ง เต้น และฟิตเนสชุมชน ในรูปแบบต้นทุนต่ำแต่สร้างการมีส่วนร่วมได้มาก (Sports for All Infrastructure)
- **การท่องเที่ยวเชิงกีฬา** พัฒนา Sport Tourism ผ่านกิจกรรมกีฬามวลชนที่เชื่อมกับการท่องเที่ยว เช่น มหกรรมเดิน - วิ่งเมืองประวัติศาสตร์ งานปั่นเชิงวัฒนธรรม และเทศกาลสุขภาพ
- **การผสานดิจิทัลกับกิจกรรมจริง** สนับสนุนระบบติดตามและแชร์กิจกรรมกีฬามวลชน (Digital-Physical Integration) เพื่อสร้างแรงจูงใจทางสังคมและรักษาความต่อเนื่องของการออกกำลังกาย
- **การออกแบบกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม** ครอบคลุมผู้หญิง ผู้สูงอายุ เยาวชน และผู้พิการ เพื่อขยายฐานตลาดอย่างทั่วถึงและลดความเหลื่อมล้ำ
- **ระบบข้อมูลและตัวชี้วัด** สร้างระบบข้อมูลและตัวชี้วัดที่วัดได้ทั้งจำนวนผู้เข้าร่วม ความถี่ ผลลัพธ์ด้านสุขภาพ และผลกระทบทางเศรษฐกิจ เพื่อรองรับการลงทุนและการประเมินผลเชิงนโยบาย

2.2 สถานการณ์อุตสาหกรรมการกีฬาของไทยในครึ่งแรกของปี 2569

1. พฤติกรรมการออกกำลังกายของคนไทย

ปรากฏการณ์ที่น่าจับตามองที่สุด สุขภาพกลายเป็นสินทรัพย์ที่คนไทยยินดีลงทุนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สัดส่วนประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 44.4 ในปี 2567 และมากกว่าร้อยละ 60 นิยมใช้บริการฟิตเนสในรูปแบบต่าง ๆ (Forbes Thailand, 2569; สปอร์ตเทค บีเคเค, 2569 พฤติกรรมนี้สอดคล้องกับข้อมูลการใช้จ่ายของภาคเอกชน ที่พบว่า การใช้จ่ายในหมวดสมาชิกฟิตเนสของผู้บริโภคไทยเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีกลุ่ม Gen Y เป็นแรงขับเคลื่อนหลักที่มองฟิตเนสเป็นทั้งพื้นที่ออกกำลังกายและพื้นที่สร้างคอมมูนิตี้ (The 1 Insight, 2569)

ตลาดนักวิ่งไทยที่มีขนาดใหญ่ยังคงเป็นฐานรากสำคัญของอุตสาหกรรม โดยแบรนด์ค้าปลีกสินค้ากีฬารายงานยอดขายรองเท้ากีฬาในระดับหลายล้านคู่ต่อปี ครอบคลุมทั้งรองเท้าวิ่ง เทรนนิ่ง และรองเท้าคอร์ต ตลอดจนแรงขับเคลื่อนจากการจัดงานวิ่งลิขสิทธิ์ระดับโลก เช่น งาน Disney Run Thailand 2026 ที่สะท้อนถึงความสนใจในการวิ่งมาราธอนที่ขยายตัวอย่างมาก ทั้งหมดนี้สะท้อนการเปลี่ยนผ่านเชิงกระบวนทัศน์อย่างชัดเจน จากกีฬาเพื่อการแข่งขันสู่กีฬาเพื่อไลฟ์สไตล์ (Forbes Thailand, 2569)

อย่างไรก็ตาม ในปี 2569 พฤติกรรมการเลือกซื้ออุปกรณ์กีฬาของนักวิ่งไทยได้แสดงให้เห็นถึงความตื่นรู้ของผู้บริโภค (Consumer Enlightenment) ที่เริ่มแยกแยะระหว่างภาพลักษณ์และฟังก์ชันการใช้งานจริงแม้ในโลกออนไลน์ เช่น Instagram หรือ TikTok จะขับเคลื่อนด้วยภาพจำของเครื่องแต่งกายระดับพรีเมียมและรองเท้ารุ่นท็อปราคาแพงเพื่อการสร้างตัวตน แต่ในโลกแห่งความเป็นจริงตามสวนสาธารณะหลัก เช่น สวนลุมพินี สวนเบญจกิติ หรือสวนรถไฟ ผู้บริโภคส่วนใหญ่กลับหันมาเลือกใช้เครื่องแต่งกายที่เน้นความคุ้มค่า สวมใส่สบาย และราคาจับต้องได้ ส่งผลให้แบรนด์ระดับกลางหรือแบรนด์ไทย เช่น Yuedpao (ยืดเปล่า), Decathlon (ดีแคทลอน), Grand Sport, Motive และ Brooo ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักวิ่งในชีวิตจริง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าวินัยและการฝึกซ้อมมีความสำคัญเหนือกว่าอุปกรณ์มูลค่าสูง (The Momentum, 2026)

2. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและมหกรรมระดับนานาชาติ

ภาครัฐยกระดับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ให้เป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche) คุณภาพสูง โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อทริปสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้บริโภคยุคใหม่ได้ขยับเข้าสู่กระแสการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการวิ่ง หรือ “Run - cation” (เที่ยวไปวิ่งไป) ที่ผู้คนยอมเดินทางและจองทริปข้ามประเทศเพื่อเข้าร่วม อีเวนต์วิ่งมาราธอน ข้อมูลจาก Agoda ชี้ให้เห็นว่า งานวิ่งมาราธอนกลายเป็นแรงจูงใจสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวทั่วเอเชีย เช่น งาน JTBC Seoul Marathon ในเกาหลีใต้ ที่มียอดการค้นหาที่พักจากนักท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 73 และงาน Mt. Fuji International Marathon 2026 ในญี่ปุ่น ที่มียอดค้นหาจากคนไทยติด 1 ใน 3 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 41) ขณะที่งานในประเทศไทย เช่น Amazing Thailand Marathon Bangkok 2026 ณ ใจกลางกรุงเทพฯ ก็ได้รับความสนใจอย่างมาก มียอดการค้นหาที่พักเพิ่มขึ้นร้อยละ 19 จากทั้งนักท่องเที่ยวไทยและชาติต่าง ๆ ในเอเชีย ซึ่งถือเป็นโอกาสใหม่ในการกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของไทยนอกเหนือจากการท่องเที่ยวทางธรรมชาติแบบเดิม

หมุดหมายระดับโลกที่ตอกย้ำศักยภาพของไทยในครึ่งแรกปี 2569 คือ การเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันจักรยานยนต์ทางเรียบชิงแชมป์โลก MotoGP รายการ “PT Grand Prix of Thailand 2026” ระหว่างวันที่ 27 กุมภาพันธ์ - 1 มีนาคม 2569 ณ สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งประเทศไทยได้รับเกียรติ

เป็นสนามเปิดฤดูกาลเป็นปีที่สองติดต่อกัน จุดเด่นเชิงการท่องเที่ยว คือ กลุ่มแฟนมอเตอร์สปอร์ตจัดเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง ที่เดินทางเป็นกลุ่ม พำนักค้างคืน และมีอัตราการใช้จ่ายต่อหัวสูงเป็นพิเศษ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งยังกระจายรายได้ต่อเนื่องไปยังจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงเป้าหมายการยกระดับบุรีรัมย์และประเทศไทยสู่การเป็นฮับมอเตอร์สปอร์ตของภูมิภาค ทั้งนี้ประเทศไทยได้รับการต่อสัญญาการเป็นเจ้าภาพ MotoGP อย่างต่อเนื่องไปจนถึงปี 2574 (MotoGP, 2568)

ในมิติของกีฬามวลชนที่เน้นการมีส่วนร่วม การแข่งขัน BYD HYROX Bangkok 2026 (20 - 22 มีนาคม 2569 ณ ไบเทค บางนา) ถือเป็นอีกหมุดหมายสำคัญ ด้วยจำนวนผู้เข้าแข่งขันกว่า 17,500 คน สูงสุดเป็นประวัติการณ์ในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก และเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวจากการจัดครั้งแรกเมื่อเดือนพฤษภาคม 2568 ต่างจากมหกรรมกีฬาเพื่อการชม (Spectator Sports) ตรงที่ HYROX ดึงดูดนักกีฬาสมัครเล่นจากทั่วภูมิภาคให้เดินทางมาลงแข่งขันด้วยตนเอง จึงก่อให้เกิดการพำนักและการใช้จ่ายที่ยาวนานกว่า สะท้อนภาพของกระแสกีฬามวลชนที่แปรเปลี่ยนเป็นแรงขับเคลื่อนการท่องเที่ยว (BITEC, 2569; Time Out Bangkok, 2569)

3. นโยบาย มาตรการ และปัจจัยขับเคลื่อนจากภาครัฐ

3.1) นโยบายด้านการท่องเที่ยวและกีฬา

ทิศทางนโยบายด้านการท่องเที่ยวและกีฬาในช่วงปี 2569 จะเน้นการเปลี่ยนผ่านสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (Value-Driven Tourism) และการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน (รัฐบาลไทย, 2569) โดยมีวาระด้านกีฬาที่เป็นรูปธรรมหลายประการ ได้แก่ การมอบทุนการศึกษาแก่นักกีฬาภายใต้แนวคิดลงทุนในคนเพื่อสร้างฐานนักกีฬาระยะยาว การพัฒนาพื้นที่หัวหิน - ชะอำ ให้เป็นจุดหมายปลายทางระดับโลกที่ผสาน Wellness, Sport และ Luxury ตลอดจนการเร่งรัดมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีแผนจะเปิดระบบผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ในช่วงไตรมาส 4 (ปลายปี 2569) เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วงไฮซีซัน เบื้องต้นคาดว่าจะมีโควตาจำกัดที่ 1 ล้านสิทธิ์ ให้วงเงินช่วยเหลือสูงสุดคนละ 3,000 บาท และจะเน้นกระจายรายได้ สู่เมืองรองกับการท่องเที่ยวในวันธรรมดาเป็นหลัก

นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนงาน SPORTEC Thailand 2026 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 25 - 27 มิถุนายน 2569 ณ ไบเทค บางนา ซึ่งภายในงานมีการนำเสนอกิจกรรมที่ครอบคลุมทุกมิติ ตั้งแต่การจัดนิทรรศการแสดงสินค้านวัตกรรมและเทคโนโลยีสปอร์ตเทคระดับนานาชาติกว่า 300 บูธ, เวทีสัมมนาเชิงลึกเพื่ออัปเดตเทรนด์ธุรกิจและองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาจากผู้เชี่ยวชาญทั่วโลก, กิจกรรมเวิร์กชอป และการทดลองออกกำลังกายร่วมกับ Master Trainer ระดับสากล ตลอดจนโซนการแข่งขันเพาะกาย การสาธิตศิลปะการต่อสู้ และการเปิดพื้นที่เจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการ คลับกีฬา และนักลงทุนเข้าด้วยกันคาดว่าสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้มากกว่า 250 ล้านบาท และดึงดูดผู้เข้าชมกว่า 25,000 คน (สปอร์ตเทค บีเคเค, 2569)

ในมิติของกีฬามหาชน ภาครัฐได้ขยายผลการยกระดับวงการฟุตบอลอย่างเป็นระบบ โดยเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2569 ในพิธีมอบรางวัลเกียรติยศ "FA Thailand Awards 2025/2026" ณ โรงแรม เดอะ แกรนด์ โฟร์วิงส์ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร นายสุรศักดิ์ พันธ์เจริญวรกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับ "มาดามแป้ง" นางนวลพรรณ ล่ำซำ นายกสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ได้ร่วมกันประกาศเจตนารมณ์สร้าง "ระบบนิเวศฟุตบอลไทย" (Ecosystem) ให้แข็งแกร่งตั้งแต่รากแก้วผ่านการเตรียมประกาศโครงการ" Youth League" หรือลีกฟุตบอลเยาวชนทั่วประเทศ ซึ่งมุ่งเน้นการทลายข้อจำกัดด้านพื้นที่ เปิดโอกาสให้เยาวชนไทยในทุกภูมิภาคเข้าถึงการฝึกซ้อมมาตรฐานและการแข่งขันที่ต่อเนื่องตั้งแต่ระดับตำบล จังหวัด ไปจนถึงระดับประเทศ เพื่อส่งต่อผู้มีศักยภาพสู่เส้นทางนักกีฬาอาชีพและทีมชาติอย่างยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2569)

3.2) การจัดตั้งกระทรวงการกีฬา

การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกีฬาไทยมากที่สุดในครึ่งแรกปี พ.ศ. 2569 คือ ความพยายามผลักดันให้กระทรวงการกีฬา เป็นกระทรวงเอกเทศ โดยแยกงานด้านกีฬาออกจากงานท่องเที่ยว และนำงานด้านการท่องเที่ยวไปควบรวมกับกระทรวงวัฒนธรรม จัดตั้งเป็นกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว

> **บทเรียนจากต่างประเทศ :** สาธารณรัฐฝรั่งเศสเป็นตัวอย่างของการแยกกระทรวงการกีฬาเพื่อมุ่งเน้นความเป็นเลิศอย่างชัดเจน ทั้งการเป็นเจ้าภาพโอลิมปิกและการดำเนินโครงการ Pass'Sport เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายในระดับมวลชน (ไทยรัฐออนไลน์, 2569)

4. กีฬามวลชน (Mass Sports / Sports for All) : เมื่อการออกกำลังกายกลายเป็นประสบการณ์ร่วม

4.1) พลังของ Participatory Exercise

กีฬามวลชนในบริบทของไทยปี 2569 มิได้หมายถึงเพียงการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพอีกต่อไป หากแต่เป็นประสบการณ์ทางสังคมที่ผู้คนเข้าร่วม แบ่งปัน และสร้างอัตลักษณ์ผ่านโซเชียลมีเดีย การเติบโตของ Gen Z และ Gen Y ที่มองการออกกำลังกายเป็นทั้งเรื่องสุขภาพและการแสดงตัวตนบนโลกออนไลน์ได้ยกระดับกิจกรรมกีฬาสาธารณะให้กลายเป็นคอนเทนต์ที่มีพลังการแพร่กระจายสูง (Forbes Thailand, 2569)

ปรากฏการณ์แอโรบิกสวนลุมพินี คือ กรณีศึกษาที่ชัดเจนที่สุด เมื่อลานเต้นแอโรบิกซึ่งมีภาพจำว่าเป็นพื้นที่ของผู้สูงวัยกลับกลายเป็นกระแสไวรัลที่ดึงดูดวัยรุ่น คนวัยทำงาน และนักท่องเที่ยว ข้อมูลจาก Dataxet Social Listening (ช่วงวันที่ 18 มีนาคม - 26 เมษายน 2569) พบว่ามียอดการมีส่วนร่วม (Engagement) รวมกว่า 2.6 ล้านครั้ง และยอดการมองเห็น (Views) รวมกว่า 36.3 ล้านครั้ง (ดาต้าเซ็ต, 2569; สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2569)

4.2) แพลตฟอร์มโซเชียลและวงจรแห่งประสบการณ์

การวิเคราะห์ Engagement แยกตามแพลตฟอร์มพบว่า TikTok ครองสัดส่วนสูงสุดถึงร้อยละ 87.4 ตามด้วย Instagram, X และ Facebook คอนเทนต์ที่สร้างการมีส่วนร่วมได้ดีที่สุดมิใช่รีวิวหรือคำแนะนำ หากแต่เป็นคลิปการเต้นในสถานที่จริงที่ถ่ายทอดบรรยากาศและความสนุกอย่างตรงไปตรงมา (ดาต้าเซ็ต, 2569)

กลไกนี้ก่อให้เกิด**วงจรแห่งประสบการณ์" (Experience Loop)** อันทรงพลัง กล่าวคือ ผู้ชมเห็นคลิปบน TikTok จนเกิดแรงจูงใจอยากไปสัมผัสด้วยตนเอง เมื่อเข้าร่วมกิจกรรมและมีประสบการณ์ร่วมก็ผลิตคอนเทนต์ของตนเองเพื่อแบ่งปันต่อ ซึ่งยิ่งขยายกระแสให้กว้างออกไปอีก ที่น่าสนใจคือ ความรู้สึก (Sentiment) เชิงบวกต่อแอโรบิกสวนลุมสูงถึงร้อยละ 73.1 เป็นกลางร้อยละ 24.8 และเชิงลบเพียงร้อยละ 2.1 ทั้งยังดึงดูดความสนใจเชิงบวกจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ดาต้าเซ็ต, 2569)

4.3) สวนลุมพินี : Urban Wellness Ecosystem มิติใหม่

การกล่าวถึงสวนลุมพินีได้ขยายขอบเขตเกินกว่าแอโรบิกสู่ระบบนิเวศของกิจกรรมที่หลากหลาย โดยมีสัดส่วนการพูดถึง ดังนี้ แอโรบิกและการเต้น ร้อยละ 35.9 วิ่ง ปั่นจักรยาน และโยคะ ร้อยละ 28.2 ไวรัล/คอนเทนต์/ โซเชียล ร้อยละ 13.7 บุคคลดังและอินฟลูเอนเซอร์ ร้อยละ 8.3 และงานฉลองสวนลุม 100 ปี รวมถึงอีเวนต์อื่น ๆ อีกร้อยละ 6.0 (ดาต้าเซ็ต, 2569)

สวนลุมพินีจึงยกระดับสู่การเป็น **Urban Wellness Destination** ที่ครอบคลุมสามแกนสำคัญ ได้แก่ สุขภาพ (แอโรบิก วิ่ง ปั่น) ประสบการณ์ (ไวรัล คอนเทนต์ อีเวนต์) และการค้า (ร้านอาหาร ศูนย์อาหาร และ

ร้านค้ารอบพื้นที่) นับเป็นต้นแบบของ Mass Sports รูปแบบใหม่ที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจชุมชนเข้ากับพฤติกรรมการออกกำลังกายอย่างลงตัว (ดาต้าเซ็ต, 2569)

5. เทรนด์กีฬาเด่นในครึ่งแรกปี 2569

5.1) HYROX

HYROX คือ การแข่งขัน Fitness Racing ระดับโลกที่ผสมผสานการวิ่ง 8 ช่วง ช่วงละ 1 กิโลเมตร สลับกับสถานีฝึกความแข็งแรงเชิงหน้าที่ (Functional Training) 8 ฐาน ภายใต้มาตรฐานเดียวกันทั่วโลก ประเทศไทยได้ก้าวขึ้นเป็นหนึ่งในตลาดที่เติบโตเร็วที่สุดของ HYROX ในเอเชีย โดยการแข่งขัน BYD HYROX Bangkok 2026 ระหว่างวันที่ 20 - 22 มีนาคม 2569 ณ ไบเทค บางนา มีผู้เข้าแข่งขันลงทะเบียนกว่า 17,500 คน ซึ่งเป็นสถิสูงสุดของ HYROX ในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก และเพิ่มขึ้นเกือบร้อยละ 100 เมื่อเทียบกับการจัดครั้งปฐมฤกษ์เมื่อเดือนพฤษภาคม 2568 ที่มีผู้เข้าร่วมราว 8,700 คน (BITEC, 2569; Time Out Bangkok, 2569)

Virgin Active ได้ประกาศเป็นเครือข่าย Official HYROX Training Club ในประเทศไทยตั้งแต่กลางปี 2569 พร้อมคลาสเฉพาะทาง อุปกรณ์มาตรฐาน และโค้ชที่ผ่านการรับรอง ขณะที่การแข่งขัน HYROX Bangkok ครั้งที่ 3 มีกำหนดจัดขึ้นในวันที่ 14 - 16 สิงหาคม 2569 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (QSNCC) ซึ่งเป็นพื้นที่ใจกลางเมืองที่เชื่อมต่อรถไฟฟ้าโดยตรง (Virgin Active Thailand, 2569; Time Out Bangkok, 2569)

จุดแข็งของ HYROX คือ เป็นการแข่งขันที่เปิดกว้าง (Inclusive Competition) เข้าร่วมได้ทั้งประเภทเดี่ยว คู่ หรือทีม 4 คน จึงตอบโจทย์ทั้งนักกีฬาและคนทั่วไปที่ต้องการท้าทายศักยภาพของตนเอง โดยราคาบัตรอยู่ที่ประมาณ 3,500 - 5,000 บาทต่อคน (KNKX, 2569)

5.2) Run Club และ Bike Club

Run Club ได้สร้างนิยามการวิ่งใหม่ จากกีฬาส่วนบุคคลสู่ไลฟ์สไตล์ทางสังคม คนรุ่นใหม่โดยเฉพาะ Gen Z และ Gen Y เปลี่ยนจากการสังสรรค์ในบาร์มาสู่การวิ่งกับกลุ่มเพื่อน ก่อนปิดท้ายด้วยคาเฟ่หรืออาหารสุขภาพ ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นทั่วกรุงเทพฯ โดยเฉพาะย่านทองหล่อ สาทร และพระราม 9 โดยแบรนด์สินค้ากีฬารายงานยอดขายสินค้าประเภทวิ่งที่เติบโตอย่างชัดเจน สอดรับกับฐานนักวิ่งไทยขนาดใหญ่และปฏิทินงานวิ่งที่จัดต่อเนื่องตลอดทั้งปี (Forbes Thailand, 2569; Time Out Bangkok, 2569) และสอดคล้องกับพฤติกรรมในชีวิตจริงที่นักวิ่งยุคนี้เลือกสวมชุดวิ่งที่ใส่สบาย เน้นความคุ้มค่าและปล่อยวางรูปลักษณ์ภายนอก เพื่อมุ่งสร้างสุขภาวะที่ดีอย่างยั่งยืน (The Momentum, 2026)

Bike Club และกิจกรรมนัดปั่นชมเมืองก็มีชุมชนที่เข้มแข็งในกรุงเทพฯ ภูเก็ต และเชียงใหม่ ตั้งแต่กลุ่มปั่นเพื่อสุขภาพไปจนถึงกลุ่มแข่งขัน ครอบคลุมกว่า 30 กลุ่ม ในกรุงเทพฯ เพียงพื้นที่เดียว ขณะที่ภูเก็ตมีเส้นทางและกลุ่มนักปั่นที่ได้รับความนิยมสูงจากชาวต่างชาติและกลุ่ม Expat (Phuket Expat Guide, 2569; Bicycle Thailand, ม.ป.ป.)

5.3) พิกเคิลบอล (Pickleball)

พิกเคิลบอล คือ กีฬาที่เติบโตเร็วที่สุดในประเทศไทย จากที่มีเพียงไม่กี่คอร์ตในปี 2565 ปัจจุบัน ปี 2569 มีสนามพิกเคิลบอลกว่า 80 แห่ง กระจายทั่วกรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา หัวหิน ชลบุรี และจังหวัดอื่น ๆ ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ ที่มีสนามจำนวนมากในย่านสุขุมวิท รัชดา ธนบุรี และริมแม่น้ำ รวมถึงสนามสาธารณะที่ศูนย์กีฬาเบญจกิติ (Pickleball in Thailand, 2569)

หมุดหมายที่สำคัญ คือ การกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) และคณะกรรมการโอลิมปิคแห่งประเทศไทย ได้ให้การรับรองกีฬาพิกเคิลบอลอย่างเป็นทางการตามพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พร้อมจัดการแข่งขัน

Thailand Pickleball Championship 2026 เป็นครั้งแรก ระหว่างวันที่ 1 - 3 พฤษภาคม 2569 ณ สนาม Pickleball Warehouse รังสิต และศูนย์กีฬาเบญจกิติ โดยตั้งเป้าผลักดันเข้าสู่การแข่งขันกีฬาเยาวชนแห่งชาติและกีฬาแห่งชาติในอนาคต (สยามสปอร์ต, 2569; ไทยรัฐออนไลน์, 2569)

ในระดับโลก สมาคม SFIA รายงานว่าจำนวนผู้เล่นพิกเคิลบอลในสหรัฐอเมริกาสูงถึง 24.3 ล้านคน ในปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.8 และเติบโตกว่าร้อยละ 171 ในช่วงเวลาเพียง 3 ปี ขณะที่ Maximize Market Research ประเมินมูลค่าตลาดพิกเคิลบอลโลกที่ 1.77 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 และคาดว่าจะเติบโตสู่ 3.5 พันล้านดอลลาร์ภายในปี 2575 (Forbes Thailand, 2569)

5.4) แอโรบิก (Aerobics)

การออกกำลังกายแบบแอโรบิกกลับมาครองใจคนเมืองอีกครั้งในปี 2569 มิใช่ในฐานะกิจกรรมสุขภาพเพียงอย่างเดียว หากแต่ในฐานะความบันเทิงสาธารณะที่เข้าถึงได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ลานแอโรบิก สวนลุมพินีเปิดให้บริการฟรีทุกวัน โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งวัยรุ่น คนวัยทำงาน ผู้สูงอายุ และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาร่วมกิจกรรมอย่างเนืองแน่น กระแสนี้ยังได้แรงหนุนจากอินฟลูเอนเซอร์และบุคคลมีชื่อเสียงอย่างต่อเนื่อง (ดาต้าเซ็ต, 2569; Nation Thailand, 2569)

5.5) กอล์ฟในร่ม

ตลาดกอล์ฟจำลองในร่ม (Golf Simulator) ระดับโลกมีมูลค่า 2.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 และคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องในทศวรรษหน้า (Grand View Research, 2569) ส่วนตลาดกอล์ฟจำลองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีมูลค่าราว 30.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568 และคาดว่าจะเติบโตสู่ 58.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2577 (Deep Market Insights, 2569)

ด้วยฐานผู้เล่นกอล์ฟและนักท่องเที่ยวกอล์ฟขนาดใหญ่ของไทย กอล์ฟจำลองในร่มจึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการตอบสนองทั้งนักกอล์ฟในเมือง นักท่องเที่ยว และกลุ่ม Corporate Wellness โดยไม่ต้องพึ่งพาสนามขนาดใหญ่ที่ใช้พื้นที่มาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้ม Urban Sports ที่กำลังเติบโต (6Wresearch, 2026)

5.6) พิลาทิส (Pilates)

พิลาทิสเป็นอีกหนึ่งเซกเมนต์ที่เติบโตเร็วที่สุดในประเทศไทย รายงาน Garmin Connect Data Report 2025 ระบุว่า พิลาทิสมีอัตราการเติบโตของผู้ใช้งานในไทยสูงถึงร้อยละ 35 เมื่อเทียบกับปี 2567 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยการเติบโตของกิจกรรมออกกำลังกายทั่วโลกที่อยู่ราวร้อยละ 8 อย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนความนิยมที่เพิ่มขึ้นในการออกกำลังกายที่เน้นความสมดุล ความยืดหยุ่น และการฟื้นฟูร่างกาย (Forbes Thailand, 2569)

6. ภาคเอกชนและปัจจัยขับเคลื่อนอุตสาหกรรม

6.1) การลงทุนและการขยายตัวของภาคเอกชน

ภาคเอกชนตอบรับกระแสสุขภาพด้วยการลงทุนขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง งาน SPORTEC Thailand 2026 (25 - 27 มิถุนายน 2569 ณ ไบเทค บางนา) นับเป็นเวทีเจรจาธุรกิจด้านอุตสาหกรรมกีฬา ฟิตเนส และสปอร์ตเทคระดับนานาชาติครั้งแรกของไทย ที่รวบรวมผู้ประกอบการและแบรนด์ชั้นนำจากหลายประเทศ ตอกย้ำสถานะของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางธุรกิจสุขภาพ กีฬา และเวลเนสของอาเซียน (สปอร์ตเทค บีเคเค, 2569)

นอกจากนี้ ยังเกิดเทรนด์สำคัญในกลุ่มผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์และมิกซ์ยูสที่หันมาปรับอาคารและพื้นที่ให้กลายเป็นสถานที่ออกกำลังกายเพื่อตอบโจทย์ Health & Fitness ยุคใหม่ ตัวอย่างที่ชัดเจน คือ โครงการคลาวด์ 11 (Cloud 11) ย่านอุดมสุข - สุขุมวิท ที่เน้นแนวคิดสวนสาธารณะเปิดเพื่อมวลชน (Public Green Space) เชื่อมต่อระบบขนส่งมวลชน (BTS อุดมสุข / ปุณณวิถี) โดยออกแบบ Sky Park (สวนลอยฟ้า

ขนาดใหญ่ที่สุดในไทย) ซึ่งมี Sky Jogging Track สำหรับนักวิ่ง พร้อม Active Community Space ที่เป็นพื้นที่อเนกประสงค์รองรับลานโยคะ แอโรบิก การฝึกซ้อมของ Run Club หรือ Group Training กลางแจ้ง นับเป็นโมเดลความร่วมมือภาคเอกชน (Win - Win Model) ในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเมืองเดินได้ (Active Urban Infrastructure) ที่ผสานพื้นที่สีเขียว การออกกำลังกาย และการสร้างคุณค่าทางสังคมเข้าด้วยกันอย่างลงตัว

6.2) เศรษฐกิจสุขภาวะ (Wellness Economy) กับอุตสาหกรรมกีฬา

เศรษฐกิจสุขภาวะเติบโตในระดับที่เหนือกว่าตลาดกีฬาโดยลำพัง Global Wellness Institute ระบุว่าในปี 2566 เศรษฐกิจสุขภาวะของไทยมีมูลค่า 40,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ราว 1.4 ล้านล้านบาท) เติบโตร้อยละ 28.4 ต่อปี ในช่วงปี 2565 - 2566 นับเป็นอันดับหนึ่งด้านการเติบโตในกลุ่ม 25 ตลาดสุขภาวะชั้นนำของโลก (Global Wellness Institute, 2568)

นอกจากนี้ ข้อมูลล่าสุดของ GWI (เผยแพร่เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2569) ยังชี้ว่าเศรษฐกิจสุขภาวะไทยขยับขึ้นสู่ 42,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนหลัก (Global Wellness Institute, 2569)

7. แนวโน้มและการคาดการณ์ครึ่งหลังปี 2569

จากข้อมูลที่รวบรวมและตรวจสอบได้ อุตสาหกรรมกีฬาไทยในครึ่งหลังปี 2569 มีแนวโน้มสำคัญ ดังนี้

- **ตลาดฟิตเนสและ Active Lifestyle** จะเติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะจากอุปสงค์ของ Gen Y และ Gen Z ที่มองการออกกำลังกายเป็นไลฟ์สไตล์ (Forbes Thailand, 2569) โดยผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับแบรนด์สินค้ากีฬาที่มอบความคุ้มค่าและตอบโจทย์การใช้งานจริงมากกว่าการยึดติดกับแบรนด์หรูราคาแพง (The Momentum, 2026)
- **การแข่งขัน "BYD HYROX Bangkok"** (13 - 16 สิงหาคม 2569) ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งขยายเวลาจัดงานเป็น 4 วัน รองรับผู้เข้าร่วมกว่า 22,000 คน จากไทยและต่างประเทศ จนกลายเป็นสนาม HYROX ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย โดยมีเครือข่ายยิมพันธมิตรร่วมหนุนกว่า 170 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งช่วยขับเคลื่อนระบบนิเวศฟิตเนส ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มกำลังซื้อสูง และกระตุ้นเศรษฐกิจในธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ค้าปลีก และการเดินทาง พร้อมตอกย้ำบทบาทของกรุงเทพฯ ในฐานะศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) และอีเวนต์ระดับนานาชาติอย่างยั่งยืน (Post Today, 2569)
- **กระแสการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบ “Run - cation”** และงานวิ่งมาราธอน เช่น Amazing Thailand Marathon Bangkok 2026 (ปลายเดือนพฤศจิกายน 2569) จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการดึงดูดไทยและต่างชาติเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ
- **การจัดตั้งกระทรวงการกีฬา** คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปลายปี 2569 ซึ่งจะเป็นจุดเปลี่ยนเชิงโครงสร้างที่สำคัญ (ข่าวสด, 2569) พร้อมกับการเริ่มวางรากฐาน "Youth League" เพื่อสร้างระบบนิเวศฟุตบอลเยาวชนไทยอย่างเป็นระบบ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2569)
- **กลุ่มกีฬาเฉพาะทาง** อย่างพิกเคิลบอล HYROX พิลาทิส และ Run Club จะยังคงเติบโตในฐานะกีฬาที่มีชุมชนแข็งแกร่งและกลไกการแพร่กระจายผ่านโซเชียลมีเดีย

8. บทสรุปและการเชื่อมโยงเชิงยุทธศาสตร์

อุตสาหกรรมการกีฬาไทยในครึ่งแรกปี 2569 สะท้อน Megatrend ที่สอดคล้องกับธีม Mass Sports / Sports for All อย่างชัดเจน ประกอบด้วย พลวัตสี่ประการ

1) จาก Solo สู่ Community - การออกกำลังกายไม่ใช่กิจกรรมส่วนบุคคลอีกต่อไป แต่เป็นพื้นที่สร้างอัตลักษณ์และเครือข่ายทางสังคม ผ่าน Run Club, HYROX Team, Bike Club และชุมชน พิกเคิลบอล (Forbes Thailand, 2569) รวมถึงชุมชนฟุตบอลระดับเยาวชนที่ภาครัฐกำลังร่วมมือกับสมาคมกีฬาฯ ผลักดันโครงการเพื่อสังคม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2569)

2) จาก Health สู่ Experience - ผู้บริโภคออกกำลังกายเพื่อประสบการณ์ที่อยากบอกต่อ ซึ่งขับเคลื่อนโดย TikTok และโซเชียลมีเดีย (ดาต้าเซ็ต, 2569) รวมถึงประสบการณ์การเที่ยวไปวิ่งไป (Run - cation) ที่ผสมผสานการท่องเที่ยวกับการลงแข่งขันมาราธอนทั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ตลาดจะแยกออกเป็นสองโลกชัดเจน คือ โลกบนหน้าจอที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์ และโลกในชีวิตจริงที่ผู้คนปล่อยวางรูปลักษณ์ภายนอกแล้วโฟกัสที่การออกกำลังกายอย่างแท้จริง (The Momentum, 2026)

3) จาก Exclusive สู่ Inclusive - กีฬาอย่างพิกเคิลบอล HYROX และแอโรบิกสาธารณะ ล้วนมีจุดเด่นที่เข้าถึงได้ทุกคน ทุกวัย อันเป็นแก่นแท้ของ Sports for All (ไทยรัฐออนไลน์, 2569; KNKX, 2569) เช่นเดียวกับการพัฒนาพื้นที่ออกกำลังกายของภาคเอกชน (เช่น โครงการ Cloud 11) ที่เปิดพื้นที่สีเขียวลอยฟ้า (Public Green Space) ให้ประชาชนทั่วไปเข้าถึงเพื่อทำกิจกรรมทางกายได้อย่างสะดวก

4) โครงสร้างรัฐที่รองรับ - การจัดตั้งกระทรวงการกีฬาจะเป็นกลไกเชื่อมโยงกีฬาอาชีพ กีฬาเพื่อมวลชน และเศรษฐกิจการกีฬาอย่างเป็นระบบ (ไทยรัฐออนไลน์, 2569; ฐานเศรษฐกิจ, 2569)

ดังนั้น ธีม Share Exercise Sports Experiences หรือการแบ่งปันประสบการณ์การออกกำลังกายบนโซเชียลมีเดีย กำลังกลายเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่สุดในการขยายกีฬามวลชนในประเทศไทย โดยไม่ต้องพึ่งพางบประมาณโฆษณา หากแต่ใช้ความสนุกที่อยากบอกต่อเป็นพลังงานขับเคลื่อน (ดาต้าเซ็ต, 2569; Forbes Thailand, 2569)

บทที่ 3
ผลการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA) ปี 2568

3.1 กรอบแนวคิดการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA)

1) นิยามของบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา

บัญชีประชาชาติด้านกีฬา (Sport Satellite Account) หรือ SSA หมายถึง ระบบบัญชีที่แสดงค่าสถิติเชิงเศรษฐกิจมหภาคของอุตสาหกรรมกีฬา หรืออีกนัยหนึ่งคือ ระบบบัญชีที่ใช้วัดบทบาททางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมกีฬา (Sport Industry) เมื่อเปรียบเทียบกับเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม ทั้งนี้ บัญชีประชาชาติด้านการกีฬา จะให้ข้อมูลโครงสร้างทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมกีฬา ทั้งด้านการผลิตและด้านการบริโภค โดยในด้านการผลิต SSA จะให้ข้อมูล มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมกีฬา GDP ของอุตสาหกรรมกีฬา ค่าจ้างและเงินเดือนที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมกีฬา และการจ้างงานที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมกีฬา สำหรับในด้านการบริโภค SSA จะให้ข้อมูลการบริโภคขั้นสุดสุดท้าย อุปสงค์รวม และอุปทานรวมที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรกีฬา

ทั้งนี้ SSA จะแสดงข้อมูลทางเศรษฐกิจทั้งหมดที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากการกีฬา กล่าวคือ จะแสดงข้อมูลทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมกีฬาโดยตรงทั้ง 20 สาขา รวมทั้งข้อมูลทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอื่น ๆ ทั้ง 28 สาขา อันเป็นผลสืบเนื่องจากการกีฬา ดังนั้น SSA จึงมีประโยชน์อย่างมากสำหรับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬาในการติดตามสถานการณ์ของอุตสาหกรรม เพื่อการกำหนดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนที่เหมาะสมสำหรับการยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมกีฬาในระยะยาว

ในกรณีของประเทศไทย สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้เริ่มต้นศึกษาและจัดทำรายงานบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (SSA) มาตั้งแต่ปี 2565 โดยมีข้อมูลบัญชีประชาชาติด้านการกีฬาของประเทศไทยตั้งแต่ปี 2562 - 2567 ถือเป็นฐานข้อมูลด้านเศรษฐกิจการกีฬาที่สำคัญสำหรับประเทศไทย เพื่อใช้ในกำหนดทิศทางและการวางแผนพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยอย่างเป็นระบบต่อไป

2) โครงสร้างอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทย

จากกรอบแนวคิดของ European Commission's Working Group on Sport and Economic เศรษฐกิจการกีฬาเป็นผลมาจาก (1) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาโดยตรง (ในที่นี้คือ อุตสาหกรรมกีฬา) และ (2) อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการกีฬา แต่อยู่ในฐานะห่วงโซ่อุปทานให้แก่อุตสาหกรรมกีฬา (ในที่นี้คือ อุตสาหกรรมอื่น ๆ) โดยอุตสาหกรรมกีฬาจะเป็นแกนหลักในการสร้างกิจกรรมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ ในขณะที่อุตสาหกรรมอื่น ๆ จะมีการสร้างกิจกรรมและมูลค่าทางเศรษฐกิจเป็นลำดับต่อไป เมื่อมีกิจกรรมกีฬาเกิดขึ้น

อุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทย ประกอบด้วย อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาโดยตรงรวมจำนวน 20 สาขา รายละเอียดดังตารางที่ 3 - 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3 - 1 : อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาทางตรงจำนวน 20 อุตสาหกรรม

ที่	สาขาการผลิต	หมายเหตุ
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการปลูกพืช การเพาะพันธุ์ และการขยายพันธุ์พืชอื่น ๆ เพื่อใช้ในการกีฬา เช่น หญ้าสนามฟุตบอล สนามกอล์ฟ
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการเลี้ยงสัตว์ที่ใช้ในการกีฬา เช่น ม้าแข่ง
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตเครื่องดื่มเกลือแร่และเครื่องดื่มต่าง ๆ สำหรับนักกีฬาและผู้ออกกำลังกาย
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตชุดกีฬาและรองเท้ากีฬา
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตหนังสือพิมพ์ วารสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกีฬา ทั้งออฟไลน์และออนไลน์
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตยา และเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา เช่น เวย์โปรตีน ครีมนวดนักกีฬา น้ำมันมวย ผ้าเทปนักกีฬา เป็นต้น
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตและซ่อมยานยนต์ยานยนต์ จักรยานยนต์ จักรยาน และเรือสำหรับการกีฬา
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการผลิตเครื่องกีฬาและอุปกรณ์กีฬาชนิดต่าง ๆ
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการก่อสร้าง ตกแต่ง วางระบบไฟฟ้า ประปา และสาธารณูปโภคสนามกีฬาและสถานที่สำหรับออกกำลังกาย ตลอดจนที่พักในสนามกีฬา
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการค้าส่งและค้าปลีก เครื่องแต่งกายกีฬา รองเท้ากีฬา อุปกรณ์กีฬา รวมทั้งยานยนต์ จักรยานยนต์ จักรยาน และเรือสำหรับการกีฬา
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	สาขานี้ประกอบด้วยการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มและบริการที่พักอันเป็นผลมาจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	สาขานี้ประกอบด้วยบริการการเดินทางทางรถไฟ การเดินทางทางบกทุกรูปแบบ การเดินทางชายฝั่งและทางน้ำ และการเดินทางทางอากาศอันเป็นผลมาจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยบริการการศึกษาและการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกีฬา เช่น โรงเรียนกีฬา สถาบันการศึกษาที่สอนด้านพลศึกษา วิทยาศาสตร์การกีฬา การจัดการการกีฬา การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกีฬา และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยคลินิกกีฬา บริการทางการแพทย์ เวชศาสตร์ฟื้นฟู และการทำกายภาพบำบัดที่เกี่ยวข้องกับกีฬา
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	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 ทั้งระดับอาชีพกึ่งอาชีพ หรือสมัครเล่น รวมทั้งการให้โอกาสเหล่าสมาชิกในการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาต่าง ๆ
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	สาขานี้ประกอบด้วยการซ่อมและบำรุงรักษาอุปกรณ์กีฬาทุกประเภท ยกเว้นเรือ รถยนต์ และรถจักรยานยนต์
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	สาขานี้ประกอบด้วยการดำเนินงานเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการแข่งขันกีฬาในร่มและกลางแจ้ง การบริหารและการจัดหาบุคลากรเพื่อปฏิบัติหน้าที่ประจำสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น

อุตสาหกรรมกีฬาทั้ง 20 สาขาในตารางข้างต้น สามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังรูปที่ 3 - 1 ตาม Vilnius Definition of Sports ตามกรอบแนวคิดของ European Commission's Working Group on Sport and Economics ดังนี้

- **อุตสาหกรรมกีฬาตามความหมายทางสถิติ (Statistical Definition)** ครอบคลุมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาโดยตรง ได้แก่ การผลิตอุปกรณ์กีฬา การจัดการแข่งขันกีฬา บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา สโมสรกีฬา สมาคมกีฬา การซ่อมแซมเครื่องกีฬา และบริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ
- **อุตสาหกรรมกีฬาตามความหมายแคบ (Narrow Definition)** ครอบคลุมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาโดยตรงตามข้อ 1 และอุตสาหกรรมที่เป็นต้นน้ำของการกีฬา ได้แก่ ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา เครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา เครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา ยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา ยานพาหนะสำหรับกีฬา และการก่อสร้างสนามกีฬา หรืออีกนัยหนึ่งคือ อุตสาหกรรมที่สนับสนุนกิจกรรมกีฬาโดยตรง
- **อุตสาหกรรมการกีฬาตามความหมายกว้าง** (Broad Definition) ครอบคลุมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาโดยตรงตามข้อ 1 อุตสาหกรรมที่เป็นต้นน้ำของการกีฬาตามข้อ 2 และอุตสาหกรรมที่เป็นปลายน้ำของการกีฬา ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร บริการการเดินทาง และการขนส่ง บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา หรืออีกนัยหนึ่งคือ อุตสาหกรรมที่ได้อานิสงส์โดยตรงจากกิจกรรมกีฬา



ภาพที่ 3 - 1 : โครงสร้างอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทยทั้ง 20 สาขาการผลิต

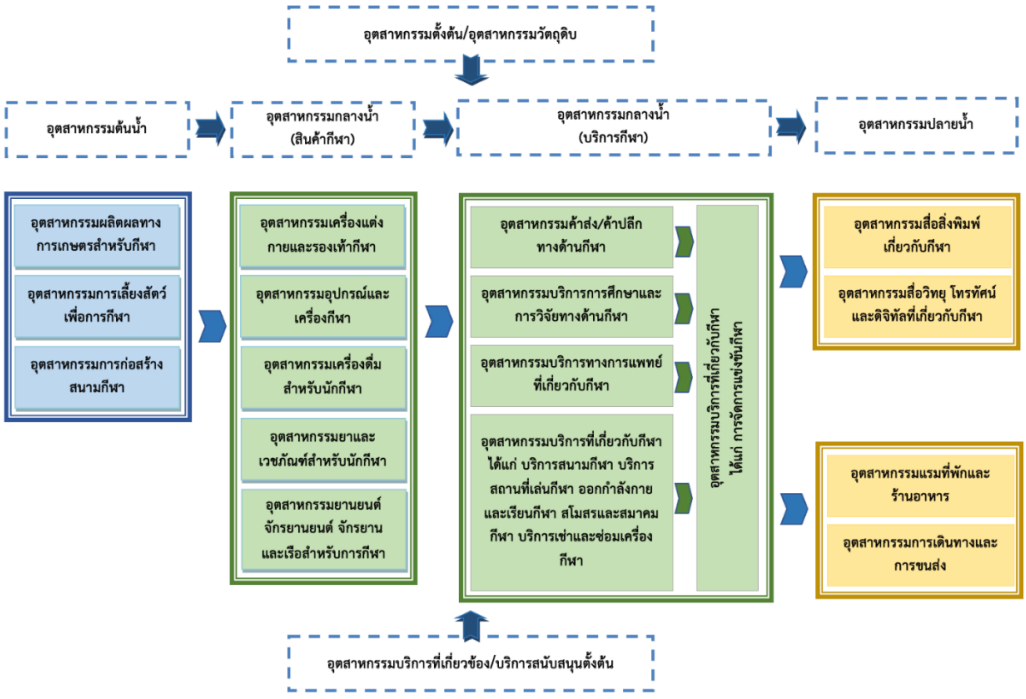
3) อุตสาหกรรมอื่น ๆ 28 สาขา

นอกจากอุตสาหกรรมกีฬาทั้ง 20 สาขาดังกล่าวแล้ว ยังมีอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ทำหน้าที่เป็นห่วงโซ่อุปทานให้แก่อุตสาหกรรมกีฬาอีกเป็นจำนวน 28 สาขา โดยอุตสาหกรรมเหล่านี้ แม้จะไม่เกี่ยวข้องกับการกีฬาโดยตรง แต่ก็ทำหน้าที่เป็นอุตสาหกรรมตั้งต้น อุตสาหกรรมวัตถุดิบ และอุตสาหกรรมสนับสนุนให้แก่อุตสาหกรรมกีฬา

อุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมกีฬา ประกอบด้วย (1) พืช ป่าไม้ ปศุสัตว์ ประมง และบริการทางการเกษตร (2) เหมืองถ่านหิน ปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ และเหมืองแร่ (3) การผลิตอาหาร (4) การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (5) การผลิตยาสูบ (6) การผลิตสิ่งทอ ยกเว้นเครื่องแต่งกาย (7) การผลิตเครื่องหนัง (8) โรงเลื่อยและการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้ (9) การผลิตผลิตภัณฑ์กระดาษ (10) การผลิตเคมีภัณฑ์ (11) โรงกลั่นและการผลิตผลิตภัณฑ์จากปิโตรเคมี (12) การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง (13) การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่เหล็ก (14) การผลิตผลิตภัณฑ์เหล็กและโลหะ (15) การผลิตเครื่องจักร (16) การผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า (17) การผลิตยานพาหนะอื่น ๆ (18) การผลิตผลิตภัณฑ์อื่นๆ (19) การผลิตไฟฟ้า ก๊าซ และประปา (20) การก่อสร้างงานบริการสาธารณะ (21) บริการขนส่งสินค้าและคลังสินค้า (22) การสื่อสาร (23) สถาบันการเงิน (24) อสังหาริมทรัพย์ (25) บริการธุรกิจ (26) บริการสาธารณะ (27) บริการอื่น ๆ และ (28) กิจกรรมที่ไม่สามารถจำแนกสาขาการผลิตได้

4) ห่วงโซ่อุปทานของเศรษฐกิจการกีฬาของประเทศไทย

อุตสาหกรรมกีฬาทั้ง 20 สาขา และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เป็นห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมกีฬาทั้ง 28 สาขา มีความเชื่อมโยงกันในรูปแบบของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ดังภาพที่ 2 - 2 ต่อไปนี้



ภาพที่ 2 - 2 : ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมกีฬา

3.2 ผลการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการกีฬา (Sport Satellite Accounts : SSA) ปี 2568

บทนี้มีเป้าหมายเพื่อนำเสนอบัญชีประชาชาติด้านการกีฬาของประเทศไทย ประจำปี 2568 โดยจะทำการเปรียบเทียบกับบัญชีประชาชาติด้านการกีฬาในปี 2562 - 2567 เพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของมูลค่าเศรษฐกิจการกีฬาของประเทศไทยตลอดระยะเวลา 7 ปีที่ผ่านมา

1. มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมกีฬา 2568

จากข้อมูลผลประกอบการของนิติบุคคลประจำปี 2568 ที่รายงานต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และข้อมูลผู้ประกอบการที่ได้จากการสำรวจภาคสนาม สามารถนำมาคำนวณมูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมกีฬา ประจำปี 2568 ได้ โดยพบว่า อุตสาหกรรมกีฬาทั้ง 20 สาขามีมูลค่าผลผลิตรวมทั้งหมดเท่ากับ 358,213.80 ล้านบาท รายละเอียดดังตารางที่ 3 - 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3 - 2 : มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬา ปี 2568

ที่	รหัส IO	สาขาการผลิต	มูลค่า (ล้านบาท)	หมายเหตุ
1	28	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	28.69	คำนวณจากสัดส่วนรายได้ของหมวดการก่อสร้างสนามกีฬาต่อรายได้รวมของสาขาการก่อสร้างและรายได้คาดประมาณของผู้ประกอบการบุคคลธรรมดา
2	29	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	14.70	คำนวณจากรายได้รวมของกิจการตามที่ยื่นต่อ DBD เนื่องจากทุกรายเป็นฟาร์มม้าแข่ง
3	30	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	5,500.00	คำนวณตามมูลค่าตลาดรวมของเครื่องดื่มนักกีฬา (Sport Drink) ตามรายงานของบริษัท T.C. Pharmaceutical Industries ซึ่งเป็นผู้นำตลาด
4	31	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	9,597.54	คำนวณจากรายได้รวมของกิจการตามที่ยื่นต่อ DBD
5	32	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	559.63	คำนวณจากรายได้ของผู้ประกอบการรายใหญ่ซึ่งเป็นผู้นำตลาด ได้แก่ บริษัท Siamsport Syndicate Siamsport Digital Mediaและบริษัท Grand Prix International (ในส่วนของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์)
6	33	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	3,707.28	คำนวณจากรายได้รวมของผู้ผลิตยาและเวชภัณฑ์กีฬารายใหญ่ เช่น น้ำมันมวย เคาเตอร์เพน ไทเกอร์บาล์ม โพธิ์หยก ไทเกอร์พลาส เป็นต้น
7	34	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	12,057.21	คำนวณจากรายได้รวมของกิจการสาขาการผลิตเรือเพื่อกีฬาและการผลิตจักรยานตามที่ยื่นต่อ DBD และมูลค่ายอดขายรวมของจักรยานยนต์ประเภท Sport Bike
8	35	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	25,103.89	คำนวณจากรายได้รวมของกิจการตามที่ยื่นต่อ DBD
9	36	การก่อสร้างสนามกีฬา	1,625.80	คำนวณจากงบประมาณด้านการสร้างและบำรุงสนามกีฬาของ กกท. กรมพลศึกษา และมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ
10	37	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	100,355.44	คำนวณจากรายได้รวมของกิจการตามที่ยื่นต่อ DBD กรณีที่ระบุเป็นค้าส่งค้าปลีกทางด้านกีฬาโดยตรง สำหรับกิจการค้าส่งค้าปลีกอื่น ๆ จะอ้างอิงสัดส่วนของรายได้ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมกีฬาตามสัดส่วนรายได้ของผู้ประกอบการค้าปลีกรายใหญ่ Central Retail Group รวมกับรายได้คาดประมาณของผู้ประกอบการบุคคลธรรมดา
11	38	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	113,428.58	คำนวณจากรายได้ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมกีฬาตามตามสัดส่วนรายได้จากรายงานการวิจัยและรายได้คาดประมาณของผู้ประกอบการบุคคลธรรมดา
12	39	บริการการเดินทางและการขนส่ง	22,520.20	คำนวณจากรายได้ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมกีฬาตามตามสัดส่วนรายได้จากรายงานการวิจัยและรายได้คาดประมาณของผู้ประกอบการบุคคลธรรมดา
13	40	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	4,585.86	คำนวณจากรายได้รวมของกิจการตามที่ยื่นต่อ DBD รวมกับมูลค่ารวมของหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับกีฬาทั้งหมดในประเทศไทยและงบประมาณด้านการจัดการการศึกษาของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ที่	รหัส IO	สาขาการผลิต	มูลค่า (ล้านบาท)	หมายเหตุ
14	41	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	9,882.95	คำนวณจากรายได้ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมกีฬาตามตามสัดส่วนการให้บริการทางการแพทย์ในด้านเวชศาสตร์การกีฬา
15	42	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	1,307.03	คำนวณจากสัดส่วนรายการที่เกี่ยวข้องกับกีฬาจากรายงานของสถานีโทรทัศน์รายใหญ่ ได้แก่ MCOT และ BEC รายได้คาดประมาณจากการสมัครสมาชิกช่องกีฬา และรายได้ช่อง Youtube เกี่ยวกับการกีฬาที่มีผู้ติดตามมาก
16	43	การจัดการแข่งขันกีฬา	5,399.87	คำนวณจากรายได้รวมของกิจการตามที่ยื่นต่อ DBD
17	44	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	14,734.35	คำนวณจากรายได้รวมของกิจการตามที่ยื่นต่อ DBD และรายได้คาดประมาณของผู้ประกอบการบุคคลธรรมดา
18	45	สโมสรและสมาคมกีฬา	6,781.91	คำนวณจากรายได้รวมของสโมสรและสมาคมกีฬาตามที่ยื่นต่อ DBD และรายได้ของสมาคมกีฬาอื่น ๆ ที่มิได้ยื่นต่อ DBD
19	46	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	38.72	คำนวณจากรายได้รวมของกิจการตามที่ยื่นต่อ DBD และรายได้คาดประมาณของผู้ประกอบการบุคคลธรรมดา
20	47	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	20,984.14	คำนวณจากรายได้รวมของกิจการตามที่ยื่นต่อ DBD รายได้คาดประมาณของผู้ประกอบการบุคคลธรรมดา และงบประมาณการบริการด้านการกีฬาของ กกท. และกรมพลศึกษา ที่มิใช่การก่อสร้าง การศึกษาวิจัย และเงินอุดหนุนสมาคมกีฬา
รวมทั้งหมด			**358,213.80**	

ตารางที่ 3 - 3 แสดงการเปรียบเทียบและแนวโน้มของมูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยระหว่างปี 2562 - 2568 โดยพบว่า ในปี 2568 มูลค่าผลผลิตรวมของอุตสาหกรรมกีฬาอยู่ที่ 358,213.80 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2567 ที่ 321,814.08 ล้านบาท หรือเติบโตราว 11.3% โดยสาขาที่โดดเด่นที่สุด คือ การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬาที่เพิ่มจาก 3,320.41 เป็น 9,597.54 ล้านบาท (เกือบ 3 เท่า) รองลงมาคือ การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา ที่เพิ่มจาก 76,638.14 เป็น 100,355.44 ล้านบาท รวมถึง สโมสรและสมาคมกีฬา และ บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬาที่เพิ่มขึ้นราว 27 - 33% ขณะที่สาขาที่ลดลงมีเพียงไม่กี่สาขา เช่น บริการการเดินทางและการขนส่ง ที่ลดจาก 24,034.26 เป็น 22,520.20 ล้านบาท และ การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา ที่ลดลงเล็กน้อยเช่นกัน

เมื่อพิจารณาแนวโน้มตั้งแต่ปี 2566 เป็นต้นมา จะเห็นว่ามูลค่าผลผลิตรวมของอุตสาหกรรมกีฬาเติบโตต่อเนื่องทุกปีอย่างมั่นคง จาก 296,429.36 ล้านบาทในปี 2566 เป็น 321,814.08 ล้านบาท ในปี 2567 และ 358,213.80 ล้านบาท ในปี 2568 คิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยราว 10% ต่อปี โดยสาขาที่เป็นแรงขับเคลื่อนหลัก คือ บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร ที่เพิ่มขึ้นจาก 96,326.83 เป็น 113,428.58 ล้านบาท และ การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา ที่ขยายตัวต่อเนื่องจาก 70,896.48 เป็น 100,355.44 ล้านบาท ซึ่งทั้งสองสาขานี้รวมกันคิดเป็นสัดส่วนกว่าครึ่งหนึ่งของมูลค่าผลผลิตทั้งหมด นอกจากนี้สาขาที่เกี่ยวกับสินค้าแฟชั่นและอุปกรณ์กีฬา เช่น การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา และ สโมสรและสมาคมกีฬา ก็มีอัตราเติบโตเร่งตัวขึ้นอย่างชัดเจนในปี 2568 สะท้อนว่าการฟื้นตัวและขยายตัวของอุตสาหกรรมกีฬาไทยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมามีทั้งภาคบริการและภาคการค้าเป็นแรงหนุนสำคัญร่วมกัน

ตารางที่ 3 - 3 : มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมกีฬา 20 สาขา (ล้านบาท) ปี 2562 - 2568

ที่	สาขา	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	19.03	17.54	17.28	19.43	30.51	28.76	28.69
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	20.63	10.02	7.26	10.97	16.29	11.89	14.70
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	5,500.00	5,225.00	4,962.11	4,714.00	5,326.00	5,400.00	5,500.00
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	4,221.60	3,603.21	4,990.97	6,762.62	4,156.07	3,320.41	9,597.54
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	516.38	413.57	427.59	467.74	386.18	266.68	559.63
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	1,200.00	1,230.69	1,232.93	1,596.11	3,042.76	3,854.87	3,707.28
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	25,465.90	22,307.98	26,281.68	23,993.48	17,309.04	11,193.89	12,057.21
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	20,828.13	18,671.36	23,104.41	27,739.76	24,999.98	24,115.00	25,103.89
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	671.32	600.23	614.69	1,081.64	1,550.88	2,246.60	1,625.80
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	63,777.76	53,402.09	53,296.00	63,775.88	70,896.48	76,638.14	100,355.44
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	86,520.55	51,532.84	43,806.84	70,786.98	96,326.83	110,917.05	113,428.58
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	23,751.17	9,752.11	7,630.60	12,737.08	19,186.36	24,034.26	22,520.20
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	4,101.75	3,868.76	3,733.59	3,728.07	3,742.77	4,407.51	4,585.86
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	7,417.92	6,401.09	7,985.20	9,375.99	9,344.13	9,839.36	9,882.95
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	1,056.46	920.90	1,034.96	1,095.44	963.17	993.91	1,307.03
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	3,446.76	1,472.66	1,218.56	3,550.82	3,203.57	4,159.05	5,399.87
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	10,016.86	7,196.82	5,405.44	6,292.61	11,090.51	11,637.76	14,734.35
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	8,898.00	4,918.49	5,104.61	6,202.12	5,758.62	5,105.71	6,781.91
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	33.80	15.00	12.18	63.55	22.50	38.15	38.72
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	19,727.60	14,336.81	13,243.52	20,320.80	19,076.72	23,605.07	20,984.14
	รวมทั้งหมด	**287,191.61**	**205,897.16**	**204,110.42**	**264,315.13**	**296,429.36**	**321,814.08**	**358,213.80**

ตารางที่ 3 - 4 : มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมอื่น ๆ 28 สาขา (ล้านบาท) ปี 2562 - 2568

ที่	สาขา	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568
1	พืช ป่าไม้ ปศุสัตว์ ประมง และบริการทางการเกษตร	11,266.88	6,830.45	5,904.23	9,354.60	12,665.72	14,577.67	14,881.38
2	เหมืองถ่านหิน ปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ และเหมืองแร่	38.24	34.59	35.20	58.94	88.46	125.14	95.50
3	การผลิตอาหาร	19,263.33	11,956.30	10,386.53	16,044.44	21,190.21	24,292.80	24,776.56
4	การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	8,637.67	5,194.50	4,427.01	7,016.33	9,521.18	10,925.71	11,234.56
5	การผลิตยาสูบ	237.14	141.24	120.07	194.01	264.01	304.00	310.89

ที่	สาขา	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568
6	การผลิตสิ่งทอ ยกเว้นเครื่องแต่งกาย	5,509.33	4,393.82	5,221.07	6,815.69	5,862.13	5,655.45	8,894.17
7	การผลิตเครื่องหนัง	2,647.79	2,319.24	2,726.45	3,044.81	2,682.31	2,468.37	2,884.22
8	โรงเลื่อยและการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้	2,838.59	2,489.76	2,957.07	3,428.26	3,129.71	2,998.95	3,260.10
9	การผลิตผลิตภัณฑ์กระดาษ	5,620.23	4,540.02	4,803.32	5,730.25	5,379.96	5,519.57	5,946.67
10	การผลิตเคมีภัณฑ์	8,757.26	7,240.50	8,237.97	9,372.50	9,059.88	8,985.81	9,231.62
11	โรงกลั่นและการผลิตผลิตภัณฑ์จากปิโตรเคมี	10,025.07	5,452.36	4,894.68	7,048.28	9,236.53	10,816.71	11,095.00
12	การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง	2,921.37	2,552.21	3,120.10	3,583.29	3,091.63	2,841.41	3,148.92
13	การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่เหล็ก	9,152.97	7,686.06	8,454.80	10,044.72	9,513.41	9,673.16	10,404.27
14	การผลิตผลิตภัณฑ์เหล็กและโลหะ	5,660.86	4,815.89	5,572.20	5,915.15	5,040.81	4,463.98	4,584.68
15	การผลิตเครื่องจักร	330.02	236.80	252.84	339.69	351.70	387.04	380.30
16	การผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า	3,520.43	2,680.71	2,825.27	3,271.81	3,307.12	3,259.18	3,674.31
17	การผลิตรถไฟและอากาศยาน	3,667.25	2,028.73	1,832.48	2,584.64	3,263.92	3,843.98	3,960.44
18	การผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	699.34	524.80	562.62	698.71	751.67	796.04	886.28
19	การผลิตไฟฟ้า ก๊าซ และประปา	11,866.42	7,574.62	6,905.89	10,012.16	12,786.25	14,390.02	15,261.54
20	การก่อสร้างงานบริการสาธารณะ	616.93	414.07	404.47	542.89	626.52	689.16	724.09
21	บริการขนส่งสินค้าและคลังสินค้า	4,051.40	2,138.01	1,897.67	2,686.85	3,543.88	4,212.33	4,255.96
22	การสื่อสาร	1,881.57	1,243.71	1,180.05	1,625.38	1,958.44	2,167.13	2,356.67
23	สถาบันการเงิน	5,132.07	3,574.45	3,492.76	4,521.51	5,339.80	5,855.00	6,486.13
24	อสังหาริมทรัพย์	1,908.26	1,381.75	1,340.59	1,704.80	1,987.47	2,165.24	2,509.76
25	บริการธุรกิจ	7,182.62	4,762.99	4,554.13	5,968.92	7,128.96	7,940.34	8,520.19
26	บริการสาธารณะ	685.14	467.52	459.14	592.09	681.23	728.14	801.06
27	บริการอื่น ๆ	1,906.41	1,469.73	1,468.14	1,707.93	1,814.53	1,942.15	2,230.21
28	กิจกรรมที่ไม่สามารถจำแนกสาขาได้	750.70	556.65	572.15	697.20	750.04	794.67	913.02
	รวมทั้งหมด	**136,775.30**	**94,701.48**	**94,608.91**	**124,605.82**	**141,017.48**	**152,819.16**	**163,708.50**

ตารางที่ 3 - 5 แสดงมูลค่าผลผลิตทั้งหมดที่เป็นผลมาจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทย ในช่วงปี 2562 - 2568 พบว่า มูลค่าผลผลิตรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่ารวมเพิ่มขึ้นจาก 474,633.25 ล้านบาท ในปี 2567 เป็น 521,922.29 ล้านบาทในปี 2568 หรือคิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 9.96 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่มีอัตราการเติบโตร้อยละ 8.50 โดยเมื่อพิจารณาแยกตามประเภท พบว่ามูลค่าทางตรง (Direct) จากอุตสาหกรรมกีฬา 20 สาขา เพิ่มขึ้นจาก 321,814.08 ล้านบาท เป็น 358,213.80 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 11.31 ในขณะที่มูลค่าทางอ้อม (Indirect) จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ 28 สาขา เพิ่มขึ้นจาก 152,819.16 ล้านบาท เป็น 163,708.50 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 7.31 ซึ่งทั้งสองส่วนมีอัตราการเติบโตในทิศทางเดียวกัน สะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมกีฬายังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แม้ในอัตราที่ชะลอตัวลงจากปีก่อนหน้า

ตารางที่ 3 - 5 : มูลค่าผลผลิตที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2568

ปี	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Total
2562	287,191.61	136,775.30	423,966.92			
2563	205,897.16	94,701.48	300,598.63	-28.31	-30.76	-29.10
2564	204,110.42	94,608.91	298,719.33	-0.87	-0.10	-0.63
2565	264,315.13	124,605.82	388,920.95	29.50	31.71	30.20
2566	296,429.36	141,017.48	437,446.84	12.15	13.17	12.48
2567	321,814.08	152,819.16	474,633.25	8.56	8.37	8.50
2568	358,213.80	163,708.50	521,922.29	11.31	7.31	9.96

หมายเหตุ: Direct = อุตสาหกรรมกีฬาจำนวน 20 อุตสาหกรรม และ Indirect = อุตสาหกรรมอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจจำนวน 28 อุตสาหกรรม

ทั้งนี้ การเติบโตของมูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทย ดังตารางที่ 3 - 5 เป็นผลมาจากการเติบโตของรายได้ของผู้ประกอบการกีฬาในหลายอุตสาหกรรมระหว่างปี 2567 - 2568 ซึ่งมีการเติบโตในอัตราที่สูงมาก ซึ่งได้ประโยชน์โดยตรงจากการที่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพมหกรรมกีฬา SEA GAMES Thailand 2025 โดยสามารถสรุปอัตราการเติบโตของรายได้ของผู้ประกอบการตาม TSIC ที่สอดคล้องกับการกีฬาโดยตรงได้ดังตารางที่ 3 - 6 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3 - 6 : อัตราการเติบโตของรายได้ของผู้ประกอบการตาม TSIC ที่สอดคล้องกับกีฬาโดยตรง

ที่	TSIC	รายได้รวม (ล้านบาท)		อัตราการเติบโต
		2567	2568	(%)
1	15204 การผลิตรองเท้ากีฬา	396.46	1,631.45	311.50
2	93192 กิจกรรมของสมาคม/สมาพันธ์กีฬา	2.42	7.47	208.12
3	14115 การผลิตชุดกีฬา	2,824.33	7,678.16	171.86
4	46433 การขายส่งเครื่องกีฬา (รวมจักรยาน)	16,389.92	34,865.77	112.73
5	30921 การผลิตจักรยาน	2,351.86	3,354.32	42.62
6	93120 กิจกรรมด้านสโมสรกีฬา	2,852.48	3,652.02	28.03
7	93112 การดำเนินงานของสถานที่ออกกำลังกาย	9,892.10	12,524.20	26.61
8	47630 การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ	26,272.26	31,303.28	19.15
9	85410 การศึกษาด้านกีฬาและนันทนาการ	2,536.26	2,951.91	16.39
10	93191 กิจกรรมการจัดการแข่งขันกีฬา	3,246.75	3,717.99	14.51
11	93199 กิจกรรมอื่น ๆ ทางด้านการกีฬาซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	2,493.22	2,743.53	10.04
12	32309 การผลิตอุปกรณ์กีฬาอื่น ๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	14,690.32	16,133.39	9.82

2. มูลค่าปัจจัยการผลิตขั้นกลางในอุตสาหกรรมกีฬา ปี 2568

มูลค่าปัจจัยการผลิตขั้นกลางในอุตสาหกรรมกีฬาจำนวน 20 สาขา ประจำปี 2568 ดังตารางที่ 3 - 7 รวมทั้งมูลค่าปัจจัยการผลิตขั้นกลางของอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาโดยตรงทั้ง 28 สาขา แสดงดังตารางที่ 3 - 8 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3 - 7 : มูลค่าปัจจัยการผลิตขั้นกลางในอุตสาหกรรมกีฬา 20 สาขา (ล้านบาท) ปี 2562 - 2568

ที่	สาขา	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	10.24	9.44	9.30	10.46	16.42	15.47	15.44
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	11.87	5.77	4.18	6.32	9.37	6.84	8.46
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	3,396.22	3,226.40	3,064.07	2,910.87	3,288.77	3,334.47	3,396.22
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	2,968.19	2,533.40	3,509.12	4,754.77	2,922.11	2,334.56	6,747.98
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	364.07	291.58	301.47	329.78	272.27	188.02	394.56
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	830.58	851.82	853.38	1,104.75	2,106.05	2,668.16	2,566.00
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	18,482.91	16,190.93	19,075.00	17,414.25	12,562.74	8,124.42	8,751.01
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	15,662.53	14,040.67	17,374.27	20,860.00	18,799.72	18,134.22	18,877.86
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	370.89	331.62	339.61	597.59	856.84	1,241.22	898.23
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	12,974.25	10,863.53	10,841.95	12,973.87	14,422.40	15,590.42	20,415.21
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	56,946.83	33,918.32	28,833.16	46,591.18	63,401.22	73,004.33	74,657.39
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	15,782.65	6,480.27	5,070.53	8,463.79	12,749.33	15,970.76	14,964.67
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	1,868.92	1,762.76	1,701.17	1,698.66	1,705.36	2,008.24	2,089.50
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	4,061.20	3,504.50	4,371.78	5,133.22	5,115.78	5,386.90	5,410.77
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	662.31	577.33	648.84	686.75	603.83	623.10	819.40
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	1,099.11	469.61	388.58	1,132.30	1,021.56	1,326.25	1,721.93
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	2,812.74	2,020.88	1,517.85	1,766.97	3,114.23	3,267.90	4,137.42
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	2,714.54	1,500.50	1,557.28	1,892.10	1,756.80	1,557.61	2,068.98
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	16.02	7.11	5.77	30.13	10.67	18.09	18.35
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	11,737.85	8,530.35	7,879.85	12,090.81	11,350.58	14,044.93	12,485.49
	รวมทั้งหมด	**152,773.94**	**107,116.78**	**107,347.15**	**140,448.53**	**156,086.04**	**168,845.92**	**180,444.87**

ตารางที่ 3 - 8 : มูลค่าปัจจัยการผลิตขั้นกลางในอุตสาหกรรมอื่น ๆ 28 สาขา (ล้านบาท) ปี 2562 - 2568

ที่	สาขา	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568
1	พืช ป่าไม้ ปศุสัตว์ ประมง และบริการทางการเกษตร	4,603.30	2,790.71	2,412.28	3,822.00	5,174.82	5,955.99	6,080.07
2	เหมืองถ่านหิน ปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ และเหมืองแร่	15.36	13.90	14.14	23.68	35.54	50.27	38.37
3	การผลิตอาหาร	14,579.37	9,049.07	7,861.00	12,143.16	16,037.72	18,385.90	18,752.03
4	การผลิตเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	4,512.23	2,713.55	2,312.62	3,665.25	4,973.76	5,707.47	5,868.81
5	การผลิตยาสูบ	55.34	32.96	28.02	45.27	61.61	70.94	72.54
6	การผลิตสิ่งทอ ยกเว้น เครื่องแต่งกาย	3,825.77	3,051.14	3,625.59	4,732.92	4,070.75	3,927.23	6,176.25
7	การผลิตเครื่องหนัง	1,889.85	1,655.35	1,946.00	2,173.23	1,914.49	1,761.80	2,058.61
8	โรงเลื่อยและการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้	1,808.47	1,586.23	1,883.96	2,184.15	1,993.94	1,910.64	2,077.01
9	การผลิตผลิตภัณฑ์กระดาษ	3,986.55	3,220.33	3,407.09	4,064.58	3,816.12	3,915.14	4,218.10
10	การผลิตเคมีภัณฑ์	6,041.31	4,994.95	5,683.08	6,465.74	6,250.08	6,198.98	6,368.56
11	โรงกลั่นและการผลิตผลิตภัณฑ์จากปิโตรเคมี	8,037.84	4,371.56	3,924.43	5,651.12	7,405.60	8,672.56	8,895.68
12	การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง	2,262.83	1,976.89	2,416.76	2,775.54	2,394.71	2,200.90	2,439.09
13	การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่เหล็ก	6,562.16	5,510.47	6,061.61	7,201.50	6,820.58	6,935.11	7,459.28
14	การผลิตผลิตภัณฑ์เหล็กและโลหะ	4,170.23	3,547.76	4,104.91	4,357.55	3,713.45	3,288.51	3,377.43
15	การผลิตเครื่องจักร	246.28	176.72	188.69	253.50	262.46	288.84	283.81
16	การผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า	2,833.99	2,158.00	2,274.37	2,633.84	2,662.27	2,623.68	2,957.86
17	การผลิตรถไฟและอากาศยาน	2,682.06	1,483.72	1,340.19	1,890.29	2,387.08	2,811.31	2,896.48
18	การผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	536.83	402.85	431.88	536.34	577.00	611.06	680.33
19	การผลิตไฟฟ้า ก๊าซ และประปา	7,718.82	4,927.11	4,492.12	6,512.67	8,317.15	9,360.36	9,927.27
20	การก่อสร้างงานบริการสาธารณะ	453.74	304.54	297.48	399.29	460.80	506.87	532.56
21	บริการขนส่งสินค้าและคลังสินค้า	2,713.50	1,431.97	1,270.99	1,799.56	2,373.57	2,821.28	2,850.50
22	การสื่อสาร	734.29	485.36	460.52	634.31	764.29	845.73	919.70
23	สถาบันการเงิน	1,582.32	1,102.07	1,076.89	1,394.07	1,646.37	1,805.22	1,999.81
24	อสังหาริมทรัพย์	423.56	306.69	297.56	378.40	441.14	480.60	557.07
25	บริการธุรกิจ	2,845.60	1,886.99	1,804.25	2,364.75	2,824.33	3,145.79	3,375.51
26	บริการสาธารณะ	168.95	115.29	113.22	146.00	167.99	179.55	197.53
27	บริการอื่น ๆ	997.21	768.79	767.96	893.39	949.15	1,015.90	1,166.58
28	กิจกรรมที่ไม่สามารถจำแนกสาขาได้	384.47	285.09	293.03	357.07	384.14	406.99	467.61
	รวมทั้งหมด	**86,672.23**	**60,350.07**	**60,790.66**	**79,499.21**	**88,880.92**	**95,884.62**	**102,694.44**

เมื่อเปรียบเทียบปี 2567 กับปี 2568 พบว่า มูลค่าปัจจัยการผลิตขั้นกลางรวมที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 264,730.53 ล้านบาท เป็น 283,139.32 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 6.95 ซึ่งชะลอตัวลงเล็กน้อยจากปี 2566 - 2567 ที่เคยเติบโตถึงร้อยละ 8.07 โดยเมื่อแยกตามประเภท พบว่ามูลค่าทางตรง (Direct) จากอุตสาหกรรมกีฬา 20 สาขา เพิ่มขึ้นจาก 168,845.92 ล้านบาท เป็น 180,444.87 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.87 ในขณะที่มูลค่าทางอ้อม (Indirect) จากอุตสาหกรรมอื่นๆ 28 สาขาเพิ่มขึ้นจาก 95,884.62 ล้านบาท เป็น 102,694.44 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.10 ซึ่งทั้งสองส่วนเติบโตในอัตราที่ใกล้เคียงกัน สะท้อนว่าอุตสาหกรรมกีฬายังคงขยายตัวต่อเนื่อง แต่เริ่มเข้าสู่ภาวะทรงตัวมากขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ดังตารางที่ 3 - 9 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3 - 9 : มูลค่าปัจจัยการผลิตขั้นกลางที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2568

ปี	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Total
2562	152,773.94	86,672.23	239,446.17			
2563	107,116.78	60,350.07	167,466.85	-29.89	-30.37	-30.06
2564	107,347.15	60,790.66	168,137.81	0.22	0.73	0.40
2565	140,448.53	79,499.21	219,947.74	30.84	30.78	30.81
2566	156,086.04	88,880.92	244,966.96	11.13	11.80	11.38
2567	168,845.92	95,884.62	264,730.53	8.17	7.88	8.07
2568	180,444.87	102,694.44	283,139.32	6.87	7.10	6.95

3. มูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมกีฬา ปี 2568

จากการวิเคราะห์ สามารถนำเสนอมูลค่า GDP ของอุตสาหกรรม 20 สาขา ในปี 2568 ดังตารางที่ 3 - 10 และมูลค่า GDP ที่เกิดจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เป็นห่วงโซ่อุปทานทั้ง 28 สาขา ได้ดังตารางที่ 3 - 11 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3 - 10 : มูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมกีฬา 20 สาขา (ล้านบาท) ปี 2562 - 2568

ที่	สาขา	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	8.79	8.10	7.98	8.98	14.09	13.29	13.25
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	8.76	4.25	3.08	4.66	6.91	5.05	6.24
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	2,103.78	1,998.60	1,898.04	1,803.13	2,037.23	2,065.53	2,103.78
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	1,253.41	1,069.81	1,481.84	2,007.85	1,233.96	985.84	2,849.55
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	152.31	121.99	126.12	137.96	113.91	78.66	165.07
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	369.42	378.86	379.55	491.36	936.71	1,186.71	1,141.28
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	6,982.99	6,117.06	7,206.68	6,579.24	4,746.30	3,069.47	3,306.20
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	5,165.60	4,630.70	5,730.14	6,879.76	6,200.26	5,980.78	6,226.03
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	300.42	268.61	275.08	484.05	694.04	1,005.39	727.57
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	50,803.51	42,538.55	42,454.04	50,802.02	56,474.08	61,047.72	79,940.23

ที่	สาขา	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	29,573.72	17,614.52	14,973.68	24,195.80	32,925.62	37,912.72	38,771.19
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	7,968.52	3,271.83	2,560.07	4,273.29	6,437.03	8,063.50	7,555.53
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	2,232.83	2,106.00	2,032.42	2,029.41	2,037.42	2,399.27	2,496.36
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	3,356.72	2,896.59	3,613.42	4,242.77	4,228.36	4,452.46	4,472.18
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	394.15	343.57	386.13	408.69	359.34	370.81	487.63
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	2,347.64	1,003.05	829.98	2,418.52	2,182.00	2,832.80	3,677.94
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	7,204.11	5,175.95	3,887.58	4,525.64	7,976.28	8,369.87	10,596.93
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	6,183.47	3,417.99	3,547.34	4,310.02	4,001.82	3,548.10	4,712.94
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	17.78	7.89	6.41	33.43	11.83	20.07	20.37
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	7,989.75	5,806.46	5,363.67	8,230.00	7,726.14	9,560.13	8,498.65
	รวมทั้งหมด	**134,417.68**	**98,780.37**	**96,763.27**	**123,866.59**	**140,343.32**	**152,968.17**	**177,768.92**

ตารางที่ 3 - 11 : มูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมกีฬาอื่น ๆ 28 สาขา (ล้านบาท) ปี 2562 - 2568

ที่	สาขา	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568
1	พืช ป่าไม้ ปศุสัตว์ ประมง และบริการทางการเกษตร	6,663.58	4,039.74	3,491.94	5,532.60	7,490.90	8,621.69	8,801.31
2	เหมืองถ่านหิน ปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ และเหมืองแร่	22.88	20.70	21.06	35.26	52.92	74.86	57.13
3	การผลิตอาหาร	4,683.96	2,907.23	2,525.53	3,901.28	5,152.49	5,906.90	6,024.53
4	การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4,125.45	2,480.95	2,114.39	3,351.07	4,547.42	5,218.24	5,365.75
5	การผลิตยาสูบ	181.80	108.28	92.05	148.74	202.41	233.06	238.34
6	การผลิตสิ่งทอ ยกเว้นเครื่องแต่งกาย	1,683.57	1,342.68	1,595.48	2,082.77	1,791.37	1,728.22	2,717.92
7	การผลิตเครื่องหนัง	757.93	663.88	780.45	871.58	767.81	706.58	825.61
8	โรงเลื่อยและการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้	1,030.12	903.53	1,073.12	1,244.11	1,135.77	1,088.32	1,183.09
9	การผลิตผลิตภัณฑ์กระดาษ	1,633.68	1,319.69	1,396.22	1,665.66	1,563.84	1,604.42	1,728.57
10	การผลิตเคมีภัณฑ์	2,715.95	2,245.54	2,554.90	2,906.75	2,809.80	2,786.83	2,863.06
11	โรงกลั่นและการผลิตผลิตภัณฑ์จากปิโตรเคมี	1,987.23	1,080.80	970.26	1,397.15	1,830.92	2,144.16	2,199.32
12	การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง	658.54	575.32	703.33	807.75	696.92	640.51	709.83
13	การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่เหล็ก	2,590.81	2,175.59	2,393.18	2,843.22	2,692.83	2,738.05	2,945.00
14	การผลิตผลิตภัณฑ์เหล็กและโลหะ	1,490.64	1,268.14	1,467.29	1,557.59	1,327.36	1,175.47	1,207.25
15	การผลิตเครื่องจักร	83.73	60.08	64.15	86.19	89.24	98.20	96.49
16	การผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า	686.44	522.71	550.89	637.96	644.85	635.50	716.45

ที่	สาขา	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568
17	การผลิตรถไฟและอากาศยาน	985.19	545.01	492.29	694.35	876.84	1,032.67	1,063.95
18	การผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	162.51	121.95	130.74	162.37	174.67	184.98	205.95
19	การผลิตไฟฟ้า ก๊าซ และประปา	4,147.60	2,647.51	2,413.77	3,499.49	4,469.10	5,029.65	5,334.27
20	การก่อสร้างงานบริการสาธารณะ	163.18	109.53	106.99	143.60	165.72	182.29	191.53
21	บริการขนส่งสินค้าและคลังสินค้า	1,337.91	706.04	626.67	887.29	1,170.31	1,391.05	1,405.46
22	การสื่อสาร	1,147.28	758.35	719.53	991.07	1,194.15	1,321.40	1,436.97
23	สถาบันการเงิน	3,549.75	2,472.37	2,415.87	3,127.44	3,693.43	4,049.79	4,486.33
24	อสังหาริมทรัพย์	1,484.70	1,075.05	1,043.03	1,326.40	1,546.33	1,684.65	1,952.69
25	บริการธุรกิจ	4,337.03	2,876.00	2,749.89	3,604.17	4,304.62	4,794.56	5,144.68
26	บริการสาธารณะ	516.19	352.24	345.92	446.09	513.25	548.59	603.52
27	บริการอื่น ๆ	909.20	700.94	700.18	814.54	865.38	926.25	1,063.63
28	กิจกรรมที่ไม่สามารถจำแนกสาขาได้	366.22	271.56	279.12	340.12	365.90	387.67	445.41
	รวมทั้งหมด	**50,103.07**	**34,351.41**	**33,818.25**	**45,106.62**	**52,136.56**	**56,934.55**	**61,014.05**

เมื่อเปรียบเทียบปี 2567 กับปี 2568 มูลค่า GDP ที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 209,902.71 ล้านบาท เป็น 238,782.97 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 13.76 ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนจากปี 2566 - 2567 ที่เคยเติบโตถึงร้อยละ 9.05 โดยเมื่อแยกตามประเภท พบว่ามูลค่าทางตรง (Direct) จากอุตสาหกรรมกีฬา 20 สาขา เพิ่มขึ้นจาก 152,968.17 ล้านบาท เป็น 177,768.92 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.21 ในขณะที่มูลค่าทางอ้อม (Indirect) จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ 28 สาขา เพิ่มขึ้นจาก 56,934.55 ล้านบาท เป็น 61,014.05 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.17 ซึ่งมูลค่าทางตรงเติบโตในอัตราที่สูงกว่ามูลค่าทางอ้อมค่อนข้างชัดเจน สะท้อนว่า GDP จากอุตสาหกรรมกีฬายังคงขยายตัวต่อเนื่อง และเติบโตเร็วขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ดังตารางที่ 3 - 12 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3 - 12 : มูลค่า GDP ที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2568

ปี	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Total
2562	134,417.68	50,103.07	184,520.75			
2563	98,780.37	34,351.41	133,131.78	-26.51	-31.44	-27.85
2564	96,763.27	33,818.25	130,581.51	-2.04	-1.55	-1.92
2565	123,866.59	45,106.62	168,973.21	28.01	33.38	29.40
2566	140,343.32	52,136.56	192,479.88	13.30	15.59	13.91
2567	152,968.17	56,934.55	209,902.71	9.00	9.20	9.05
2568	177,768.92	61,014.05	238,782.97	16.21	7.17	13.76

หมายเหตุ: Direct = อุตสาหกรรมกีฬาจำนวน 20 อุตสาหกรรม และ Indirect = อุตสาหกรรมอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจจำนวน 28 อุตสาหกรรม

จากการศึกษา พบว่า สัดส่วนมูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมกีฬาต่อ GDP รวมทั้งประเทศเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.1296 ในปี 2567 เป็นร้อยละ 1.2586 ในปี 2568 (GDP ปี 2568 เท่ากับ 18,971,736 ล้านบาท) ซึ่งเป็นสัดส่วนสูงสุดในรอบระยะเวลาที่ศึกษา โดยเมื่อแยกตามประเภท พบว่าสัดส่วนมูลค่าทางตรง (Direct) จากอุตสาหกรรมกีฬา 20 สาขา เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.8232 เป็นร้อยละ 0.9370 ในขณะที่สัดส่วนมูลค่าทางอ้อม (Indirect) จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ 28 สาขา เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 0.3064 เป็นร้อยละ 0.3216 ซึ่งการเพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากมูลค่าทางตรงเป็นหลัก สะท้อนว่าอุตสาหกรรมกีฬามีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มขึ้นในอัตราที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ดังตารางที่ 3 - 13 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3 - 13 : ร้อยละของ GDP ของอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2568 ต่อ GDP ทั้งหมด

ปี	มูลค่า (ล้านบาท)			ร้อยละต่อ GDP รวมทั้งประเทศ		
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Total
2562	134,417.68	50,103.07	184,520.75	0.7959	0.2967	1.0925
2563	98,780.37	34,351.41	133,131.78	0.6307	0.2193	0.8501
2564	96,763.27	33,818.25	130,581.51	0.5985	0.2092	0.8077
2565	123,866.59	45,106.62	168,973.21	0.6657	0.3051	0.9708
2566	140,343.32	52,136.56	192,479.88	0.7400	0.3320	1.0719
2567	152,968.17	56,934.55	209,902.71	0.8232	0.3064	1.1296
2568	177,768.92	61,014.05	238,782.97	0.9370	0.3216	1.2586

หมายเหตุ: Direct = อุตสาหกรรมกีฬาจำนวน 20 อุตสาหกรรม และ Indirect = อุตสาหกรรมอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจจำนวน 28 อุตสาหกรรม

บทที่ 4
มูลค่าและผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2569

4.1 มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2569

ในการคาดประมาณมูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทยในปี 2569 จะทำการคาดประมาณ โดยอาศัยมูลค่า GDP ในภาพรวมของประเทศไทย ในไตรมาสที่ 1/2568 ตามรายงานของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) และปรับค่าโดยอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2569 ซึ่งได้จากการพยายกรณ์ของหน่วยงานทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ข้างต้น โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 : คำนวณสัดส่วนของ GDP รายไตรมาสในแต่ละสาขาการผลิตระหว่างปี 2566 - 2568 โดยพิจารณาเฉพาะสาขาการผลิตที่สอดคล้องกับแต่ละสาขาการผลิตในอุตสาหกรรมการกีฬาจำนวน 20 สาขา จากนั้นคำนวณค่าเฉลี่ยของสัดส่วนของ GDP รายไตรมาส ระหว่างช่วงปีดังกล่าว

สาขาการผลิต	รหัส I-O กีฬาที่สอดคล้อง	Q1	Q1	Q3	Q4
เกษตรกรรม ป่าไม้ และประมง	28 - 29	26.81	25.36	21.24	26.59
การผลิต	30 - 35	24.93	24.38	25.23	25.45
การก่อสร้าง	36	24.45	24.29	29.42	21.83
การค้าส่งค้าปลีกและการซ่อมแซม	37, 46	25.59	22.10	23.41	28.90
การขนส่ง	39	25.73	21.87	24.92	27.47
โรงแรมที่พักและการบริการอาหาร	38	24.85	25.28	23.70	26.18
การศึกษา	40	25.09	24.69	25.71	24.50
บริการสุขภาพ	41	24.42	22.77	25.27	27.54
สารสนเทศและการสื่อสาร	42	23.41	24.38	24.27	27.94
ศิลปะ บันเทิง และนันทนาการ	43 – 45, 47	24.17	24.31	25.02	26.49
GDP		**25.08**	**24.27**	**24.70**	**25.95**

ขั้นตอนที่ 2 : กำหนดให้ GDP ของแต่ละสาขาการผลิตในอีก 3 ไตรมาสที่เหลือของปี 2569 เป็นไปตามรูปแบบที่เกิดขึ้นในอดีต จะสามารถคาดประมาณมูลค่า GDP ในภาพรวมในแต่ละสาขาการผลิตในปี 2569 ได้ดังนี้

สาขาการผลิต	รหัส I-O กีฬาที่สอดคล้อง	GDP (Q1/69) (Actual)	GDP (Q2-4/69) (Estimated)	GDP 2569 (Estimated)
เกษตรกรรม ป่าไม้ และประมง	28 - 29	448,383.00	1,224,002.82	1,672,385.82
การผลิต	30 - 35	1,160,416.00	3,494,375.04	4,654,791.04
การก่อสร้าง	36	121,731.00	376,095.24	497,826.24
การค้าส่งค้าปลีกและการซ่อมแซม	37, 46	863,135.00	2,510,316.25	3,373,451.25
การขนส่ง	39	283,128.00	817,379.54	1,100,507.54
โรงแรมที่พักและการบริการอาหาร	38	318,388.00	962,781.88	1,281,169.88
การศึกษา	40	207,790.00	620,254.22	828,044.22
บริการสุขภาพ	41	138,284.00	428,088.09	566,372.09

สาขาการผลิต	รหัส I-O กีฬาที่สอดคล้อง	GDP (Q1/69) (Actual)	GDP (Q2-4/69) (Estimated)	GDP 2569 (Estimated)
สารสนเทศและการสื่อสาร	42	136,327.00	446,116.64	582,443.64
ศิลปะ บันเทิง และนันทนาการ	43 – 45, 47	30,989.00	97,206.02	128,195.02
GDP		**4,925,566.00**	**14,710,417.81**	**19,635,983.81**

ขั้นตอนที่ 3 : คำนวณอัตราการเจริญเติบโตของ GDP ของแต่ละสาขาการผลิตเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2568 โดยอาศัยมูลค่า GDP ของแต่ละสาขาการผลิตของเศรษฐกิจในภาพรวมในปี 2569 ที่ได้จากการคาดประมาณตามขั้นตอนที่ 2 ผลลัพธ์มีดังนี้

สาขาการผลิต	รหัส IO กีฬาที่สอดคล้อง	GDP ปี 2568 (Actual)	GDP ปี 2569 (Estimated)	อัตราการเติบโต (%)
เกษตรกรรม ป่าไม้ และประมง	28 - 29	1,660,464.00	1,672,385.82	0.72
การผลิต	30 - 35	4,506,077.00	4,654,791.04	3.30
การก่อสร้าง	36	477,136.00	497,826.24	4.34
การค้าส่งค้าปลีกและการซ่อมแซม	37, 46	3,162,565.00	3,373,451.25	6.67
การขนส่ง	39	1,036,095.00	1,100,507.54	6.22
โรงแรมที่พักและการบริการอาหาร	38	1,192,956.00	1,281,169.88	7.39
การศึกษา	40	804,568.00	828,044.22	2.92
บริการสุขภาพ	41	535,804.00	566,372.09	5.71
สารสนเทศและการสื่อสาร	42	556,363.00	582,443.64	4.69
ศิลปะ บันเทิง และนันทนาการ	43 – 45, 47	127,610.00	128,195.02	0.46
GDP		**18,971,736.00**	**19,635,983.81**	**3.50**

ขั้นตอนที่ 4 : ปรับอัตราการเติบโตของ GDP ทั้งในภาพรวมและของแต่ละสาขาการผลิตในปี 2569 ให้สอดคล้องกับการคาดการณ์ของหน่วยงานเศรษฐกิจของประเทศ โดยกำหนดให้ GDP ของประเทศไทยในภาพรวมในปี 2569 มีอัตราการเติบโตเท่ากับร้อยละ 1.7 ตามการคาดการณ์ข้างต้น และสามารถเทียบสัดส่วนเพื่อคำนวณอัตราการเติบโตของ GDP ในแต่ละสาขาการผลิตได้ดังนี้

ตารางที่ 4 - 1 : อัตราการเติบโตของ GDP ในภาพรวมรายสาขาการผลิต หากกำหนดให้ GDP เติบโตร้อยละ 1.7

สาขาการผลิต	อัตราการเติบโต (%)
เกษตรกรรม ป่าไม้ และประมง	0.35
การผลิต	1.60
การก่อสร้าง	2.11
การค้าส่งค้าปลีกและการซ่อมแซม	3.24
การขนส่ง	3.02
โรงแรมที่พักและการบริการอาหาร	3.59
การศึกษา	1.42
บริการสุขภาพ	2.77
สารสนเทศและการสื่อสาร	2.28
ศิลปะ บันเทิง และนันทนาการ	0.22
GDP	**1.70**

ขั้นตอนที่ 5 : กำหนดให้มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาในแต่ละสาขาการผลิตมีการเติบโตในอัตราเดียวกันกับมูลค่า GDP ในภาพรวมในสาขาการผลิตที่สอดคล้อง จะสามารถคาดประมาณมูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาในปี 2569 ได้ประมาณ 367,631.68 ล้านบาท รายละเอียดมีดังนี้

ตารางที่ 4 - 2 : การคาดประมาณมูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2569

ที่	IO	สาขาการผลิต	สาขาอ้างอิง	มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)		
				2568	อัตราการเติบโต (%)	2569[E]
1	28	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	เกษตรกรรมฯ	28.69	0.35	28.79
2	29	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	เกษตรกรรมฯ	14.70	0.35	14.75
3	30	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	การผลิต	5,500.00	1.60	5,588.00
4	31	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา		9,597.54	1.60	9,751.10
5	32	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา		559.63	1.60	568.59
6	33	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา		3,707.28	1.60	3,766.60
7	34	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา		12,057.21	1.60	12,250.13
8	35	การผลิตอุปกรณ์กีฬา		25,103.89	1.60	25,505.55
9	36	การก่อสร้างสนามกีฬา	การก่อสร้าง	1,625.80	2.11	1,660.11
10	37	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	การค้าส่งค้าปลีกและการซ่อมแซม	100,355.44	3.24	103,606.95
11	38	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	โรงแรมที่พัก/บริการอาหาร	113,428.58	3.59	117,500.66
12	39	บริการการเดินทางและการขนส่ง	การขนส่ง	22,520.20	3.02	23,200.31
13	40	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	การศึกษา	4,585.86	1.42	4,650.98
14	41	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	บริการสุขภาพ	9,882.95	2.77	10,156.71
15	42	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	สารสนเทศและการสื่อสาร	1,307.03	2.28	1,336.83
16	43	การจัดการแข่งขันกีฬา	ศิลปะ/บันเทิง/และนันทนาการ	5,399.87	0.22	5,411.75
17	44	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา		14,734.35	0.22	14,766.76
18	45	สโมสรและสมาคมกีฬา		6,781.91	0.22	6,796.83
19	46	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	การค้าส่งค้าปลีกและการซ่อมแซม	38.72	3.24	39.98
20	47	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	ศิลปะ/บันเทิง/และนันทนาการ	20,984.14	0.22	21,030.31
รวมทั้งหมด				**358,213.80**	**2.63**	**367,631.68**

จากการคาดประมาณสามารถแสดงมูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาระหว่างปี 2562 - 2569 ได้ดังตารางที่ 4 – 3

ตารางที่ 4 - 3 : มูลค่าผลผลิตของ 20 อุตสาหกรรมการกีฬาระหว่างปี 2562 - 2569

ที่	สาขาการผลิต	มูลค่าผลิตผลิต (ล้านบาท)							
		2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568	2569[E]
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	19.03	17.54	17.28	19.43	30.51	28.76	28.69	28.79
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	20.63	10.02	7.26	10.97	16.29	11.89	14.70	14.75
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	5,500.00	5,225.00	4,962.11	4,714.00	5,326.00	5,400.00	5,500.00	5,588.00
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	4,221.60	3,603.21	4,990.97	6,762.62	4,156.07	3,320.41	9,597.54	9,751.10
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	516.38	413.57	427.59	467.74	386.18	266.68	559.63	568.59
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	1,200.00	1,230.69	1,232.93	1,596.11	3,042.76	3,854.87	3,707.28	3,766.60
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	25,465.90	22,307.98	26,281.68	23,993.48	17,309.04	11,193.89	12,057.21	12,250.13
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	20,828.13	18,671.36	23,104.41	27,739.76	24,999.98	24,115.00	25,103.89	25,505.55
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	671.32	600.23	614.69	1,081.64	1,550.88	2,246.60	1,625.80	1,660.11
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	63,777.76	53,402.09	53,296.00	63,775.88	70,896.48	76,638.14	100,355.44	103,606.95
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	86,520.55	51,532.84	43,806.84	70,786.98	96,326.83	110,917.05	113,428.58	117,500.66
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	23,751.17	9,752.11	7,630.60	12,737.08	19,186.36	24,034.26	22,520.20	23,200.31
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	4,101.75	3,868.76	3,733.59	3,728.07	3,742.77	4,407.51	4,585.86	4,650.98
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	7,417.92	6,401.09	7,985.20	9,375.99	9,344.13	9,839.36	9,882.95	10,156.71
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	1,056.46	920.90	1,034.96	1,095.44	963.17	993.91	1,307.03	1,336.83
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	3,446.76	1,472.66	1,218.56	3,550.82	3,203.57	4,159.05	5,399.87	5,411.75
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	10,016.86	7,196.82	5,405.44	6,292.61	11,090.51	11,637.76	14,734.35	14,766.76
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	8,898.00	4,918.49	5,104.61	6,202.12	5,758.62	5,105.71	6,781.91	6,796.83
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	33.80	15.00	12.18	63.55	22.50	38.15	38.72	39.98
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	19,727.60	14,336.81	13,243.52	20,320.80	19,076.72	23,605.07	20,984.14	21,030.31
รวมทั้งหมด		**287,191.61**	**205,897.16**	**204,110.42**	**264,315.13**	**296,429.36**	**321,814.08**	**358,213.80**	**367,631.68**

จากการวิเคราะห์ พบว่า มูลค่าผลผลิตรวมที่เกิดจากอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทยในปี 2569 (ค่าคาดประมาณ) คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 521,922.29 ล้านบาท ในปี 2568 เป็น 535,853.41 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 2.67 โดยอัตราการเติบโตดังกล่าวคาดว่าจะต่ำกว่าปี 2568 อย่างชัดเจน เนื่องจากในปี 2569 ประเทศไทยมิได้เป็นเจ้าภาพมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติดังเช่นในปี 2568 อีกทั้งยังมีปัจจัยภายนอกในเชิงลบอีกหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาความไม่สงบในตะวันออกกลางที่มีโอกาสปะทุขึ้นได้ทุกเมื่อ และจะส่งผลเสียต่ออุตสาหกรรมการกีฬาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเมื่อแยกตามประเภท มูลค่าทางตรง (Direct)

จากอุตสาหกรรมการกีฬาทั้ง 20 สาขา คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 358,213.80 ล้านบาท เป็น 367,631.68 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 2.63) ขณะที่มูลค่าทางอ้อม (Indirect) จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 163,708.50 ล้านบาท เป็น 168,221.72 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 2.76) ซึ่งทั้งสองส่วนเติบโตในอัตราใกล้เคียงกัน สะท้อนว่าในปี 2569 อุตสาหกรรมการกีฬาของไทยยังคงมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ในอัตราที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เนื่องจากไม่มี Growth Engine ที่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4 - 4 : มูลค่าผลผลิตที่เกิดจากอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2569

ปี	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Total
2562	287,191.61	136,775.30	423,966.92	-	-	-
2563	205,897.16	94,701.48	300,598.63	-28.31	-30.76	-29.10
2564	204,110.42	94,608.91	298,719.33	-0.87	-0.10	-0.63
2565	264,315.13	124,605.82	388,920.95	29.50	31.71	30.20
2566	296,429.36	141,017.48	437,446.84	12.15	13.17	12.48
2567	321,814.08	152,819.16	474,633.25	8.56	8.37	8.50
2568	358,213.80	163,708.50	521,922.29	11.31	7.13	9.96
2569[E]	367,631.68	168,221.72	535,853.41	2.63	2.76	2.67

หมายเหตุ:

1. Direct = อุตสาหกรรมการกีฬาจำนวน 20 อุตสาหกรรม และ Indirect = อุตสาหกรรมอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจจำนวน 28 อุตสาหกรรม
2. [E] = ค่าคาดประมาณ

4.2 ผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2569

จากการคาดประมาณ พบว่า มูลค่า GDP รวมที่เกิดจากอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทยในปี 2569 (ค่าคาดประมาณ) คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 238,782.97 ล้านบาท ในปี 2568 เป็น 245,197.38 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 2.69 ซึ่งลดลงจากปี 2568 ที่เติบโตร้อยละ 13.76 และนับเป็นอัตราการเติบโตต่ำที่สุดในรอบ 3 ปี โดยเมื่อแยกตามประเภท มูลค่าทางตรง (Direct) จากอุตสาหกรรมการกีฬา 20 สาขา คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 177,768.92 ล้านบาท เป็น 182,465.42 ล้านบาท (ร้อยละ 2.64 ขณะที่มูลค่าทางอ้อม (Indirect) จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ 28 สาขา คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 61,014.05 ล้านบาท เป็น 62,731.96 ล้านบาท (ร้อยละ 2.82) ซึ่งในปีนี้มูลค่าทางอ้อมกลับเติบโตในอัตราที่สูงกว่ามูลค่าทางตรงเล็กน้อย ต่างจากปี 2567 - 2568 ที่มูลค่าทางตรงเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก สะท้อนแนวโน้มการเติบโตของ GDP จากอุตสาหกรรมการกีฬาที่เริ่มเข้าสู่ภาวะทรงตัวมากขึ้น

ตารางที่ 4 - 5 : มูลค่า GDP ที่เกิดจากอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2569

ปี	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Total
2562	134,417.68	50,103.07	184,520.75	-	-	-
2563	98,780.37	34,351.41	133,131.78	-26.51	-31.44	-27.85
2564	96,763.27	33,818.25	130,581.51	-2.04	-1.55	-1.92
2565	123,866.59	45,106.62	168,973.21	28.01	33.38	29.40
2566	140,343.32	52,136.56	192,479.88	13.30	15.59	13.91
2567	152,968.17	56,934.55	209,902.71	9.00	9.20	9.05
2568	177,768.92	61,014.05	238,782.97	16.21	7.17	13.76
2569[E]	182,465.42	62,731.96	245,197.38	2.64	2.82	2.69

หมายเหตุ:

1. Direct = อุตสาหกรรมการกีฬาจำนวน 20 อุตสาหกรรม และ Indirect = อุตสาหกรรมอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจจำนวน 28 อุตสาหกรรม
2. [E] = ค่าคาดประมาณ

ด้านการจ้างงาน จากการคาดประมาณ พบว่า จำนวนการจ้างงานรวมในอุตสาหกรรมการกีฬาของไทย ปี 2569 (ประมาณการ) อยู่ที่ 423,467 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2568 ที่ 414,520 คน คิดเป็นอัตราเติบโต 2.16% ซึ่งชะลอตัวลงอย่างมากเมื่อเทียบกับอัตราเติบโต 10.10% ในปี 2568 โดยการจ้างงานทางตรง (Direct) จากอุตสาหกรรมการกีฬา 20 สาขา เพิ่มจาก 311,141 คน เป็น 317,418 คน เติบโตเพียง 2.02% เทียบกับ 11.34% ในปีก่อน ส่วนการจ้างงานทางอ้อม (Indirect) จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ 28 สาขา เพิ่มจาก 103,379 คน เป็น 106,050 คน เติบโต 2.58% เทียบกับ 6.53% ในปีก่อน ภาพรวมจึงสะท้อนว่าการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬายังคงขยายตัวต่อเนื่องในปี 2569 แต่ด้วยอัตราที่ชะลอลงมากจากการเติบโตอย่างรวดเร็วในปี 2568 เข้าสู่ภาวะทรงตัวมากขึ้น

ตารางที่ 4 - 6 : จำนวนการจ้างงานที่เกิดจากอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2569

ปี	จำนวน (คน)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Total
2562	263,746	99,580	363,326	-	-	-
2563	192,782	66,730	259,512	-26.91	-32.99	-28.57
2564	194,319	65,610	259,929	0.80	-1.68	0.16
2565	244,127	87,379	331,506	25.63	33.18	27.54
2566	261,903	94,834	356,737	7.28	8.53	7.61
2567	279,442	97,041	376,484	6.70	2.33	5.54
2568	311,141	103,379	414,520	11.34	6.53	10.10
2569[E]	317,418	106,050	423,467	2.02	2.58	2.16

หมายเหตุ:
1. Direct = อุตสาหกรรมการกีฬาจำนวน 20 อุตสาหกรรม และ Indirect = อุตสาหกรรมอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจจำนวน 28 อุตสาหกรรม
2. [E] = ค่าคาดประมาณ

4.3 มูลค่าและผลกระทบทางเศรษฐกิจของชนิดกีฬาสำคัญ 10 ชนิดกีฬาที่สำคัญปี 2569

การวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทย จำแนกตามชนิดกีฬาที่สำคัญ 10 ชนิดกีฬา ได้แก่ (1) ฟุตบอล (2) กอล์ฟ (3) มวย (4) วิ่ง (5) วอลเลย์บอล (6) แบดมินตัน (7) สนุกเกอร์ (8) อีสปอร์ต (9) ตะกร้อ และ (10) จักรยาน ที่มีความสัมพันธ์กับ สถิติพฤติกรรมการชมและการเล่น/แข่งกีฬาของประชาชนกลุ่มตัวอย่างปี 2569

ตารางที่ 4 - 7 : สถิติพฤติกรรมการชมและการเล่น/แข่งกีฬาของประชาชนกลุ่มตัวอย่างปี 2569

กีฬา	ชนิดกีฬาย่อย	การชมกีฬา		การเล่นกีฬา/ออกกำลังกาย	
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ฟุตบอล	**ฟุตบอล**	3,366	55.96	1,483	24.66
	ฟุตซอล	1,144	19.02	643	10.69
รวมฟุตบอล		**4,510**	**74.98**	**2,126**	**35.34**
รวมกอล์ฟ		**164**	**2.73**	**58**	**0.96**
มวย	**มวยไทย**	892	14.83	106	1.76
	มวยสากล	474	7.88	45	0.75
รวมมวย		**1,366**	**22.71**	**209**	**3.47**

กีฬา	ชนิดกีฬาย่อย	การชมกีฬา		การเล่นกีฬา/ออกกำลังกาย	
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
วิ่ง	วิ่งถนน	211	3.51	509	8.46
	วิ่งเทรล	127	2.11	128	2.13
	วิ่งลู่	485	8.06	602	10.01
	วิ่งออกกำลังกาย	-	-	3,618	60.15
รวมวิ่ง		**823**	**13.68**	**4,857**	**80.75**
รวมวอลเลย์บอล		**2,327**	**38.69**	**765**	**12.72**
รวมแบดมินตัน		**1,211**	**20.13**	**1,128**	**18.75**
รวมสนุกเกอร์		**282**	**4.69**	**77**	**1.28**
รวมอีสปอร์ต		**340**	**5.65**	**121**	**2.01**
รวมตะกร้อ		**633**	**10.52**	**266**	**4.42**
รวมจักรยาน		**144**	**2.39**	**149**	**2.48**
รวมกีฬาอื่น ๆ		**2,097**	**34.86**	**2,645**	**43.97**
รวมทั้งหมด		**6,015**	**100.00**	**6,015**	**100.00**

จากค่าความถี่ของการชมและการเล่น/แข่งกีฬาที่ได้จากการสำรวจจากประชาชนกลุ่มตัวอย่างในปี 2569 และค่าใช้จ่ายด้านการกีฬา (บาท/คน) ที่ได้จากการวิเคราะห์ Multiple Regression สามารถคำนวณค่าใช้จ่ายรวม (ทั้งการชมและการเล่น/แข่งกีฬา) ของทั้ง 10 ชนิดกีฬาที่เกิดขึ้นจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 6,019 คน ที่ทำการสำรวจได้ดังนี้

ตารางที่ 4 - 8 : ค่าใช้จ่ายรวมด้านการกีฬา (บาท) ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง 6,019 คน จำแนกตามชนิดกีฬา

ชนิดกีฬา	ภาพรวม	เสื้อผ้ารองเท้า	เครื่องดื่ม	ยาเวชภัณฑ์	อุปกรณ์กีฬา	ที่พักอาหาร
ฟุตบอล	**54,756,344.73**	**19,839,463.07**	**2,127,594.87**	**955,733.48**	**4,833,707.64**	**14,325,827.17**
ฟุตบอล	41,778,055.15	14,751,445.77	1,526,473.57	673,277.71	4,167,764.07	10,620,818.47
ฟุตซอล	12,978,289.58	5,088,017.30	601,121.30	282,455.77	665,943.56	3,705,008.70
กอล์ฟ	**4,385,666.91**	**1,112,661.09**	**142,020.38**	**307,073.96**	**1,132,692.73**	**748,028.25**
มวย	**13,119,073.38**	**4,826,018.26**	**496,939.60**	**245,596.85**	**818,912.44**	**3,762,876.29**
มวยไทย	9,433,466.79	3,268,132.59	424,077.76	208,772.13	612,099.72	2,828,256.93
มวยสากล	3,685,606.59	1,557,885.67	72,861.84	36,824.72	206,812.72	934,619.37
วิ่ง	**49,068,013.35**	**20,044,879.64**	**1,979,988.62**	**1,089,636.82**	**4,004,909.97**	**12,838,111.68**
วิ่งถนน	6,669,211.91	2,539,909.40	374,442.86	462,976.50	506,581.40	1,837,952.37
วิ่งเทรล	2,184,193.56	809,458.24	108,530.79	28,017.88	353,429.26	526,249.39
วิ่งลู่	7,368,062.18	3,254,971.61	272,679.07	125,150.98	603,990.39	1,685,727.86
วิ่งออกกำลังกาย	32,846,545.70	13,440,540.40	1,224,335.90	473,491.46	2,540,908.92	8,788,182.06
วอลเลย์บอล	**27,319,727.42**	**8,954,559.93**	**913,074.86**	**431,756.42**	**1,686,854.13**	**9,467,240.07**
แบดมินตัน	**21,423,146.34**	**7,787,720.05**	**617,680.97**	**416,465.10**	**2,127,412.37**	**5,024,012.23**
สนุกเกอร์	**3,072,400.17**	**1,076,371.80**	**93,752.94**	**176,762.24**	**543,619.64**	**545,264.64**
อีสปอร์ต	**3,505,236.61**	**1,016,108.70**	**102,430.66**	**38,642.91**	**508,650.95**	**1,287,123.09**
ตะกร้อ	**5,560,535.50**	**1,861,403.64**	**262,863.93**	**170,786.90**	**456,769.00**	**1,831,276.23**
จักรยาน	**4,032,835.53**	**1,280,282.50**	**145,601.21**	**55,376.36**	**513,581.07**	**1,030,092.88**
กีฬาชนิดอื่น ๆ	**63,216,950.34**	**23,000,708.85**	**2,889,945.37**	**1,287,529.42**	**6,097,716.05**	**16,466,479.42**
รวม	**249,459,930.28**	**90,800,177.53**	**9,771,893.42**	**5,175,360.46**	**22,724,825.98**	**67,326,331.93**

ตารางที่ 4 - 8 : ค่าใช้จ่ายรวมด้านการกีฬา (บาท) ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง 6,019 คน จำแนกตามชนิดกีฬา (ต่อ)

ชนิดกีฬา	เดินทาง	เรียนกีฬา/ออกกำลังกาย	ค่าสินค้าอื่น ๆ	ค่าชมกีฬา/ช่องกีฬา	บริการกีฬา
ฟุตบอล	**2,059,906.76**	**3,472,791.47**	**657,456.96**	**5,449,843.36**	**1,034,019.95**
ฟุตบอล	1,602,712.19	2,564,612.59	481,889.98	4,680,462.44	708,598.35
ฟุตซอล	457,194.57	908,178.88	175,566.97	769,380.93	325,421.60
กอล์ฟ	**143,039.81**	**476,110.22**	**39,676.10**	**216,311.03**	**68,053.34**
มวย	**563,636.91**	**1,072,500.22**	**162,745.95**	**923,319.58**	**246,527.28**
มวยไทย	521,233.12	640,847.35	159,056.84	540,846.57	230,143.78
มวยสากล	42,403.79	431,652.87	3,689.11	382,473.01	16,383.50
วิ่ง	**1,562,172.50**	**3,362,031.23**	**423,976.16**	**2,873,024.19**	**889,282.54**
วิ่งถนน	241,337.27	179,772.32	30,523.10	421,301.08	74,415.60
วิ่งเทรล	126,485.72	152,767.29	6,937.41	58,430.05	13,887.54
วิ่งลู่	215,043.30	533,321.62	90,757.92	304,357.54	282,061.88
วิ่งออกกำลังกาย	979,306.20	2,496,170.00	295,757.73	2,088,935.51	518,917.52
วอลเลย์บอล	**1,028,267.97**	**1,706,022.30**	**454,851.58**	**1,852,447.73**	**824,652.43**
แบดมินตัน	**873,686.58**	**2,337,671.41**	**278,427.69**	**1,603,118.22**	**356,951.72**
สนุกเกอร์	**142,777.47**	**267,756.65**	**35,382.07**	**125,655.05**	**65,057.69**
อีสปอร์ต	**114,056.69**	**186,816.06**	**11,706.32**	**188,271.27**	**51,429.95**
ตะกร้อ	**122,904.80**	**412,263.15**	**37,328.69**	**312,802.69**	**92,136.47**
จักรยาน	**95,388.80**	**580,496.10**	**53,030.45**	**231,905.45**	**47,080.72**
กีฬาชนิดอื่นๆ	**2,466,161.44**	**4,612,678.00**	**808,012.87**	**4,200,467.75**	**1,387,251.18**
รวม	**9,171,999.73**	**18,487,136.81**	**2,962,594.84**	**17,977,166.32**	**5,062,443.26**

จากข้อมูลค่าใช้จ่ายรวมด้านการกีฬาของทั้ง 10 ชนิดกีฬา รวมทั้งกีฬาอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจากประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสำรวจ สามารถคำนวณสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละชนิดกีฬาได้ดังนี้

ตารางที่ 4 - 9 : สัดส่วนของค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดกีฬา

ชนิดกีฬา	ภาพรวม	เสื้อผ้ารองเท้า	เครื่องดื่ม	ยาเวชภัณฑ์	อุปกรณ์กีฬา	ที่พักอาหาร
ฟุตบอล	**21.95**	**21.85**	**21.77**	**18.47**	**21.27**	**21.28**
ฟุตบอล	16.75	16.25	15.62	13.01	18.34	15.78
ฟุตซอล	5.20	5.60	6.15	5.46	2.93	5.50
กอล์ฟ	**1.76**	**1.23**	**1.45**	**5.93**	**4.98**	**1.11**
มวย	**5.26**	**5.31**	**5.09**	**4.75**	**3.60**	**5.59**
มวยไทย	3.78	3.60	4.34	4.03	2.69	4.20
มวยสากล	1.48	1.72	0.75	0.71	0.91	1.39
วิ่ง	**19.67**	**22.08**	**20.26**	**21.05**	**17.62**	**19.07**
วิ่งถนน	2.67	2.80	3.83	8.95	2.23	2.73
วิ่งเทรล	0.88	0.89	1.11	0.54	1.56	0.78
วิ่งลู่	2.95	3.58	2.79	2.42	2.66	2.50
วิ่งออกกำลังกาย	13.17	14.80	12.53	9.15	11.18	13.05

ชนิดกีฬา	ภาพรวม	เสื้อผ้ารองเท้า	เครื่องดื่ม	ยาเวชภัณฑ์	อุปกรณ์กีฬา	ที่พักอาหาร
วอลเลย์บอล	10.95	9.86	9.34	8.34	7.42	14.06
แบดมินตัน	8.59	8.58	6.32	8.05	9.36	7.46
สนุ๊กเกอร์	1.23	1.19	0.96	3.42	2.39	0.81
อีสปอร์ต	1.41	1.12	1.05	0.75	2.24	1.91
ตะกร้อ	2.23	2.05	2.69	3.30	2.01	2.72
จักรยาน	1.62	1.41	1.49	1.07	2.26	1.53
กีฬาชนิดอื่น ๆ	25.34	25.33	29.57	24.88	26.83	24.46
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 4 - 9 : สัดส่วนของค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดกีฬา (ต่อ)

ชนิดกีฬา	เดินทาง	เรียนกีฬา/ออกกำลังกาย	ค่าสินค้าอื่น ๆ	ค่าสมาชิกช่องกีฬา	บริการกีฬา
ฟุตบอล	**22.46**	**18.78**	**22.19**	**30.32**	**20.43**
ฟุตบอล	17.47	13.87	16.27	26.04	14.00
ฟุตซอล	4.98	4.91	5.93	4.28	6.43
กอล์ฟ	**1.56**	**2.58**	**1.34**	**1.20**	**1.34**
มวย	**6.15**	**5.80**	**5.49**	**5.14**	**4.87**
มวยไทย	5.68	3.47	5.37	3.01	4.55
มวยสากล	0.46	2.33	0.12	2.13	0.32
วิ่ง	**17.03**	**18.19**	**14.31**	**15.98**	**17.57**
วิ่งถนน	2.63	0.97	1.03	2.34	1.47
วิ่งเทรล	1.38	0.83	0.23	0.33	0.27
วิ่งลู่	2.34	2.88	3.06	1.69	5.57
วิ่งออกกำลังกาย	10.68	13.50	9.98	11.62	10.25
วอลเลย์บอล	**11.21**	**9.23**	**15.35**	**10.30**	**16.29**
แบดมินตัน	**9.53**	**12.64**	**9.40**	**8.92**	**7.05**
สนุ๊กเกอร์	**1.56**	**1.45**	**1.19**	**0.70**	**1.29**
อีสปอร์ต	**1.24**	**1.01**	**0.40**	**1.05**	**1.02**
ตะกร้อ	**1.34**	**2.23**	**1.26**	**1.74**	**1.82**
จักรยาน	**1.04**	**3.14**	**1.79**	**1.29**	**0.93**
กีฬาชนิดอื่น ๆ	**26.89**	**24.95**	**27.27**	**23.37**	**27.40**
รวม	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

ตารางที่ 4 - 10 : สัดส่วนค่าใช้จ่ายจำแนกตามสาขาการผลิตและชนิดกีฬา

ที่	สาขาการผลิต	สัดส่วนรายได้					
		ฟุตบอล	กอล์ฟ	มวย	วิ่ง	วอลเลย์บอล	แบดมินตัน
1	เกษตรเพื่อการกีฬา[1]	90.99	5.25	0.00	0.00	0.00	0.00
2	เลี้ยงสัตว์เพื่อกีฬา[2]	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3	เครื่องดื่มนักกีฬา	21.77	1.45	5.09	20.26	9.34	6.32
4	เสื้อผ้ารองเท้ากีฬา	21.85	1.23	5.31	22.08	9.86	8.58

ที่	สาขาการผลิต	สัดส่วนรายได้					
		ฟุตบอล	กอล์ฟ	มวย	วิ่ง	วอลเลย์บอล	แบดมินตัน
5	สื่อสิ่งพิมพ์กีฬา[3]	20.43	1.34	4.87	17.57	16.29	7.05
6	เวชภัณฑ์กีฬา	18.47	5.93	4.75	21.05	8.34	8.05
7	ยานพาหนะเพื่อการกีฬา[2]	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
8	อุปกรณ์กีฬา	21.27	4.98	3.60	17.62	7.42	9.36
9	ก่อสร้างสนามกีฬา[4]	21.95	1.76	5.26	19.67	10.95	8.59
10	ค้าปลีกค้าปลีกเครื่องกีฬา	22.19	1.34	5.49	14.31	15.35	9.40
11	โรงแรมที่พักและร้านอาหาร	21.28	1.11	5.59	19.07	14.06	7.46
12	การเดินทางและขนส่ง	22.46	1.56	6.15	17.03	11.21	9.53
13	การศึกษาและวิจัยกีฬา	18.78	2.58	5.80	18.19	9.23	12.64
14	การแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา[4]	21.95	1.76	5.26	19.67	10.95	8.59
15	สื่อวิทยุโทรทัศน์และดิจิทัล	30.32	1.20	5.14	15.98	10.30	8.92
16	การจัดการแข่งขันกีฬา[3]	20.43	1.34	4.87	17.57	16.29	7.05
17	บริการสถานที่ออกกำลังกาย	18.78	2.58	5.80	18.19	9.23	12.64
18	สโมสรและสมาคมกีฬา[3]	20.43	1.34	4.87	17.57	16.29	7.05
19	ซ่อมแซมอุปกรณ์กีฬา[3]	20.43	1.34	4.87	17.57	16.29	7.05
20	บริการกีฬาอื่น ๆ	20.43	1.34	4.87	17.57	16.29	7.05

หมายเหตุ: [1] ปรับจากสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม โดยกำหนดให้มีเฉพาะฟุตบอล กอล์ฟ และกีฬาอื่น ๆ อีก 3 ชนิด ได้แก่ รักบี้ ฮอกกี้ และขี่ม้า ที่มีค่าใช้จ่ายหมวดนี้ [2] ทั้ง 10 ชนิดกีฬา ไม่มีค่าใช้จ่ายหมวดนี้ตามสมมติฐานการวิจัย [3] อ้างอิงตามสัดส่วนค่าใช้จ่ายบริการกีฬา และ [4] อ้างอิงตามสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

ตารางที่ 4 - 10 : สัดส่วนค่าใช้จ่ายจำแนกตามสาขาการผลิตและชนิดกีฬา (ต่อ)

ที่	สาขาการผลิต	สัดส่วนรายได้					
		สนุกเกอร์	อีสปอร์ต	ตะกร้อ	จักรยาน	กีฬาอื่น ๆ	รวมทั้งหมด
1	เกษตรเพื่อการกีฬา[1]	0.00	0.00	0.00	0.00	3.76	100.00
2	เลี้ยงสัตว์เพื่อกีฬา[2]	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00
3	เครื่องดื่มนักกีฬา	0.96	1.05	2.69	1.49	29.57	100.00
4	เสื้อผ้ารองเท้ากีฬา	1.19	1.12	2.05	1.41	25.33	100.00
5	สื่อสิ่งพิมพ์กีฬา[3]	1.29	1.02	1.82	0.93	27.40	100.00
6	เวชภัณฑ์กีฬา	3.42	0.75	3.30	1.07	24.88	100.00
7	ยานพาหนะเพื่อการกีฬา[2]	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00
8	อุปกรณ์กีฬา	2.39	2.24	2.01	2.26	26.83	100.00
9	ก่อสร้างสนามกีฬา[4]	1.23	1.41	2.23	1.62	25.34	100.00
10	ค้าปลีกค้าปลีกเครื่องกีฬา	1.19	0.40	1.26	1.79	27.27	100.00
11	โรงแรมที่พักและร้านอาหาร	0.81	1.91	2.72	1.53	24.46	100.00
12	การเดินทางและขนส่ง	1.56	1.24	1.34	1.04	26.89	100.00
13	การศึกษาและวิจัยกีฬา	1.45	1.01	2.23	3.14	24.95	100.00
14	การแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา[4]	1.23	1.41	2.23	1.62	25.34	100.00

ที่	สาขาการผลิต	สัดส่วนรายได้					
		สนุกเกอร์	อีสปอร์ต	ตะกร้อ	จักรยาน	กีฬาอื่น ๆ	รวมทั้งหมด
15	สื่อวิทยุโทรทัศน์และดิจิทัล	0.70	1.05	1.74	1.29	23.37	100.00
16	การจัดการแข่งขันกีฬา[3]	1.29	1.02	1.82	0.93	27.40	100.00
17	บริการสถานที่ออกกำลังกาย	1.45	1.01	2.23	3.14	24.95	100.00
18	สโมสรและสมาคมกีฬา[3]	1.29	1.02	1.82	0.93	27.40	100.00
19	ซ่อมแซมอุปกรณ์กีฬา[3]	1.29	1.02	1.82	0.93	27.40	100.00
20	บริการกีฬาอื่น ๆ	1.29	1.02	1.82	0.93	27.40	100.00

หมายเหตุ: [1] ปรับจากสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม โดยกำหนดให้มีเฉพาะฟุตบอล กอล์ฟ และกีฬาอื่น ๆ อีก 3 ชนิด ได้แก่ รักบี้ ฮอกกี้ และขี่ม้า ที่มีค่าใช้จ่ายหมวดนี้
[2] ทั้ง 10 ชนิดกีฬา ไม่มีค่าใช้จ่ายหมวดนี้ตามสมมติฐานการวิจัย [3] อ้างอิงตามสัดส่วนค่าใช้จ่ายบริการกีฬา และ [4] อ้างอิงตามสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

4.4 มูลค่าผลผลิตของ 20 อุตสาหกรรมการกีฬา 10 ชนิดกีฬาที่สำคัญปี 2569

จากข้อมูลสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาในอุตสาหกรรมการกีฬาทั้ง 20 สาขา ซึ่งกำหนดให้เป็นตัวแทนของสัดส่วนมูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬา 10 ชนิดกีฬาที่สำคัญ สามารถคำนวณมูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาตามชนิดกีฬาแต่ละชนิดกีฬา ได้ดังนี้

ตารางที่ 4 - 11 : มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬา ปี 2569[E]

ที่	สาขาการผลิต	มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)					
		ฟุตบอล	กอล์ฟ	มวย	วิ่ง	วอลเลย์บอล	แบดมินตัน
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	26.20	1.51	0.00	0.00	0.00	0.00
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	1,216.65	81.21	284.17	1,132.24	522.14	353.22
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	2,130.58	119.49	518.27	2,152.63	961.64	836.33
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	116.14	7.64	27.69	99.88	92.62	40.09
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	695.58	223.49	178.74	793.03	314.23	303.10
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	5,425.18	1,271.29	919.12	4,494.97	1,893.27	2,387.73
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	364.39	29.19	87.31	326.54	181.81	142.57
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	22,992.38	1,387.54	5,691.50	14,827.16	15,906.93	9,737.09
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	25,002.02	1,305.49	6,567.13	22,405.60	16,522.61	8,768.11
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	5,210.48	361.82	1,425.70	3,951.47	2,600.97	2,209.97
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	873.68	119.78	269.82	845.82	429.20	588.11
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	2,229.39	178.56	534.14	1,997.79	1,112.32	872.24
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	405.26	16.09	68.66	213.65	137.75	119.21
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	1,105.37	72.75	263.54	950.64	881.55	381.58
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	2,773.92	380.30	856.67	2,685.45	1,362.70	1,867.24
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	1,388.27	91.37	330.99	1,193.95	1,107.18	479.24
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	8.17	0.54	1.95	7.02	6.51	2.82
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	4,295.51	282.71	1,024.12	3,694.24	3,425.76	1,482.84
	รวมทั้งหมด	**76,259.17**	**5,930.75**	**19,049.51**	**61,772.10**	**47,459.18**	**30,571.48**

หมายเหตุ: [E] = ค่าคาดประมาณ

ตารางที่ 4 - 11 : มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬา ปี 2569[E] (ต่อ)

ที่	สาขาการผลิต	มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)					
		สนุกเกอร์	อีสปอร์ต	ตะกร้อ	จักรยาน	กีฬาอื่น ๆ	รวมทั้งหมด
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	0.00	0.00	0.00	0.00	1.08	28.79
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	0.00	0.00	0.00	0.00	14.75	14.75
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	53.61	58.57	150.32	83.26	1,652.60	5,588.00
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	115.59	109.12	199.90	137.49	2,470.06	9,751.10
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	7.31	5.78	10.35	5.29	155.81	568.59
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	128.65	28.12	124.30	40.30	937.06	3,766.60
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	0.00	0.00	0.00	0.00	12,250.13	12,250.13
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	610.14	570.89	512.66	576.43	6,843.86	25,505.55
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	20.45	23.33	37.00	26.84	420.70	1,660.11
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	1,237.37	409.39	1,305.45	1,854.56	28,257.58	103,606.95
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	951.62	2,246.34	3,196.02	1,797.76	28,737.97	117,500.66
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	361.15	288.50	310.88	241.28	6,238.08	23,200.31
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	67.36	47.00	103.72	146.04	1,160.45	4,650.98
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	125.09	142.71	226.40	164.20	2,573.87	10,156.71
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	9.34	14.00	23.26	17.25	312.36	1,336.83
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	69.55	54.98	98.49	50.33	1,482.97	5,411.75
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	213.87	149.22	329.30	463.68	3,684.42	14,766.76
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	87.35	69.05	123.70	63.21	1,862.52	6,796.83
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	0.51	0.41	0.73	0.37	10.96	39.98
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	270.26	213.65	382.75	195.58	5,762.89	21,030.31
	รวมทั้งหมด	**4,329.22**	**4,431.07**	**7,135.22**	**5,863.86**	**104,830.12**	**367,631.69**

หมายเหตุ: [E] = ค่าคาดประมาณ

4.5 มูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬาที่สำคัญปี 2569

GDP ของอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬา ปี 2569[E] มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4 - 12 : มูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬา ปี 2569[E]

ที่	สาขาการผลิต	มูลค่า GDP (ล้านบาท)					
		ฟุตบอล	กอล์ฟ	มวย	วิ่ง	วอลเลย์บอล	แบดมินตัน
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	12.10	0.70	0.00	0.00	0.00	0.00
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	465.38	31.06	108.70	433.09	199.72	135.11
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	632.58	35.48	153.88	639.13	285.51	248.31
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	34.26	2.25	8.17	29.46	27.32	11.83
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	214.13	68.80	55.03	244.13	96.73	93.31
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	1,345.50	315.29	227.95	1,114.80	469.55	592.18
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	163.07	13.06	39.07	146.13	81.36	63.80

ที่	สาขาการผลิต	มูลค่า GDP (ล้านบาท)					
		ฟุตบอล	กอล์ฟ	มวย	วิ่ง	วอลเลย์บอล	แบดมินตัน
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	18,315.06	1,105.27	4,533.68	11,810.89	12,671.00	7,756.28
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	8,545.98	446.23	2,244.72	7,658.49	5,647.62	2,997.04
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	1,748.11	121.39	478.32	1,325.72	872.63	741.44
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	475.60	65.20	146.88	460.43	233.64	320.14
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	1,008.83	80.80	241.71	904.03	503.34	394.70
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	151.20	6.00	25.62	79.71	51.39	44.48
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	752.88	49.55	179.50	647.50	600.44	259.90
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	1,995.00	273.51	616.12	1,931.37	980.05	1,342.91
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	964.75	63.49	230.01	829.71	769.41	333.04
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	4.30	0.28	1.02	3.69	3.43	1.48
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	1,739.70	114.50	414.77	1,496.18	1,387.44	600.56
	รวมทั้งหมด	**38,568.43**	**2,792.88**	**9,705.14**	**29,754.46**	**24,880.59**	**15,936.52**

หมายเหตุ: ^{E} = ค่าคาดประมาณ

ตารางที่ 4 - 12 : มูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬา ปี 2569^{E} (ต่อ)

ที่	สาขาการผลิต	มูลค่า GDP (ล้านบาท)					
		สนุกเกอร์	อีสปอร์ต	ตะกร้อ	จักรยาน	กีฬาอื่น ๆ	รวมทั้งหมด
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.50	13.30
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	0.00	0.00	0.00	0.00	6.26	6.26
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	20.51	22.41	57.50	31.85	632.13	2,137.45
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	34.32	32.40	59.35	40.82	733.37	2,895.15
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	2.16	1.70	3.05	1.56	45.96	167.71
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	39.60	8.66	38.26	12.41	288.47	1,159.54
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	0.00	0.00	0.00	0.00	3,359.10	3,359.10
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	151.32	141.59	127.15	142.96	1,697.35	6,325.65
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	9.15	10.44	16.56	12.01	188.27	742.92
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	985.65	326.11	1,039.88	1,477.29	22,509.16	82,530.29
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	325.27	767.82	1,092.44	614.50	9,822.97	40,163.07
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	121.17	96.79	104.30	80.95	2,092.88	7,783.71
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	36.67	25.58	56.46	79.50	631.70	2,531.81
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	56.61	64.58	102.45	74.30	1,164.71	4,596.06
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	3.49	5.22	8.68	6.43	116.54	498.75
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	47.37	37.45	67.09	34.28	1,010.08	3,686.03
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	153.82	107.32	236.83	333.48	2,649.83	10,620.24
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	60.70	47.98	85.96	43.93	1,294.32	4,723.30
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	0.27	0.21	0.38	0.20	5.76	21.03
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	109.46	86.53	155.02	79.21	2,333.99	8,517.35
	รวมทั้งหมด	**2,157.53**	**1,782.80**	**3,251.35**	**3,065.67**	**50,583.35**	**182,478.72**

หมายเหตุ: ^{E} = ค่าคาดประมาณ

4.6 จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬาที่สำคัญปี 2569

จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬาที่สำคัญ ปี 2569[E] มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4 - 13 : จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬา ปี 2569[E]

ที่	สาขาการผลิต	จำนวนการจ้างงาน (คน)					
		ฟุตบอล	กอล์ฟ	มวย	วิ่ง	วอลเลย์บอล	แบดมินตัน
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	50	3	0	0	0	0
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	0	0	0	0	0	0
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	824	55	193	767	354	239
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	1,272	71	309	1,285	574	499
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	69	5	16	59	55	24
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	439	141	113	501	198	191
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	0	0	0	0	0	0
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	3,482	816	590	2,885	1,215	1,532
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	346	28	83	310	173	136
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	26,750	1,614	6,622	17,250	18,506	11,328
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	18,882	986	4,960	16,921	12,478	6,622
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	3,256	226	891	2,469	1,625	1,381
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	1,090	149	337	1,056	536	734
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	2,774	222	665	2,486	1,384	1,085
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	321	13	54	169	109	94
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	978	64	233	841	780	337
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	2,536	348	783	2,455	1,246	1,707
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	1,228	81	293	1,056	979	424
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	7	0	2	6	6	2
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	2,919	192	696	2,511	2,328	1,008
	รวมทั้งหมด	**67,222**	**5,015**	**16,838**	**53,026**	**42,546**	**27,345**

หมายเหตุ: [E] = ค่าคาดประมาณ

ตารางที่ 4 - 13 : จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาจำแนกตามชนิดกีฬา ปี 2569[E] (ต่อ)

ที่	สาขาการผลิต	จำนวนการจ้างงาน (คน)					
		สนุกเกอร์	อีสปอร์ต	ตะกร้อ	จักรยาน	กีฬาอื่น ๆ	รวมทั้งหมด
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	0	0	0	0	2	55
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	0	0	0	0	41	41
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	36	40	102	56	1,120	3,787
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	69	65	119	82	1,475	5,823
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	4	3	6	3	92	336
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	81	18	78	25	591	2,377
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	0	0	0	0	5,211	5,211
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	392	366	329	370	4,392	16,368
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	19	22	35	26	400	1,578
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	1,440	476	1,519	2,158	32,875	120,538

ที่	สาขาการผลิต	จำนวนการจ้างงาน (คน)					
		สนุกเกอร์	อีสปอร์ต	ตะกร้อ	จักรยาน	กีฬาอื่น ๆ	รวมทั้งหมด
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	719	1,696	2,414	1,358	21,703	88,738
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	226	180	194	151	3,898	14,497
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	84	59	129	182	1,448	5,804
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	156	178	282	204	3,202	12,637
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	7	11	18	14	247	1,057
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	62	49	87	45	1,312	4,786
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	196	136	301	424	3,369	13,501
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	77	61	109	56	1,647	6,011
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	0	0	1	0	10	35
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่น ๆ	184	145	260	133	3,917	14,292
	รวมทั้งหมด	**3,751**	**3,507**	**5,985**	**5,286**	**86,952**	**317,472**

หมายเหตุ: ^{E} = ค่าคาดประมาณ

4.7 ผลกระทบทางสังคมของอุตสาหกรรมการกีฬา

ผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ของการกีฬาในที่นี้จะประเมินจากภาวะการเจ็บป่วย (ที่ไม่ได้เกิดจากอุบัติเหตุ) ของประชาชน โดยจะพิจารณาจากประวัติการเจ็บป่วยจนต้องพบแพทย์ในสถานพยาบาล (OPD) และประวัติการเจ็บป่วยจนต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลแบบผู้ป่วยใน (IPD) ในปีที่ผ่านมา โดยตั้งอยู่บนสมมติฐานว่า ผู้ที่เล่นกีฬาและออกกำลังกายจะมีการเจ็บป่วยน้อยกว่าผู้ที่ไม่เล่นกีฬาและออกกำลังกาย หรืออีกนัยหนึ่งคือ การเล่นกีฬาและออกกำลังกายจะทำให้ประชาชนมีการเจ็บป่วยน้อยลง ดังนั้น งานวิจัยนี้จะวัดมูลค่าผลกระทบทางสังคม หรืออีกนัยหนึ่งคือ ผลได้ทางสังคม (Social Benefit) ของการกีฬาจากต้นทุนค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยที่ลดลงจากการที่ประชาชนมีการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย

ตารางที่ 4 - 14 แสดงสถิติการเจ็บป่วยจนต้องพบแพทย์ในสถานพยาบาล (OPD) และประวัติการเจ็บป่วยจนต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลแบบผู้ป่วยใน (IPD) ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง โดยพบว่า

ตารางที่ 4 - 14 : สถิติการเจ็บป่วยของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง

สถิติ	ภาพรวม	ออกกำลัง/เล่นกีฬา	ไม่ออกกำลัง/ไม่เล่นกีฬา
ร้อยละผู้ที่การเจ็บป่วยจนต้องพบแพทย์ในสถานพยาบาล (OPD)	16.84	16.00	18.11
ร้อยละผู้ที่เจ็บป่วยและต้องรับการรักษาในโรงพยาบาล (IPD)	7.38	6.88	8.14
จำนวนครั้งเฉลี่ยที่เจ็บป่วยจนต้องพบแพทย์ในสถานพยาบาล (OPD)	0.4081	0.4049	0.4130
จำนวนครั้งเฉลี่ยที่เจ็บป่วยและต้องรับการรักษาในโรงพยาบาล (IPD)	0.1278	0.1111	0.1531

จากการทบทวนวรรณกรรม พบงานวิจัย อรทัย เขียวเจริญ และคณะ (2566)[1] ที่ได้สรุปต้นทุนค่าบริการผู้ป่วยนอก (OPD) และผู้ป่วยใน (IPD) จำแนกตามรูปแบบสถานพยาบาลดังตารางที่ 4 - 15 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4 - 15 : ต้นทุนค่าบริการผู้ป่วยนอก (OPD) และผู้ป่วยใน (IPD)

ที่	ประเภทสถานพยาบาล	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง (บาท)	
		OPD	IPD
1	Big regional hospital (>1,000 beds)	1,345	25,950
2	Regional hospital (≥700-1,000 beds)	834	21,903
3	Small regional and general hospital (≥500-699 beds)	741	18,654
4	General hospital (≥300-499 beds)	905	18,870
5	Small general and big community hospital (≥60-299 beds)	704	12,950
6	Small community hospital (<60 beds)	722	12,847
7	Mental health hospital	1,832	53,638
	Total	**878**	**19,075**

ที่มา: อรทัย เขียวเจริญ และคณะ (2566)

ผลต้นทุนค่าบริการผู้ป่วยนอก (OPD) และผู้ป่วยใน (IPD) ดังตารางที่ 4 - 20 ข้างต้น กำหนดให้ต้นทุนผู้ป่วยนอก (OPD) เท่ากับ 878 บาทต่อครั้ง และต้นทุนผู้ป่วยใน (IPD) เท่ากับ 19,075 บาทต่อครั้ง ดังนั้น สามารถคำนวณต้นทุนการเจ็บป่วยต่อปีของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

ตารางที่ 4 - 16 : ต้นทุนการเจ็บป่วยเฉลี่ยต่อปีของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง

สถิติ	ภาพรวม	เล่นกีฬา	ไม่เล่นกีฬา	ต้นทุนที่ลดลง หากมีออกกำลังกาย/เล่นกีฬา
ผู้ป่วยนอก (OPD)	358.35	355.03	362.78	7.75
ผู้ป่วยใน (IPD)	2,438.68	2,119.44	2,920.54	801.10
รวมทั้งหมด	**2,797.03**	**2,474.48**	**3,283.32**	**808.84**

จากสถิติเกี่ยวกับการเจ็บป่วยและต้นทุนการเจ็บป่วย สามารถคำนวณมูลค่าผลกระทบทางสังคม นั่นคือ ต้นทุนค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยที่ลดลงจากการที่ประชาชนมีการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย ได้ดังนี้

1. กำหนดให้ การเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายจะทำให้บุคคลที่การเจ็บป่วยน้อยลง และมีต้นทุนการเจ็บป่วยลดลงจาก 3,283.32 บาทต่อคนต่อปี เหลือ 2,474.48 บาทต่อคนต่อปี นั่นคือ ลดลง 808.84 บาทต่อคนต่อปี
2. จากการสำรวจ พบว่า มีประชาชนอายุ 15 - 79 ปี ร้อยละ 91.70 ที่มีการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา และจากข้อมูลของกรมการปกครอง พบว่า จำนวนประชากรอายุ 15 - 79 ปี ของประเทศไทย ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2569 มีจำนวนเท่ากับ 54,062,804 คน ดังนั้น จึงสามารถอนุมานได้ว่า ประชาชนอายุ 15 - 79 ที่มีการออกกำลังหรือเล่นกีฬา มีจำนวนเท่ากับ 49,575,591 คน

[1] อรทัย เขียวเจริญ, ชัชชน ประเสริฐวรกุล, เฉลอมาณัฏฐ์ ศรีวงค์ชัย, ธันวา ขัติยศ, ทยาภา ศรีศิริอนันต์, พงษ์ลัดดา หล่ำพู่, พฤทธิกร พรรณารุโณทัย, ชัยโรจน์ ชีงสนธิพร และศุภสิทธิ์ พรรณนารุโณทัย. (2566). *ต้นทุนต่อหน่วยผู้ป่วยนอกและผู้ป่วยในจากการศึกษาต้นทุนรายโรคระยะที่ 1.* สรรพสาร สมสส., 1(6), 76-99.

3. หากการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายทำให้ต้นทุนค่ารักษาพยาบาลลดลงเท่ากับ 808.84 บาทต่อคน ดังนั้น หากมีผู้เล่นกีฬาหรือออกกำลัง จำนวนเท่ากับ 49,575,591 คน ต้นทุนค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยที่ลดลงจากการที่ประชาชนกลุ่มนี้มีการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาจะมีค่ารวมเท่ากับ 40,098,721,241.21 บาท
4. สรุปได้ว่า การกีฬามีผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ในเชิงบวก นั่นคือ การเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายส่งผลดีต่อภาวะสุขภาพของประชาชน ช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของประชาชนและค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขของภาครัฐได้ โดยมีมูลค่าผลกระทบทางสังคมเท่ากับ 40,098,721,241.21 บาท ในปี 2569

บทที่ 5
ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนปี 2569

5.1 ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนไทย

จากการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชน พบว่า ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปีเฉลี่ยทั้งหมดเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนจาก 8,892.98 บาทต่อคน ในปี 2568 เป็น 10,415.04 บาทต่อคน ในปี 2569 โดยเพศชายมีค่าใช้จ่ายจริงสูงสุดและเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจาก 9,780.74 เป็น 10,819.72 บาทต่อคน ขณะที่เพศหญิงมีอัตราการเพิ่มขึ้นที่โดดเด่นกว่า จาก 8,051.78 เป็น 10,006.43 บาทต่อคน ส่วนกลุ่ม LGBTQ+ มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจาก 9,020.48 เป็น 10,516.34 บาทต่อคน ซึ่งยังคงเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายจริงใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด สำหรับค่าใช้จ่ายสูงสุดที่ยินดีจ่าย พบว่า ภาพรวมเพิ่มขึ้นจาก 12,186.48 เป็น 12,565.96 บาทต่อคน โดยเพศหญิงมีอัตราการเพิ่มขึ้นสูงสุดจาก 11,052.23 เป็น 12,121.18 บาทต่อคน ในขณะที่เพศชายกลับลดลงเล็กน้อยจาก 13,387.06 เหลือ 13,061.60 บาทต่อคน สะท้อนว่าความเต็มใจจ่ายของเพศชายเริ่มเข้าใกล้ระดับเดียวกับเพศหญิงมากขึ้นในปี 2569

ตารางที่ 5 - 1 : ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชน

ปี	ชาย	หญิง	LGBTQ+	ทั้งหมด
ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปี (บาท/คน)				
2567	8,874.51	8,109.51	10,431.49	8,589.70
2568	9,780.74	8,051.78	9,020.48	8,892.98
2569	10,819.72	10,006.43	10,516.34	10,415.04
ค่าใช้จ่ายสูงสุดที่ยินดีจ่าย (บาท/คน)				
2567	11,527.78	10,074.16	11,152.69	10,826.55
2568	13,387.06	11,052.23	12,318.89	12,186.48
2569	13,061.60	12,121.18	12,154.49	12,565.96

จากการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปีในปี 2569 เพิ่มขึ้นจากปี 2568 ในเกือบทุกช่วงอายุ โดยกลุ่มอายุ 20 - 29 ปี มีอัตราการเพิ่มขึ้นสูงสุดจาก 8,099.69 เป็น 10,642.31 บาทต่อคน รองลงมาคือ กลุ่ม 30 - 39 ปี ที่เพิ่มขึ้นจาก 9,416.87 เป็น 11,364.53 บาทต่อคน ซึ่งเป็นสองกลุ่มอายุที่มีค่าใช้จ่ายจริงสูงสุดในปี 2569 ในทางตรงกันข้าม กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไปกลับมีค่าใช้จ่ายจริงลดลงจาก 9,904.98 เหลือ 9,101.57 บาทต่อคน ซึ่งเป็นกลุ่มเดียวที่มีแนวโน้มลดลง

สำหรับค่าใช้จ่ายสูงสุดที่ยินดีจ่าย พบว่า กลุ่มอายุ 30 - 39 ปี มีความเต็มใจจ่ายสูงสุดในปี 2569 ที่ 13,881.10 บาทต่อคน เพิ่มขึ้นจาก 12,164.50 บาทต่อคน ในปี 2568 รองลงมาคือ กลุ่ม 20 - 29 ปี ที่เพิ่มขึ้นจาก 10,878.14 เป็น 13,013.39 บาทต่อคน ขณะที่กลุ่มอายุ 40 - 49 ปี และ 60 ปีขึ้นไป กลับมีความเต็มใจจ่ายลดลงจากปีก่อนหน้า สะท้อนว่ากลุ่มวัยทำงานตอนต้นถึงกลาง (20 - 39 ปี) เป็นกลุ่มที่มีทั้งค่าใช้จ่ายจริงและความเต็มใจจ่ายด้านกีฬาสูงและเติบโตเด่นชัดที่สุดในปี 2569

ตารางที่ 5 - 2 : ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชน จำแนกตามกลุ่มอายุ

ตัวแปร/ช่วงอายุ (ปี)	<20 ปี	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60+
ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปี (บาท/คน)						
2567	6,839.11	9,215.83	9,049.77	8,549.68	8,263.91	9,645.85
2568	8,623.26	8,099.69	9,416.87	10,373.01	8,683.01	9,904.98
2569	9,076.28	10,642.31	11,364.53	10,500.78	10,272.43	9,101.57
ค่าใช้จ่ายสูงสุดที่ยินดีจ่าย (บาท/คน)						
2567	8,806.71	11,599.51	10,820.09	10,464.76	10,343.27	14,515.82
2568	11,609.13	10,878.14	12,164.50	13,322.26	11,337.47	12,731.03
2569	11,070.47	13,013.39	13,881.10	11,960.49	11,980.01	11,194.39

ตารางที่ 5 - 3 แสดงค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนในปี 2569 โดยพบว่า ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปีรวมอยู่ที่ 10,415.04 บาทต่อคน โดย 5 อันดับหมวดค่าใช้จ่ายสูงสุด ได้แก่ อันดับ 1 ค่าอาหารและเครื่องดื่มระหว่างชม/แข่ง/เล่นกีฬา 2,247.55 บาทต่อคน อันดับ 2 ค่ารองเท้ากีฬา 2,691.54 บาทต่อคน อันดับ 3 ค่าเสื้อและกางเกงกีฬา/ชุดกีฬา 1,209.87 บาทต่อคน อันดับ 4 ค่าตั๋ว/บัตรเข้าชม/สมัครเข้าร่วมแข่งขัน/ค่าสมาชิกช่องกีฬา 1,168.34 บาทต่อคน และอันดับ 5 ค่าอุปกรณ์กีฬา 840.65 บาทต่อคน สะท้อนว่าค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในหมวดอาหาร เครื่องแต่งกาย และค่าเข้าชม/เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเป็นหลัก

ตารางที่ 5 - 3 : ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชน ปี 2569 เปรียบเทียบ 2568

หมวดค่าใช้จ่าย	2568	2569	
	ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปี	ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปี	ค่าใช้จ่ายสูงสุดที่ยินดีจ่าย
	(บาท/คน)	(บาท/คน)	(บาท/คน)
1. ค่าตั๋ว/บัตรเข้าชม/ค่าสมัครเข้าร่วมแข่งขัน/ค่าสมาชิกช่องกีฬา	352.12	1,168.34	1,237.71
2. ค่าอุปกรณ์กีฬา	1,303.18	840.65	1,128.25
3. ค่ายานพาหนะเพื่อการกีฬา เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เจ็ตสกี เรือ	292.13	200.47	254.29
4. ค่าสัตว์ที่ใช้ในการกีฬา และค่าใช้จ่ายในการเลี้ยง เช่น ม้าแข่ง	64.06	7.88	9.84
5. ค่าเสื้อและกางเกงกีฬา/ชุดกีฬา	1,106.18	1,209.87	1,546.08
6. ค่ารองเท้ากีฬา	2,432.75	2,691.54	3,249.12
7. ค่าของที่ระลึกที่เกี่ยวกับกิจกรรมกีฬา	88.11	63.81	81.38
8. ค่าอาหารเสริมสำหรับนักกีฬา/เครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	318.40	353.28	422.97
9. ค่ายารักษา ค่าวัสดุอุปกรณ์การแพทย์ ค่ารักษาพยาบาล และอื่น ๆ ที่เกิดจากการเล่นกีฬา	97.91	138.92	164.89
10. ค่าผู้ฝึกสอน/เรียนกีฬา/ค่าอบรมด้านกีฬา	165.11	237.03	231.68
11. ค่าซ่อมแซม/ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์กีฬา/ซ่อมรองเท้า/ซ่อมเสื้อกีฬา ชุดกีฬา	23.03	27.37	56.79
12. ค่าใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย / เช่าสนามกีฬา ไม่รวมอุปกรณ์กีฬา	206.01	303.33	373.27
13. ค่าเช่าอุปกรณ์กีฬา/ค่าเช่ายานพาหนะสำหรับแข่งกีฬา	53.38	22.46	25.92

หมวดค่าใช้จ่าย	2568	2569	
	ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปี	ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปี	ค่าใช้จ่ายสูงสุดที่ยินดีจ่าย
	(บาท/คน)	(บาท/คน)	(บาท/คน)
14. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปชมกีฬา/แข่งกีฬา เช่น ค่าพาหนะ ค่าน้ำมัน ค่าเช่ารถ	409.21	435.07	491.09
15. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับกีฬา เช่น โดเนท พนัน ค่าสอบ License	15.64	58.88	51.61
16. ค่าซื้อสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาที่ซื้อระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา	99.76	70.86	95.51
17. ค่าโรงแรม/ค่าที่พักที่เกิดขึ้นในระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา	202.53	176.97	164.53
18. ค่าอาหารและเครื่องดื่มที่เกิดขึ้นในระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา	1,461.34	2,247.55	2,789.70
19. ค่ากิจกรรมท่องเที่ยวและบันเทิงที่เกิดขึ้นระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา	119.96	121.66	147.04
20. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกีฬา ที่เกิดขึ้นในระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา เช่น ค่าธุรกรรมทางการเงิน ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ ค่าประกันการเดินทาง	82.14	39.10	44.29
รวมค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาทั้งหมด	**8,892.98**	**10,415.04**	**12,565.96**

ตารางที่ 5 - 4 แสดงค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนในปี 2569 จำแนกตามเพศ โดยพบว่า เพศชายมีค่าใช้จ่ายสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ค่ารองเท้ากีฬา 2,801.18 บาทต่อคน รองลงมาคือ ค่าอาหารและเครื่องดื่มระหว่างชม/แข่ง/เล่นกีฬา 2,124.94 บาทต่อคน และค่าตั๋ว/บัตรเข้าชม/ค่าสมาชิกช่องกีฬา 1,297.87 บาทต่อคน กรณีของเพศหญิง พบว่า ค่าใช้จ่ายสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ค่ารองเท้ากีฬา 2,595.32 บาทต่อคน รองลงมาคือ ค่าอาหารและเครื่องดื่มระหว่างชม/แข่ง/เล่นกีฬา 2,290.73 บาทต่อคน และค่าเสื้อและกางเกงกีฬา/ชุดกีฬา 1,180.96 บาทต่อคน สำหรับกลุ่ม LGBTQ+ มีค่าใช้จ่ายสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ค่าอาหารและเครื่องดื่มระหว่างชม/แข่ง/เล่นกีฬา 2,991.22 บาทต่อคน ซึ่งสูงที่สุดในทุกกลุ่ม รองลงมาคือ ค่ารองเท้ากีฬา 2,579.82 บาทต่อคน และค่าเสื้อและกางเกงกีฬา/ชุดกีฬา 1,375.68 บาทต่อคน โดยรวมแล้วทั้งสามกลุ่มมีค่าใช้จ่ายหลักอยู่ในหมวดรองเท้ากีฬาและอาหาร/เครื่องดื่มใกล้เคียงกัน แต่กลุ่ม LGBTQ+ มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับค่าอาหารและเครื่องแต่งกายมากกว่ากลุ่มอื่น

ตารางที่ 5 - 4 : ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชนปี 2569 (รวมทั้งหมด)

หมวดค่าใช้จ่าย	ชาย (บาท/คน)	หญิง (บาท/คน)	LGBTQ+ (บาท/คน)	รวม (บาท/คน)
1. ค่าตั๋ว/บัตรเข้าชม/ค่าสมัครเข้าร่วมแข่งขัน/ค่าสมาชิกช่องกีฬา	1,297.87	1,036.78	1,208.07	1,168.34
2. ค่าอุปกรณ์กีฬา	887.81	822.23	572.02	840.65
3. ค่ายานพาหนะเพื่อการกีฬา เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เจ็ตสกี เรือ	281.50	134.37	69.83	200.47
4. ค่าสัตว์ที่ใช้ในการกีฬา และค่าใช้จ่ายในการเลี้ยง เช่น ม้าแข่ง	9.85	5.13	15.67	7.88
5. ค่าเสื้อและกางเกงกีฬา/ชุดกีฬา	1,221.71	1,180.96	1,375.68	1,209.87
6. ค่ารองเท้ากีฬา	2,801.18	2,595.32	2,579.82	2,691.54
7. ค่าของที่ระลึกที่เกี่ยวกับกิจกรรมกีฬา	58.25	68.41	72.07	63.81
8. ค่าอาหารเสริมสำหรับนักกีฬา/เครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	418.03	301.98	234.33	353.28
9. ค่ายารักษา ค่าวัสดุอุปกรณ์การแพทย์ ค่ารักษาพยาบาล และอื่น ๆ ที่เกิดจากการเล่นกีฬา	117.98	162.33	111.90	138.92
10. ค่าผู้ฝึกสอน/เรียนกีฬา/ค่าอบรมด้านกีฬา	266.83	230.52	18.00	237.03
11. ค่าซ่อมแซม/ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์กีฬา/ซ่อมรองเท้า/ ซ่อมเสื้อกีฬาชุดกีฬา	30.15	18.42	87.07	27.37
12. ค่าใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย/เช่าสนามกีฬา ไม่รวมอุปกรณ์กีฬา	433.50	188.20	179.37	303.33
13. ค่าเช่าอุปกรณ์กีฬา/ค่าเช่ายานพาหนะสำหรับแข่งกีฬา	13.42	30.15	34.17	22.46
14. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปชมกีฬา/แข่งกีฬา เช่น ค่าพาหนะ ค่าน้ำมัน ค่าเช่ารถ	441.28	416.74	552.50	435.07
15. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับกีฬา เช่น โดเนท พนัน ค่าสอบ License	37.66	60.33	245.33	58.88
16. ค่าซื้อสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาที่ซื้อระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา	64.07	80.78	39.69	70.86
17. ค่าโรงแรม/ค่าที่พักที่เกิดขึ้นในระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา/ เล่นกีฬา	154.93	209.86	69.33	176.97
18. ค่าอาหารและเครื่องดื่มที่เกิดขึ้นในระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา	2,124.94	2,290.73	2,991.22	2,247.55
19. ค่ากิจกรรมท่องเที่ยวและบันเทิงที่เกิดขึ้นระหว่างชมกีฬา/ แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา	125.08	125.42	53.27	121.66
20. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกีฬา ที่เกิดขึ้นในระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา เช่น ค่าธุรกรรมทางการเงิน ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ ค่าประกันการเดินทาง	33.68	47.77	7.00	39.10
รวมค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาทั้งหมด	10,819.72	10,006.43	10,516.34	10,415.04

ตารางที่ 5 - 5 : ค่าใช้จ่ายสูงสุดที่ยินดีจ่ายด้านการกีฬาของประชาชนปี 2569 (รวมทั้งหมด)

หมวดค่าใช้จ่าย	ชาย (บาท/คน)	หญิง (บาท/คน)	LGBTQ+ (บาท/คน)	รวม (บาท/คน)
1. ค่าตั๋ว/บัตรเข้าชม/ค่าสมัครเข้าร่วมแข่งขัน/ค่าสมาชิกช่องกีฬา	1,418.02	1,055.45	1,284.57	1,237.71
2. ค่าอุปกรณ์กีฬา	1,212.91	1,082.54	767.45	1,128.25
3. ค่ายานพาหนะเพื่อการกีฬา เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เจ็ตสกี เรือ	352.99	175.90	74.67	254.29
4. ค่าสัตว์ที่ใช้ในการกีฬา และค่าใช้จ่ายในการเลี้ยง เช่น ม้าแข่ง	10.86	7.24	25.00	9.84
5. ค่าเสื้อและกางเกงกีฬา/ชุดกีฬา	1,515.40	1,554.79	1,752.33	1,546.08
6. ค่ารองเท้ากีฬา	3,290.19	3,231.63	3,028.99	3,249.12
7. ค่าของที่ระลึกที่เกี่ยวกับกิจกรรมกีฬา	70.53	90.98	91.67	81.38
8. ค่าอาหารเสริมสำหรับนักกีฬา/เครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	503.75	354.85	314.00	422.97
9. ค่ายารักษา ค่าวัสดุอุปกรณ์การแพทย์ ค่ารักษาพยาบาล และอื่น ๆ ที่เกิดจากการเล่นกีฬา	146.05	187.10	129.60	164.89
10. ค่าผู้ฝึกสอน/เรียนกีฬา/ค่าอบรมด้านกีฬา	273.21	212.87	20.00	231.68
11. ค่าซ่อมแซม/ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์กีฬา/ซ่อมรองเท้า/ ซ่อมเสื้อกีฬาชุดกีฬา	71.56	38.01	97.53	56.79
12. ค่าใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย/เช่าสนามกีฬา ไม่รวมอุปกรณ์กีฬา	556.45	208.91	221.20	373.27
13. ค่าเช่าอุปกรณ์กีฬา/ค่าเช่ายานพาหนะสำหรับแข่งกีฬา	14.55	36.16	35.00	25.92
14. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปชมกีฬา/แข่งกีฬา เช่น ค่าพาหนะ ค่าน้ำมัน ค่าเช่ารถ	514.72	466.78	501.23	491.09
15. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับกีฬา เช่น โดเนท พนัน ค่าสอบ License	25.50	56.82	248.33	51.61
16. ค่าซื้อสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาที่ซื้อระหว่างชมกีฬา/ แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา	86.37	108.30	59.01	95.51
17. ค่าโรงแรม/ค่าที่พักที่เกิดขึ้นในระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา/ เล่นกีฬา	149.51	189.04	71.00	164.53
18. ค่าอาหารและเครื่องดื่มที่เกิดขึ้นในระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา /เล่นกีฬา	2,662.96	2,860.30	3,308.88	2,789.70
19. ค่ากิจกรรมท่องเที่ยวและบันเทิงที่เกิดขึ้นระหว่างชมกีฬา/ แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา	147.37	150.09	114.70	147.04
20. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกีฬา ที่เกิดขึ้นในระหว่างชมกีฬา/แข่งขันกีฬา/เล่นกีฬา เช่น ค่าธุรกรรมทางการเงิน ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ ค่าประกันการเดินทาง	38.70	53.42	9.33	44.29
รวมค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาทั้งหมด	13,061.60	12,121.18	12,154.49	12,565.96

ตารางที่ 5 - 6 แสดงยี่ห้อชุดกีฬาที่ประชาชนนิยมเลือกซื้อ/ใช้ในปัจจุบัน โดยพบว่า Nike เป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 41.88 รองลงมาคือ Adidas ร้อยละ 37.12 ซึ่งทั้งสองแบรนด์ครองความนิยมนำห่างแบรนด์อื่นอย่างชัดเจน ส่วนแบรนด์สัญชาติไทยอย่าง Warrix และ Grand Sport มีสัดส่วนใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 18.57 และ 18.15 ตามลำดับ นับเป็นกลุ่มแบรนด์ไทยที่ยังคงมีบทบาทสำคัญในตลาดชุดกีฬา ขณะที่แบรนด์นานาชาติอื่น ๆ เช่น Puma, New Balance และ Asics มีสัดส่วนค่อนข้างน้อยกว่าร้อยละ 10

ตารางที่ 5 - 6 : ยี่ห้อชุดกีฬาที่นิยมเลือกซื้อ/ใช้ในปัจจุบัน

ยี่ห้อ	ร้อยละ (%)	ยี่ห้อ	ร้อยละ (%)
Nike	41.88	Fila	3.96
Adidas	37.12	Mizuno	3.62
Warrix	18.57	Decathlon	3.33
Grand Sport	18.15	Under Armour	3.04
FBT	14.63	Reebok	2.46
Ari	13.20	ON	2.01
Puma	9.13	Fairtex	1.06
Asics	6.17	Umbro	0.98
New Balance	5.05	Speedo	0.70
Skechers	4.51	อื่น ๆ	10.52

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ยี่ห้อ เพราะฉะนั้น จึงทำให้ผลรวมค่าร้อยละมากกว่า 100%

ตารางที่ 5 - 7 แสดงยี่ห้อรองเท้ากีฬาที่ประชาชนนิยมเลือกซื้อ/ใช้ในปัจจุบัน โดยพบว่า Nike ยังคงครองความนิยมสูงสุดเช่นเดียวกับกลุ่มชุดกีฬา คิดเป็นร้อยละ 48.65 รองลงมาคือ Adidas ร้อยละ 43.52 ซึ่งทั้งสองแบรนด์รวมกันคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 90 ของกลุ่มตัวอย่าง สะท้อนถึงอิทธิพลที่แข็งแกร่งมากในตลาดรองเท้ากีฬา ขณะที่แบรนด์อื่น ๆ เช่น Asics, Puma และ New Balance มีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 10 และเมื่อเทียบกับตลาดชุดกีฬา พบว่าตลาดรองเท้ากีฬามีความกระจุกตัวในสองแบรนด์หลักมากกว่า โดยแบรนด์ไทยอย่าง Warrix และ FBT มีสัดส่วนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับในตลาดชุดกีฬา

ตารางที่ 5 - 7 : ยี่ห้อรองเท้ากีฬาที่นิยมเลือกซื้อ/ใช้ในปัจจุบัน

ยี่ห้อ	ร้อยละ (%)	ยี่ห้อ	ร้อยละ (%)
Nike	48.65	Pan	3.66
Adidas	43.52	Hoka	3.26
Asics	8.96	Fila	2.76
Puma	8.01	ON	2.68
New Balance	7.13	Warrix	2.53
Skechers	6.75	Reebok	2.09
Ari	5.67	Decathlon	1.63
Mizuno	4.39	Under Armour	0.81

ยี่ห้อ	ร้อยละ (%)	ยี่ห้อ	ร้อยละ (%)
Grand Sport	4.29	Umbro	0.50
FBT	4.26	อื่น ๆ	7.02

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ยี่ห้อ เพราะฉะนั้น จึงทำให้ผลรวมค่าร้อยละมากกว่า 100%



เพศ ชาย (บาท/คน)		เพศ หญิง (บาท/คน)		LGBTQ+ (บาท/คน)		ทั้งหมด (บาท/คน)	
2567	8,874.51	2567	8,109.51	2567	10,431.49	2567	8,589.70
2568	9,780.74	2568	8,051.78	2568	9,020.48	2568	8,892.98
2569^{E}	10,819.72	2569^{E}	10,006.43	2569^{E}	10,516.34	2569^{E}	10,415.04

ค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาของประชาชน ปี 2569^{E} เปรียบเทียบ 2568

หมวดค่าใช้จ่าย	2568 ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปี (บาท/คน)	2569^{E} ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปี (บาท/คน)	หมวดค่าใช้จ่าย	2568 ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปี (บาท/คน)	2569^{E} ค่าใช้จ่ายจริงตลอดทั้งปี (บาท/ คน)
1. ค่าตั๋ว / บัตรเข้าชม / ค่าสมัครเข้าร่วมแข่งขัน	352.12	1,168.34	11. ค่าซ่อมแซม / ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์กีฬา / ซ่อมรองเท้า / ซ่อมเสื้อกีฬา ชุดกีฬา	23.03	27.37
2. ค่าอุปกรณ์กีฬา	1,303.18	840.65	12. ค่าเช่าสนามกีฬา / ค่าใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย ไม่รวมอุปกรณ์กีฬา	206.01	303.33
3. ค่ายานพาหนะเพื่อการกีฬา เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เจ็ตสกี เรือ เป็นต้น	292.13	200.47	13. ค่าเช่าอุปกรณ์กีฬา / ค่าเช่ายานพาหนะสำหรับแข่งกีฬา	53.38	22.46
4. ค่าสัตว์ที่ใช้ในการกีฬา และค่าใช้จ่ายในการเลี้ยง เช่น ม้าแข่ง	64.06	7.88	14. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปชมกีฬา / แข่งกีฬา เช่น ค่าพาหนะ ค่าน้ำมัน ค่าเช่ารถ เป็นต้น	409.21	435.07
5. ค่าเสื้อและกางเกงกีฬา / ชุดกีฬา	1,106.18	1,209.87	15. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับกีฬา เช่น อุปกรณ์การเชียร์ เป็นต้น	15.64	58.88
6. ค่ารองเท้ากีฬา	2,432.75	2,691.54	16. ค่าซื้อสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬา ที่ซื้อในระหว่างชมกีฬา / แข่งขันกีฬา / เล่นกีฬา (รวมก่อนและหลัง ที่เกิดขึ้นในคราวเดียวกัน)	99.76	70.86
7. ค่าของที่ระลึกที่เกี่ยวกับกิจกรรมกีฬา	88.11	63.81	17. ค่าโรงแรม / ค่าที่พักที่เกิดขึ้นในระหว่างชมกีฬา / แข่งขันกีฬา / เล่นกีฬา (รวมก่อนและหลัง ที่เกิดขึ้นในคราวเดียวกัน)	202.53	176.97
8. ค่าอาหารเสริมสำหรับนักกีฬา / เครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	318.40	353.28	18. ค่าอาหารและเครื่องดื่มที่เกิดขึ้นในระหว่างชมกีฬา / แข่งขันกีฬา / เล่นกีฬา (รวมก่อนและหลัง ที่เกิดขึ้นในคราวเดียวกัน)	1,461.34	2,247.55
9. ค่ายารักษา ค่าวัสดุอุปกรณ์การแพทย์ ค่ารักษาพยาบาล ค่านวด และอื่น ๆ ที่เกิดจากการเล่นกีฬา	97.91	138.92	19. ค่ากิจกรรมท่องเที่ยวและบันเทิง ที่เกิดขึ้นระหว่างชมกีฬา / แข่งขันกีฬา / เล่นกีฬา (รวมก่อนและหลัง ที่เกิดขึ้นในคราวเดียวกัน)	119.96	121.66
10. ค่าผู้ฝึกสอน / เรียนกีฬา / ค่าอบรมด้านกีฬา	165.11	237.03	20. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกีฬา ที่เกิดขึ้นในระหว่าง ชมกีฬา / แข่งขันกีฬา / เล่นกีฬา (รวมก่อนและหลัง ที่เกิดขึ้นในคราวเดียวกัน) เช่น นวด/สปา เป็นต้น	82.14	39.10
			รวมค่าใช้จ่ายด้านการกีฬาทั้งหมด	8,892.98	10,415.04

หมายเหตุ กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละหมวดเท่านั้น

โดย กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

5.2 พฤติกรรมและแนวโน้มในการรับชมการแข่งขันกีฬา

จากการสำรวจพฤติกรรมการรับชมการแข่งขันกีฬาของประชาชน พบว่า สัดส่วนผู้ที่ชมการแข่งขันกีฬาเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนจากร้อยละ 76.10 ในปี 2568 เป็นร้อยละ 81.51 ในปี 2569 ขณะที่สัดส่วนผู้ที่ไม่ได้ชมการแข่งขันกีฬาลดลงจากร้อยละ 23.90 เหลือร้อยละ 18.49 สะท้อนแนวโน้มความสนใจในการรับชมกีฬาที่เพิ่มขึ้น สำหรับประเภทกีฬาที่เลือกรับชม พบว่า การแข่งขันกีฬาอาชีพมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 65.46 เป็นร้อยละ 67.81 ในขณะที่การแข่งขันกีฬาเพื่อความเป็นเลิศมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างโดดเด่นจากร้อยละ 37.32 เป็นร้อยละ 45.55 ซึ่งเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นที่สูงกว่าการแข่งขันกีฬาอาชีพค่อนข้างมาก บ่งชี้ว่าในปี 2569 ประชาชนเริ่มให้ความสนใจกับการแข่งขันกีฬาเพื่อความเป็นเลิศมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 5 - 8 แสดงชนิดกีฬาที่ประชาชนเลือกรับชมการแข่งขันในปี 2568 - 2569 พบว่า ฟุตบอลยังคงเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุดอย่างต่อเนื่องในทั้งสองปี แม้สัดส่วนผู้ชมจะลดลงจาก 64.92% เป็น 55.96% เช่นเดียวกับกีฬายอดนิยมลำดับรอง ๆ อย่างวอลเลย์บอล 50.97% เป็น 38.69% แบดมินตัน 26.86% เป็น 20.13% บาสเกตบอล 23.94% เป็น 18.02% ฟุตซอล 23.60% เป็น 19.02% และมวยไทย 18.97% เป็น 14.83% ที่มีสัดส่วนผู้ชมลดลงในทิศทางเดียวกันอย่างชัดเจน สะท้อนว่ากีฬาซึ่งเคยครองความนิยมสูงเริ่มมีผู้ชมกระจายตัวออกไปสู่กีฬาประเภทอื่นมากขึ้น

ในทางกลับกัน กีฬาบางประเภทกลับมีแนวโน้มความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะเปตองที่เพิ่มขึ้นเกือบสองเท่าจาก 2.38% เป็น 4.47% รองลงมาคือ ตะกร้อ 9.61% เป็น 10.52% วิ่งลู่/กรีฑา 6.28% เป็น 8.06% และวิ่งเทรล 1.33% เป็น 2.11% เช่นเดียวกับกีฬาเฉพาะทางหรือกีฬาที่มีฐานผู้ชมขนาดเล็ก เช่น ฮอกกี้น้ำแข็ง ยูโด ขี่ม้า เจ็ตสกี และรักบี้ฟุตบอล ก็มีสัดส่วนผู้ชมเพิ่มขึ้นในระดับหนึ่งเช่นกัน โดยรวมแล้วข้อมูลชี้ให้เห็นว่าความนิยมในการรับชมกีฬาของประชาชนเริ่มกระจายตัวออกจากกีฬายอดนิยมดั้งเดิม ไปสู่กีฬาทางเลือกและกีฬาเฉพาะกลุ่มที่หลากหลายมากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 5 - 8 : ชนิดกีฬาที่ประชาชนเลือกรับชมการแข่งขัน ปี 2568 - 2569

ชนิดกีฬา	ร้อยละ (%)		ชนิดกีฬา	ร้อยละ (%)	
	2568	2569		2568	2569
ฟุตบอล	64.92	55.96	ยกน้ำหนัก	1.99	2.26
วอลเลย์บอล	50.97	38.69	ศิลปะการต่อสู้	1.89	2.14
แบดมินตัน	26.86	20.13	วิ่งเทรล	1.33	2.11
ฟุตซอล	23.60	19.02	ยิงธนู	1.51	1.83
บาสเกตบอล	23.94	18.02	สเกตน้ำแข็ง	1.51	1.60
มวยไทย	18.97	14.83	เพาะกาย	1.41	1.45
ตะกร้อ	9.61	10.52	ฮอกกี้น้ำแข็ง	0.85	1.38
ว่ายน้ำ	10.95	10.49	ยูโด	0.99	1.36
วิ่งลู่/กรีฑา	6.28	8.06	ฟันดาบ	1.39	1.35
มวยสากล	10.87	7.88	ขี่ม้า	0.81	1.25
อีสปอร์ต	6.30	5.65	รักบี้ฟุตบอล	0.85	1.16
เทนนิส	5.18	5.19	เจ็ตสกี	0.91	1.05
สนุกเกอร์	4.27	4.69	คาราเต้	0.87	1.05
เปตอง	2.38	4.47	กีฬาเอ็กซ์ตรีม	1.33	0.96
เทควันโด	6.00	4.06	ฮอกกี้	0.42	0.80

ชนิดกีฬา	ร้อยละ (%)		ชนิดกีฬา	ร้อยละ (%)	
	2568	2569		2568	2569
วิ่งถนน	3.36	3.51	เบสบอล/ซอฟต์บอล	0.44	0.73
ยิงปืน	2.66	3.09	โบว์ลิ่ง	0.77	0.67
กอล์ฟ	3.40	2.73	เทคบอล	0.62	0.67
เทเบิลเทนนิส	2.26	2.66	สเกตบอร์ด	0.62	0.65
จักรยานยนต์	3.02	2.61	เรือใบ	0.48	0.63
ยิมนาสติก	1.99	2.59	สควอช	0.54	0.40
มอเตอร์สปอร์ต	3.10	2.48	โรลเลอร์สเกต	0.26	0.32
จักรยาน	1.59	2.39	อื่น ๆ	0.72	1.01

หมายเหตุ: (1) วิ่งถนน หมายถึง การเข้าร่วมวิ่งถนนในรายการที่มีผู้จัดการแข่งขันเท่านั้น และ (2) กีฬาเอ็กซ์ตรีม ได้แก่ ปีนผา ฟรีรันนิ่ง เวคบอร์ด ร่มร่อน กระโดดร่ม และกีฬาเอ็กซ์ตรีมอื่น ๆ ทั้งทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ

จากตารางที่ 5 - 9 แสดงรูปแบบการรับชมการแข่งขันกีฬาของกลุ่มตัวอย่างในปี 2568 - 2569 พบว่า สัดส่วนการเดินทางไปชมกีฬาที่สนามแข่งขันเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 38.82 เป็นร้อยละ 44.30 ที่น่าสนใจคือ รูปแบบการรับชมผ่านโทรทัศน์/อุปกรณ์ดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน โดยการรับชมแบบไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดจากร้อยละ 91.00 เป็นร้อยละ 93.00 ในขณะที่การรับชมแบบมีค่าใช้จ่ายลดลงอย่างมาก จากร้อยละ 17.54 เหลือเพียงร้อยละ 31.10 สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชนที่หันไปรับชมกีฬาผ่านช่องทางที่ไม่มีค่าใช้จ่ายมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในปี 2569

ตารางที่ 5 - 9 : รูปแบบการรับชมการแข่งขันกีฬา *

รูปแบบ	ร้อยละ (%)	
	2568	2569
เดินทางไปชมกีฬาที่สนามแข่งขัน	38.82	44.30
ชมการแข่งขันกีฬาผ่านโทรทัศน์/อุปกรณ์ดิจิทัล แบบไม่มีค่าใช้จ่าย	91.00	93.00
ชมการแข่งขันกีฬาผ่านโทรทัศน์/อุปกรณ์ดิจิทัล แบบมีค่าใช้จ่าย	17.54	31.10

หมายเหตุ: * เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ชมการแข่งขันกีฬา และเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ เพราะฉะนั้น จึงทำให้ผลรวมค่าร้อยละมากกว่า 100%

จากตารางที่ 5 - 10 แสดงการสมัครสมาชิกแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับชมการแข่งขันกีฬา พบว่า Monomax และ Ais Play Sports เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุดใกล้เคียงกัน โดยมีสัดส่วนผู้สมัครสมาชิกร้อยละ 67.67 และ 67.08 ตามลำดับ ในราคาค่าบริการเดือนละ 299 บาทเท่ากัน รองลงมาคือ True Visions Now ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 54.75 และมีช่วงราคาค่าบริการที่หลากหลายตั้งแต่ 99 - 699 บาทต่อเดือน ขณะที่แพลตฟอร์มเฉพาะทางกีฬาต่างประเทศ เช่น NBA League Pass, beIN Sports Connect และ SPOTV Now มีสัดส่วนผู้สมัครค่อนข้างน้อย ต่ำกว่าร้อยละ 10 สะท้อนว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้แพลตฟอร์มในประเทศที่ให้บริการเนื้อหากีฬาที่หลากหลาย มากกว่าแพลตฟอร์มเฉพาะทางที่มีราคาสูงและเน้นกีฬาเฉพาะประเภท

ตารางที่ 5 - 10 : การสมัครสมาชิกแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับชมการแข่งขันกีฬา *

แพลตฟอร์ม	ร้อยละ (%)	ค่าบริการ/เดือน
Monomax	67.67	299
Ais Play Sports	67.08	299
True Visions Now	54.75	99 - 699
NBA League Pass	8.66	300 - 449
beIN Sports Connect	7.67	399
SPOTV Now	6.30	89
DAZN Thailand	1.38	199 - 650

หมายเหตุ: * เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ชมการแข่งขันกีฬา และเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ เพราะฉะนั้น จึงทำให้ผลรวมค่าร้อยละมากกว่า 100%

จากตารางที่ 5 - 11 แสดงพฤติกรรมในการเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬาที่สนามแข่งขัน แยกตามสนามแข่งในจังหวัดและต่างจังหวัด ในปี 2568 - 2569 พบว่า ความถี่ในการเดินทางไปชมกีฬาที่สนามในจังหวัดลดลงจาก 5.05 เป็น 4.50 ครั้งต่อปี ในขณะที่การเดินทางไปชมสนามแข่งต่างจังหวัดกลับเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน จาก 2.53 เป็น 7.30 ครั้งต่อปี สอดคล้องกับจำนวนผู้ร่วมเดินทางที่เพิ่มขึ้นทั้งสองกรณี โดยเฉพาะสนามต่างจังหวัดที่เพิ่มจาก 6.53 เป็น 8.8 คน ขณะที่สนามในจังหวัดมีผู้ร่วมเดินทางเพิ่มขึ้นจาก 5.19 เป็น 7.24 คน ด้านค่าใช้จ่าย พบว่า การชมกีฬาในจังหวัดมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจาก 622.59 เป็น 740.26 บาทต่อครั้ง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายสำหรับสนามต่างจังหวัดกลับลดลงจาก 3,192.37 เหลือ 2,670.12 บาทต่อครั้ง สำหรับวิธีการเดินทาง พบว่า รถยนต์ส่วนตัวยังคงเป็นวิธีหลักในการเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬาทั้งสนามแข่งในจังหวัดและสนามแข่งต่างจังหวัด โดยสนามแข่งในจังหวัดมีสัดส่วนลดลงจากร้อยละ 62.03 ในปี 2568 เป็นร้อยละ 56.27 ในปี 2569 ขณะที่สนามแข่งต่างจังหวัดลดลงจากร้อยละ 69.50 เป็นร้อยละ 65.34 อย่างไรก็ตาม รถยนต์ส่วนตัวยังคงเป็นวิธีการเดินทางที่มีสัดส่วนสูงที่สุดในทั้งสองประเภทสนาม ขณะที่การเดินทางโดยเครื่องบินไปสนามต่างจังหวัดเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจากร้อยละ 1.03 เป็นร้อยละ 4.25 สะท้อนแนวโน้มการเดินทางไปชมกีฬาข้ามจังหวัดที่ขยายตัวมากขึ้นในปี 2569

ตารางที่ 5 - 11 : พฤติกรรมในการเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬาที่สนามแข่งขัน

ปัจจัย	สนามแข่งในจังหวัด		สนามแข่งต่างจังหวัด	
	2568	2569	2568	2569
ความถี่ในการเดินทางไปชมการแข่งขันที่สนามแข่งโดยเฉลี่ย (ครั้ง/ปี)	5.05	4.50	2.53	7.30
การเดินทางไปชมกีฬา มีผู้ร่วมเดินทางไปสนามแข่งโดยเฉลี่ย (คน)	5.19	7.24	6.53	8.8
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยทั้งหมดในการชมกีฬาที่สนามแข่ง (บาท/ครั้ง)	622.59	740.26	3,192.37	2,670.12
วิธีการเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬา (ร้อยละ)				
■ รถยนต์ส่วนตัว	62.03	56.27	69.50	65.34
■ รถโดยสารสาธารณะ (รถบัส รถไฟ Taxi)	11.41	12.45	18.78	20.92
■ รถจักรยานยนต์	26.56	31.29	10.69	9.48
■ เครื่องบิน	-	-	1.03	4.25

จากตารางที่ 5 - 12 แสดงความถี่และระยะเวลาการรับชมการแข่งขันกีฬาผ่านโทรทัศน์/อุปกรณ์ดิจิทัล ในปี 2568 - 2569 พบว่า สัดส่วนผู้ที่รับชมทุกวันลดลงจากร้อยละ 17.28 เหลือร้อยละ 9.28 ในขณะที่กลุ่มที่รับชมเพียง 1 - 2 วันต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 52.47 เป็นร้อยละ 59.49 สะท้อนแนวโน้มความถี่ในการรับชมที่ลดลงโดยรวม ด้านระยะเวลาการรับชมเฉลี่ยต่อวัน พบว่า สัดส่วนผู้ที่รับชมไม่เกิน 1 ชั่วโมงลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 34.55 เป็นร้อยละ 28.36 ขณะที่กลุ่มที่รับชมนานขึ้น โดยเฉพาะมากกว่า 2 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง และมากกว่า 3 ชั่วโมง มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.65 เป็นร้อยละ 18.02 และร้อยละ 3.98 เป็นร้อยละ 5.92 ตามลำดับ บ่งชี้ว่าแม้ความถี่ในการรับชมจะลดลง แต่ผู้ที่ยังคงรับชมมีแนวโน้มใช้เวลาต่อครั้งนานขึ้นในปี 2569

ตารางที่ 5 - 12 : ความถี่และระยะเวลาการรับชมการแข่งขันกีฬาผ่านโทรทัศน์/อุปกรณ์ดิจิทัล

ปัจจัย	กลุ่มย่อย	ร้อยละ (%)	
		2568	2569
ความถี่ของการชมการแข่งขันกีฬา	ทุกวัน	17.28	9.28
	5 - 6 วัน/สัปดาห์	6.59	8.34
	3 - 4 วัน/สัปดาห์	23.66	22.89
	1 - 2 วัน/สัปดาห์	52.47	59.49
ระยะเวลาเฉลี่ยในการชมการแข่งขันกีฬาแต่ละวัน	ไม่เกิน 1 ชั่วโมง	34.55	28.36
	มากกว่า 1 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง	48.82	47.70
	มากกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง	12.65	18.02
	มากกว่า 3 ชั่วโมง	3.98	5.92

5.3 พฤติกรรมและแนวโน้มในการเล่นกีฬาและ/หรือออกกำลังกายของประชาชน

จากการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มในการเล่นกีฬาและ/หรือออกกำลังกายของประชาชนในช่วงปี 2567 - 2569 พบว่า สัดส่วนผู้ที่เล่นกีฬาและ/หรือออกกำลังกายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 87.26 ในปี 2567 เป็นร้อยละ 89.70 ในปีต่อมา และเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นร้อยละ 91.70 ในปี 2569 ในขณะที่สัดส่วนผู้ที่ไม่เล่นกีฬาหรือไม่ออกกำลังกายลดลงต่อเนื่องจากร้อยละ 12.47 เหลือร้อยละ 8.30 สะท้อนแนวโน้มเชิงบวกของพฤติกรรมการดูแลสุขภาพผ่านการเล่นกีฬาและออกกำลังกายของประชาชนที่มีทิศทางดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาที่ศึกษาจากการสำรวจ

สำหรับจำนวนวันและระยะเวลาที่เล่นกีฬาและ/หรือออกกำลังกายของประชาชน พบว่า จำนวนวันโดยเฉลี่ยที่เล่นกีฬาและ/หรือออกกำลังกายลดลงจาก 3.95 วันต่อสัปดาห์ ในปี 2568 เหลือ 3.58 วันต่อสัปดาห์ในปี 2569 เช่นเดียวกับระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ลดลงเล็กน้อยจาก 1.98 ชั่วโมง เหลือ 1.90 ชั่วโมง สะท้อนว่าแม้สัดส่วนผู้ที่เล่นกีฬาและออกกำลังกายจะเพิ่มขึ้นดังที่พบในตารางก่อนหน้า แต่ความสม่ำเสมอและระยะเวลาในการเล่นกีฬาต่อครั้งของแต่ละบุคคลกลับมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยในปี 2569

จากตารางที่ 5 - 13 แสดงชนิดกีฬาที่ประชาชนเลือกเล่นในปี 2568 - 2569 พบว่า ฟุตบอล เป็นกีฬาที่ประชาชนเล่นมากที่สุดในทั้งสองปี แม้สัดส่วนจะลดลงจาก 33.16% เหลือ 24.69% เช่นเดียวกับกีฬายอดนิยมอื่น ๆ ที่มีสัดส่วนลดลงในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ แบดมินตัน 24.69% เป็น 18.75% วอลเลย์บอล 15.43% เป็น 12.72% ฟุตซอล 15.05% เป็น 10.69% และบาสเกตบอล 11.48% เป็น 10.24% โดยเฉพาะ วิ่งถนน ที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก 20.04% เหลือเพียง 8.46% สะท้อนว่ากิจกรรมกีฬาหลักที่ประชาชนนิยมเล่นเริ่มมีสัดส่วนผู้เล่นลดลงอย่างเห็นได้ชัด

ในทางกลับกัน กีฬาบางประเภทกลับมีแนวโน้มผู้เล่นเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเปตอง ที่เพิ่มขึ้นเกือบสองเท่าจาก 1.61% เป็น 2.96% รวมถึงเทนนิส 2.42% เป็น 2.66% และเทเบิลเทนนิส 0.76% เป็น 1.18% เช่นเดียวกับกีฬาเฉพาะทางบางประเภทที่มีฐานผู้เล่นขนาดเล็กแต่เพิ่มขึ้น เช่น สเกตน้ำแข็ง 0.26% เป็น 0.58% ฮอกกี้น้ำแข็ง 0.12% เป็น 0.27% และมอเตอร์สปอร์ต 0.12% เป็น 0.18% โดยรวมแล้วข้อมูลชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการเล่นกีฬาของประชาชนเริ่มกระจายตัวออกจากกีฬายอดนิยมดั้งเดิมไปสู่กีฬาทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 5 - 13 : ชนิดกีฬาที่ประชาชนมีการเล่นกีฬา (กรณีที่เล่นกีฬา) ปี 2568 - 2569

ชนิดกีฬา	ร้อยละ (%)		ชนิดกีฬา	ร้อยละ (%)	
	2568	2569		2568	2569
ฟุตบอล	33.16	24.69	สเกตน้ำแข็ง	0.26	0.58
แบดมินตัน	24.69	18.75	เทควันโด	1.05	0.52
วอลเลย์บอล	15.43	12.72	ยิมนาสติก	0.47	0.48
ฟุตซอล	15.05	10.69	ยิงธนู	0.53	0.40
บาสเกตบอล	11.48	10.24	โบว์ลิ่ง	0.38	0.32
วิ่งลู่/กรีฑา	10.28	10.01	สเกตบอร์ด	0.44	0.27
วิ่งถนน	20.04	8.46	ฮอกกี้น้ำแข็ง	0.12	0.27
ว่ายน้ำ	7.30	5.94	เทคบอล	0.23	0.25
ตะกร้อ	4.56	4.42	ฟันดาบ	0.38	0.25
เปตอง	1.61	2.96	จักรยานยนต์	1.02	0.25
เทนนิส	2.42	2.66	รักบี้ฟุตบอล	0.44	0.23
จักรยาน	3.74	2.48	กีฬาเอ็กซ์ตรีม	0.20	0.22
วิ่งเทรล	3.21	2.13	โรลเลอร์สเกต	0.23	0.22
อีสปอร์ต	2.22	2.01	มอเตอร์สปอร์ต	0.12	0.18
มวยไทย	3.33	1.76	ยูโด	0.56	0.18
สนุกเกอร์	1.31	1.28	คาราเต้	0.20	0.18
เทเบิลเทนนิส	0.76	1.18	ศิลปะการต่อสู้	0.56	0.10
กอล์ฟ	1.11	0.96	ฮอกกี้	0.15	0.10
สควอช	0.93	0.91	เจ็ตสกี	0.18	0.10
มวยสากล	1.40	0.75	เบสบอล/ซอฟต์บอล	0.23	0.08
ยิงปืน	0.64	0.68	เรือใบ	0.06	0.05
เพาะกาย	1.02	0.67	ขี่ม้า	0.32	0.00
ยกน้ำหนัก	0.67	0.63	อื่น ๆ	0.79	1.23

หมายเหตุ: (1) วิ่งถนน หมายถึง การเข้าร่วมวิ่งถนนในรายการที่มีผู้จัดการแข่งขันเท่านั้น และ (2) กีฬาเอ็กซ์ตรีม ได้แก่ ปีนผา ฟรีรันนิ่ง เวคบอร์ด ร่มร่อน กระโดดร่ม และกีฬาเอ็กซ์ตรีมอื่นๆ ทั้งทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ

5.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากการสำรวจ

1. **พัฒนาคุณภาพช่องทางการรับชมกีฬาทั้งฟรีและเสียค่าใช้จ่าย**

ข้อค้นพบ : จากการสำรวจ พบว่า การรับชมผ่านโทรทัศน์/อุปกรณ์ดิจิทัลแบบไม่มีค่าใช้จ่ายยังคงมีสัดส่วนสูงที่สุดและเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 91.00 เป็นร้อยละ 93.00 ขณะที่รูปแบบมีค่าใช้จ่ายกลับมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวจากร้อยละ 17.54 เป็นร้อยละ 31.10 และการเดินทางไปชมกีฬาที่สนามแข่งขันก็เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 38.82 เป็นร้อยละ 44.30 เช่นกัน สะท้อนว่าแม้การรับชมแบบไม่มีค่าใช้จ่ายจะยังเป็นช่องทางหลัก แต่ประชาชนมีแนวโน้มยินดีจ่ายเพื่อรับชมเนื้อหากีฬาและเดินทางไปชมสดเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในปี 2569

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย : ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพช่องทางการรับชมกีฬาทั้งช่องทางไม่มีค่าใช้จ่ายและช่องทางที่มีค่าใช้จ่าย โดยสนับสนุนผู้ให้บริการแพลตฟอร์มในประเทศให้พัฒนาคอนเทนต์ และแพ็กเกจการรับชมที่มีคุณภาพและคุ้มค่า พร้อมทั้งคงการถ่ายทอดฟรีสำหรับรายการแข่งขันสำคัญระดับชาติเพื่อการเข้าถึงของประชาชนทุกกลุ่ม ควบคู่กับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามแข่งขันเพื่อรองรับผู้ชม ที่เดินทางมาชมสดเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เพื่อยกระดับคุณภาพและความหลากหลายของช่องทางรับชมกีฬาให้ตอบสนอง ทั้งกลุ่มที่ยินดีจ่ายและกลุ่มที่ต้องการช่องทางไม่มีค่าใช้จ่าย พร้อมรองรับการเติบโตของการชมกีฬาสดที่สนามแข่งขัน

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ : การกีฬาแห่งประเทศไทย ร่วมกับสำนักงาน กสทช. และหน่วยงานบริหารจัดการสนามกีฬา

2. **ส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุ**

ข้อค้นพบ : กลุ่มผู้สูงอายุมีค่าใช้จ่ายจริงด้านกีฬาลดลง (จาก 9,904.98 เหลือ 9,101.57 บาทต่อคน) และมีความเต็มใจจ่ายลดลงเช่นกัน ขณะที่ข้อมูลผลกระทบทางสังคมชี้ว่าการออกกำลังกายช่วยลดต้นทุนค่ารักษาพยาบาลได้ถึง 808.84 บาทต่อคนต่อปี โดยเฉพาะการลดอัตราการเข้ารับการรักษาแบบผู้ป่วยใน (IPD)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย : จัดทำโครงการส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุโดยไม่มีค่าใช้จ่ายหรือมีค่าใช้จ่ายต่ำ เช่น ลานออกกำลังกายชุมชน คลาสออกกำลังกายเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ และระบบตรวจสุขภาพก่อน - หลังเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มอัตราการออกกำลังกายในกลุ่มผู้สูงอายุ และลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขของประเทศในระยะยาว

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ : กรมกิจการผู้สูงอายุ ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข และการกีฬาแห่งประเทศไทย

3. **พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการออกกำลังกายราคาประหยัดในชุมชน**

ข้อค้นพบ : รูปแบบการออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือการวิ่ง (ร้อยละ 65.59) และการเดิน/เดินเร็ว (ร้อยละ 54.12) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เข้าถึงง่ายไม่ต้องใช้อุปกรณ์หรือค่าใช้จ่ายสูง ขณะที่กีฬาอย่างเปตองและวิ่งเทรลก็มีอัตราการเติบโตของผู้เล่นสูงอย่างโดดเด่น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย : ลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะสำหรับการออกกำลังกายที่เข้าถึงง่าย เช่น ลู่วิ่ง ทางเดิน วิ่งในชุมชน สวนสาธารณะ และลานเปตอง ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ที่ยังขาดแคลน ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงพื้นที่ออกกำลังกายราคาประหยัดหรือไม่มีค่าใช้จ่ายแก่ประชาชนทุกกลุ่ม

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ : กรมพลศึกษา ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและกระทรวงมหาดไทย

4. ผลักดันนโยบายเวลาและแรงจูงใจเพื่อเพิ่มการออกกำลังกาย

ข้อค้นพบ : เหตุผลหลักที่ประชาชนไม่เล่นกีฬาหรือไม่ออกกำลังกายคือความไม่ชอบ/ชอบกิจกรรมอื่นมากกว่า (ร้อยละ 49.30) และข้อจำกัดด้านเวลา (ร้อยละ 46.69) ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันมากกว่าปัจจัยด้านสุขภาพหรือรายได้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย : ผลักดันนโยบายเวลาทำงานที่ยืดหยุ่นหรือช่วงเวลาออกกำลังกายในสถานที่ทำงานและสถานศึกษา ควบคู่กับการรณรงค์สร้างแรงจูงใจและปรับทัศนคติของประชาชนต่อการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อลดสัดส่วนประชาชนที่ไม่ออกกำลังกายจากอุปสรรคด้านเวลาและแรงจูงใจ และเพิ่มอัตราการออกกำลังกายในภาพรวมของประเทศ

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ : กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ ร่วมกับกรมพลศึกษาและการกีฬาแห่งประเทศไทย

5. ยกระดับมาตรฐานธุรกิจฝึกสอนกีฬาเอกชนสำหรับกลุ่มวัยทำงาน

ข้อค้นพบ : กลุ่มอายุ 20 - 39 ปี มีค่าใช้จ่ายจริงและความเต็มใจจ่ายด้านกีฬาเติบโตสูงสุด เช่น กลุ่ม 20 - 29 ปี เพิ่มจาก 8,099.69 เป็น 10,642.31 บาทต่อคน และหมวดค่าผู้ฝึกสอน/เรียนกีฬาเป็นค่าใช้จ่ายสูงสุดในกลุ่มผู้ที่มีการใช้จ่ายจริง เฉลี่ย 18,278.46 บาทต่อคน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย : กำหนดมาตรฐานคุณภาพและระบบรับรองผู้ฝึกสอน/สถาบันสอนกีฬาเอกชน พร้อมมาตรการจูงใจทางภาษีหรือเงินอุดหนุนสำหรับธุรกิจฝึกอบรมกีฬาที่ได้มาตรฐาน เพื่อรองรับความต้องการที่เติบโตในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น ทั้งนี้ เพื่อยกระดับคุณภาพและความปลอดภัยของบริการฝึกสอนกีฬาภาคเอกชน พร้อมทั้งสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาในกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ : กระทรวงพาณิชย์ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) ร่วมกับการกีฬาแห่งประเทศไทย

6. สนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์กีฬาสัญชาติไทย

ข้อค้นพบ : แบรนด์ต่างชาติอย่าง Nike และ Adidas ครองส่วนแบ่งตลาดชุดกีฬา (ร้อยละ 41.88 และ 37.12) และรองเท้ากีฬา (ร้อยละ 48.65 และ 43.52) สูงกว่าแบรนด์สัญชาติไทยอย่าง Warrix และ Grand Sport อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในตลาดรองเท้าที่แบรนด์ไทยมีสัดส่วนต่ำกว่าร้อยละ 5

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย : สนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์กีฬาสัญชาติไทยผ่านการให้ทุนวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมให้หน่วยงานรัฐและทีมชาติใช้ผลิตภัณฑ์แบรนด์ไทย และการสนับสนุนช่องทางการส่งออก ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมกีฬาไทย และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจภายในประเทศ

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ: กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับการกีฬาแห่งประเทศไทย

7. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาข้ามจังหวัด

ข้อค้นพบ : ความถี่ในการเดินทางไปชมกีฬาที่สนามแข่งขันต่างจังหวัดเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนจาก 2.53 เป็น 7.30 ครั้งต่อปี และสัดส่วนการเดินทางโดยเครื่องบินเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.03 เป็นร้อยละ 4.25 สะท้อนแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาข้ามจังหวัดที่ขยายตัว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย : พัฒนาแพ็กเกจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sports tourism) ที่เชื่อมโยงการแข่งขันกีฬาสำคัญในภูมิภาคต่าง ๆ กับกิจกรรมท่องเที่ยว พร้อมสนับสนุนจังหวัดในการเป็นเจ้าภาพ

จัดการแข่งขันกีฬาระดับชาติ/นานาชาติ ทั้งนี้ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการเดินทางชมกีฬาข้ามจังหวัด

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ : การกีฬาแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

8. เสริมสร้างระบบลีกกีฬาระดับฐานรากเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วม

ข้อค้นพบ : สัดส่วนผู้เข้าร่วมการแข่งขันที่จัดเป็นประจำเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 34.10 เป็นร้อยละ 46.55 และผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพื่อความเป็นเลิศเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 37.32 เป็นร้อยละ 45.55 แต่สัดส่วนผู้เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาโดยรวมกลับลดลงจากร้อยละ 25.91 เหลือร้อยละ 22.43 ในปี 2569

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย : เพิ่มการลงทุนในระบบลีกกีฬาระดับชุมชนและโรงเรียนที่จัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง และเชื่อมโยงเป็นเส้นทางพัฒนานักกีฬาจากระดับฐานรากสู่ระดับเป็นเลิศ เพื่อดึงดูดให้ประชาชนกลับมาเข้าร่วมการแข่งขันมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อพลิกฟื้นแนวโน้มการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาที่ลดลง และสร้างระบบนิเวศการแข่งขันกีฬาที่ยั่งยืนตั้งแต่ระดับฐานราก

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ : กระทรวงศึกษาธิการ การกีฬาแห่งประเทศไทย และสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทยแต่ละประเภท

9. ผนวกการลงทุนด้านกีฬาเข้ากับยุทธศาสตร์สาธารณสุขของประเทศ

ข้อค้นพบ : ผลการวิเคราะห์ผลกระทบทางสังคมชี้ว่าการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายช่วยลดต้นทุนค่ารักษาพยาบาลได้ 808.84 บาทต่อคนต่อปี ซึ่งเมื่อคำนวณกับจำนวนประชาชนอายุ 15 - 79 ปี ที่ออกกำลังกาย (49,575,591 คน) คิดเป็นมูลค่าประโยชน์ทางสังคมรวมกว่า 40,098 ล้านบาทในปี 2569

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย : กำหนดให้การลงทุนด้านการกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การป้องกันโรคและลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขของประเทศอย่างเป็นทางการ โดยเชื่อมโยงงบประมาณด้านกีฬากับตัวชี้วัดด้านสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุข ทั้งนี้เพื่อใช้ข้อมูลผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ - สุขภาพเป็นหลักฐานสนับสนุนการเพิ่มงบประมาณด้านกีฬาอย่างมีเหตุผล และลดค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขของประเทศในระยะยาว

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ : กระทรวงสาธารณสุข สำนักงบประมาณ และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

10. ขยายโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬาสำหรับผู้หญิง

ข้อค้นพบ : ค่าใช้จ่ายจริงด้านกีฬาของเพศหญิงเพิ่มขึ้นในอัตราที่โดดเด่นกว่าเพศชาย (จาก 8,051.78 เป็น 10,006.43 บาทต่อคน) และความเต็มใจจ่ายของเพศหญิงก็เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ขณะที่เพศชายลดลงเล็กน้อย สะท้อนช่องว่างด้านการใช้จ่ายกีฬาระหว่างเพศที่กำลังแคบลง

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย : ขยายโครงการ สนามแข่งขัน และการประชาสัมพันธ์กีฬาสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ เพื่อรักษาแนวโน้มการเติบโตของการมีส่วนร่วมและการลงทุนด้านกีฬาของกลุ่มนี้ให้ต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของผู้หญิงอย่างรอบด้าน ครอบคลุม 3 มิติหลัก ได้แก่ (1) ความปลอดภัย เช่น ระบบไฟส่องสว่างเพียงพอบริเวณทางเข้า - ออก และลานจอดรถ กล้องวงจรปิดครอบคลุมพื้นที่ ระบบแจ้งเหตุฉุกเฉิน (SOS) และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยหรืออาสาสมัครประจำช่วงเวลาการใช้งาน (2) ที่จอดรถ เช่น จุดจอดรถเฉพาะสำหรับผู้หญิงที่อยู่ใกล้ทางเข้าและมีแสงสว่างเพียงพอ รวมถึงจุดรับ-ส่ง ที่ปลอดภัยสำหรับผู้ที่เดินทางคนเดียวหรือมีบุตรร่วมเดินทาง และ (3) สุขอนามัยและห้องน้ำ เช่น ห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าแยกสัดส่วนที่สะอาด ปลอดภัย มีระบบล็อก

ที่ได้มาตรฐานจุดบริการผลิตภัณฑ์สุขอนามัยสำหรับผู้หญิง (เช่น ตู้จำหน่ายผ้าอนามัย) และห้องให้นมบุตร/มุมสำหรับคุณแม่ในสนามกีฬาและศูนย์กีฬาของรัฐ ทั้งนี้ ส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศในการเข้าร่วมและการลงทุนด้านกีฬา พร้อมสร้างสภาพแวดล้อมด้านกีฬาที่ปลอดภัยและถูกสุขอนามัยตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของผู้หญิงเพื่อดึงดูดให้ผู้หญิงเข้าร่วมชมและเล่นกีฬาเพิ่มขึ้น

หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ : การกีฬาแห่งประเทศไทย ร่วมกับกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว

บทที่ 6
ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมกีฬาที่สำคัญปี 2569

6.1 การแข่งขันรถจักรยานยนต์ รายการ “PT Grand Prix of Thailand 2026”

ผลกระทบทางเศรษฐกิจและความคุ้มค่าของการจัดการแข่งขันรถจักรยานยนต์ MotoGP สนามที่ 1 “PT Grand Prix of Thailand 2026”

ระหว่างวันที่ 27 กุมภาพันธ์ – 1 มีนาคม 2569

สรุปผลการจัดการแข่งขันรถจักรยานยนต์
รายการ “PT Grand Prix of Thailand 2026”

ตัวแปร	ค่าตัวแปร
จำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด	**228,228**
ผู้เข้าร่วมชาวไทย	168,501
ผู้เข้าร่วมชาวต่างชาติ	59,727
ค่าใช้จ่ายในการจัดการแข่งขัน (บาท)	**673,000,000.00**
ค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด (บาท)	**4,466,312,441.54**
ผู้เข้าร่วมชาวไทย	2,655,562,987.34
ผู้เข้าร่วมชาวต่างชาติ	1,810,749,454.20
มูลค่าเงินหมุนเวียนสุทธิจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**5,139,312,441.54**
มูลค่า GDP จากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**3,917,068,442.74**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	1,869,501,750.34
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	727,809,477.87
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	1,319,757,214.54
จำนวนการจ้างงาน (เต็มปี) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	**7,983**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	3,907
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	1,361
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	2,715
จำนวนการจ้างงาน (ช่วงจัดงาน) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	**22,140**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	10,835
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	3,775
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	7,530
รายรับภาษีจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**750,902,020.47**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	358,383,485.54
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	139,521,076.91
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	252,997,458.03
Return on Investment (ROI) (%)	**482.03**
Multiplier (เท่า)	**1.61**

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา


MotoGP
PT GRAND PRIX
OF THAILAND 2026
27 February -
01 March 2026
จำนวนผู้เข้าร่วมการแข่งขัน
228,228 คน
ผู้เข้าร่วมชาวไทย
168,501 คน
ผู้เข้าร่วมชาวต่างชาติ
59,727 คน
ผลกระทบด้านเศรษฐกิจโดยรวมจากการจัดงาน
มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยรวม
5,139 ล้านบาท
มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นจากการจัดงานก่อให้เกิดกิจกรรมการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอื่นๆ ต่อเนื่องไหวงใช้ภูมิภาค รวมถึงการหมุนเวียนของเงินในทุกๆ รอบของระบบเศรษฐกิจ
การจ้างงาน
มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยรวมที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดการจ้างงานเทียบเท่าระยะเวลา 1 ปี
7,983 คน
งบประมาณในการจัดงาน
673 ล้านบาท
มูลค่าการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงาน
4,466 ล้านบาท
การใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงาน กระตุ้นการจับจ่ายภายในท้องถิ่นและธุรกิจต่อเนื่อง เช่น โรงแรม อาหาร สปา ช้อปปิ้งสินค้า/ ของที่ระลึก เป็นต้น
ภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีการผลิตอื่นๆ
ภาครัฐได้รับเป็นรายได้ในรูปแบบภาษีประเภทต่างๆ รอบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ
358 ล้านบาท
ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

6.2 การแข่งขันจักรยานทางไกลนานาชาติ รายการ “The Princess Maha Chakri Sirindhorn’s Cup Tour of Thailand 2026”



ผลกระทบทางเศรษฐกิจและความคุ้มค่าของการจัดการแข่งขันจักรยานทางไกลนานาชาติ "The Princess Maha Chakri Sirindhorn's Cup Tour of Thailand 2026"

ระหว่างวันที่ 24 มีนาคม – 2 เมษายน 2569

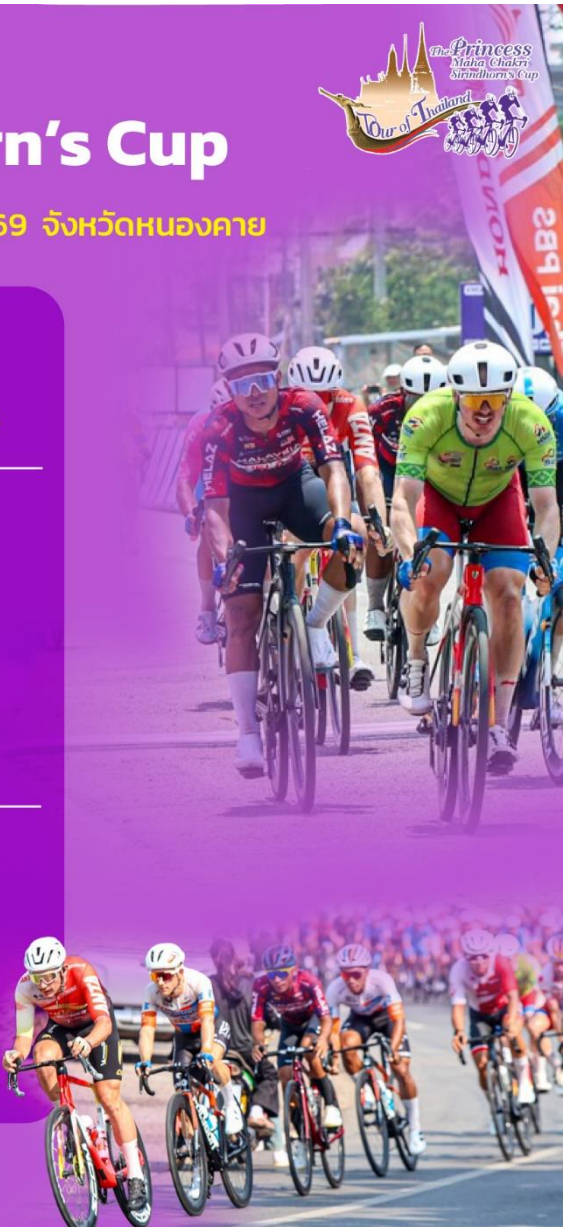
สรุปผลการจัดการแข่งขันจักรยานทางไกลนานาชาติ
รายการ "The Princess Maha Chakri Sirindhorn's Cup Tour of Thailand 2026"

ตัวแปร	ค่าตัวแปร
จำนวนนักกีฬา/ทีมงาน (คน)	**323**
ชาวไทย	17
ชาวต่างชาติ	306
จำนวนผู้ชม (คน)	**44,000**
ผู้ชม Onsite	24,000
ผู้ชมตามเส้นทางการแข่งขัน	20,000
ค่าใช้จ่ายในการจัดการแข่งขัน (บาท)	**40,000,000.00**
ค่า Direct Media Value (บาท)	**1,000,000.00**
ค่าใช้จ่ายของนักกีฬา/ทีมงาน (บาท)	**10,625,969.34**
ชาวไทย	287,985.78
ชาวต่างชาติ	10,337,983.56
ค่าใช้จ่ายของผู้ชม (บาท)	**32,153,760.00**
ผู้ชม Onsite	21,122,160.00
ผู้ชมตามเส้นทางการแข่งขัน	11,031,600.00
มูลค่าเงินหมุนเวียนสุทธิจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**83,779,729.34**
มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**125,605,440.39**
มูลค่า GDP จากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**56,193,474.79**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	28,431,426.41
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	8,829,971.14
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	18,932,971.14
จำนวนการจ้างงาน (เต็มปี) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	**100**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	52
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	14
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	34
จำนวนการจ้างงาน (ช่วงจัดงาน) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	**580**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	298
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	83
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	199
รายรับภาษีจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**12,049,274.59**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	6,096,402.92
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	1,893,173.12
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	4,059,698.55
Return on Investment (ROI) (%)	**40.48**
Multiplier (เท่า)	**1.50**

การแข่งขันจักรยานทางไกลนานาชาติ

The Princess Maha Chakri Sirindhorn's Cup Tour of Thailand 2026

ระหว่างวันที่24 มี.ค. – 2 เม.ย. 2569 จังหวัดหนองคาย



จำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด 44,323 คน

นักกีฬา/ทีมงาน 323 คน

ผู้ชม 44,000 คน

ค่าใช้จ่ายในการจัดการแข่งขัน (บาท) 40.00 ล้านบาท

มูลค่าเงินหมุนเวียนสุทธิจากการจัดการแข่งขัน (บาท) 83.78 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด (บาท) 42.78 ล้านบาท

มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดการแข่งขัน (บาท) 125.61 ล้านบาท

ค่า Direct Media Value (บาท) 1.00 ล้านบาท

จำนวนการจ้างงาน (ช่วงจัดงาน) **จากการจัดการแข่งขัน** (คน) 580 คน

รายรับภาษีจากการจัดการแข่งขัน (บาท) 12.05 ล้านบาท

Multiplier (เท่า) 1.50

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

6.3 การแข่งวิ่งฮาร์ฟมาราธอน รายการ “Phetchaburi Half Marathon 2026”



ผลกระทบทางเศรษฐกิจและความคุ้มค่าของการจัดการแข่งขัน วิ่งฮาร์ฟมาราธอน รายการ “Phetchaburi Half Marathon 2026 ในวันที่ 20 - 21 มิถุนายน 2569

สรุปผลการจัดการแข่งขันวิ่งฮาร์ฟมาราธอนรายการ “Phetchaburi Half Marathon 2026”

ตัวแปร	ค่าตัวแปร
จำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด (คน)	**3,656**
ผู้เข้าร่วมในจังหวัดเพชรบุรี	490
ผู้เข้าร่วมจากต่างจังหวัด	3,166
ค่าใช้จ่ายในการจัดการแข่งขัน (บาท)	**2,000,000.00**
ค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมทั้งหมด (บาท)	**18,870,215.81**
ผู้เข้าร่วมในจังหวัดเพชรบุรี	1,427,520.74
ผู้เข้าร่วมจากต่างจังหวัด	17,442,695.07
มูลค่าเงินหมุนเวียนสุทธิจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**20,870,215.81**
มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**34,785,617.95**
มูลค่า GDP จากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**16,486,305.36**
จำนวนการจ้างงาน (เต็มปี) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	**30**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	14
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	6
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	10
จำนวนการจ้างงาน (ช่วงจัดงาน) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	**222**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	106
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	40
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	76
รายรับภาษีจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**3,535,072.73**
Return on Investment (ROI) (%)	**724.32**
Multiplier (เท่า)	**1.67**


การแข่งขันวิ่งฮาร์ฟมาราธอน
PHETCHABURI
HALF MARATHON 2026
20 - 21 มิถุนายน 2569
จังหวัดเพชรบุรี
PHETBURI HALF MARATHON
จำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด
3,656 คน
ผู้เข้าร่วมในจังหวัดเพชรบุรี
490 คน
ผู้เข้าร่วมจากต่างจังหวัด
3,166 คน
ค่าใช้จ่าย
ในการจัดการแข่งขัน
2 ล้านบาท
ค่าใช้จ่าย
ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด
18.87 ล้านบาท
มูลค่าทางเศรษฐกิจ
จากการจัดการแข่งขัน
34.79
ล้านบาท
รายรับภาษี
จากการจัดการแข่งขัน
3.54 ล้านบาท
จำนวนการจ้างงาน (ช่วงจัดงาน)
จากการจัดการแข่งขัน
222 คน
Multiplier (เท่า)
1.67
โดย กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

6.4 การแข่งขันวิ่งเทรล รายการ “Lower North Trail Series 2026”



ผลกระทบทางเศรษฐกิจและความคุ้มค่าของการจัดการแข่งขันวิ่งเทรล รายการ “Lower North Trail Series 2026”

ระหว่างวันที่ 27 - 28 มิถุนายน 2569

สรุปผลการจัดการแข่งขันวิ่งเทรล รายการ “Lower North Trail Series 2026”

ตัวแปร	ค่าตัวแปร
จำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด (คน)	**980**
ผู้เข้าร่วมในจังหวัดกำแพงเพชร	282
ผู้เข้าร่วมจากต่างจังหวัด	698
ค่าใช้จ่ายในการจัดการแข่งขัน (บาท)	**1,434,600.00**
ค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมทั้งหมด (บาท)	**2,536,002.42**
ผู้เข้าร่วมในจังหวัดกำแพงเพชร	466,560.52
ผู้เข้าร่วมจากต่างจังหวัด	2,069,441.90
มูลค่าเงินหมุนเวียนสุทธิจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**3,970,602.42**
มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**6,151,125.03**
มูลค่า GDP จากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**2,878,540.00**
จำนวนการจ้างงาน (เต็มปี) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	**6**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	3
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	1
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	2
จำนวนการจ้างงาน (ช่วงจัดงาน) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	**68**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	34
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	10
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	24
รายรับภาษีจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**617,230.36**
Return on Investment (ROI) (%)	**100.65**
Multiplier (เท่า)	**1.55**


การแข่งขันวิ่งเทรล
Lower North
Trail Series 2026
ระหว่างวันที่ 27 – 28 มิถุนายน 2569
START
จำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด
980 คน
ผู้เข้าร่วมในจังหวัดกำแพงเพชร
282 คน
ผู้เข้าร่วมจากต่างจังหวัด
698 คน
ค่าใช้จ่าย
ในการจัดการแข่งขัน
1.43 ล้านบาท
ค่าใช้จ่าย
ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด
2.54 ล้านบาท
TAX
รายรับภาษี
จากการจัดการแข่งขัน
6.17 แสนบาท
จำนวนการจ้างงาน(ช่วงจัดงาน)
จากการจัดการแข่งขัน
68 คน
Multiplier
(เท่า)
1.55
มูลค่าทางเศรษฐกิจ
จากการจัดการแข่งขัน
6.15
ล้านบาท
โดย กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตารางที่ 6 - 1 : สรุปผลการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจและความคุ้มค่าของการจัดกิจกรรมกีฬาทั้ง 4 รายการ

ตัวแปร	PT Grand Prix of Thailand 2026	The Princess Maha Chakri Sirindhorn's Cup Tour of Thailand 2026	Phetchaburi Half Marathon 2026	Lower North Trail Series 2026
จำนวนผู้ร่วมและผู้ชมทั้งหมด (คน)	**228,228**	**44,323**	**3,656**	**980**
ผู้เข้าร่วมชาวไทย (ทั้งในและนอกพื้นที่)	168,501	17	3,656	980
ผู้เข้าร่วมชมชาวไทยในพื้นที่	-	-	-	-
ผู้เข้าร่วมชมชาวไทยนอกพื้นที่	-	-	-	-
ผู้เข้าร่วมชาวต่างชาติ	59,727	306	-	-
ผู้ชม Onsite และตามเส้นทางแข่งขัน		44,000		
ค่าใช้จ่ายในการจัดการแข่งขัน (บาท)	**673,000,000.00**	**40,000,000.00**	**2,000,000.00**	**1,434,600.00**
ค่าใช้จ่ายของผู้ชมทั้งหมด (บาท)	**4,466,312,441.54**	**42,779,729.34**	**18,870,215.81**	**2,536,002.42**
ผู้เข้าร่วมชาวไทย (ทั้งในและนอกพื้นที่)	2,655,562,987.34	287,985.78	**18,870,215.81**	**2,536,002.42**
ผู้เข้าร่วมชมชาวไทยในพื้นที่	-	-	-	-
ผู้เข้าร่วมชมชาวไทยนอกพื้นที่	-	-	-	-
ผู้ชมชาวต่างชาติ	1,810,749,454.20	10,337,983.56	-	-
ผู้ชม Onsite และตามเส้นทางแข่งขัน		32,153,760.00		
มูลค่าเงินหมุนเวียนจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**5,139,312,441.54**	**83,779,729.34**	**20,870,215.81**	**3,970,602.42**
มูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**8,278,699,473.45**	**125,605,440.39**	**34,785,617.95**	**6,151,125.03**
มูลค่า GDP จากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**3,917,068,442.74**	**56,193,474.79**	**16,486,305.36**	**2,878,540.00**
จำนวนการจ้างงาน (เต็มปี) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	**7,983**	**100**	**30**	**6**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	3,907	52	14	3
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	1,361	14	6	1
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	2,715	34	10	2
จำนวนการจ้างงาน (ช่วงจัดงาน) จากการจัดการแข่งขัน (คน)	**22,140**	**580**	**222**	**68**
ผลกระทบทางตรง (การจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาโดยตรง)	10,835	298	106	34
ผลกระทบทางอ้อม (การจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่อุปทาน)	3,775	83	40	10
ผลกระทบเชิงชักนำ (การจ้างงานที่เป็นผลจากการอุปโภคบริโภค)	7,530	199	76	24
รายรับภาษีจากการจัดการแข่งขัน (บาท)	**750,902,020.47**	**12,049,274.59**	**3,535,072.73**	**617,230.36**
Return on Investment (ROI) (%)	**482.03**	**40.48**	**724.32**	**100.65**
Multiplier (เท่า)	**1.61**	**1.50**	**1.67**	**1.55**

บทที่ 7
ข้อมูลสถิติและรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ในจังหวัดเชียงราย (พื้นที่นำร่อง)

7.1 กิจกรรมและการแข่งขันกีฬาในจังหวัดเชียงราย

ในปี 2569 มีกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาสำคัญที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงรายรวม 64 รายการ รายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 7 - 1 : รายการแข่งขันกีฬา/การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จัดขึ้นจังหวัดเชียงราย ปี 2569

ที่	กิจกรรม/รายการ	ชนิดกีฬา/ประเภท	ระยะเวลา	ผู้จัด	ผู้ร่วมจัด/หน่วยงานรัฐ	สถานที่
1	การแข่งขันกีฬากลุ่มโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดเชียงราย "เม็งรายเกมส์ 68"	มหกรรมกีฬา	10 - 15 ม.ค. 69	สหวิทยาเขตริมกก	สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเชียงรายและเครือข่ายส่งเสริมประสิทธิภาพการจัดการศึกษามัธยมศึกษาจังหวัดเชียงราย	โรงเรียนเม็งรายมหาราชวิทยาคม (เจ้าภาพ), มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, โรงเรียนอนุบาลนางแล และโรงเรียนชุมชนบ้านแม่ข้าวต้มหลวง
2	กีฬา "แม่ยาวเกมส์" ประจำปี 2569	ฟุตบอล วอลเลย์บอล ตะกร้อ เปตอง	20 - 22 ม.ค. 69	เทศบาลตำบลแม่ยาว	ศูนย์กีฬาตำบลแม่ยาว	สนามกีฬากลางตำบลแม่ยาว
3	กีฬาสานสัมพันธ์รวมพลังการศึกษา "เจียงฮายเกมส์" ครั้งที่ 7	มหกรรมกีฬา	23 ม.ค. 69	เครือข่ายทางการศึกษาในจังหวัดเชียงราย	สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเชียงราย (สกร.จังหวัดเชียงราย)	สนามกีฬากลางมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
4	Nakhon Chiangrai Run 2026 "วิ่งในสายหมอก"	วิ่งถนน	25 ม.ค. 69	สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	เทศบาลนครเชียงราย	สวนตุงและโคมนครเชียงรายและสวนสาธารณะหาดนครเชียงราย
5	มหกรรศิลปวัฒนธรรมชาติพันธุ์ จังหวัดเชียงราย รายการแม่ฟ้าหลวง ซุปเปอร์ไฟท์	มวยไทย	31 ม.ค. 69	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย	สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย	สนามกีฬากลางบ้านเทอดไทย ตำบลเทอดไทย
6	รายการแข่งขันสตรีทฟุตซอล ในงานมหกรรมกีฬา Sport Festival 2026	ฟุตซอล	26 ม.ค. - 4 ก.พ. 69	สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย	อบจ.เชียงราย	บริเวณฝูงบิน 416 เชียงราย (สนามบินเก่า)

ที่	กิจกรรม/รายการ	ชนิดกีฬา/ประเภท	ระยะเวลา	ผู้จัด	ผู้ร่วมจัด/หน่วยงานรัฐ	สถานที่
7	รายการแข่งขันบาสเกตบอล 3x3 ในงานมหกรรมกีฬา Sport Festival 2026	บาสเกตบอล	30 ม.ค. - 4 ก.พ. 69	สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย	อบจ.เชียงราย	บริเวณฝูงบิน 416 เชียงราย (สนามบินเก่า)
8	รายการแข่งขันจักรยานขาไถ ในงานมหกรรมกีฬา Sport Festival 2026	จักรยานขาไถ	4 ก.พ. 69	สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย	อบจ.เชียงราย	บริเวณฝูงบิน 416 เชียงราย (สนามบินเก่า)
9	Amazing Chiang Rai Marathon 2026	กรีฑา	7 - 8 ก.พ. 69	บริษัท Route Map Co.,Ltd , อบจ. เชียงราย	องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (อบจ. เชียงราย)	สนามกีฬากลาง จังหวัดเชียงราย
10	กรีฑาผู้สูงอายุชิงชนะเลิศประเทศไทยครั้งที่ 29 “นครเชียงรายเกมส์”	กรีฑา	13 - 16 ก.พ. 69	อบจ.เชียงราย	สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย	สนามกีฬากลาง จังหวัดเชียงราย
11	NAKHON CHIANG RAI CHEER การแข่งขันกีฬาเชียร์ชิงแชมป์จังหวัดเชียงราย	เชียร์ลีดดิ้ง	16 ก.พ. 69	สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	เทศบาลนครเชียงราย	สวนสาธารณะหาดนครเชียงราย จังหวัดเชียงราย
12	กีฬาเยาวชนประชาชนเขตเทศบาลตำบลเวียง ประจำปี 2569	มหกรรมกีฬา	18 ก.พ. 69	อบจ.เชียงราย	เทศบาลตำบลเวียง อ.เชียงแสน จ.เชียงราย และสมาคมกีฬายิงปืนลุ่มแม่โขง	อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย
13	วิ่ง ปั่น 2008 ปี สืบสานสู่ลานพระธาตุดอยตุง	วิ่งถนน จักรยาน	1 มี.ค. 69	วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย	เทศบาลแม่สาย	บริเวณลานพระธาตุดอยตุง ต.ห้วยไคร้ อ.แม่สาย จ.เชียงราย
14	การแข่งขันกีฬามหกรรมสร้างเสริมสุขภาพประชาชนและเครือข่ายบริการสุขภาพอำเภอแม่ฟ้าหลวง ประจำปี 2569	มหกรรมกีฬา	6 มี.ค. 69	อบจ.เชียงราย	โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลท่าสุด	สนามกีฬาบ้านเทอดไทย ตำบลเทอดไทย อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย
15	"ท้องถิ่นเชียงรายเกมส์" การแข่งขันกีฬานักเรียน อปท.จังหวัดเชียงราย ครั้งที่ 2	มหกรรมกีฬา	8 - 11 มี.ค. 69	สมาคมผู้ประกอบวิชาชีพผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษา	สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดเชียงราย	ศูนย์บูรณาการการเรียนรู้และนันทนาการองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย
16	แข่งขันกีฬาท้องถิ่นสัมพันธ์ อำเภอเมืองเชียงราย “น้ำกกเกมส์” ครั้งที่ 1	มหกรรมกีฬา	14 มี.ค. 69	กลุ่มเครือข่ายพัฒนาการศึกษาท้องถิ่นอำเภอเมืองเชียงราย	ท้องถิ่นอำเภอเมืองเชียงราย และชมรมนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เชียงราย	สนามกีฬาเทศบาลตำบลท่าสุด อ.เมืองเชียงราย จ.เชียงราย

ที่	กิจกรรม/รายการ	ชนิดกีฬา/ประเภท	ระยะเวลา	ผู้จัด	ผู้ร่วมจัด/หน่วยงานรัฐ	สถานที่
17	ยิงปืนชิงแชมป์จังหวัดเชียงราย NAKORN CHIANGRAI SHOOTING CHAMPIONSHIP 2026	ยิงปืน	14 - 15 มี.ค. 69	สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงรายและเทศบาลนครเชียงราย	เทศบาลนครเชียงราย	สนามยิงปืนนครเชียงราย
18	Pangkhon specialty coffee run 2026	วิ่งถนน	21 - 22 มี.ค. 69	บริษัทจัสอีเวนท์เชียงราย จำกัด	กลุ่มกาแฟพิเศษบ้านปางขอน องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยชมภู และชุมชนบ้านปางขอน จังหวัดเชียงราย	โรงเรียนสอนภาษาจีนปางขอน ต.ห้วยชมภู อ.เมืองเชียงราย จ.เชียงราย
19	การแข่งขันกีฬาฟุตซอล SDN FUTSAL NO-L CUP 2026 รอบชิงแชมป์ภาคเหนือตอนบน	ฟุตซอล	27 - 29 มี.ค. 69	การกีฬาแห่งประเทศไทย	เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) สสส. และภาคีเครือข่าย	อาคารเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา บรมราชินีนาถ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
20	FIRST FIGHT CHIANGRAI	มวยไทย	28 มี.ค. 69	การกีฬาแห่งประเทศไทย	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย และ Krudamgym	ลานกาสะลอง ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เชียงราย
21	มหกรรมกีฬาและนันทนาการประชาชนอำเภอเมืองเชียงราย	มหกรรมกีฬา	28 มี.ค. 69	สาธารณสุขอำเภอเมืองเชียงราย	อบจ.เชียงราย	สนามกีฬาเทศบาลตำบลแม่ยาว อ.เมืองเชียงราย จ.เชียงราย
22	การแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ทีมเชียงราย ยูไนเต็ด (เฉพาะสนามเหย้า)	ฟุตบอล	11, 25 เม.ย. 69	บริษัท เชียงราย ยูไนเต็ด คลับ จำกัด	จังหวัดเชียงราย และองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เชียงราย เทศบาลตำบลบ้านดู่	สิงห์ เชียงราย สเตเดียม (Singha Chiangrai Stadium)
23	หมากฮอสเจียงฮาย โอ่เพ่น 2569 ชิงแชมป์เจียงฮาย	หมากฮอส	18 เม.ย. 69	สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	ชมรมกีฬาหมากฮอสเจียงฮาย	มูลนิธิสาธารณกุศลสงเคราะห์เชียงราย เขตเทศบาลนครเชียงราย
24	แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ อ่างเก็บน้ำห้วยดินดำ/รายการแข่งขันมวยทะเล	มวยทะเล	22 เม.ย. 69	อำเภอเวียงเชียงรุ้ง	องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (อบจ.เชียงราย) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานเชียงราย	อ่างเก็บน้ำห้วยดินดำ ตำบลทุ่งก่อ อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย
25	The Chiang Rai Art Park Festival 2026	แอโรบิกแดนซ์	24 เม.ย. 69	สมาคมขัวศิลปะ	การกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย	ลานกิจกรรมพิพิธภัณฑ์ศิลปะร่วม

ที่	กิจกรรม/รายการ	ชนิดกีฬา/ประเภท	ระยะเวลา	ผู้จัด	ผู้ร่วมจัด/หน่วยงานรัฐ	สถานที่
	"กรุงเทพฯ มีสวนลุม เชียงรายมีสวนศิลป์"				ร้านมาลองเต๊อะ เชียงราย	สมัยเมืองเชียงราย (CCAM)
26	Central Chiangrai Kids Fun Run 2026	มินิกรีฑา	26 เม.ย. 69	ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เชียงราย (บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด มหาชน)	สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย โรงพยาบาลกรุงเทพ เชียงราย ภาคีเครือข่ายเอกชน และแบรนด์ชั้นนำ	ลานกาสะลอง ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เชียงราย
27	งานวิ่งวิสาขะเชียงราย	วิ่งถนน	3 พ.ค. 69	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และบริษัท จัสอีเวนท์ เชียงราย จำกัด	กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)	วัดป่าแฝกมังคลาราม ต.บ้านดู่ อ.เมือง จ.เชียงราย
28	การแข่งขันกีฬาเปตอง เชียงรายโอเพ่น ครั้งที่ 1 ประจำปี 2569	เปตอง	9 พ.ค. 69	ฝ่ายกีฬาเปตอง สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (อบจ.)	สนามกีฬากลาง อบจ.เชียงราย
29	วิ่งรับบุญ เสริมบารมี วิถีล้านนา : มูเตรัน เชียงราย	กรีฑา	16 - 17 พ.ค. 69	การท่องเที่ยวและกีฬากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (แพร่ น่าน พะเยา และเชียงราย)	การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย	สวนสาธารณะเชียงแสน - วัดพระธาตุจอมกิตติ
30	ห้วยก้างโมโตครอส	มอเตอร์ครอส	17 พ.ค. 69	เทศบาลตำบลไม้ยา	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่อำเภอพญาเม็งราย	อ่างเก็บน้ำบ้านห้วยก้าง ต.ไม้ยา อ.พญาเม็งราย จ.เชียงราย
31	การแข่งขันบาสเกตบอล 3 คน รายการ 3X3 UTCC CHAMPIONSHIP 2026 เชียงราย	บาสเกตบอล	23 พ.ค. 69	หอการค้าจังหวัดเชียงราย และกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (YEC) เชียงราย	องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (อบจ.เชียงราย)	โรงยิมเนเซียม สนามกีฬากลาง องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย
32	การแข่งขันกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานในพื้นที่อำเภอแม่สาย ประจำปี 2569	มหกรรมกีฬา	27 พ.ค. 69	ที่ทำการปกครองอำเภอแม่สาย	หน่วยงานราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	สนามกีฬากลางอำเภอแม่สาย
33	หมอออร์โธฯ ชวนก้าว Run Chiang Rai	วิ่งถนน	30 พ.ค. 69	ราชวิทยาลัยแพทย์ออร์โธปิดิกส์แห่งประเทศไทย (RCOST)	โรงพยาบาลเชียงราย ประชานุเคราะห์	ศูนย์กีฬาสันทนาการบ้านแดง สิงห์ปาร์คเชียงราย

ที่	กิจกรรม/รายการ	ชนิดกีฬา/ประเภท	ระยะเวลา	ผู้จัด	ผู้ร่วมจัด/หน่วยงานรัฐ	สถานที่
34	การแข่งขันจักรยานขาไถ "Balance Bike Chiang Rai ครั้งที่ 1	จักรยานขาไถ	31 พ.ค. 69	การกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย	องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (อบจ. เชียงราย)	สนามกีฬากลางจังหวัดเชียงราย
35	Hisense Football Youth Cup Sponsorship 2026 (ปี 3)	ฟุตบอล	30 พ.ค. - 1 มิ.ย. 69	ไฮเซ่นส์	การกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย	สนามสิงห์ เชียงราย สเตเดียม จังหวัดเชียงราย
36	CHIANG RAI ELITE YOUTH CUP U14 2026	ฟุตบอล	1 - 3 มิ.ย. 69	ฝ่ายกีฬาฟุตบอล สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย	สนามฟุตบอล 1 สนามกีฬาจังหวัดเชียงราย อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
37	กีฬาเชียร์ชิงแชมป์ภาคเหนือ ครั้งที่ 5 ประจำปี พ.ศ.2569	เชียร์ลีดดิ้ง	6 - 7 มิ.ย. 69	สมาคมกีฬาเชียร์แห่งประเทศไทย (CAT)	สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย และเทศบาลนครเชียงราย	ศูนย์ประชุมนครเชียงราย
38	CR-PAO BASKETBALL 3X3 CHAMPIONSHIP 2026 – ZONE 3	บาสเกตบอล	20 - 21 มิ.ย. 69	องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (อบจ. เชียงราย)	โรงเรียน/สถานศึกษาเจ้าภาพในพื้นที่ Zone 3 (ครอบคลุมพื้นที่โซนอำเภอทางตอนใต้/ตะวันออก เช่น โซนพาน/ป่าแดด หรือพื้นที่อำเภอในเขตการแข่งขัน)	สนามบาสเกตบอล เทศบาลตำบลเมืองพาน อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย
39	STAR POWER YOUTH CUP 2026 Season 1	ฟุตบอล	20 - 21 มิ.ย. 69	สนามฟุตบอลหญ้าเทียมสตาร์พาวเวอร์ เชียงราย (Star Power)	ร่วมกับ Kru Meiji (ครูเมจิ)	สนามฟุตบอลหญ้าเทียมสตาร์พาวเวอร์ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
40	การแข่งขันกีฬาวู้ดบอล ครูไทยวัยเกษียณ 2026	วู้ดบอล	21 มิ.ย. 69	สำนักงาน สกสค. จังหวัดเชียงราย	สมาคมกีฬาวู้ดบอลล้านนาเชียงราย	สนามกีฬากลางจังหวัดเชียงราย
41	ศึกฟุตซอลเยาวชน "CENTRAL CHIANGRAI & SAT KIDS STREET FUTSAL 2026"	ฟุตซอล	26 - 28 มิ.ย. 69	สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย (กกท.)	ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเชียงราย และฝ่ายกีฬาฟุตบอล สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	ลานกาสะลอง ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเชียงราย
42	กิตติคุณดอยหลวงจูเนียร์คัพ ครั้งที่ 3	ฟุตบอล	4 - 5 ก.ค. 69	โรงเรียนกิตติคุณดอยหลวงวิทยา	กิตติคุณ อะคาเดมี	สนามฟุตบอลโรงเรียนกิตติคุณดอยหลวงวิทยา อำเภอดอยหลวง จังหวัดเชียงราย
43	CR-PAO Basketball 3x3 Championship 2026 Zone 4	บาสเกตบอล	11 - 12 ก.ค. 69	อบจ.เชียงราย โดยกองการท่องเที่ยว	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสถานศึกษาในเขต Zone 4	สนามบาสเกตบอลโรงเรียนเทิงวิทยาคม

ที่	กิจกรรม/รายการ	ชนิดกีฬา/ประเภท	ระยะเวลา	ผู้จัด	ผู้ร่วมจัด/หน่วยงานรัฐ	สถานที่
				และกีฬา อบจ. เชียงราย	(ครอบคลุมพื้นที่อำเภอเทิง อำเภอเชียงของ อำเภอขุนตาล และอำเภอเวียงแก่น)	
44	“สืบสานมวยไทยจากรากหญ้าสู่สากล Authentic Muaythai” ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569	มวยไทย	12 ก.ค. 69	สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย (กกท.)	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย	โดมกิจกรรมโรงเรียนองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย
45	การแข่งขันกีฬาเยาวชนเทศบาลนครเชียงราย ประจำปี 2569	กีฬาเอ็กซ์ตรีม	17 ก.ค. 69	เทศบาลนครเชียงราย	สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	ลานสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม (ST) สวนสาธารณะริมน้ำกกเทศบาลนครเชียงราย
46	CR-PAO Basketball 3x3 Championship 2026 Zone 4 (รอบชิงชนะเลิศ)	บาสเกตบอล	18 - 19 ก.ค. 69	อบจ.เชียงราย โดยกองการท่องเที่ยวและกีฬา อบจ. เชียงราย	องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสถานศึกษาในเขต Zone 4 (ครอบคลุมพื้นที่ อำเภอเทิง อำเภอเชียงของ อำเภอขุนตาล และอำเภอเวียงแก่น)	สนามบาสเกตบอลโรงเรียนเทิงวิทยาคม
47	DOI TUNG SKY RACE 2026	วิ่งถนน	19 ก.ค. 69	สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย	อำเภอแม่ฟ้าหลวง และ องค์การบริหารส่วนตำบลแม่ไร่ / อบต.แม่ฟ้าหลวง	บริเวณสถานีขนส่งท่องเที่ยวดอยตุง ตำบลแม่ไร่ อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย
48	การแข่งขันกีฬาต้านยาเสพติดตำบลตับเต่า "ตับเต่าคัพ 2026"	ฟุตบอล วอลเลย์บอล	21 - 22 ก.ค. 69	องค์การบริหารส่วนตำบลตับเต่า	ฝ่ายปกครองตำบลตับเต่า (กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน) และโรงเรียน/ชุมชนในเขตตำบลตับเต่า	สนามโรงเรียนบ้านบางคำ ต.ตับเต่า อ.เทิง จ.เชียงราย
49	การแข่งขันกีฬาชิงชนะเลิศ แห่งจังหวัดเชียงราย ประจำปี 2569	มหกรรมกีฬา	1 - 31 ส.ค. 69	สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	เทศบาลนครเชียงราย	ศูนย์ประชุมนครเชียงราย (อาคารเจียงแสน) และสนามกีฬากลางจังหวัดเชียงราย
50	AKHA Trail 2026	วิ่งเทรล	1 - 2 ส.ค. 69	Route Map Co.,Ltd	เทศบาลตำบลเวียงพางคำ และสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) จังหวัดเชียงราย	โรงเรียนบ้านผาฮี้ จ.เชียงราย

ที่	กิจกรรม/รายการ	ชนิดกีฬา/ประเภท	ระยะเวลา	ผู้จัด	ผู้ร่วมจัด/หน่วยงานรัฐ	สถานที่
51	Chiang Rai All Thailand Table Tennis Championships 2026 (Circuit 2/ระดับ 4 ดาว)	เทเบิลเทนนิส	15 - 18 ส.ค. 69	ฝ่ายเทเบิลเทนนิส สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	สมาคมกีฬาเทเบิลเทนนิสแห่งประเทศไทย	ชั้น G/เชียงรายฮอลล์ เซ็นทรัล เชียงราย
52	ผาหมีเทรล 2026	วิ่งเทรล	23 ส.ค. 69	เทศบาลตำบลเวียงพางคำ และชุมชนท่องเที่ยวบ้านผาหมี/ฝ่ายปกครองท้องที่บ้านผาหมี	องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (อบจ. เชียงราย)	โรงน้ำดื่มบ้านผาหมี ต.เวียงพางคำ อ.แม่สาย จ.เชียงราย
53	Likhai Trail 2026 ลิไข่เทรล	วิ่งเทรล	29 - 30 ส.ค. 69	เทศบาลตำบลนางแล	ชุมชนและคณะกรรมการหมู่บ้านลิไข่ (นางแลใน)	Eden Cafe บริเวณนาขั้นบันไดบ้านลิไข่ ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
54	Legacy Doi Chang 2026	วิ่งเทรล	5 - 6 ก.ย. 69	สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) จังหวัดเชียงราย บริษัท พีเจ เพลย์กราวด์ จำกัด และชุมชนดอยช้าง	ฝ่ายปกครองอำเภอแม่สรวย และองค์การบริหารส่วนตำบลวาวี (อบต.วาวี)	ณ ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย
55	ออมสิน YOUTH SPORTS FESTIVAL 2026 (มหกรรมกีฬาเยาวชนธนาคารโรงเรียน ฤดูกาลที่ 17)	ฟุตบอล วอลเลย์บอล บาสเกตบอล	7 - 11 ก.ย. 69	ธนาคารออมสิน	บริษัท เทโร เอ็นเทอร์เทนเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	สนามกีฬากลาง จังหวัดเชียงราย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย)
56	Khun Huai Lao Luang Trail 2026 "ขุนห้วยเลาหลวงเทรล 2026"	วิ่งเทรล	13 ก.ย. 69	ชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้านตำบลป่าแดด อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย	เทศบาลตำบล/อบต. ในพื้นที่ตำบลป่าแดด	อ่างเก็บน้ำแม่ตาช้าง (ขุนห้วยเลาหลวงฮับ)
57	PHU CHI FA TRAIL 2026	วิ่งเทรล	11 ต.ค. 69	ปกครองอำเภอเทิง และบริษัท จัสอีเว้นท์ เชียงราย จำกัด	อุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า, องค์การบริหารส่วนตำบลตับเต่า และกู้ภัย/ สถานีตำรวจภูธรเทิง	ลานกิจกรรมอเนกประสงค์ จุดจอดรถอุทยานแห่งชาติ ต.ตับเต่า อ.เทิง จ.เชียงราย
58	EGAT ยกน้ำหนักเยาวชน - ยุวชนชิงแชมป์ประเทศไทย ปี 2569 รายการยุวชนรุ่นอายุ 13 - 15 ปี ชิงถ้วยพระราชทาน	ยกน้ำหนัก	15 - 20 ต.ค. 69	เทศบาลนครเชียงราย	สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	ศูนย์ประชุมนครเชียงราย อาคารเจียงแสน

ที่	กิจกรรม/รายการ	ชนิดกีฬา/ประเภท	ระยะเวลา	ผู้จัด	ผู้ร่วมจัด/หน่วยงานรัฐ	สถานที่
	สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ					
59	Ultra - Trail Chiang Rai (UTCR)	วิ่งเทรล	18 - 20 ต.ค. 69	บริษัท ทีละก้าว จำกัด (Teelakow) และ สิงห์ ปาร์ค เชียงราย	จังหวัดเชียงราย และ สำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) จังหวัดเชียงราย	สิงห์ปาร์คเชียงราย
60	EGAT ยกน้ำหนักเยาวชน - ยุวชน ชิงแชมป์ประเทศไทย ปี 2569 รายการเยาวชนชิงถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว	ยกน้ำหนัก	21 - 26 ต.ค. 69	เทศบาลนครเชียงราย	สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดเชียงราย	ศูนย์ประชุมนครเชียงราย อาคารเจียงแสน
61	แสงนำใจไทยทั้งชาติ เดิน วิ่ง ปั่น ป้องกันอัมพาต ครั้งที่ 12	เดิน วิ่งถนน จักรยาน	1 พ.ย. 69	การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย	-	สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ
62	Big Blue Ruammit Ultra Trail 2026	วิ่งเทรล	7 - 8 พ.ย. 69	ทีมงาน Big Blue Trail/ผู้เชี่ยวชาญการจัดงานวิ่งเทรลภาคเอกชน ร่วมกับชุมชนกะเหรี่ยง Ruammit (บ้านรวมมิตร)	องค์การบริหารส่วนตำบลแม่ยาว ฝ่ายปกครองท้องที่บ้านรวมมิตร และสำนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) จังหวัดเชียงราย	โรงเรียนบ้านรวมมิตร อำเภอเมืองเชียงราย
63	อนุบาลเวียงเชียงรุ้งมินิมาราธอน Run for Fun ครั้งที่ 1	วิ่งถนน	22 พ.ย. 69	โรงเรียนอนุบาลเวียงเชียงรุ้ง	ที่ว่าการอำเภอเวียงเชียงรุ้งเทศบาลตำบลทุ่งก่อ และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3	โรงเรียนอนุบาลเวียงเชียงรุ้ง ตำบลทุ่งก่อ อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย
64	2026 Spartan Super World Championship & Trifecta Weekend Chiang Rai	วิ่งวิบาก	12 - 13 ธ.ค. 69	Spartan Race Thailand	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และ บริษัท สิงห์ปาร์ค เชียงราย จำกัด	สิงห์ปาร์ค เชียงราย

7.2 มูลค่าทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดเชียงราย

มูลค่าทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมการแข่งขันในจังหวัดเชียงราย โดยสรุปแล้ว พบว่า ในปี 2569 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งวัดโดยมูลค่าการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งนักกีฬาและผู้ติดตามให้แก่จังหวัดเชียงรายได้เท่ากับ 341,352,595.84 บาท จากการจัดการแข่งขัน/กิจกรรมกีฬาจำนวน 64 รายการ รายละเอียดมี ดังนี้

ตารางที่ 7 - 2 : สรุปมูลค่าทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดเชียงราย ปี 2569

เดือน	จำนวนกิจกรรม	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)	มูลค่าการใช้จ่าย (บาท)
มกราคม	5	9,212	15,964,334.17
กุมภาพันธ์	7	14,400	44,175,979.50
มีนาคม	9	13,420	23,186,825.75
เมษายน	5	6,300	48,382,776.19
พฤษภาคม	9	5,770	10,985,386.51
มิถุนายน	6	7,540	13,727,029.15
กรกฎาคม	7	8,800	14,951,394.88
สิงหาคม	5	9,400	22,062,743.25
กันยายน	3	8,000	20,898,573.50
ตุลาคม	4	9,100	31,384,930.75
พฤศจิกายน	3	5,400	12,778,872.19
ธันวาคม	1	10,000	82,853,750.00
รวมปี 2569	**64**	**107,342**	**341,352,595.84**

หมายเหตุ : การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของกิจกรรมการท่องเที่ยงเชิงกีฬาในจังหวัดเชียงราย ประจำปี 2569 ในครั้งนี้ มีข้อควรระวังซึ่งผู้ใช้ข้อมูลควรรับทราบก่อนนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์หรือนำไปอ้างอิง ดังนี้

1. การคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจอาศัยเพียงค่าคาดประมาณของมูลค่าการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมกิจกรรม นั่นคือ นักกีฬาและผู้ติดตาม เท่านั้น โดยยังมิได้นำเอาค่าใช้จ่ายในการจัดงานของผู้จัดมาร่วมคำนวณ
2. จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นเพียงจำนวนคาดประมาณซึ่งอ้างอิงจากการจัดกิจกรรมในปีก่อนหรือกิจกรรมกีฬาที่มีรูปแบบคล้ายคลึงกันในจังหวัดอื่น ๆ
3. มูลค่าการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมกิจกรรมอ้างอิงจากการสำรวจค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาที่เป็นกรณีศึกษา ทั้งกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงรายและกิจกรรมในจังหวัดอื่น ๆ ที่มีรูปแบบและระดับใกล้เคียงกัน

สัดส่วนของผู้เข้าร่วมในจังหวัดเชียงรายต่อผู้เข้าร่วมจากต่างจังหวัดอ้างอิงจากการสำรวจข้อมูลผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาที่เป็นกรณีศึกษา โดยกำหนดให้ทุกกิจกรรมกีฬาที่วิเคราะห์มีสัดส่วนเดียวกัน นั่นคือ 75 : 25

บทที่ 8
การคาดการณ์มูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2570

8.1 มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2570

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกีฬา ปี 2570

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานศึกษาต่าง ๆ พบปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกีฬาในปี 2570 หลายประการ สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยเชิงบวก

1. การยกระดับภาพลักษณ์กีฬาไทยสู่เวทีโลกด้วย Formula 1 และ MotoGP

- **Formula 1 :** ครม. อนุมัติงบราว 41,379 ล้านบาท จัดการแข่งขันรูปแบบ Street Circuit ย่านจตุจักร (สัญญา 5 ปี พ.ศ. 2571 - 2575) คาดสร้างรายได้หมุนเวียน 16,000 ล้านบาท/ปี จ้างงาน 8,000 ตำแหน่ง/ปี และดึงดูดผู้ชมเกือบ 300,000 คน/ปี โดยมี Soft Power เสริมจากนักแข่งเชื้อสายไทยอย่าง อเล็กซ์ อัลบอน และแบรนด์ Red Bull
- **MotoGP :** การเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน ณ สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งได้รับการต่อสัญญาต่อเนื่อง เป็นอีกหนึ่งบิ๊กอีเวนต์ระดับโลกที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง พำนักยาวนาน และสร้างการกระจายรายได้สู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการในระดับภูมิภาคอย่างเป็นรูปธรรม

2. กระแส Hyrox และเทรนด์ Fitness Racing

กีฬาไลฟ์สไตล์ระดับพรีเมียมที่ผสานการวิ่งกับการทดสอบสมรรถภาพตลาดไทยเติบโตเร็วที่สุดแห่งหนึ่ง โดยงาน BYD Hyrox Bangkok มีผู้ลงทะเบียนสูงถึง 2 เท่า (จาก 8,700 คน ในปี 2568 เป็น 17,500 คน ในปี 2569) หนุนการใช้จ่ายด้านกีฬาในกลุ่มผู้บริโภคกำลังซื้อสูง

3. กระแส Wellness และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เศรษฐกิจ Wellness ไทยเติบโตสูงอันดับ 7 ของโลก (มูลค่า 42.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยภาค Wellness Tourism ขยายตัวร้อยละ 36.4 เร็วกว่าค่าเฉลี่ยโลก 3 เท่า เชื่อมโยงกับกีฬา Active Sports (มวยไทย, โยคะ, Fitness Racing) ที่ช่วยสร้างรายได้สะพัดกว่า 670,000 ล้านบาท

4. กระแสความนิยมกีฬาในกลุ่มผู้หญิง

Megatrend ระดับโลกที่รายได้กีฬาหญิงเติบโตเร็วกว่ากีฬาชายถึง 4.5 เท่า สำหรับไทย FA Thailand ได้เพิ่มงบสนับสนุนลีกหญิง พร้อมขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ From Grassroots to Greatness เพื่อผลักดันสู่การแข่งขันระดับโลก

5. การเติบโตของ Soft Power กีฬาไทย และมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ภาครัฐยกระดับมวยไทยสู่ลีกอาชีพมาตรฐานสากล Muay Thai Premier League ครบวงจร ควบคู่กับตลาดอีสปอร์ตไทยที่มีมูลค่าสูงและโตเฉลี่ยร้อยละ 22.61 ต่อปี คาดแตะ 40.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2575

ปัจจัยเชิงลบและการปรับตัว

1. **ภาระหนี้ครัวเรือนและข้อจำกัดด้านการใช้จ่ายเพื่อการกีฬา**
   หนี้ครัวเรือนไทยสูงถึงร้อยละ 86.7 ต่อ GDP ส่งผลให้ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่าย รายจ่ายด้านกีฬาซึ่งเป็นสินค้าไม่จำเป็นอาจถูกตัดลดลง ซึ่งกระทบต่ออุปสงค์สินค้าและบริการกีฬาในภาพรวม
2. **ความเปราะบางทาง Geopolitics และความเสี่ยงจากความขัดแย้งระหว่างประเทศ**
   ความตึงเครียดทางการเมืองโลกและมาตรการการค้า ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการเดินทาง ราคาพลังงาน ค่าเงิน และต้นทุนอุปกรณ์กีฬานำเข้า ซึ่งอาจชะลอการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวและนักลงทุนต่างชาติ
3. **สังคมสูงอายุและการลดลงของฐานนักกีฬารุ่นใหม่**
   การเข้าสู่สังคมสูงอายุสมบูรณ์แบบทำให้กลุ่มคนออกกำลังกายเปลี่ยนผ่าน ขณะที่นักกีฬาอาชีพยังเผชิญความท้าทายด้านความมั่นคงในอาชีพและการขาดแคลนผู้ฝึกสอนระดับท้องถิ่น
4. **ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานและการกระจุกของปัจจัยพื้นฐานด้านการกีฬา**
   โรงเรียนกีฬา ศูนย์ฝึกระดับสูง และระบบการสแกนหานักกีฬา (Scouting) ยังกระจุกตัวในเมืองใหญ่ รวมถึงสนามกีฬาในท้องถิ่นบางแห่งยังขาดการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง
5. **โอกาสในการยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการงบประมาณและกลไกเชิงสถาบัน**
   อุตสาหกรรมการกีฬาไทยยังเผชิญความท้าทายด้านงบประมาณที่ไม่สอดรับกับการขยายตัวของภารกิจ เช่น กรณีเจ้าภาพซีเกมส์ 2568 ที่งบประมาณราว 2,000 ล้านบาท ยังไม่สะท้อนกับจำนวนชนิดกีฬาที่เพิ่มขึ้นจาก 30 เป็น 50 ชนิด ตลอดจนโอกาสในการพัฒนาประสิทธิภาพเชิงระบบผ่านการเร่งรัดกระบวนการเบิกจ่ายงบประมาณ และการบูรณาการบทบาทหน้าที่ระหว่างการกีฬาแห่งประเทศไทยกับกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติให้หนุนเสริมกันอย่างมีเอกภาพยิ่งขึ้น
6. **ข้อจำกัดทางด้านเศรษฐกิจมหภาคและการแข่งขันในระดับภูมิภาค**
   กำลังซื้อภายในประเทศฟื้นตัวช้า ควบคู่กับการแข่งขันที่เข้มข้นจากประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งด้าน Wellness Tourism (อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์) และด้านมอเตอร์สปอร์ต (สิงคโปร์)

2. การพยากรณ์มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมกีฬา ปี 2570

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า หน่วยงานสำคัญทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรนานาชาติ เช่น กระทรวงการคลัง, ธนาคารแห่งประเทศไทย, ศูนย์วิจัย SCB EIC และ World Bank ได้คาดการณ์อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) ของประเทศไทยในปี 2570 ไว้แตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 8 - 1 : การพยากรณ์อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ปี 2570

ที่	หน่วยงาน	GDP Growth (%)	ณ วันที่
1	World Bank[1]	2.2%	12 ก.พ. 69
2	ธนาคารแห่งประเทศไทย[2]	1.8%	24 มิ.ย. 69

[1] World Bank. (2026). Thailand's Next Phase of Growth Depends on Industries of the Future. Retrieved July 2, 2026, from https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2026/02/11/thailand-s-next-phase-of-growth-depends-on-industries-of-the-future.

[2] ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2569). แนวโน้มเศรษฐกิจ: สรุปประมาณการเศรษฐกิจและเงินเฟ้อ ณ 24 มิถุนายน 2569. สืบค้น 2 กรกฎาคม 2569, จาก https://www.bot.or.th/th/thai-economy/economic-outlook.html.

ที่	หน่วยงาน	GDP Growth (%)	ณ วันที่
3	กระทรวงการคลัง[3]	1.7% - 2.7% (ค่ากลาง 2.2%)	29 มิ.ย. 69
4	SCB Economic Intelligence Center[4]	1.9%	29 มิ.ย. 69
	ค่าเฉลี่ย (Mean)	**2.03%**	

จากค่าพยากรณ์ข้างต้น สะท้อนว่าหน่วยงานส่วนใหญ่มองว่าเศรษฐกิจไทยปี 2570 จะฟื้นตัวเล็กน้อย จากปัจจัยเชิงบวกข้างต้น ดังนั้น การประมาณการมูลค่าผลผลิตและผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2570 จึงอ้างอิงจากค่าเฉลี่ยการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ **ร้อยละ 2.03**

การพยากรณ์มูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมการกีฬาทั้ง 20 สาขา อาศัยการเทียบสัดส่วนจากอัตราการเติบโตของ GDP และมูลค่าผลผลิตปี 2569 บนสมมติฐานว่า GDP ปี 2570 จะเติบโตที่ร้อยละ 2.03

ผลการพยากรณ์พบว่า ปี 2570 มูลค่าผลผลิตอุตสาหกรรมการกีฬา 20 สาขา จะเติบโตร้อยละ 3.16 (สูงกว่าปี 2569) เพิ่มขึ้นจาก 367,631.68 ล้านบาท เป็น **379,232.09 ล้านบาท** โดยมี 2 อุตสาหกรรมหลัก คือ โรงแรม/ร้านอาหาร และการค้าส่ง/ค้าปลีกทางกีฬา มีมูลค่าเติบโตเป็น **122,537.78 ล้านบาท** และ **107,615.44 ล้านบาท** ตามลำดับ

ตารางที่ 8 - 2 : การคาดประมาณมูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมกีฬา 20 สาขา ปี 2570

ที่	สาขาการผลิต	ปี 2569[E]		ปี 2570[P]	
		อัตราการเติบโต (%)	มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (%)	มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)
	GDP ภาพรวมของประเทศ	1.70	N/A	2.03	N/A
1	ผลิตผลทางการเกษตรสำหรับกีฬา	0.35	28.79	0.42	28.91
2	การเลี้ยงสัตว์เพื่อการกีฬา	0.35	14.75	0.42	14.81
3	การผลิตเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา	1.60	5,588.00	1.91	5,694.76
4	การผลิตเครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา	1.60	9,751.10	1.91	9,937.40
5	สื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับกีฬา	1.60	568.59	1.91	579.45
6	การผลิตยาและเวชภัณฑ์สำหรับนักกีฬา	1.60	3,766.60	1.91	3,838.56
7	การผลิตยานพาหนะสำหรับการกีฬา	1.60	12,250.13	1.91	12,484.18
8	การผลิตอุปกรณ์กีฬา	1.60	25,505.55	1.91	25,992.86
9	การก่อสร้างสนามกีฬา	2.11	1,660.11	2.52	1,701.94
10	การค้าส่ง/ค้าปลีกทางด้านกีฬา	3.24	103,606.95	3.87	107,615.44
11	บริการโรงแรมที่พักและร้านอาหาร	3.59	117,500.66	4.29	122,537.78
12	บริการการเดินทางและการขนส่ง	3.02	23,200.31	3.61	24,036.97
13	บริการการศึกษาและการวิจัยทางด้านกีฬา	1.42	4,650.98	1.70	4,729.84

[3] รัฐบาลไทย. (2569). คำแถลงประกอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570. สืบค้น 2 กรกฎาคม 2569, จาก https://www.thaigov.go.th/th/news/165752.

[4] ศูนย์ EIC ธนาคารไทยพาณิชย์. (2569). เศรษฐกิจไทย: SCB EIC ปรับเพิ่ม GDP ไทย ปี 2569 เป็น 2% (เดิม 1.7%) หลังสถานการณ์ตะวันออกกลางคลี่คลาย แต่เศรษฐกิจยังฟื้นตัวไม่ทั่วถึง ครัวเรือนและ SMEs ยังเปราะบาง. สืบค้น 2 กรกฎาคม 2569, จาก https://www.scbeic.com/th/detail/product/9512.

ที่	สาขาการผลิต	ปี 2569[E]		ปี 2570[P]	
		อัตราการเติบโต (%)	มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (%)	มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท)
14	บริการทางการแพทย์ที่เกี่ยวกับกีฬา	2.77	10,156.71	3.31	10,492.66
15	สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และดิจิทัลที่เกี่ยวกับกีฬา	2.28	1,336.83	2.72	1,373.23
16	การจัดการแข่งขันกีฬา	0.22	5,411.75	0.26	5,425.97
17	บริการสถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬา	0.22	14,766.76	0.26	14,805.55
18	สโมสรและสมาคมกีฬา	0.22	6,796.83	0.26	6,814.69
19	การซ่อมแซมเครื่องกีฬา	3.24	39.98	3.87	41.53
20	บริการที่เกี่ยวกับกีฬาอื่นๆ	0.22	21,030.31	0.26	21,085.56
รวมทั้งหมด		**2.63**	**367,631.68**	**3.16**	**379,232.09**

หมายเหตุ: [E] = ค่าคาดประมาณ และ [P] = ค่าพยากรณ์

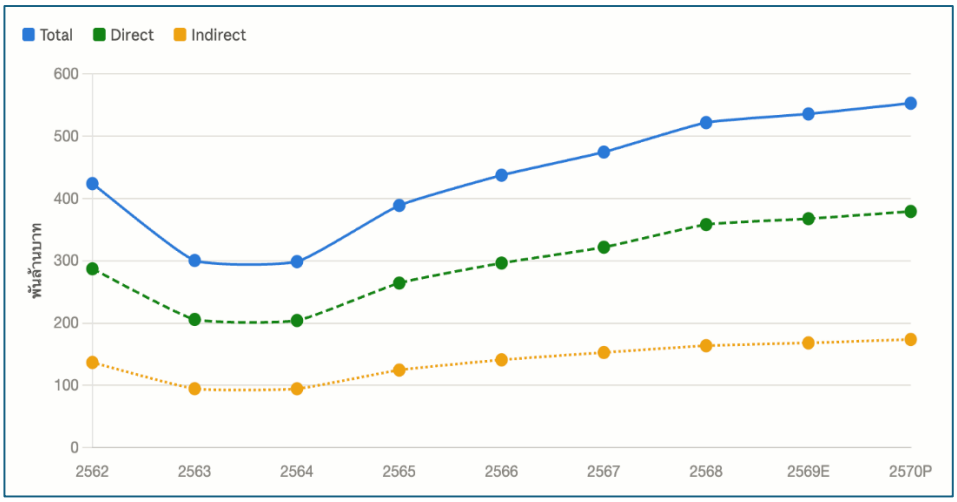
จากการพยากรณ์ คาดว่ามูลค่าผลผลิตจากอุตสาหกรรมการกีฬาของไทย ปี 2562 - 2570 ประกอบด้วยมูลค่าทางตรง (Direct) จากอุตสาหกรรม 20 สาขา และมูลค่าทางอ้อม (Indirect) จากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่อง 28 สาขา ซึ่งข้อมูลชี้ว่ามูลค่าผลผลิตมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยปี 2569 (ค่าคาดประมาณ) มีมูลค่ารวม 535,853.41 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 2.67) แบ่งเป็นทางตรง 367,631.68 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 2.63) และทางอ้อม 168,221.72 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 2.76) ขณะที่ปี 2570 (ค่าพยากรณ์) คาดว่ามูลค่ารวมจะเพิ่มเป็น 553,020.77 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 3.20) แบ่งเป็นทางตรง 379,236.49 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 3.16) และทางอ้อม 173,784.28 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 3.31) ทั้งนี้ อัตราการเติบโตในช่วงสองปีนี้ใกล้เคียงกันและอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งชะลอตัวลงจากช่วงที่เคยเติบโตสูงใน ปี 2565 - 2568

ตารางที่ 8 - 3 : มูลค่าผลผลิตที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2570

ปี	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Total
2562	287,191.61	136,775.30	423,966.92			
2563	205,897.16	94,701.48	300,598.63	-28.31	-30.76	-29.10
2564	204,110.42	94,608.91	298,719.33	-0.87	-0.10	-0.63
2565	264,315.13	124,605.82	388,920.95	29.50	31.71	30.20
2566	296,429.36	141,017.48	437,446.84	12.15	13.17	12.48
2567	321,814.08	152,819.16	474,633.25	8.56	8.37	8.50
2568	358,213.80	163,708.50	521,922.29	11.31	7.13	9.96
2569[E]	367,631.68	168,221.72	535,853.41	2.63	2.76	2.67
2570[P]	379,236.49	173,784.28	553,020.77	3.16	3.31	3.20

หมายเหตุ:

1. Direct = อุตสาหกรรมกีฬาจำนวน 20 อุตสาหกรรม และ Indirect = อุตสาหกรรมอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจจำนวน 28 อุตสาหกรรม
2. [E] = ค่าคาดประมาณ และ [P] = ค่าพยากรณ์



มูลค่าผลผลิตที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2570^{P}

8.2 มูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2570

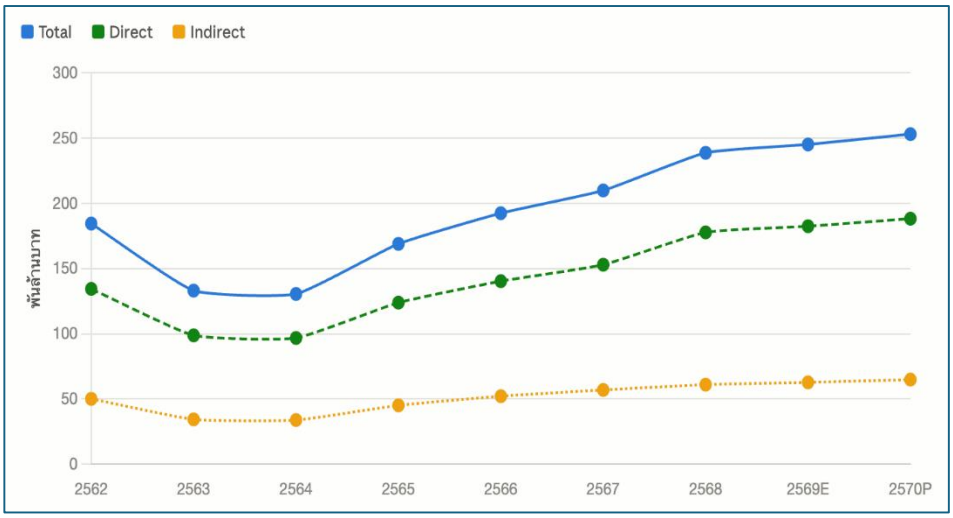
จากการวิเคราะห์ พบว่า มูลค่า GDP รวมที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยในปี 2570 (ค่าพยากรณ์) คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 245,210.68 ล้านบาท (ค่าคาดประมาณ) ในปี 2569 เป็น 253,133.33 ล้านบาท ในปี 2570 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 3.23 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปี 2569 ที่เติบโตร้อยละ 2.69 โดยเมื่อแยกตามประเภท มูลค่าทางตรง (Direct) จากอุตสาหกรรมกีฬา 20 สาขา คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 182,478.72 ล้านบาท เป็น 188,283.05 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 3.18) ขณะที่มูลค่าทางอ้อม (Indirect) จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ 28 สาขา คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 62,731.96 ล้านบาท เป็น 64,850.28 ล้านบาท (เติบโตร้อยละ 3.38)

ตารางที่ 8 - 4 : มูลค่า GDP ที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2570

ปี	มูลค่า (ล้านบาท)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Total
2562	134,417.68	50,103.07	184,520.75			
2563	98,780.37	34,351.41	133,131.78	-26.51	-31.44	-27.85
2564	96,763.27	33,818.25	130,581.51	-2.04	-1.55	-1.92
2565	123,866.59	45,106.62	168,973.21	28.01	33.38	29.40
2566	140,343.32	52,136.56	192,479.88	13.30	15.59	13.91
2567	152,968.17	56,934.55	209,902.71	9.00	9.20	9.05
2568	177,768.92	61,014.05	238,782.97	16.21	7.17	13.76
2569^{E}	182,478.72	62,731.96	245,210.68	2.65	2.82	2.69
2570^{P}	188,283.05	64,850.28	253,133.33	3.18	3.38	3.23

หมายเหตุ:

1. Direct = อุตสาหกรรมกีฬาจำนวน 20 อุตสาหกรรม และ Indirect = อุตสาหกรรมอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจจำนวน 28 อุตสาหกรรม
2. ^{E} = ค่าคาดประมาณ และ ^{P} = ค่าพยากรณ์



มูลค่า GDP ที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2570^{P}

การพยากรณ์มูลค่าผลผลิตและมูลค่า GDP รายไตรมาสปี 2570^{P}

จากสถิติ GDP รายไตรมาสของประเทศไทยระหว่างปี 2566 - 2568 สามารถพยากรณ์มูลค่าผลผลิตและมูลค่า GDP ของอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยในปี 2570 ได้ดังนี้

ตารางที่ 8 - 5 : คาดประมาณมูลค่าผลผลิตและมูลค่า GDP กีฬา รายไตรมาส ปี 2570

ไตรมาส	สัดส่วน GDP	มูลค่าผลผลิต (ล้านบาท) (20 อุตสาหกรรม)	มูลค่า GDP (ล้านบาท)		
			Direct	Indirect	Total
1	25.08	95,112.51	47,221.39	16,264.45	63,485.84
2	24.27	92,040.70	45,696.30	15,739.16	61,435.46
3	24.70	93,671.41	46,505.91	16,018.02	62,523.93
4	25.95	98,411.87	48,859.45	16,828.65	65,688.10
ตลอดปี	**100.00**	**379,236.49**	**188,283.05**	**64,850.28**	**253,133.33**

8.3 จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมการกีฬาปี 2570

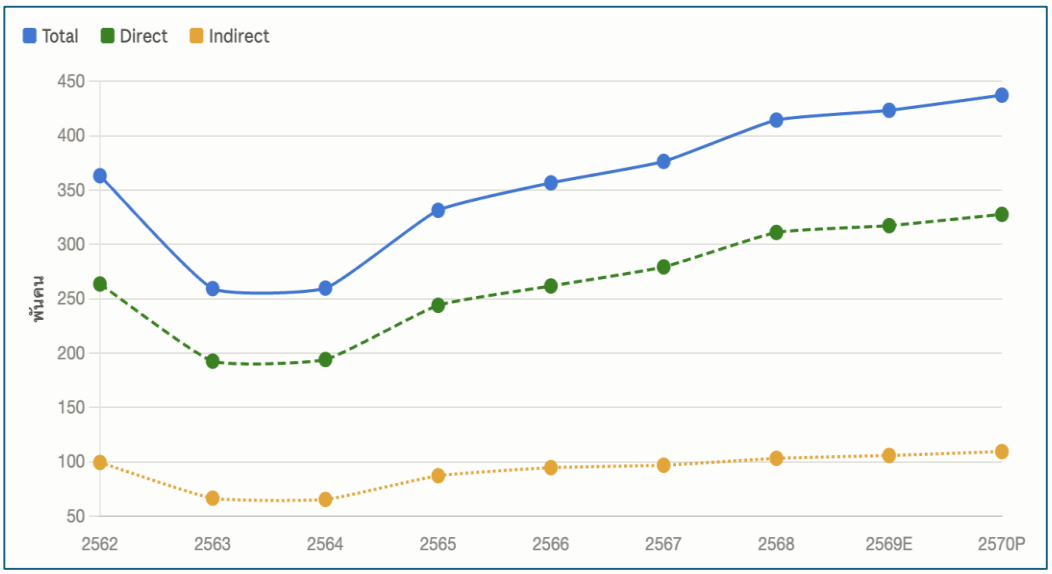
จากการวิเคราะห์ พบว่า จำนวนการจ้างงานรวมในอุตสาหกรรมกีฬาของไทยปี 2569 (ค่าพยากรณ์) จะเท่ากับ 437,417 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2569 ซึ่งเท่ากับ 423,467คน คิดเป็นอัตราเติบโต 3.29% ซึ่งเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากการเติบโตในอัตรา 2.16% ในปี 2569 โดยการจ้างงานทางตรง (Direct) จากอุตสาหกรรมกีฬา 20 สาขา เพิ่มจาก 317,418 คน เป็น 327,802 คน เติบโต 3.27% เพิ่มขึ้นจาก 2.02% ในปีก่อนหน้า ส่วนการจ้างงานทางอ้อม (Indirect) จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ 28 สาขา เพิ่มจาก 106,050 คน เป็น 109,615 คน เติบโต 3.36% เทียบกับ 2.58% ในปีก่อน ภาพรวมจึงสะท้อนว่าการจ้างงานในอุตสาหกรรมกีฬายังคงขยายตัวต่อเนื่องในปี 2570

ตารางที่ 8 - 6 : จำนวนการจ้างงานที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2570

ปี	จำนวน (คน)			อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Total
2562	263,746	99,580	363,326			
2563	192,782	66,730	259,512	-26.91	-32.99	-28.57
2564	194,319	65,610	259,929	0.80	-1.68	0.16
2565	244,127	87,379	331,506	25.63	33.18	27.54
2566	261,903	94,834	356,737	7.28	8.53	7.61
2567	279,442	97,041	376,484	6.70	2.33	5.54
2568	311,141	103,379	414,520	11.34	6.53	10.10
2569^{E}	317,418	106,050	423,467	2.02	2.58	2.16
2570^{P}	327,802	109,615	437,417	3.27	3.36	3.29

หมายเหตุ:

1. Direct = อุตสาหกรรมกีฬาจำนวน 20 อุตสาหกรรม และ Indirect = อุตสาหกรรมอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจจำนวน 28 อุตสาหกรรม
2. ^{E} = ค่าคาดประมาณ และ ^{P} = ค่าพยากรณ์



จำนวนการจ้างงานที่เกิดจากอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยปี 2562 – 2570^{P}

8.4 ภาพรวมเศรษฐกิจด้านการกีฬาของประเทศไทยปี 2562 - 2570

ภาพรวมเศรษฐกิจด้านการกีฬาของไทย ปี 2562 - 2570[P]



ตัวแปรทางเศรษฐกิจ	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568	2569[E]	2570[P]
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้านการกีฬา (ล้านบาท)	184,520.75	133,131.78	130,581.51	168,973.21	192,479.88	209,902.711	238,782.972	245,197.38	253,133.332
% การเปลี่ยนแปลงของ SGDP/GDP	N/A	-27.85	-.1.92	29.40	13.91	9.05	13.76	2.69	3.23
สัดส่วน SGDP/GDP (%)	1.0925	0.8501	0.8077	0.9708	1.0719	1.1296	1.2586	1.2709	1.2859
การจ้างงานในอุตสาหกรรมกีฬา (คน)	363,326	259,512	259,929	331,506	356,737	376,484	414,520	423,467	437,417
% การเปลี่ยนแปลงของการจ้างงานในอุตสาหกรรมกีฬา	N/A	-28.57	0.16	27.54	7.61	5.54	10.10	2.16	3.29
สัดส่วนการจ้างงานในอุตสาหกรรมกีฬาการจ้างงานทั้งหมด (%)	0.9647	0.6778	0.6859	0.8747	0.8938	0.9387	1.0427	1.0280	1.0618
มูลค่าผลผลิตอุตสาหกรรมการกีฬา (ล้านบาท)	423,966.92	300,598.63	298,719.33	388,920.95	437,446.84	474,633.25	521,922.29	535,853.41	553,020.77
% การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าผลผลิตอุตสาหกรรมการกีฬา	N/A	-29.10	-0.63	30.20	12.48	8.50	9.96	2.67	3.20

หมายเหตุ: E = ค่าคาดประมาณ และ P = ค่าพยากรณ์

โดย กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

บทที่ 9
บทความพิเศษด้านการกีฬา

บทความพิเศษด้านการกีฬา

จากลานแอโรบิกสวนลุม สู่เมืองสุขภาพ

เมื่อการออกกำลังกายกลายเป็นพลังร่วมของคนทุกวัย

กาญจนา ส่งวัฒนา ผู้เขียน

ยามเย็นของวันธรรมดา บริเวณหลังพระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ 6 ในสวนลุมพินี กรุงเทพมหานคร ปรากฏภาพที่ไม่ต่างจากพื้นที่เทศกาลชั่วคราว เสียงเพลงจังหวะเร้าใจดังกระหึ่ม ผู้คนนับร้อยถึงนับพันคน ต่างวัย ต่างอาชีพ ต่างภูมิหลัง ขยับร่างกายพร้อมเพรียงกันบนลานคอนกรีตกว้าง บ้างสวมชุดกีฬาเต็มยศ บ้างเพิ่งเปลี่ยนรองเท้าจากชุดทำงาน บ้างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อดเข้าร่วมไม่ได้ ครูฝึกยืนบนเวทีนำท่าเต้นอย่างมีพลัง โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ไม่มีเงื่อนไขการสมัครและไม่มีการแบ่งแยก

ปรากฏการณ์ แอโรบิกสวนลุมพินี ที่กลายเป็นไวรัลในโลกโซเชียลตั้งแต่ไตรมาสแรกของปี 2569 มิใช่เพียงกระแสชั่วครั้งชั่วคราว หากแต่สะท้อนปรากฏการณ์ที่ลึกกว่านั้น คือ การที่ผู้คนในสังคมเมืองหวนกลับมาค้นพบคุณค่าของการออกกำลังกายในพื้นที่สาธารณะร่วมกัน และแบ่งปันประสบการณ์นั้นออกไปในวงกว้าง นี่คือหัวใจของสิ่งที่นักวิชาการและองค์กรระหว่างประเทศเรียกว่า กีฬามวลชน (Mass Sports / Sports for All) ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านสุขภาพที่สังคมไทยจำเป็นต้องให้ความสำคัญอย่างเร่งด่วน

1. ความสำคัญของ Mass Sports / Sports for All

กีฬามวลชน (Mass Sports) หรือที่รู้จักในระดับสากลภายใต้แนวคิด Sports for All คือ ปรัชญาที่มองว่ากิจกรรมทางกายทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการเดิน วิ่ง ปั่นจักรยาน เต้นแอโรบิก เล่นโยคะ หรือออกกำลังกายร่วมกัน ในสวนสาธารณะล้วนมีคุณค่าเท่าเทียมกัน และเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ประชาชนทุกคนพึงเข้าถึงได้ โดยไม่จำเป็นต้องแข่งขันในระดับอาชีพหรือมีทักษะเฉพาะทางเป็นพิเศษ แนวคิดนี้แตกต่างอย่างชัดเจนจากกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ (Elite Sports) ที่มุ่งเน้นการแข่งขันและการคัดเลือกนักกีฬา โดยกีฬามวลชนมุ่งเป้าไปที่คุณภาพชีวิตของประชาชน ทุกเพศ ทุกวัย ทุกสถานะ ทางสังคม

องค์การอนามัยโลก (WHO) ระบุว่า การออกกำลังกายสม่ำเสมอช่วยลดความเสี่ยงของโรคหัวใจและหลอดเลือดได้ถึงร้อยละ 19 ลดความเสี่ยงโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ได้ร้อยละ 17 และลดความเสี่ยงของภาวะซึมเศร้าและสมองเสื่อมได้ถึงร้อยละ 28 - 32 ในทางกลับกัน หากประชากรโลกมีกิจกรรมทางกายเพียงพอ องค์การอนามัยโลกประเมินว่าจะป้องกันการเสียชีวิตก่อนวัยอันควรได้ราว 4 - 5 ล้านคนต่อปี ทั่วโลก (Ding et al., 2016; WHO, 2024) กีฬามวลชนจึงมิใช่เรื่องของความฟุ่มเฟือยทางสุขภาพ แต่คือการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณสุขที่คุ้มค่าที่สุดประเภทหนึ่งที่รัฐบาลสามารถดำเนินการได้

2. บริบทระดับโลก : เทรนด์การออกกำลังกายแบบมีส่วนร่วม

ข้อมูลล่าสุดขององค์การอนามัยโลก (WHO, 2024) พบว่า ประชากรโลกวัยผู้ใหญ่ถึง 1,800 ล้านคน มีกิจกรรมทางกายที่ไม่เพียงพอตามเกณฑ์ที่แนะนำ คือ 150 นาทีต่อสัปดาห์ในระดับปานกลาง ซึ่งห่างไกล

จากเป้าหมายที่ WHO กำหนดไว้ในการลดการไม่ออกกำลังกายลงร้อยละ 15 นอกจากนี้ กลุ่มประเทศรายได้สูงในเอเชียมีอัตราการไม่ออกกำลังกายสูงถึงร้อยละ 48 ซึ่งสูงที่สุดในโลก (Strain et al., 2024)

ท่ามกลางความท้าทายนี้ ในช่วงที่ผ่านมามีการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่น่าสนใจ คือ การเพิ่มขึ้นของการออกกำลังกายแบบมีส่วนร่วมทางสังคม (Social & Community Fitness) โดยจากรายงาน ACSM Worldwide Fitness Trends ปี 2025 ซึ่งสำรวจผู้เชี่ยวชาญกว่า 2,000 คนทั่วโลก (American College of Sports Medicine [ACSM], 2024) พบว่าเทรนด์สำคัญที่กำลังเปลี่ยนภูมิทัศน์การออกกำลังกาย ได้แก่ อันดับ 1 คือ การใช้เทคโนโลยีสวมใส่ได้ (Wearable Technology) อันดับ 2 คือ แอปพลิเคชันออกกำลังกายบนมือถือ และอันดับ 3 คือ โปรแกรมสำหรับผู้สูงอายุ แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนว่าการออกกำลังกายยุคใหม่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในยิมหรือสนามกีฬาอีกต่อไปแต่ขยายสู่พื้นที่สาธารณะ ชุมชน และแพลตฟอร์มดิจิทัล

ข้อมูลที่เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้นมาจาก Strava Year in Sport Trend Report ซึ่งวิเคราะห์กิจกรรมออกกำลังกายจากผู้ใช้งานหลายพันล้านครั้งทั่วโลก โดยพบว่า การมีส่วนร่วมในชมรมวิ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 59 ภายในปีเดียว กิจกรรมกลุ่มขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 และใช้เวลาพักสังสรรค์มากกว่ากิจกรรมเดี่ยวถึง 3 เท่า อีกทั้งประมาณร้อยละ 58 ของผู้ออกกำลังกายรายงานว่าสร้างมิตรภาพใหม่ผ่านกิจกรรมฟิตเนสจนการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกลายเป็นแรงจูงใจหลักอันดับหนึ่งในการเข้าร่วมกลุ่มออกกำลังกาย แนวโน้มเหล่านี้ชี้ให้เห็นการเปลี่ยนมุมมองครั้งสำคัญ ผู้คนไม่ได้ออกกำลังกายเพียงเพื่อสุขภาพร่างกาย หากแต่แสวงหาประสบการณ์ทางสังคมการเชื่อมต่อกับชุมชน และความสนุกสนานที่มาพร้อมกับการขยับร่างกาย โดยงานวิจัยของ Xiao et al. (2025) ในวารสาร Frontiers in Psychology ยืนยันว่า การใช้สื่อสังคมด้านฟิตเนสส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายโดยเสริมสร้างแรงจูงใจภายในและความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

3. บริบทประเทศไทย : จากสวนลุมสู่พื้นที่สุขภาพของคนเมือง

สวนลุมพินี สวนสาธารณะที่เก่าแก่และใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อสุขภาพมาเป็นเวลานาน ทั้งนี้ ลานแอโรบิกในสวนลุมพินีมิใช่นวัตกรรมใหม่ หากแต่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องกว่าสามทศวรรษอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ดี สิ่งที่เปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล คือ การมองเห็นปรากฏการณ์นี้ในวงกว้างซึ่งสื่อสังคมโดยเฉพาะ TikTok เป็นตัวเร่งสำคัญ

ปัจจุบันลานแอโรบิกสวนลุมพินีจัดกิจกรรมทุกวันโดยไม่มีค่าใช้จ่าย วันจันทร์ถึงศุกร์มี 2 รอบ ระหว่างเวลา 18.00 - 20.00 น. ส่วนวันเสาร์ - อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์จัดรอบเดียวเวลา 17.00 - 18.00 น. โดย ในเดือนเมษายน 2569 บริษัทเอกชนได้ร่วมสนับสนุนเวทีแอโรบิก เครื่องเสียง และระบบไฟฟ้าส่องสว่าง มูลค่า 1 ล้านบาทแก่กรุงเทพมหานคร สะท้อนความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาพื้นที่ออกกำลังกายสาธารณะ

ในบริบทกิจกรรมทางกายของคนไทย ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารสุขภาพ (HISO, 2566) แสดงให้เห็นว่า สัดส่วนคนไทยที่มีกิจกรรมทางกายเพียงพอ (อายุ 18 ปีขึ้นไป) ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากร้อยละ 74.3 ในปี 2562 เหลือเพียงร้อยละ 56.7 ในปี 2563 อันเป็นผลจากการระบาดของโรคโควิด-19 จากนั้นค่อย ๆ ฟื้นตัว และในปี 2566 อยู่ที่ร้อยละ 70.1 ซึ่งยังต่ำกว่าเป้าหมายร้อยละ 75 ที่กำหนดไว้ในแผนส่งเสริมกิจกรรมทางกาย พ.ศ. 2561 - 2573 ของกรมอนามัย

กิจกรรมอย่างแอโรบิกในสวนสาธารณะจึงมีคุณค่าเชิงนโยบายอย่างแท้จริง กล่าวคือ ต้นทุนต่ำ เข้าถึงง่าย ไม่ต้องใช้อุปกรณ์ราคาแพง ไม่ต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง และสามารถรองรับผู้เข้าร่วมจากทุกกลุ่มอายุได้พร้อมกัน

4. กรณีศึกษาและการขยายผลในประเทศไทย

ประเทศไทยมีตัวอย่างที่น่าสนใจของการขยายกีฬามวลชนออกไปจากลานแอโรบิกสู่รูปแบบที่หลากหลาย ดังนี้

(1) โครงการ “ก้าวท้าใจ คนไทยห่างไกล NCDs” และการแข่งขัน 10K Championship

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ร่วมกับภาคีเครือข่าย ได้พัฒนาโครงการก้าวท้าใจ คนไทยห่างไกล NCDs ให้เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านกิจกรรมทางกายระดับชาติ โดยใช้ทั้งแอปพลิเคชัน ก้าวท้าใจ และระบบ Digital Platform ในการสะสมระยะทางเดิน - วิ่งและเวลาการออกกำลังกาย รวมถึงสะสมแต้มสุขภาพ (health points) สำหรับประชาชนทุกกลุ่มวัย

(2) กิจกรรมกีฬามวลชนและนันทนาการชุมชนของกรมพลศึกษา

กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ขยายบทบาทจากการจัดลานกีฬาและแอโรบิก ไปสู่การจัดกิจกรรมกีฬาและนันทนาการระหว่างหมู่บ้าน การประกวด ชุมชนนันทนาการสุขภาวะดีและการส่งเสริมกีฬาจานร่อน รวมถึงกิจกรรมวิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อประชาชนในหลายจังหวัดทั่วประเทศ

(3) เด็กไทย Body Fit และกิจกรรมในสถานศึกษา

ในมิติของเยาวชน กรมพลศึกษาขับเคลื่อนโครงการ เด็กไทย Body Fit พิชิตเกณฑ์สมรรถภาพทางกายในสถานศึกษา โดยจัดกิจกรรมทดสอบสมรรถภาพและส่งเสริมการออกกำลังกายในโรงเรียนทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2569 มีการดำเนินโครงการครั้งที่ 3 ครอบคลุมโรงเรียนจำนวนมากและมุ่งให้เด็กนักเรียนผ่านเกณฑ์สมรรถภาพทางกายที่กำหนด

(4) กิจกรรมวิ่งและกลุ่มออกกำลังกายชุมชนที่เติบโตตามธรรมชาติ

นอกจากกิจกรรมที่ขับเคลื่อนโดยภาครัฐแล้ว ยังมีการเติบโตของงานวิ่งและกลุ่มออกกำลังกายชุมชนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น งานวิ่งท้องถิ่นและ Trail Run ที่กระจายทั่วประเทศตามปฏิทินงานวิ่ง รวมทั้งกลุ่มวิ่งในสวนสาธารณะ กลุ่มวิ่งเช้า - เย็นในชุมชน และกลุ่มออกกำลังกายกลางแจ้งที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางนัดหมายและรายงานผล

ในระดับเมืองใหญ่ เทรนด์การออกกำลังกายของผู้บริโภคไทยเปลี่ยนจากการใช้เวลาว่างไปกับปาร์ตี้ไปสู่การเข้ายิมและการออกกำลังกายแบบกลุ่ม โดยมีทั้ง Boutique Gym, Running Clubs, Outdoor Yoga, และคลาสเต้นต่าง ๆ สร้างชุมชนสุขภาพ ที่เชื่อมโยงทั้งด้านร่างกายและสังคม ซึ่งช่วยขยายแนวคิดกีฬามวลชนออกไปจากลานแอโรบิกแบบเดิมให้กลายเป็นไลฟ์สไตล์สุขภาพในชีวิตประจำวัน

(5) แคมเปญภาคเอกชน : เมื่อทุกก้าวกลายเป็นแต้ม

ในช่วงที่ผ่านมา ภาคเอกชนจากอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ต่างพร้อมใจกันออกแคมเปญ วิ่งแลกสิทธิ์อย่างพร้อมเพรียง

(5.1) แว่นท็อปเจริญ : เดิน - วิ่ง แลกแว่น เพื่อสุขภาพ (มิ.ย. - ก.ค. 2569)

แคมเปญที่สร้างกระแสโซเชียลสูงสุดในช่วงกลางปี 2569 คือ แคมเปญ "เดิน - วิ่ง แลกแว่น เพื่อสุขภาพ" ของแว่นท็อปเจริญ เปิดตัวตั้งแต่วันที่ 25 มิถุนายน - 31 กรกฎาคม 2569 ครอบคลุมทุกสาขาทั่วประเทศ รวมถึงร้านแว่นบิวตี้ฟูลในเครือ กติกาง่ายมาก : เดินหรือวิ่งต่อเนื่องในครั้งเดียว แล้วแคปหน้าจอสถิติจากมือถือหรือ Smartwatch ไปแสดงที่ร้านภายใน 24 ชั่วโมง เพื่อรับสิทธิไม่ว่าจะเป็น เลนส์สายตา กรอบแว่น หรือกรอบพร้อมเลนส์

(5.2) สยามพารากอน : RUN MORE GET MORE ยิ่งวิ่ง ยิ่งได้ (มิ.ย. 2569)

ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอนเปิดตัวแคมเปญ "RUN MORE GET MORE" ตลอดเดือนมิถุนายน 2569 เชื่อมโลกไลฟ์สไตล์พรีเมียมเข้ากับสุขภาพ ผู้ร่วมกิจกรรมสะสมระยะวิ่งผ่านแอปชั้นนำ ได้แก่ Apple Health, Garmin Connect, Strava, Nike Run Club และ Samsung Health โดยสามารถมาแลกคูปอง ส่วนลด แพ็คเกจต่าง ๆ

(5.3) AIA Vitality : ออกกำลังกายแล้วลดเบี้ยประกัน สูงสุด 25%

AIA Vitality เป็นระบบ Insurance - wellness integration ที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องและครบรอบ 10 ปี ในปี 2568 โดยเชื่อมพฤติกรรมการออกกำลังกายโดยตรงกับผลประโยชน์ทางการเงิน โดยสมาชิกสะสมคะแนนจากการออกกำลังกาย ตรวจสุขภาพ และกิจกรรมสุขภาพอื่น ๆ เพื่อยกระดับสถานะ (Bronze ⟶ Silver ⟶ Gold ⟶ Platinum) และรับสิทธิ์ ลดเบี้ยประกันสุขภาพสูงสุด 25% ต่อปี พร้อมด้วยสิทธิประโยชน์พาร์ทเนอร์ที่อัปเดตทุกเดือน ในปี 2569 ไม่ว่าจะเป็นส่วนลดการสมัครสมาชิกฟิตเนส ส่วนลดอื่น ๆ

แคมเปญข้างต้นเป็นเพียงแค่ตัวอย่างบางส่วนที่สะท้อนถึงการเกิดขึ้นของ Sport - Reward Economy ในประเทศไทย ซึ่งมีคุณลักษณะทั้งการข้ามอุตสาหกรรม ไม่จำกัดเฉพาะแบรนด์กีฬาหรือสุขภาพ แต่ขยายไปถึงค้าปลีก แว่นตา ประกันชีวิต แต่ทุกแคมเปญจะมีการเชื่อมโยงการใช้ข้อมูลจาก Wearable & App และการสร้าง Positive Feedback Loop ที่ออกกำลังกาย เพื่อเป็นแรงจูงใจในการได้รับรางวัล

5. Share Exercise Sports Experiences : เมื่อการออกกำลังกายกลายเป็นแรงบันดาลใจร่วม

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เส้นแบ่งระหว่างการออกกำลังกายส่วนตัวและสาธารณะเริ่มเลือนหายไป เมื่อแพลตฟอร์มดิจิทัลทำให้ทุกกิจกรรมทางกายกลายเป็นประสบการณ์ที่แบ่งปันได้ Facebook และ LINE Group ยังคงเป็นช่องทางหลักของกลุ่มชมรมออกกำลังกายในชุมชน ขณะที่ TikTok กลายเป็นเครื่องยนต์ที่ทรงพลังที่สุดในการทำให้กิจกรรมกีฬามวลชนเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ดังเห็นได้จากกรณีแอโรบิกสวนลุมพินีที่มีการมีส่วนร่วมของ TikTok สูงถึงร้อยละ 87.4 ของการมีส่วนร่วมทั้งหมดในสื่อสังคม ส่วน Strava และแอปพลิเคชันสุขภาพอย่าง Apple Health และ Garmin Connect ช่วยให้ผู้ออกกำลังกายบันทึก ติดตาม และแบ่งปันผลลัพธ์ได้อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้กลไกสำคัญที่อยู่เบื้องหลังปรากฏการณ์นี้ ตั้งอยู่บนแนวคิดทางจิตวิทยา 3 ประการ ได้แก่

- **แรงจูงใจจากการเห็นตัวอย่าง (Social Modeling) :** เมื่อบุคคลเห็นคนใกล้ชิดในเครือข่ายสังคมออกกำลังกาย สมองจะประมวลผลพฤติกรรมนั้นว่าเป็นสิ่งปกติและเข้าถึงได้ ความรู้สึก ถ้าเขาทำได้ ฉันก็ทำได้ คือ จุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม
- **การสนับสนุนทางสังคม (Social Support) :** ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การออกกำลังกายในกลุ่มและการได้รับกำลังใจจากสมาชิกในเครือข่าย เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคคลรักษาพฤติกรรมการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ
- **การผลักดันทางสังคม (Social Nudging) :** หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ออกแบบให้การออกกำลังกายเป็นตัวเลือกที่มองเห็นง่าย เข้าถึงง่าย และดูน่าสนุก จนบุคคลเลือกมีส่วนร่วมโดยไม่รู้สึกถูกบังคับ

6. การขยายผลสู่ 4 มิติ : สุขภาพ - เศรษฐกิจ - สังคม - เมือง

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าคุณค่าของกีฬามวลชนมิได้จำกัดอยู่เพียงมิติสุขภาพ หากแต่แผ่ขยายเป็นห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่เชื่อมโยงกันใน 4 มิติสำคัญ ได้แก่ สุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และเมือง

- **มิติสุขภาพ**

จากการศึกษา พบว่า การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอช่วยลดความเสี่ยงโรคหัวใจร้อยละ 19 โรคเบาหวานร้อยละ 17 และภาวะซึมเศร้ารวมถึงภาวะสมองเสื่อมร้อยละ 28 - 32 (WHO, 2024) สำหรับประเทศไทยการสำรวจสุขภาพปี 2567 - 2568 พบว่า ประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป มีภาวะโรคอ้วนร้อยละ 45 ความดันโลหิตสูง ร้อยละ 29.5 และเบาหวานร้อยละ 10.6 สถานการณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับบทเรียนของญี่ปุ่น ซึ่ง Radio Taiso ที่ดำเนินมากว่า 90 ปี และมีผู้เข้าร่วมกว่า 27 ล้านคนต่อสัปดาห์ โดยมีรายงานว่าผู้ฝึกอย่างสม่ำเสมอมีอายุร่างกายต่ำกว่าอายุจริงเฉลี่ยถึง 20 ปี (Japan Radio - Taiso Federation, 2019; World Economic Forum, 2025) ทั้งนี้ การทดลองแบบสุ่มมีกลุ่มควบคุมยืนยันว่าโปรแกรมช่วยเพิ่มความคล่องตัว การทรงตัว ความทนทานของระบบหัวใจ - หลอดเลือด และความมั่นใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุที่เปราะบางได้อย่างมีนัยสำคัญ (Osuka et al., 2024)

- **มิติเศรษฐกิจ**

กีฬามวลชน มีจุดเด่นด้านประสิทธิภาพเชิงต้นทุน เนื่องจากไม่จำเป็นต้องพึ่งพาอุปกรณ์ราคาแพงหรือสิ่งก่อสร้างขนาดใหญ่ แต่ผลลัพธ์คือการลดภาระระบบสาธารณสุขในระยะยาว (Ding et al., 2016) นอกจากนี้ โคเปนเฮเกนเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจ เมื่อการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานจักรยานส่งผลให้การเพิ่มระยะทางที่ปั่นจักรยานขึ้นร้อยละ 10 ในเขตเมืองหลวงช่วยลดวันลาป่วยลงราว 227,000 วันต่อปี และลดวันลาป่วยของแรงงานลง 112,000 วันต่อปี พร้อมสร้างผลประโยชน์ด้านสุขภาพจากกิจกรรมทางกายคิดเป็นมูลค่าประมาณ 1.55 ยูโรต่อระยะทางที่ปั่นเพิ่มหนึ่งกิโลเมตร และให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากสุขภาพรวมราว 63 ล้านยูโรต่อปี (City of Copenhagen, 2020)

- **มิติสังคม**

ข้อมูลจาก Strava Year in Sport (2024) ชี้ว่าชมรมวิ่งทั่วโลกเติบโตร้อยละ 59 ในปีเดียว และผู้ออกกำลังกายแบบกลุ่มร้อยละ 58 รายงานว่าได้สร้างมิตรภาพใหม่จากกิจกรรมดังกล่าว โดยในกลุ่ม Gen Z การเชื่อมต่อทางสังคมถูกระบุเป็นแรงจูงใจหลักในการเข้าร่วมกลุ่มออกกำลังกายสูงถึงร้อยละ 55 แซงหน้าเป้าหมายด้านสมรรถภาพร่างกาย (Strava, 2024) กลไกนี้ทำงานผ่านแนวคิด Social Modeling, Social Support และ Social Nudging ซึ่งช่วยให้บุคคลเริ่มและรักษาพฤติกรรมการออกกำลังกายได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่รู้สึกถูกบังคับ

กรณีของญี่ปุ่นยังแสดงให้เห็นอีกว่า เมื่อกิจกรรมออกกำลังกายถูกออกแบบให้บริหารโดยเครือข่ายชุมชนท้องถิ่น ความยั่งยืนของโครงการจะสูงกว่าการขับเคลื่อนจากภาครัฐแต่เพียงฝ่ายเดียวอย่างมีนัยสำคัญ (Japan Radio - Taiso Federation, 2019) สอดคล้องกับแนวทางของกรมพลศึกษาที่มุ่งพัฒนาชมรมระดับหมู่บ้าน 7,255 แห่ง โดยให้ อสม. และผู้นำชุมชนเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน (กรมพลศึกษา, 2566)

7. ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อขยาย Mass Sports ให้ยั่งยืน

จากบทเรียนของสวนลุมพินีและกรณีศึกษาต่าง ๆ มีข้อเสนอเชิงนโยบาย 6 ประการ ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงเพื่อขยายกีฬามวลชนอย่างยั่งยืน

1) ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสุขภาพสาธารณะ พัฒนาลานกีฬา ลานออกกำลังกาย และพื้นที่สีเขียวในสวนสาธารณะทุกระดับ ให้ปลอดภัย มีแสงสว่างเพียงพอ ทางเดินสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน โดยยึดหลักการออกแบบที่เป็นมิตรกับคนทุกกลุ่ม (Universal Design) เพื่อให้ผู้สูงอายุและผู้พิการเข้าถึงได้

2) พัฒนาและสนับสนุนผู้นำกิจกรรมสุขภาพชุมชน จัดระบบฝึกอบรมและรับรองครูแอโรบิก ผู้นำการออกกำลังกายชุมชน และอาสาสมัครนำกิจกรรมสุขภาพ ร่วมกับมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ และสถาบันที่เกี่ยวข้อง พร้อมค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเส้นทางอาชีพที่ชัดเจน รวมถึงผนวกบทบาทนี้เข้ากับระบบ อสม. ที่มีอยู่ทั่วประเทศ

3) จัดตารางกิจกรรมสม่ำเสมอในพื้นที่สาธารณะ กำหนดให้สวนสาธารณะ ลานกีฬา และพื้นที่ชุมชนในทุกเขตและเทศบาล มีกิจกรรมออกกำลังกายแบบมีส่วนร่วมอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง เชื่อมโยงกับหน่วยงานท้องถิ่น โรงเรียน มหาวิทยาลัย สถานที่ทำงาน และศูนย์สุขภาพชุมชน

4) ใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมให้ประชาชนเช็กอินกิจกรรม บันทึกการออกกำลังกาย แชร์ผลลัพธ์ และชวนเพื่อนเข้าร่วม โดยเชื่อมกับระบบสิทธิประโยชน์ เช่น แต้มสุขภาพที่แลกของรางวัลหรือสิทธิ์ด้านสุขภาพ ดังที่โครงการก้าวท้าใจได้พิสูจน์แล้วว่าได้ผล

5) สร้างระบบข้อมูลและการติดตามผล พัฒนาระบบเก็บข้อมูลจำนวนผู้เข้าร่วม ความสม่ำเสมอและผลลัพธ์ด้านสุขภาพในระดับชุมชน เขต และจังหวัด เพื่อใช้วางแผนงบประมาณ กำหนดนโยบายและประเมินผล ทำให้กีฬามวลชนได้รับการพิจารณาในฐานะ การลงทุนด้านสุขภาพ ที่วัดผลได้

6) บูรณาการ Mass Sports เข้ากับยุทธศาสตร์เมืองสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีสวนลุมพินีแสดงให้เห็นว่าลานแอโรบิกสาธารณะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างไม่คาดคิด สะท้อนศักยภาพของกีฬามวลชนในฐานะส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) และการสร้าง อัตลักษณ์เมือง จึงควรผนวกเข้าไปในยุทธศาสตร์เมืองสุขภาพ เมืองกีฬา และการพัฒนาเมืองน่าอยู่ในระดับชาติ

บทส่งท้าย

ลานแอโรบิกสวนลุมพินีเป็นภาพแทนที่สะท้อนว่าการออกกำลังกายไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องของการแข่งขัน ความเชี่ยวชาญ หรือเงินทอง แต่สามารถเป็นประสบการณ์ที่ทุกคนเข้าถึงได้ สนุกได้ และแบ่งปันให้กันได้ เมื่อกีฬามวลชนถูกมองในฐานะโครงสร้างพื้นฐานด้านสุขภาพ สังคม และคุณภาพชีวิต มิใช่เพียงกิจกรรมนันทนาการ การลงทุนในพื้นที่สาธารณะที่เอื้อต่อการออกกำลังกาย การสนับสนุนผู้นำกิจกรรมชุมชน และการใช้ดิจิทัลเพื่อขยายการมองเห็นและแรงบันดาลใจ ย่อมมีความสำคัญในระดับเดียวกับการสร้างโรงพยาบาลหรือการลงทุนในระบบสาธารณสุขอื่น ๆ

จากลานแอโรบิกสวนลุม สู่ลานกีฬาในชุมชนทั่วประเทศ สู่แอปพลิเคชันที่บันทึกทุกก้าว และสู่คลิปวิดีโอที่แบ่งปันความสนุกออกไปในโลกกว้าง ทั้งหมดนี้ คือ ห่วงโซ่คุณค่าของกีฬามวลชนที่กำลังพิสูจน์ว่า สุขภาพของประชาชนสร้างได้ ด้วยพื้นที่ที่ถูกต้อง ผู้นำที่ถูกต้อง และนโยบายที่ถูกต้อง

บทที่ 10
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในส่วนนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทยให้เติบโตอย่างมีทิศทางภายในปี 2570 ครอบคลุมหลากหลายมิติของห่วงโซ่คุณค่า โดยนำเสนอในรูปแบบของแผนกลยุทธ์ โครงการกลยุทธ์ เพื่อให้สามารถแปลงไปสู่แผนปฏิบัติการและการจัดสรรงบประมาณได้จริง ทั้งนี้ได้วางข้อเสนอบนฐานของแนวปฏิบัติที่ดีในระดับสากล เพื่อให้ประเทศไทยสามารถเทียบเคียงและก้าวทันพลวัตของอุตสาหกรรมกีฬาโลก

1. กรอบแนวคิดและหลักการของข้อเสนอเชิงนโยบาย

ปี 2570 นับเป็นปีสิ้นสุดของแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2566 - 2570) ซึ่งกำหนดวิสัยทัศน์ กีฬาพัฒนาคน สังคม และเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจไทย และตั้งเป้าหมายเชิงเศรษฐกิจสำคัญ เช่น การเพิ่มขึ้นของจำนวนและรายได้ผู้ประกอบการธุรกิจกีฬา มูลค่าการส่งออกสินค้ากีฬา และมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดการแข่งขันในประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี ควบคู่กับการยกระดับสัดส่วนประชาชนที่ออกกำลังกายสม่ำเสมอให้ถึงร้อยละ 50 ภายในปี 2570 ดังนั้น ข้อเสนอเชิงนโยบายชุดนี้จึงถูกออกแบบให้ทำหน้าที่สองประการควบคู่กัน คือ (1) เร่งปิดช่องว่าง เพื่อบรรลุเป้าหมายที่เหลือของแผนฉบับที่ 7 และ (2) วางฐานสำหรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 8 อย่างมีความต่อเนื่อง

ในเชิงมูลค่า อุตสาหกรรมการกีฬาไทยเติบโตต่อเนื่องจากประมาณ 184,700 ล้านบาท ในปี 2566 สู่ระดับกว่า 207,000 ล้านบาท ในปี 2567 และขยายตัวเกิน 218,000 ล้านบาท ในปี 2568 (เติบโตราวร้อยละ 7) โดยมีการจ้างงานที่เกี่ยวข้องกว่า 4 แสนตำแหน่ง อย่างไรก็ดี โครงสร้างมูลค่ายังกระจุกตัวในสาขาบริการที่พัก/ร้านอาหารและการค้าปลีก และยังพึ่งพามูลค่าทางอ้อมและการนำเข้าอุปกรณ์กีฬาในสัดส่วนสูง สะท้อนว่าการเติบโตในระยะต่อไปจำเป็นต้องยกระดับจาก การใช้จ่ายเพื่อกีฬา ไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งออก จากกีฬา ซึ่งเป็นโจทย์หลักของข้อเสนอในบทนี้

- **กรอบระบบนิเวศอุตสาหกรรมกีฬา (Sport Industry Ecosystem)** ข้อเสนอทั้งหมดจัดวางบนกรอบระบบนิเวศสามชั้นที่เชื่อมโยงกัน ได้แก่ (1) ชั้นแกนกลาง - การแข่งขัน นักกีฬา สโมสรลีก และการจัดอีเวนต์ ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของ Intellectual Property ทางกีฬา (2) ชั้นสนับสนุน - บุคลากร วิทยาศาสตร์การกีฬา เทคโนโลยี ข้อมูล และกลไกการเงิน/การคลัง ที่หล่อเลี้ยงระบบให้แข่งขันได้ และ (3) ชั้นผลกระทบต่อเนื่อง - การท่องเที่ยวเชิงกีฬา สุขภาวะประชาชน อิทธิพลเชิงวัฒนธรรมผ่านกีฬา และการผลิต/ส่งออกสินค้ากีฬา ที่ขยายมูลค่าออกสู่ระบบเศรษฐกิจในวงกว้าง
- **บทเรียนจากแนวปฏิบัติที่ดีในต่างประเทศ** การจัดทำข้อเสนอได้ทบทวนกรอบนโยบายเรือธงของประเทศชั้นนำ 3 แห่ง ที่ประสบความสำเร็จในการยกระดับกีฬาเป็นเครื่องยนต์ทางเศรษฐกิจ ดังสรุปในตารางที่ 10 – 1

ตารางที่ 10 - 1 : การเทียบเคียงกรอบนโยบายกีฬาในระดับสากลและนัยต่อประเทศไทย

ประเทศ / กรอบนโยบาย	แนวปฏิบัติเด่น (Good Practice)	นัยเชิงนโยบายต่อประเทศไทย
สิงคโปร์ Vision 2030 (Sport Singapore)	จัดตั้ง Major Sports Events Fund วงเงินราว 165 ล้านดอลลาร์สหรัฐสิงคโปร์ เพื่อประมูลและสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพอีเวนต์ระดับโลก พัฒนา Singapore Sports Hub เป็นศูนย์กลางครบวงจร และตั้ง Coaching Academy ยกระดับวิชาชีพผู้ฝึกสอน	ควรมี กองทุน/กลไกเฉพาะ สำหรับประมูลอีเวนต์ และวางบทบาทศูนย์กีฬาแห่งชาติให้เป็นสินทรัพย์ เชิงพาณิชย์ที่เปิดกว้างต่อชุมชน
ญี่ปุ่น Sport as Growth Industry (MEXT/JSA)	ตั้งเป้าขยายมูลค่าตลาดกีฬาเป็น 3 เท่าสู่ 15 ล้านล้านเยนภายในปี 2025 ผ่านการจัดตั้งองค์กรกีฬาระดับภูมิภาค (Regional Sport Commission) ราว 170 แห่ง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นด้วยการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและ SportTech	ควรกระจายอำนาจการขับเคลื่อนสู่ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น และวางเป้าหมายมูลค่าตลาดเป็นตัวเลขที่ท้าทายและวัดผลได้
ออสเตรเลีย Sport 2030 (Sport Australia)	ยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก (กีฬามวลชน - ความเป็นเลิศ - ธรรมาภิบาล/ความซื่อตรง - อุตสาหกรรมกีฬา) มีการวัดผลตอบแทนทางสังคมชัดเจน (คืนทุนราว 7 ต่อ 1) และใช้ Sports Diplomacy เป็นอิทธิพลเชิงวัฒนธรรมผ่านกีฬา	ควรบูรณาการมิติเศรษฐกิจ - สังคม - สุขภาพ - Sports Diplomacy ไว้ในกรอบเดียวและลงทุนในระบบวัดผล SROI/GDP ด้านกีฬาอย่างจริงจัง

2. ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์รายมิติ

จากกรอบแนวคิดข้างต้น คณะผู้จัดทำเสนอ 7 ยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมทั้งสามชั้นของระบบนิเวศ โดยแต่ละยุทธศาสตร์ประกอบด้วยหลักการและเหตุผล พร้อมโครงการกลยุทธ์และการมอบหมายหน่วยงาน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การขับเคลื่อนเศรษฐกิจอีเวนต์กีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การเป็นเจ้าภาพอีเวนต์กีฬาระดับนานาชาติเป็นกลไกสร้างมูลค่าที่มีตัวคูณทางเศรษฐกิจสูงที่สุดในระบบนิเวศกีฬา สิงคโปร์ใช้ Major Sports Events Fund ประมูลรายการระดับโลกอย่างต่อเนื่องจนสร้างชื่อเสียงและรายได้จากนักท่องเที่ยว ขณะที่ญี่ปุ่นจัดตั้งองค์กรกีฬาระดับภูมิภาคจำนวนมากเพื่อดึงการเก็บตัวฝึกซ้อมและอีเวนต์ลงสู่เศรษฐกิจท้องถิ่น สำหรับประเทศไทยซึ่งมีจุดแข็งด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว การเชื่อม ปฏิทินอีเวนต์กีฬาแห่งชาติเข้ากับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวคุณภาพสูงจะช่วยยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดการแข่งขันให้เติบโตเกินเป้าหมายร้อยละ 5 ต่อปีตามแผนฉบับที่ 7 และดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีการใช้จ่ายสูงและพำนักระยะยาว

โครงการกลยุทธ์ (Strategic Project)	หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
จัดตั้งกองทุนประมูลและสนับสนุนมหกรรมกีฬานานาชาติ (Major Sports Events Fund) และคณะกรรมการประมูลระดับชาติ เพื่อดึงเจ้าภาพรายการระดับโลกเข้าประเทศอย่างเป็นระบบ	กกท.	สป.กก., สสปน., ททท.
จัดทำ “ปฏิทินอีเวนต์กีฬาแห่งชาติ” (National Sport Events Calendar) พร้อมแพ็กเกจท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงเมืองรอง	ททท.	กกท., สป.กก., อปท.
จัดตั้ง Sport Commission ระดับจังหวัด / เมืองกีฬานำร่อง เพื่อบริหารอีเวนต์และการเก็บตัวฝึกซ้อมของทีมต่างชาติ	สป.กก.	กกท., อปท., ภาคเอกชนท้องถิ่น
พัฒนามาตรการอำนวยความสะดวก (Visa / ตรวจลงตราเชิงกีฬา, One-Stop Event Service) สำหรับนักกีฬา ทีมงาน และผู้ชมต่างชาติ	กก.	สตม., กต.

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การยกระดับมวยไทยและอิทธิพลเชิงวัฒนธรรมผ่านกีฬากีฬาสู่ตลาดโลก

มวยไทยเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและกีฬาที่ประเทศไทยเป็นเจ้าของโดยสมบูรณ์ และเป็นอิทธิพลเชิงวัฒนธรรมผ่านกีฬาที่มี **แบรนด์ไทย** ติดอยู่ในชื่อ ผลการศึกษาของ Nielsen ระบุว่าผู้ชมชาวต่างชาติของ ONE ถึงร้อยละ 82 เดินทางมายังประเทศไทย โดยส่วนใหญ่พำนักในกรุงเทพฯ ไม่น้อยกว่า 3 คืน ขณะเดียวกันนโยบายภาครัฐได้กระจายครูมวยกว่า 400 คน ใน 77 จังหวัด นอกจากนี้บทเรียนจากออสเตรเลียที่ใช้ Sports Diplomacy เป็นเครื่องมือทางการทูตชี้ว่า การจัดระบบมาตรฐานและการสร้างแบรนด์ระดับชาติจะช่วยแปลงกระแสความนิยมให้เป็นมูลค่าเศรษฐกิจที่ยั่งยืน และผลักดันเป้าหมายมูลค่าอุตสาหกรรมมวยไทยระดับแสนล้านบาทให้เป็นจริง

โครงการกลยุทธ์ (Strategic Project)	หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
จัดตั้ง “องค์กรกำกับมาตรฐานมวยไทยสากล” (Global Muay Thai Federation/Authority) และระบบรับรองครูมวย - ค่ายมวย - หลักสูตรทั้งในและต่างประเทศ	กกท. + คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านกีฬา	วธ.
พัฒนา มวยไทยลีก เชื่อมเส้นทางอาชีพจากระดับจังหวัด - ภูมิภาค - ประเทศ สู่เวทีระดับโลก	กกท.	สพฐ., อปท., ภาคเอกชน (ค่ายมวย/โปรโมเตอร์)
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงมวยไทยและ wellness long - stay (เรียนมวย - พำนักยาว) พร้อมมาตรการจูงใจ	ททท.	กก., สตม.
สร้างแบรนด์และสื่อสาร Story of Muay Thai ผ่านสื่อบันเทิง - แฟชั่น - สินค้าไลฟ์สไตล์ และกิจกรรมระดับนานาชาติ (Master Class/Festival)	THACCA/วธ.	กกท., ททท., กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนากีฬาอาชีพ ลีก และเศรษฐกิจลิขสิทธิ์การถ่ายทอด

ฟุตบอลเป็นกีฬาที่สร้างมูลค่าสูงสุดในอุตสาหกรรมกีฬาไทย (ราว 74,000 ล้านบาท) แต่ความยั่งยืนของสโมสรและลีกยังเปราะบางเมื่อเทียบกับ J.League ของญี่ปุ่นที่วางระบบ Club Licensing เข้มงวด และขายลิขสิทธิ์ถ่ายทอดผ่านแพลตฟอร์ม (เช่น DAZN) จนสร้างรายได้มหาศาลและกระจายกลับสู่สโมสร การยกระดับกีฬาอาชีพของไทยจึงต้องมุ่งสร้าง มูลค่าลิขสิทธิ์ (Media Rights Economy) ควบคู่กับธรรมาภิบาลทางการเงินของสโมสร เพื่อให้ลีกอาชีพเป็นสินทรัพย์ที่ดึงดูดการลงทุนและผู้สนับสนุน สอดคล้องกับเป้าหมายการเพิ่มจำนวนและมูลค่ารายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจกีฬาตามแผนฉบับที่ 7

โครงการกลยุทธ์ (Strategic Project)	หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
วางระบบ Club Licensing และมาตรฐานธรรมาภิบาล/การเงินของสโมสรอาชีพ เพื่อความยั่งยืนและความน่าลงทุน	กกท. (ฝ่ายกีฬาอาชีพและกีฬามวลชน)	สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย รายชนิดกีฬา
พัฒนาตลาดลิขสิทธิ์การถ่ายทอด (media rights) และ Fan Engagement Platform ระดับลีก เพื่อเพิ่มรายได้เชิงพาณิชย์	สมาคมกีฬาฯ/ผู้จัดการแข่งขันลีก	กกท.,ผู้ประกอบการสื่อ /OTT
ขยายจำนวนชนิดกีฬาที่ประกาศเป็น กีฬาอาชีพและเส้นทางอาชีพนักกีฬา - บุคลากร พร้อมกองทุนสวัสดิการ	กกท. (กองทุนพัฒนากีฬาอาชีพ)	สมาคมกีฬาฯ, สถาบันการศึกษาด้านกีฬา

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมนวัตกรรมกีฬา (Sport Tech) การผลิตและการส่งออกสินค้ากีฬา

ญี่ปุ่นและสิงคโปร์ต่างวางกีฬาเป็นสนามของเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยเชื่อมสถาบันอุดมศึกษาสตาร์ตอัพ และผู้ประกอบการเข้าเป็นระบบนิเวศ Sport Tech (เช่น Sports Analytics, Wearables, สื่อกีฬาดิจิทัล) ขณะที่มูลค่าของอุตสาหกรรมกีฬาไทยยังพึ่งพาการนำเข้าอุปกรณ์กีฬาในสัดส่วนสูง การยกระดับขีดความสามารถด้านการผลิตและการส่งออกโดยต่อยอดจากแบรนด์อุปกรณ์กีฬาและมวยไทยที่ส่งออกได้แล้ว ควบคู่กับการบ่มเพาะสตาร์ตอัพ Sport Tech จะช่วยเปลี่ยนดุลจาก ผู้ใช้เทคโนโลยี เป็น ผู้สร้างและส่งออก และผลักดันเป้าหมายมูลค่าการส่งออกสินค้ากีฬาให้เติบโตไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

โครงการกลยุทธ์ (Strategic Project)	หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
จัดตั้งแพลตฟอร์มนวัตกรรมกีฬา (Sport Innovation Platform) เชื่อมมหาวิทยาลัย - สตาร์ตอัพ - สโมสร พร้อมทุนบ่มเพาะ Sport Tech	กกท.	NIA, Depa, สอวช., มหาวิทยาลัย
ส่งเสริมการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้ากีฬา / อุปกรณ์มวยไทย เพื่อทดแทนการนำเข้าและขยายการส่งออก	อก.	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กกท., BOI
พัฒนาระบบข้อมูล - วิเคราะห์กีฬา (sports analytics) และสื่อกีฬาดิจิทัล เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและ fan economy	กกท.	สมาคมกีฬาฯ, ผู้ประกอบการสื่อดิจิทัล, มหาวิทยาลัย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 มาตรการการเงิน การคลัง และการลงทุนเพื่อผู้ประกอบการกีฬา (Finance, Fiscal & Investment)

แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 กำหนดให้มีมาตรการด้านการเงินและ/หรือภาษี เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจกีฬาเป็นตัวชี้วัดโดยตรง ประสบการณ์ต่างประเทศแสดงว่ากลไกการคลังที่ออกแบบดี ทั้งสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการสนับสนุนกีฬา (Sport Sponsorship) การลดหย่อนสำหรับการออกกำลังกาย และการส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานกีฬา เป็นตัวเร่งการลงทุนภาคเอกชนที่ทรงพลังการจัดชุดมาตรการการคลังเชิงรุกและการเพิ่มประสิทธิภาพกองทุนที่มีอยู่ จะช่วยดึงเม็ดเงินเอกชนเข้าสู่ระบบนิเวศกีฬาและลดการพึ่งพางบประมาณภาครัฐในระยะยาว

โครงการกลยุทธ์ (Strategic Project)	หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
ออกชุดมาตรการภาษีส่งเสริมกีฬา (สิทธิประโยชน์การสนับสนุน/สปอนเซอร์กีฬา, ลดหย่อนค่าใช้จ่ายด้านการออกกำลังกาย)	กค. (กรมสรรพากร)	กกท., สป.กก.
กำหนดสิทธิประโยชน์ส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำหรับกิจการสนามกีฬา สปอร์ตคอมเพล็กซ์ Sport Tech และการผลิตอุปกรณ์กีฬา	BOI	กกท., อก.
ปฏิรูป/เพิ่มประสิทธิภาพกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ และพัฒนากลไก Matching Fund ร่วมกับเอกชน	กกท. (กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ)	กค., ภาคเอกชน

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนากำลังคนและวิทยาศาสตร์การกีฬา

คุณภาพของบุคลากร ทั้งผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน นักวิทยาศาสตร์การกีฬา และผู้บริหารจัดการกีฬาเป็นตัวกำหนดขีดความสามารถของทั้งระบบ ทั้งนี้ สิงคโปร์ตั้ง Coaching Academy เป็นมาตรฐานทองคำเพื่อทำให้อาชีพผู้ฝึกสอนเป็นเส้นทางอาชีพที่ยั่งยืน ขณะที่ญี่ปุ่นลงทุนในวิทยาศาสตร์การกีฬาและการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเข้มข้น สำหรับประเทศไทย การเชื่อมระบบการศึกษา (สถาบันการพลศึกษา/มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติและมหาวิทยาลัย) เข้ากับมาตรฐานอาชีพและความต้องการของอุตสาหกรรม จะช่วยผลิตกำลังคนที่ตรงกับ 5 กลุ่มธุรกิจกีฬา และยกระดับผลิตภาพของทั้งห่วงโซ่คุณค่า

โครงการกลยุทธ์ (Strategic Project)	หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
จัดตั้ง สถาบันพัฒนาผู้ฝึกสอนและบุคลากรกีฬาแห่งชาติ (National Coaching & Sport Workforce Academy) ตามแนว Coaching Academy	กพล. + มกช.	กกท., สมาคมกีฬาฯ
พัฒนาและรับรองมาตรฐานอาชีพด้านกีฬา (Competency - Based) ร่วมกับภาคการศึกษาและอุตสาหกรรม	สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (TPQI)	กพล., กกท., มหาวิทยาลัย
ยกระดับศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬาและ Sports Analytics ประจำสมาคมกีฬาและศูนย์ฝึกแห่งชาติ	กกท. (ฝ่ายวิทยาศาสตร์การกีฬา)	มหาวิทยาลัย, สมาคมกีฬาฯ

โครงการกลยุทธ์ (Strategic Project)	หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
สร้างหลักสูตร Sport Management/Sport Business เชื่อมสหกิจศึกษากับสโมสรและผู้ประกอบการ	สถาบันอุดมศึกษา	กกท., ภาคเอกชน

ยุทธศาสตร์ที่ 7 กีฬามวลชน สุขภาวะ และการพัฒนาเมืองกีฬา

ฐานของอุตสาหกรรมกีฬาที่แข็งแรง คือ ประชาชนที่ออกกำลังกายและบริโภคสินค้า/บริการกีฬาอย่างสม่ำเสมอ ออสเตรเลียตั้งเป้าเป็น Active Nation และประเมินผลตอบแทนทางสังคมของการลงทุนด้านกีฬาไว้สูงถึงราว 7 เท่า ส่วนสิงคโปร์ชูแนวคิด Live Better Through Sport ทั้งนี้ ประเทศไทยมีเป้าหมายให้ประชาชนออกกำลังกายสม่ำเสมอไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ภายในปี 2570 และมีโครงการ เมืองกีฬา (Sports City) เป็นเครื่องมือเชิงพื้นที่อยู่แล้ว การยกระดับเมืองกีฬาให้เป็นระบบนิเวศระดับพื้นที่ - เชื่อมสนามกีฬาอีเวนต์ ผู้ประกอบการและการท่องเที่ยว - พร้อมการวัด SROI จะช่วยแปลงการมีส่วนร่วมของประชาชนให้เป็นทั้งทุนสุขภาพและอุปสงค์ทางเศรษฐกิจ

โครงการกลยุทธ์ (Strategic Project)	หน่วยงานรับผิดชอบหลัก	หน่วยงานสนับสนุน
ยกระดับ “เมืองกีฬา (Sports City)” นำร่องให้เป็นระบบนิเวศเชิงพื้นที่ครบวงจร (สนาม - อีเวนต์ - ผู้ประกอบการ - ท่องเที่ยว) อย่างน้อยปีละ 1 แห่ง	กกท.	อปท., สป.กก., ททท.
ขับเคลื่อนแคมเปญ Active Nation เพิ่มสัดส่วนประชาชนออกกำลังกายสม่ำเสมอสู่ร้อยละ 50 ปี 2570	กพล.	สสส., สธ., อปท.
พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานกีฬาชุมชนแบบ Universal Design และเปิดใช้ทรัพย์สินภาครัฐเชิงพาณิชย์อย่างเข้าถึงได้	อปท./กกท.	กพล., ภาคเอกชน





สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา
กลุ่มวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

ภายใต้โครงการค่าใช้จ่ายในการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านกีฬา
(Sport Satellite Accounts : SSA) ประจำปี พ.ศ.2569

เลขที่ 120 หมู่ 3 ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติฯ 80 พรรษา อาคาร C ชั้น 9
ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210

โทรศัพท์: 0-2142-5839

E-mail : researchin.est@gmail.com

facebook.com/ETSMOTS

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