



การจัดการ การกีฬาคืออะไร



ความท้าทายของการจัดการการกีฬา

- นิยามของการจัดการการกีฬา
- โอกาสของอุตสาหกรรมการกีฬา
- ความจำเป็นพลวัตกีฬากีฬา

อุตสาหกรรมการกีฬา ประกอบด้วยหลายกลุ่มที่แตกต่างกันรวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สินค้ากีฬา (การผลิตและการค้าปลีก) เครื่องแต่งกาย กีฬาสมัครเล่น กีฬาอาชีพ การพักผ่อนหย่อนใจ โรงเรียนและมหาวิทยาลัย การกีฬา กีฬาทางน้ำกลางแจ้ง ธุรกิจกีฬา เช่น บริษัทการตลาดกีฬา นักกีฬา โค้ช บุคลากรการกีฬา ผู้ให้การสนับสนุนการกีฬา ทำให้อาชีพในอุตสาหกรรมการกีฬา ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น และมีความแตกต่างกันกับรูปแบบของกลุ่มและธุรกิจ เป็นอุตสาหกรรมที่บุคคลประสบความสำเร็จ โดยการเชื่อมโยงกีฬาที่ตนเองมีความสนใจหรือชื่นชอบ ตัวอย่างเช่น บางคนเป็นคนที่มีความสนใจในงานวิศวกรรมรองเท้ากีฬาและออกแบบรองเท้ากีฬาเป็นอาชีพ หรือใครที่ชอบเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์และชอบกีฬาออกแบบ

โปรแกรมอุปกรณ์การออกกำลังกายสำหรับใช้ในการฝึกนักกีฬาซึ่งก่อให้เกิดนวัตกรรมทางการกีฬา

การจัดการการกีฬานับเป็นองค์ความรู้พื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศ เนื่องจากกีฬาในปัจจุบันมิได้จำกัดอยู่เพียงการออกกำลังกายหรือการแข่งขันเท่านั้น แต่ได้พัฒนาเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงกับการผลิต การบริการ การจัดการแข่งขัน การพัฒนานักกีฬา การท่องเที่ยว และกีฬาอาชีพ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้การกีฬาได้รับการยกระดับจากกิจกรรมเฉพาะด้านไปสู่อุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเชิงโครงสร้าง และส่งผลให้การบริหารจัดการกีฬาเป็นประเด็นที่ต้องอาศัยองค์ความรู้และทักษะเชิงวิชาชีพอย่างเป็นระบบ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 71 วรรคแรก ได้กำหนดหลักการสำคัญว่า รัฐพึงเสริมสร้างความเข้มแข็งของครอบครัวอันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของสังคม จัดให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยอย่างเหมาะสม ส่งเสริมและพัฒนาการสร้างเสริมสุขภาพเพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่แข็งแรงและมีจิตใจที่เข้มแข็ง รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาให้ไปสู่ความเป็นเลิศและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน หลักการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า “การกีฬา” ได้รับการรับรองในฐานะกลไกสำคัญของรัฐในการพัฒนาคน สังคม และคุณภาพชีวิตของประชาชนในภาพรวม

นอกจากนี้ การดำเนินงานด้านการกีฬาของประเทศได้รับการรองรับผ่านพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักที่กำหนดโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ และกลไกการบริหารจัดการกีฬาของประเทศอย่างเป็นระบบ และต่อมาได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 เพื่อปรับปรุงกลไกให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น กฎหมายดังกล่าวจึงมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมกีฬา การพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ และการสนับสนุนให้การกีฬาเป็นพลังขับเคลื่อนด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ และสังคมของประเทศอย่างเป็นรูปธรรม

ภายใต้บริบทดังกล่าว การจัดการการกีฬาจึงครอบคลุมทั้งการวางแผน การจัดการ การบริหารทรัพยากร การตลาด การเงิน การพัฒนาบุคลากร และการบริหารองค์การกีฬาให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษาด้านการจัดการการกีฬาจึงมีความจำเป็นต่อการเตรียมบุคลากรให้มีความพร้อมเชิงวิชาชีพ สามารถเข้าใจพลวัตของอุตสาหกรรมการกีฬา และประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาในระดับชาติได้อย่างเหมาะสม



■ นิยามของการจัดการกีฬา

สำหรับนิยามและความหมายของคำว่าจัดการจัดการกีฬา (Sport Management) หรือการบริหารจัดการกีฬา (Sport Administration) มีนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศได้นิยามความหมายดังนี้

การจัดการกีฬา คือ การศึกษาและการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับคนทุกคน กิจกรรมธุรกิจ และองค์กรมีส่วนร่วมในการผลิต การอำนวยความสะดวกในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการกีฬา การออกกำลังกาย และนันทนาการ ผลิตภัณฑ์กีฬาที่เป็นสินค้าและบริการ คน สถานที่ หรือ ความคิด เช่น บริษัทที่ผลิตอุปกรณ์กีฬา เสื้อผ้าหรือรองเท้ากีฬา บุคคลหรือบริษัทที่ให้บริการองค์กรกีฬา บุคคลที่เป็นตัวแทนของนักกีฬาอาชีพ คนที่เป็นเจ้าของและบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการกีฬา คนที่ออกแบบและสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการกีฬา ผู้ฝึกสอนกีฬา กอล์ฟ บริษัทที่จัดการส่งเสริมการขายสินค้าและออกใบอนุญาตสำหรับกิจกรรมกีฬา และโทรทัศน์หรือบริษัทที่มีส่วนร่วมในการกระจายเสียงด้านการกีฬา

พิตต์ส และสตอลาร์ (Pitts & Stotlar, 2013) นิยามว่า **“การจัดการกีฬา”** คือ การศึกษาหรือการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร กิจกรรมธุรกิจ หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การอำนวยความสะดวก การจัดการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ รวมทั้งสินค้าและบริการกีฬา

พิตต์ส และคณะ (Pitts et al., 1994) นิยามว่า กีฬาเป็นกิจกรรมความชำนาญหรือธุรกิจใด ๆ ที่มุ่งเน้นการออกกำลังกาย การพักผ่อนหย่อนใจ การแข่งขันกีฬา และสันทนาการ

ฮอร์ช (Horch, 1996) นิยามว่า **“การจัดการกีฬา”** เป็นอีกสาขาหนึ่งของวิทยาศาสตร์การกีฬาที่พยายามค้นหาเทคนิคด้านการจัดการที่มีความจำเป็นเพื่อนำมาจัดการองค์ประกอบต่าง ๆ ให้เป็นไปในทางที่ดีและตรวจสอบการดำเนินงานได้ ทั้งนี้การจัดการกีฬายังประเมินผลการทำงานของการดำเนินงานของ

องค์กรและเชื่อมต่อกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ประชาชน ผู้อำนวยการ นักกีฬา ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

เดอเซนซี และคณะ (De Sensi et al., 1990) นิยามว่า **“การจัดการการกีฬา”** คือ ความสามารถในการใช้ทักษะด้านการวางแผนองค์กร การจัดการองค์กร การสั่งการ การควบคุม การดุนงบประมาณ การชี้แนะ และการประเมินผลภายใต้บริบทขององค์กรกีฬา หรือในส่วนของสินค้าและบริการพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกีฬา หรือกิจกรรมทางกายต่าง ๆ

เชลลาดูไร (Chelladurai, 1994) นิยามว่า **“การจัดการการกีฬา”** คือ กระบวนการของการบรรลุเป้าหมายขององค์กรโดยประสานงานภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด เช่น ทรัพยากรมนุษย์ วัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยี เพื่อก่อให้เกิดการผลิตและการบริการสินค้าและบริการทางการกีฬาที่มีประสิทธิภาพ

แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2555 - 2559) นิยามศัพท์เกี่ยวกับ **“การบริหารการกีฬา”** ว่าการจัดการดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาอย่างมีเอกภาพและประสิทธิภาพทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น รวมทั้งการประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรและภายในองค์กรกีฬาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555)

■ โอกาสของอุตสาหกรรมการกีฬา

แชงก์ และไลเบอร์เกอร์ (Shank & Lyberger, 2015) กล่าวว่า กีฬาถือเป็นสถาบันที่มีความสำคัญและความเป็นสากลมากที่สุดแห่งหนึ่ง ตามรายงานของบริษัทที่ปรึกษาด้านการจัดการของสหรัฐอเมริกา เอ. ที. คาร์นีย์ (A. T. Kearney) รายงานว่า อุตสาหกรรมการกีฬา (Sports Industry) ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมสำคัญประเภทหนึ่งในอุตสาหกรรมชั้นนำของโลกที่มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง มีแนวโน้มและทิศทางที่จะพัฒนาต่อไปอย่างไม่หยุดนิ่ง ในอดีตที่ผ่านมา

อุตสาหกรรมการกีฬาสร้างรายได้ให้แก่ประเทศที่พัฒนาแล้ว ทั้งนี้เพราะมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมสำคัญประเภทอื่นในภาพรวมพบว่าเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมการกีฬามูลค่ารวมมากกว่า 400,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (14 ล้านล้านบาท) มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีพัฒนาการของอุตสาหกรรมการกีฬาใหญ่เป็นอันดับหนึ่งของโลก มีมูลค่าการตลาดมากกว่าปีละ 210,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (7 ล้านล้านบาท) หรือคิดเป็นร้อยละ 2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ส่วนในภูมิภาคเอเชีย สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมการกีฬาใหญ่ที่สุด มูลค่าทางเศรษฐกิจประมาณ 800,000 ล้านหยวน (4 ล้านล้านบาท) หรือคิดเป็นร้อยละ 0.2 ของ GDP จากการวิจัยของพลังค์เค็ทท์ (Plunkett Research) พบว่า อุตสาหกรรมการกีฬานั้นมีขนาดใหญ่กว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ของสหรัฐอเมริกาถึง 2 เท่า และมีขนาดใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ถึง 7 เท่า ซึ่งอุตสาหกรรมการกีฬากำลังกลายเป็นสากลมากขึ้น

ในแต่ละพื้นที่ที่มีความหลากหลายของอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้น ทั้งด้านการโฆษณา การให้การสนับสนุน ฯลฯ ขณะเดียวกันสถานีเคเบิลทีวีของสหรัฐอเมริกา Entertainment and Sports Programming Network (ESPN) ซึ่งให้เห็นว่า เกมกีฬาได้รับความนิยมมากขึ้น นักกีฬาได้รับความนิยมมากขึ้น กีฬาได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ดังนั้นตัวชี้วัดความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาวัดได้จากจำนวนผู้ชมหรือแฟนกีฬา จำนวนผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬา ปริมาณสื่อต่าง ๆ ปริมาณการขายสินค้ากีฬาและบริการกีฬา รวมทั้งอัตราการจ้างงานของอุตสาหกรรมกีฬาในตลาดโลก

“ กีฬาเปรียบเสมือนสถาบัน
ที่มีความสำคัญและความเป็นสากล
มากที่สุดแห่งหนึ่ง ”

อุตสาหกรรมการกีฬาและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพถือเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจโลก มีความเข้มแข็งที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจด้านอื่น ๆ อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าสูงในสังคมโลก เนื่องจากธุรกิจกีฬามีมากมาย เช่น ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงกีฬา ธุรกิจผลิตและค้าปลีก ธุรกิจเครื่องแต่งกายกีฬา รวมถึงการแข่งขันกีฬาสมัครเล่นและกีฬาอาชีพ ธุรกิจนันทนาการ ธุรกิจการแข่งขันกีฬาทางน้ำ กีฬากลางแจ้ง จากการพัฒนาของอุตสาหกรรมกีฬาที่ก้าวไปอย่างรวดเร็วและอย่างต่อเนื่องสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้เป็นอย่างมาก นักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ความหมายของอุตสาหกรรมกีฬา ดังนี้

ฮัมส์ และคณะ (Hums et al., 1999) ให้ความหมาย**อุตสาหกรรมกีฬา** หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีความหลากหลาย ทั้งกีฬาอาชีพ นักกีฬาในระดับมหาวิทยาลัย กีฬาเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกาย กีฬานันทนาการ และการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก

พิตต์ส และสตอลาร์ (Pitts & Stotlar, 2013) ให้ความหมายของ**อุตสาหกรรมกีฬา** คือ กลุ่มของตลาดที่ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์และบริการด้านการกีฬาการออกกำลังกาย และนันทนาการซึ่งจัดให้อยู่ในรูปแบบของกิจกรรมสินค้า บริการ บุคลากร สถานที่ ตลอดทั้งแนวคิด ในปัจจุบันอุตสาหกรรมกีฬาประกอบด้วย 2 ภาคการดำเนินงานที่สำคัญ คือ **ภาคสินค้า** และ**ภาคบริการ** มีสาระสำคัญ ดังนี้ **1) ภาคสินค้าการกีฬา** ได้แก่ อุปกรณ์กีฬา เสื้อผ้าและชุดกีฬา อุปกรณ์วิทยาศาสตร์การกีฬา การก่อสร้างสนามกีฬา **2) ภาคบริการการกีฬา** ได้แก่ การศึกษาเกี่ยวกับการกีฬา หลักสูตรการบริหารจัดการการกีฬา โสโมสรกีฬา อาชีพ โสโมสรกีฬาเพื่อบริการบุคคลทั่วไป นักวิทยาศาสตร์การกีฬา นักกายภาพบำบัด ผู้ประกอบการวิทยาศาสตร์การฟื้นฟูสุขภาพ เวชศาสตร์การกีฬา นักกีฬาอาชีพ ผู้บริหารทางการตลาดการกีฬา เอเจนต์นักกีฬา ที่ปรึกษาด้านกฎหมายกีฬา ที่ปรึกษาด้านการวางแผนการเงิน การแข่งขันกีฬาอาชีพ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการกีฬา การเป็นผู้สนับสนุนการกีฬา ผู้ประกอบการและเจ้าของสนามกีฬา สอดคล้องกับ พิตต์ส และคณะ (Pitts et al., 1994) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2566) ระบุว่า **อุตสาหกรรมกีฬา** คือ กลุ่มของตลาดที่ครอบคลุม

ภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ โดยประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์และบริการด้านการกีฬา การออกกำลังกายและนันทนาการ ให้อยู่ในรูปแบบของสินค้า บริการ บุคลากร สถานที่ กิจกรรมกีฬาเชิงท่องเที่ยว และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



“ ปัจจุบันอุตสาหกรรมการกีฬา ประกอบด้วย 2 ภาค การดำเนินงาน ที่สำคัญ คือ ภาคสินค้า และ ภาคบริการ ”

สอดคล้องกับคณะกรรมการวิชาการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านกีฬา ศิลปะ วัฒนธรรม การศาสนา คุณธรรมและจริยธรรม สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (2559) **อุตสาหกรรมการกีฬา** ถือได้ว่าเป็นกลไกหนึ่งที่มีบทบาทต่อการพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศ โดยมีบทบาทในเรื่องการผลิต การสร้างและการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานการกีฬา นักกีฬา และภาคธุรกิจต่าง ๆ สโมสรกีฬา ลิขสิทธิ์และ สิทธิประโยชน์ ผู้ผลิต จำหน่าย นำเข้าและส่งออก สถานบริการออกกำลังกาย ฟิตเนส และสถานศึกษา ทั้งหมดมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ นำมาสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยจำแนกได้ 12 กลุ่ม



ภาพที่ 1.1 กลุ่มอุตสาหกรรมการกีฬา

ที่มา: คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านกีฬา ศิลปะ วัฒนธรรม การศาสนา คุณธรรมและจริยธรรม สภาขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศ, 2559