แผนวิสาหกิจ
ด้าน ลูกค้า
2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570)
การกีฬาแห่งประเทศไทย



ก้าวสู่การเป็นองค์กรกีฬาแห่งอนาคต
เริ่มต้นจากการเข้าใจ 'ลูกค้า'

คำนำ

ตามเกณฑ์ประเมินการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า อ้างอิงหลักการแนวคิดที่เป็นสากลของกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) และเกณฑ์การประเมินรางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award: TQA) ซึ่งมีพื้นฐานมาจากรางวัลคุณภาพแห่งชาติของประเทศสหรัฐอเมริกาหรือ The Malcolm Baldrige National Quality Award (MBNQA) ที่เป็นต้นแบบรางวัลคุณภาพแห่งชาติที่ประเทศต่าง ๆ หลายประเทศทั่วโลกนำไปประยุกต์ใช้โดยการสร้างความสัมพันธ์ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้ามีเป้าหมายให้รัฐวิสาหกิจมีการจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าอย่างเป็นระบบ

การทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าการกีฬาแห่งประเทศไทย 2569 – 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) ได้คำนึงถึงสารสนเทศจากลูกค้า ผลิตภัณฑ์และบริการ ห่วงโซ่คุณค่า และแผนวิสาหกิจของการกีฬาแห่งประเทศไทย เนื้อหาการจัดทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้า กกท.ฯ มีการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการดำเนินงานด้านลูกค้ามีการระบุความท้าท้ายเชิงยุทธศาสตร์ และความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์รวมถึงการจำแนกลูกค้าขององค์กร ประเด็นความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้าที่สำคัญเพื่อกำหนดแผนวิสาหกิจด้านลูกค้า รวมถึงเป้าหมายที่ต้องการในแผนระยะยาวและแผนปฏิบัติการประจำปี ที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์และเป้าหมายขององค์กร

การกีฬาแห่งประเทศไทยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการจัดทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้า กกท. 2569 – 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) จะเป็นเครื่องมือในการกำหนดทิศทาง แนวทาง การบริหารจัดการ หรือกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเหมาะสม ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการหน่วยงาน นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายและการพัฒนาสู่ความยั่งยืนของการกีฬาแห่งประเทศไทย

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บริบทของ กกท.	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งองค์กร	1
1.3 ลักษณะขององค์กร	2
1.3.1 ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท.	2
1.3.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ สมรรถนะหลัก ค่านิยม และโครงสร้างองค์กร	3
1.4 วัตถุประสงค์	6
1.5 กระบวนการดำเนินงาน	6
บทที่ 2 ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้า กกท.	8
2.1 ข้อมูลสารสนเทศจากลูกค้า	8
2.1.1 ความหมายของลูกค้า ของ กกท.	8
2.1.2 ผลการสำรวจข้อมูลประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า โดยใช้ข้อมูลรายงานผลการศึกษาและเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการ ประจำปีฯ	9
2.2 ข้อมูลสารสนเทศจากตลาด ที่เกี่ยวข้องกับ กกท.	9
2.2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์อุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยในปัจจุบัน	9
2.2.1.1 ภาพรวมและมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมกีฬาไทย	9
2.2.1.2 ปัจจัยขับเคลื่อนหลัก (Market Drivers) ของอุตสาหกรรมกีฬา	9
2.2.1.3 โครงสร้างและส่วนตลาดของกีฬาไทย	10
2.2.1.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)	10
2.2.1.5 การวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Forces Model)	11
2.2.1.6 บทบาทและการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ กกท.	11
2.2.1.7 แนวโน้มในอนาคตและความท้าทายที่ต้องก้าวผ่าน	12
2.3 ข้อมูลเรื่องของคู่แข่งหรือคู่เทียบ	13
2.3.1 การวิเคราะห์คู่แข่งและคู่เทียบเชิงยุทธศาสตร์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.)	13
2.3.2 การวิเคราะห์คู่แข่งรายผลิตภัณฑ์หลัก (Product-based Analysis)	13
2.3.2.1 ผลิตภัณฑ์ด้านการสนับสนุนงบประมาณด้านกีฬา	13
2.3.2.2 ผลิตภัณฑ์การให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา	14
2.3.2.3 ผลิตภัณฑ์การให้บริการสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา	14
2.3.2.4 ผลิตภัณฑ์การบริหารจัดการแข่งขันกีฬาที่เป็นกรรมสิทธิ์ของ กกท.	14
2.3.3 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันด้วย Five Forces Model	15
2.3.4 การเปรียบเทียบกับคู่เทียบระดับนานาชาติ (International Benchmarking)	15
2.3.5 บทวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนเชิงการแข่งขัน (SWOT Analysis)	16
2.3.6 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับการแข่งขัน	16
2.4 ข้อมูลสารสนเทศจากผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท.	**17**
2.4.1 โครงสร้างข้อมูลสารสนเทศของผลิตภัณฑ์หลัก 4 ด้าน	17
2.4.1.1 ข้อมูลสารสนเทศด้านการสนับสนุนงบประมาณ (Budget Support)	17
2.4.1.2 ข้อมูลสารสนเทศด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (Sport Science)	17
2.4.1.3 ข้อมูลสารสนเทศด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)	17
2.4.1.4 ข้อมูลสารสนเทศด้านการจัดการแข่งขันที่เป็นกรรมสิทธิ์ (Licensed Events)	18

สารบัญ

	หน้า
2.4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและแรงกดดันทางการตลาด (Five Forces Analysis)	18
2.4.3 ยุทธศาสตร์ข้อมูลสารสนเทศ (Data-Driven Organization Strategic)	18
2.4.4 การวิเคราะห์ความพร้อมภายใน (McKinsey 7S Framework)	19
2.4.5 แนวโน้มในอนาคตและโอกาสทางกลยุทธ์ (Emerging Trends)	19
2.4.6 การวิเคราะห์ความคุ้มค่าและตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI & SROI)	19
2.5 ข้อมูลผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดและผลิตภัณฑ์	20
2.5.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดผลิตภัณฑ์และบริการของการกีฬาแห่งประเทศไทย	20
2.5.1.1 บทนำและความสำคัญของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมตลาด	20
2.5.1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)	20
2.5.1.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงานภายในองค์กร (McKinsey 7S Framework)	21
2.5.1.4 การวิเคราะห์แรงกดดันทางการแข่งขัน (Five Forces Model)	21
2.5.1.5 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันรายผลิตภัณฑ์หลักของ กกท.	22
2.5.1.6 การวิเคราะห์สมรรถนะหลัก (Core Competency) ด้วย VRIO Framework	23
2.5.1.7 ยุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขัน	23
2.6 ข้อมูลสารสนเทศจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน	24
2.6.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในตามกรอบ 7’S Model ของการกีฬาแห่งประเทศไทย	24
2.6.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกตามกรอบ PESTEL ของการกีฬาแห่งประเทศไทย	27
2.6.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกตามกรอบ Five Forces ของการกีฬาแห่งประเทศไทย	30
2.6.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความท้าท้ายตามแผนวิสาหกิจของการกีฬาแห่งประเทศไทย	31
2.6.5 การวิเคราะห์ (TOWS matrix) ของการกีฬาแห่งประเทศไทย	32
2.7 ผลการดำเนินงานของการกีฬาแห่งประเทศ (กกท.) Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	33
(1) ประเด็นที่ กกท. สามารถดำเนินการได้หรือยังดำเนินการไม่สมบูรณ์	33
(2) รายละเอียดการประเมินด้านการมุ่งเน้นลูกค้าของ กกท.	35
2.8 แผนวิสาหกิจและแผนแม่บทหรือแผนปฏิบัติการระยะยาวต่าง ๆ ขององค์กร	38
2.8.1 แผนวิสาหกิจ กกท. พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)	38
2.8.2 แผนแม่บทการบริหารทุนมนุษย์ การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)	40
2.8.3 แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)	41
2.8.4 แผนแม่บทการจัดการความรู้ การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)	42
2.8.5 แผนปฏิบัติการดิจิทัล การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)	43
2.8.6 แผนแม่บทการส่งเสริมและพัฒนากีฬาอาชีพ การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)	44
2.8.7 แผนแม่บทวิทยาศาสตร์การกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2567 – 2570	45
2.9 การเปลี่ยนแปลงของนโยบาย กฎหมาย/ กฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้อง	46
2.9.1 นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน	46
2.9.1.1 นโยบายของรัฐบาล (นายอนุทิน ชาญวีรกูล นายกรัฐมนตรี 9 เมษายน 2569)	46
2.9.1.2 นโยบายของรัฐมนตรี (นายสุรศักดิ์ พันธ์เจริญวรกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	49
2.9.1.3 การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยกีฬา (Creative Sports Economy) VS Soft Power	54
2.9.1.4 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)	53
2.9.2 แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน	57
2.9.2.1 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560	57
2.9.2.2 แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580) (20 ปี)	57
2.9.2.3 แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2566 – 2580 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)	60

สารบัญ

	หน้า
2.9.2.3.1 ประเด็นที่ 5 ประเด็น การท่องเที่ยว	60
2.9.2.3.2 ประเด็นที่ 14 ประเด็น ศักยภาพการกีฬา	61
2.9.2.4 (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2571 - 2575)	64
2.9.2.5 แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2566 - 2570)	65
2.9.2.6 แผนพัฒนารัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2566 – 2570	67
2.9.2.7 แผนปฏิบัติราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	69
2.9.2.8 แผนปฏิบัติราชการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	71
2.9.3 กฎ ระเบียบ และข้อบังคับสำคัญที่เกี่ยวข้อง	72
บทที่ 3 กระบวนการบริหารจัดการลูกค้า (Customer Management)	73
3.1 การรวบรวมข้อมูล (Data Collection)	73
3.2 วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการจำแนกกลุ่มลูกค้า	75
กระบวนการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดของ กกท.	77
3.3 การวิเคราะห์เส้นทางเดินลูกค้าของ กกท. (Customer Journey)	78
3.4 การจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้าของ กกท. (Customer Segment Profile)	80
3.4.1 รายละเอียด Customer Insight ของ กกท.	82
3.5 การรับฟังเสียงลูกค้า	88
3.5.1 กระบวนการการรับฟังเสียงของลูกค้าของ กกท.	89
3.5.2 การกำหนดช่องทาง วิธีการหรือเครื่องมือที่ใช้ในการรับฟังเสียงของลูกค้า ของ กกท.	90
3.6 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)	94
3.6.1 องค์ประกอบหลักทั่วไปของ CRM	94
3.6.2 ลักษณะการทำงานระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์	94
3.6.3 กระบวนการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าของ กกท.	94
3.6.4 แนวทางการจัดทำรายละเอียดกฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ (Service Charter และ Customer Service Standard)	97
3.6.4.1 วัตถุประสงค์	97
3.6.4.2 ขอบเขตและมาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard)	97
3.7 ความพร้อมของทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง ทั้งงบประมาณ บุคลากร และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	102
3.7.1 แนวทางการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ	102
3.7.2 หลักเกณฑ์และแนวทางการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ	103
3.7.3 แนวทางการบริหารแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี	105
3.8 แนวทางการพัฒนาและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ	105
3.8.1 การรวบรวมข้อมูลป้อนกลับจากกลุ่มลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร	105
3.8.2 การนำกรอบแนวคิด Business Model Canvas มาใช้สร้างคุณค่าให้ลูกค้าอย่างยั่งยืน (Value Proposition)	106
3.8.3 การปรับปรุงและพัฒนาเชื่อมโยงกับแฟนวอสาหกิจขององค์กร (ระบบงาน/กระบวนการทำงาน)	109
3.9 แนวทางการประยุกต์ใช้บริหารความเสี่ยงในการพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการในแผนงานหรือโครงการ	111
3.10 การประเมินความพึงพอใจ	114
บทที่ 4 กระบวนการวิเคราะห์แผนวิสาหกิจด้านการบริหารจัดการลูกค้า	117
4.1 การรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศ	117
4.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)	117
4.3 ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ และสมรรถนะหลัก	121

สารบัญ

	หน้า
4.4 การจัดการความสัมพันธ์ฯ	126
บทที่ 5 แผนวิสาหกิจด้านการบริหารจัดการลูกค้า กกท.	127
5.1 วิสัยทัศน์ (Vision)	127
5.2 พันธกิจ (Mission)	127
5.3 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)	128
5.4 เป้าประสงค์ (Goal)	128
5.5 ความสอดคล้องแผนวิสาหกิจการกีฬาแห่งประเทศไทย และแผนวิสาหกิจด้านการบริหารจัดการลูกค้า กกท.	129
5.6 ความเชื่อมโยงวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ กับ รายละเอียดตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย ตามแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	130
5.6.1 แผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ประจำปี 2570	130
บทที่ 6 การสื่อสาร ถ่ายทอดแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กกท. และแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ	133
6.1 แนวทางการสื่อสาร ถ่ายทอด อบรมให้ความรู้ และการติดตามประเมินผล	133
6.2 การรายงานผลการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ ของ กกท.	134
6.3 การมีส่วนร่วมของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	134
6.4 แนวทางการจัดการข้อร้องเรียน	135
ภาคผนวก	137
- ตารางแสดงแผนวิสาหกิจของ กกท. ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) ฯ และตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2570	138
- แผนยุทธศาสตร์ แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า กกท. 2569 – 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570)	142

บทที่ 1

บริบทของ กกท.

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การกีฬาแห่งประเทศไทย จัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติ การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2528 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 17 ตุลาคม 2528 เพื่อจัดตั้ง “การกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) แทน “องค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย” (องค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย จัดตั้ง เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2507) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี เพื่อเป็นการยกระดับให้มีการบริหารงานอย่างเพียงพอต่อการขยายตัวของการกีฬาในชาติและเมื่อมีพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ได้มีการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาขึ้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2545 และให้การกีฬาแห่งประเทศไทย โอนไปสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแทนสำนักนายกรัฐมนตรี ตั้งแต่วันที่ 9 ตุลาคม 2545 เป็นต้นไป

ต่อมาได้มีการปรับปรุงกฎหมายว่าด้วย การกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยยกเลิกพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2528 และมีการตราพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ.2558 ขึ้น ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 26 มีนาคม 2558 โดยนัยแห่งพระราชบัญญัตินี้ ได้กำหนดให้มีการจัดตั้งกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติขึ้นในการกีฬาแห่งประเทศไทย กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจดทะเบียนจัดตั้งสมาคมกีฬา และมาตรการในการกำกับดูแลการดำเนินการของสมาคม คณะกรรมการสมาคมกีฬาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ปัจจุบัน กกท. เป็นรัฐวิสาหกิจให้บริการในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาอาชีพ รวมถึงการบริการสถานที่ อุปกรณ์ และองค์ความรู้ด้านกีฬาแก่นักกีฬา บุคลากรทางการกีฬา ตลอดจนประชาชนที่เข้ามาใช้บริการ อีกทั้ง มีการจัดกิจกรรมการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ และยังให้บริการเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การกีฬาทุกแขนง ตามความต้องการของสมาคมกีฬา นักกีฬา และผู้ใช้บริการ โดยอาศัยองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ที่ กกท. มีความเชี่ยวชาญอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งองค์กร

ตามพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดไว้ ตามมาตรา 8 กกท. มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมการกีฬา
2. ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานงานเกี่ยวกับการกีฬา
3. ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย และจัดทำโครงการ แผนงาน และสถิติเกี่ยวกับการส่งเสริมการกีฬา รวมทั้งประเมินผล
4. จัด ช่วยเหลือ แนะนำ และร่วมมือในการจัดและดำเนินกิจกรรมกีฬา
5. สำรวจ จัดสร้าง และบูรณาสถานที่สำหรับการกีฬา
6. ติดต่อร่วมมือกับองค์การหรือสมาคมกีฬาทั้งในและนอกราชอาณาจักร
7. สอดส่องและกำกับดูแลการดำเนินกิจกรรมกีฬา
8. ริเริ่ม พัฒนา ส่งเสริม และสนับสนุนการกีฬาคนพิการ
9. ประกอบกิจการอื่น ๆ อันเกี่ยวแก่หรือเพื่อประโยชน์ของการกีฬา

1.3 ลักษณะขององค์กร

1.3.1 ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท.

กกท. มีผลิตภัณฑ์และบริการ ความสำคัญเชิงเปรียบเทียบของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร และกลไกที่ กกท. ใช้ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้รับบริการ มีดังนี้

ประเภท/ผลิตภัณฑ์และบริการ	รายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ	ความสำคัญเชิงเปรียบเทียบของแต่ละผลิตภัณฑ์	กลไกการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการ
1. ให้การสนับสนุนงบประมาณด้านบริหารจัดการกีฬา	เป็นการอุดหนุนงบประมาณในทุกด้านให้กับสมาคมกีฬา ผู้จัดแข่งขัน นักกีฬาอาชีพ เพื่อให้สามารถจัดและดำเนินการด้านกีฬาได้ตามแผน รวมทั้งส่งเสริมให้องค์กรกีฬาสามารถดำเนินการด้านการจัดแข่งส่งแข่งในนามประเทศไทยได้อย่างถูกต้องและการจัดสวัสดิการให้กับนักกีฬาและบุคลากรกีฬา	1	• ประชุมเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์และจัดสรรงบประมาณ • เบิกจ่ายงบประมาณ
2. การบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา	เป็นการให้บริการเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การกีฬา 6 ด้าน ได้แก่ 1. การควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬา 2. เวชศาสตร์การกีฬา 3. จิตวิทยาการกีฬา 4. โภชนาการ 5. สรีระวิทยาการออกกำลังกาย 6. ชีวกลศาสตร์ ตามความต้องการของสมาคมกีฬา นักกีฬา และผู้ใช้บริการ โดยอาศัยองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาที่ กกท. จัดทำขึ้นและที่รวบรวมจากหน่วยงานและผู้เชี่ยวชาญ	2	• ให้บริการภายในณ สถานที่ทำการของ กกท. ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ทั้ง 6 ด้าน • ให้บริการนอกสถานที่ณ สมาคมกีฬา สถานที่แข่งขันทั้งในและต่างประเทศ สถานที่เก็บตัวของนักกีฬาทั้งในและต่างประเทศ • งานวิจัยและองค์ความรู้เผยแพร่ทาง Social Media
3. การให้บริการสถานที่อุปกรณ์กีฬา	เป็นการให้บริการด้านสถานที่ เช่น สนามฝึกซ้อมแข่งขัน ที่พัก และด้านอุปกรณ์กีฬา ในกระบวนการเก็บตัวฝึกซ้อมของนักกีฬาระดับชาติ เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และการให้บริการแก่ประชาชน และหน่วยงานทั่วไปที่มาใช้บริการ	3	• ให้บริการที่ กกท. ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
4. รายการการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์	กิจกรรมการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ได้แก่ 1. กีฬาแห่งชาติ จัดทุก 2 ปี 2. กีฬาเยาวชนแห่งชาติ จัดทุก 1 ปี 3. กีฬาคนพิการแห่งชาติ 4. กีฬาอาวุโสแห่งชาติ โดยมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมและพัฒนานักกีฬาให้มีผลงานดีขึ้นจนติดทีมชาติ	4	• สถานที่การจัดการแข่งขัน

ตารางแสดง : ผลิตภัณฑ์และบริการ ความสำคัญเชิงเปรียบเทียบของแต่ละผลิตภัณฑ์ และกลไกการส่งมอบฯ ของ กกท.

1.3.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมสมรรถนะหลัก และโครงสร้างองค์กร

กกท. มีวิสัยทัศน์ และค่านิยม รวมทั้ง สมรรถนะหลักขององค์กรที่มีความเกี่ยวข้องกับพันธกิจขององค์กร ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

"พัฒนาการกีฬาให้ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ และบริหารจัดการองค์กรอย่างมีมาตรฐาน เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศอย่างยั่งยืน"

พันธกิจ (Mission)

1	2	3	4	5
ส่งเสริมกีฬาเพื่อความเป็นเลิศอย่างเป็นระบบครบวงจร มุ่งการพัฒนาระบบการสรรหานักกีฬาหน้าใหม่ และสร้างศักยภาพนักกีฬาด้วยวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีทางการกีฬาตามรูปแบบศูนย์ฝึกกีฬาแห่งชาติ เพื่อให้นักกีฬาประสบความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ	พัฒนาระบบการบริหารจัดการกีฬาอาชีพและกีฬามวลชน สร้างมาตรฐานองค์กรและการจัดการแข่งขันกีฬาอาชีพและกีฬามวลชน ให้เกิดความเป็นธรรมและปลอดภัย เพื่อส่งเสริมกีฬาอาชีพและกีฬามวลชนสู่การเป็นวัฒนธรรมสากล สามารถสร้างรายได้ให้กับนักกีฬา และบุคลากรกีฬาที่ยังอาชีพได้อย่างยั่งยืน	สนับสนุนการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว รวมทั้งส่งเสริม สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านการกีฬาของเอเชียเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย	การส่งเสริมการจัดกิจกรรมกีฬาและสร้างกระแสความตื่นตัวของประชาชนในการออกกำลังกายเล่นกีฬา และการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อขยายฐานประชากรกีฬา สามารถสร้างมูลค่าทางสังคมให้กับประเทศไทย	พัฒนาระบบการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานการบริหารจัดการสินทรัพย์ของ กกท. ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งพัฒนารูปแบบการให้บริการ และผลิตภัณฑ์ของ กกท. เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้ ระบบดิจิทัล และนวัตกรรม เพื่อให้ กกท. เติบโตอย่างยั่งยืน

ค่านิยม (Core Values)

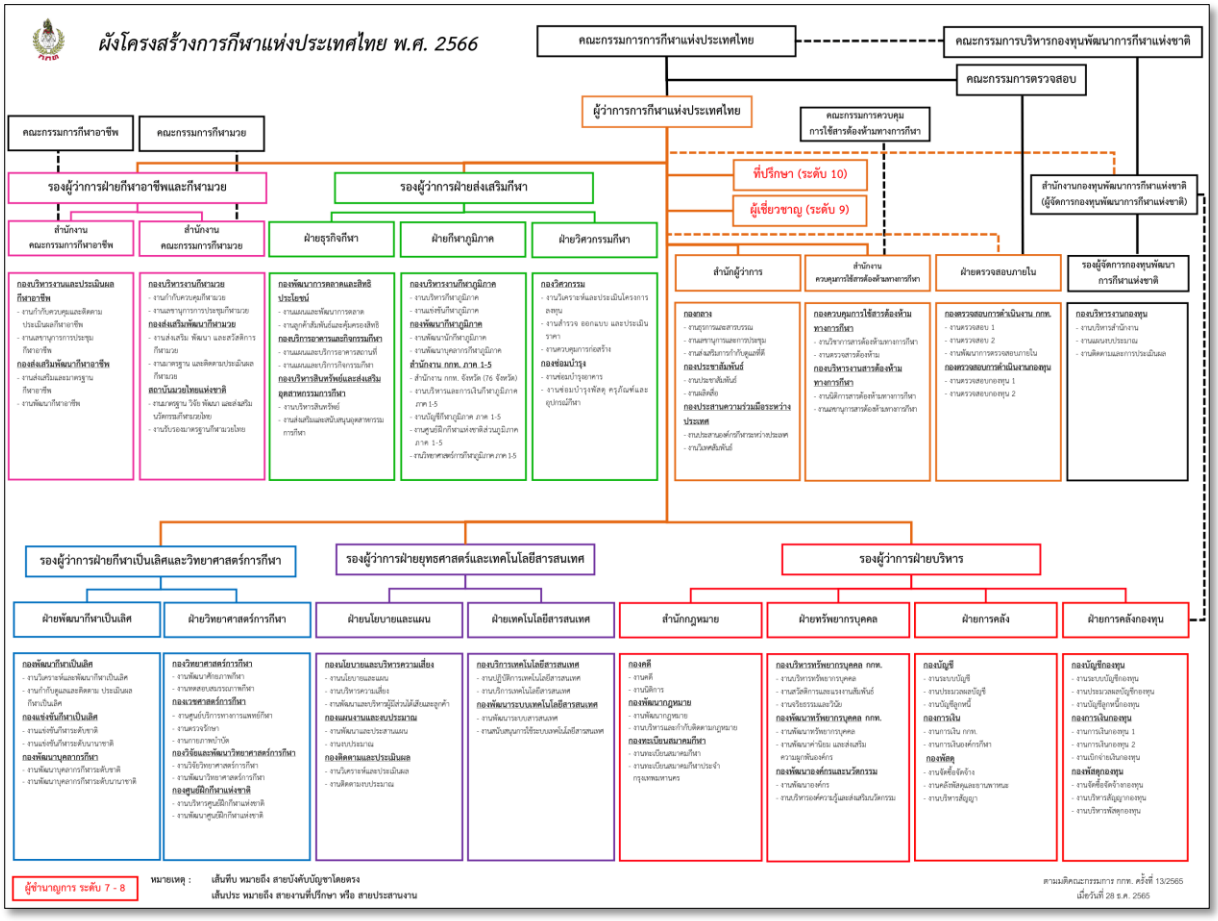
V : Visionary = ความมีวิสัยทัศน์	R : Risk Management = การบริหารความเสี่ยง	S : Spirit = ความมีสปิริต	A : Accountability = ความพร้อมรับผิดชอบ	T : Teamwork = การทำงานเป็นทีม

สมรรถนะหลัก (Core Competency : CC)	V Value คุณค่า	R Rareness ความหายาก	I Inimitable เลียนแบบ	O Organized การจัดการองค์กร
CC1. เป็นองค์กรหลักในการบูรณาการนโยบาย และกลยุทธ์ด้านกีฬาของประเทศ	✓	✓	✓	✓
CC2. การบริหารจัดการการแข่งขันกีฬาระดับชาติและนานาชาติ ตามรายการที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือได้รับสิทธิ์ในการจัดการแข่งขัน	✓	✗	✗	✓
CC3. การบริหารจัดการสนามกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวก และเครื่องมือวิทยาศาสตร์การกีฬาที่ได้มาตรฐาน ทั้งส่วนกลางและภูมิภาค	✓	✗	✓	✓

ตารางแสดง : ความสัมพันธ์ของวิสัยทัศน์ พันธกิจ สมรรถนะหลัก และค่านิยมขององค์กร

โครงสร้างองค์กร

การกีฬาแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการปรับปรุงโครงสร้างของการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566 โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการการกีฬาแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2565 ในการประชุมฯ ครั้งที่ 13/2565 โดยการปรับปรุงโครงสร้างการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566 มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงกระบวนการและออกแบบระบบงาน (Work Systems) เพื่อสนับสนุนให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives) โดยแบ่งออกเป็น ผู้ว่าการ 1 ตำแหน่ง, รองผู้ว่าการ 5 ตำแหน่ง, ที่ปรึกษา 1 ตำแหน่ง, ผู้เชี่ยวชาญ 1 ตำแหน่ง, ผู้อำนวยการฝ่ายหรือเทียบเท่า 16 ตำแหน่ง, ระดับผู้อำนวยการกองหรือเทียบเท่า 47 หน่วยงาน และระดับงาน 191 หน่วยงาน



รูปภาพแสดง : แผนภูมิโครงสร้าง กกท. พ.ศ. 2566 สำหรับการบริหารงาน กกท.

ทั้งนี้ในการปรับปรุงโครงสร้างการกีฬาแห่งประเทศไทย ปี 2564 กำหนดให้มีส่วนงานที่รับผิดชอบที่ชัดเจน เรื่องการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า ได้แก่ งานพัฒนาและบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียและลูกค้า กองนโยบายและบริหารความเสี่ยง สังกัด ฝ่ายนโยบายและแผน รวมถึงมีการแต่งตั้งคณะกรรมการ คณะประสานงาน และคณะทำงานกำกับดูแลการดำเนินงานการยกระดับการบริหารจัดการองค์กรทั้งระบบตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติและหลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการของรัฐวิสาหกิจ ที่มีหน้าที่บูรณาการการทำงานตามเกณฑ์ TQA และ SE - AM เพื่อเชื่อมโยงการทำงานระหว่างสำนัก/ฝ่ายของ กกท.



รูปแสดง : โครงสร้างผู้รับผิดชอบด้านการพัฒนาและบริหารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า กกท.

1.4 วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ความต้องการและความคาดหวังในมุมมองของลูกค้า รวมถึงทัศนคติที่มีต่อการบริการของ กกท. ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันและเพื่อพัฒนาต่อไปในอนาคต

2. เพื่อจัดทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าของ กกท. (แผนระยะยาว) และแผนการสร้างความสัมพันธ์ การบริหารจัดการลูกค้า (แผนประจำปี) สำหรับเป็นกรอบทิศทางการพัฒนาในเรื่องต่างๆ เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

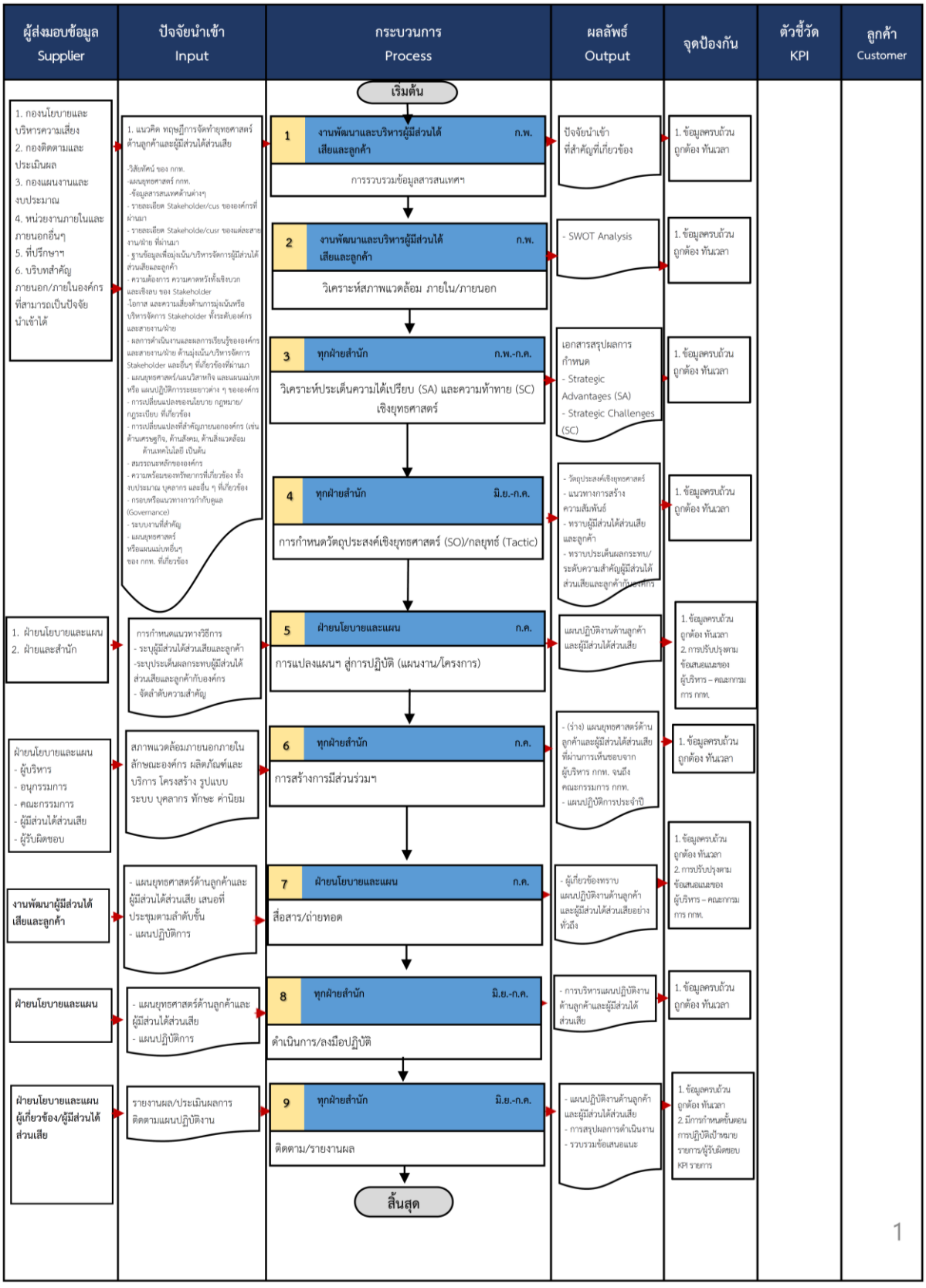
1.5 กระบวนการดำเนินงาน

กระบวนการจัดทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าของ กกท. สามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลสารสนเทศฯ
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ภายใน/ ภายนอก
3. การวิเคราะห์ประเด็นความได้เปรียบ (SA) และความท้าทาย (SC) เชิงยุทธศาสตร์
4. การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (SO) / กลยุทธ์ (Tactic)
5. การแปลงแผนฯ สู่การปฏิบัติ(แผนงาน/ โครงการ)
6. การสร้างการมีส่วนร่วมฯ
7. การสื่อสาร/ ถ่ายทอด
8. ขั้นตอนดำเนินการ/ ลงมือปฏิบัติ
9. การติดตาม/ รายงานผล



รูปแสดง : กระบวนการจัดทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้า ของ กกท.



รูปแสดง : กระบวนการจัดทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กกท.

บทที่ 2
ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการจัดทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้า กกท.

การรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเพื่อการจัดทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้า กกท. มีวัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ ประกอบด้วย

2.1 ข้อมูลสารสนเทศจากลูกค้า

สารสนเทศจากลูกค้า หมายถึง สารสนเทศที่เกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งได้มาจากกระบวนการของรัฐวิสาหกิจทั้งเชิงรุกและเชิงรับเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สามารถประมวลผล วิเคราะห์ และคัดกรองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ทั้งที่ระบุไว้ชัดเจน ไม่ได้ระบุชัดเจน และที่เกิดจากคาดหมายหรือพยากรณ์แนวโน้มที่เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความผูกพันของลูกค้ากับรัฐวิสาหกิจ ซึ่งจากความหมายดังกล่าว ข้อมูลสารสนเทศจากลูกค้าสำหรับ กกท. ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

2.1.1 ความหมายของลูกค้า ของ กกท. ที่แบ่งตามช่วงวงจรชีวิตของกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด (อดีต ปัจจุบัน อนาคต) ที่มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เพื่อวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการสร้างความสัมพันธ์อย่างเหมาะสม

นิยามความหมายของกลุ่มลูกค้าของการกีฬาแห่งประเทศไทย

กลุ่มลูกค้า	วงจรชีวิต	ความหมาย
นักกีฬา (Athletes)	ปัจจุบัน (Active Athletes)	นักกีฬาที่มีสัญชาติไทยที่ได้รับการสนับสนุน/บริการ จาก กกท. ในปัจจุบันประมาณปัจจุบัน
	อดีต (Retired Athletes)	นักกีฬาที่มีสัญชาติไทย ที่เคยได้รับการสนับสนุน/บริการ จาก กกท. แต่ปัจจุบันไม่ได้รับการสนับสนุน/บริการ จาก กกท. มาแล้ว 2 ปี
	อนาคต (Aspiring Athletes)	นักกีฬา ที่ยังไม่เคยติดทีมชาติ
บุคลากรกีฬา (Sports Personal)	ปัจจุบัน (Active Sports Professionals)	บุคลากรกีฬาที่ผ่านการอบรมและขึ้นทะเบียนกับ กกท. หรือมีใบอนุญาต และเข้าร่วมอบรม/ปฏิบัติหน้าที่ในรายการที่ กกท. รับรองภายในปัจจุบันประมาณปัจจุบัน
	อดีต (Retired Sports Professionals)	บุคลากรกีฬาที่เคยผ่านการอบรมและขึ้นทะเบียนกับ กกท. หรือมีใบอนุญาต แต่ปัจจุบันไม่ได้มีการเข้าร่วมอบรม/ปฏิบัติหน้าที่ในรายการที่ กกท. รับรอง มาแล้ว 4 ปี
	อนาคต (Prospective Sports Professionals)	บุคคลที่มีความสนใจเป็นบุคลากรกีฬา และยังไม่เคยผ่านการอบรมและขึ้นทะเบียนกับ กกท. หรือมีใบอนุญาต
ผู้ใช้บริการ (Customers)	ปัจจุบัน (Active Members)	ประชาชนหรือหน่วยงาน ที่มาเข้าร่วมกิจกรรม/แข่งขัน/ใช้บริการ ในพื้นที่ของ กกท. ภายในปัจจุบันประมาณปัจจุบัน
	อดีต (Past Members)	ประชาชนหรือหน่วยงาน ที่เคยมาเข้าร่วมกิจกรรม/แข่งขัน/ใช้บริการ ในพื้นที่ของ กกท. แต่ปัจจุบันไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรม/แข่งขัน/ใช้บริการ มาแล้ว 1 ปี
	อนาคต (Prospective Users)	ประชาชนหรือหน่วยงาน ที่มีความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม/แข่งขัน/ใช้บริการ ในพื้นที่ของ กกท. แต่ยังไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม/แข่งขัน/ใช้บริการ ในพื้นที่ของ กกท.

ตารางแสดง : นิยามความหมายของกลุ่มลูกค้าของการกีฬาแห่งประเทศไทย

2.1.2 ผลการสำรวจข้อมูลประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า โดยใช้ข้อมูลรายงานผลการศึกษาและเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการ ประจำปีฯ

2.2 ข้อมูลสารสนเทศจากตลาด ที่เกี่ยวข้องกับ กกท.

2.2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์อุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยในปัจจุบัน

อุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยในขณะนี้ไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมเพื่อการออกกำลังกายหรือการสันทนาการเท่านั้น แต่ได้ก้าวเข้าสู่ จุดเปลี่ยนสำคัญ (Transformation Point) ที่กลายเป็นเครื่องมือหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาวะของประชาชนอย่างเต็มรูปแบบ ภายใต้บริบทของตลาดที่มีพลวัตสูงและมีการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ การวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศจากตลาด (Market Intelligence) จึงเป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดทิศทางเพื่อความอยู่รอดและการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยสามารถสรุปรายละเอียดและวิเคราะห์ ได้ดังนี้

2.2.1.1 ภาพรวมและมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมกีฬาไทย

สถานการณ์อุตสาหกรรมกีฬาไทยมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องและชัดเจน โดยในปี 2567-2568 มีการขยายตัวของ GDP ภาคกีฬาเฉลี่ยร้อยละ 3.48 ต่อปี และข้อมูลล่าสุดระบุว่ามูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมกีฬาไทยในปี 2566 มีจำนวนสูงถึง 288,602.41 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2565 ถึงร้อยละ 9.19 และคาดการณ์ว่ามูลค่ารวมจะทะลุ 2 แสนล้านบาท ภายในระยะเวลาอันใกล้

การเติบโตนี้ขับเคลื่อนด้วยรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยรายได้ทางตรงเกิดจากกิจกรรมกีฬาและการจัดการแข่งขัน ขณะที่รายได้ทางอ้อมมาจาก การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) อุปกรณ์กีฬา สื่อกีฬา และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปถึงการจ้างงานและการหมุนเวียนเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศอย่างมหาศาล

2.2.1.2 ปัจจัยขับเคลื่อนหลัก (Market Drivers) ของอุตสาหกรรมกีฬา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวของตลาดและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 6 ด้านสำคัญ ดังนี้

- **กระแสสุขภาพ (Health & Wellness Megatrend)** หลังวิกฤต COVID-19 คนไทยหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพอย่างจริงจัง ทำให้กีฬาประเภทวิ่ง ปั่นจักรยาน ฟิตเนส และโยคะ ได้รับความนิยมสูงขึ้น ผู้บริโภคเต็มใจที่จะลงทุนในอุปกรณ์และบริการที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพมากขึ้น
- **การสนับสนุนและนโยบายรัฐ** รัฐบาลไทยกำหนดให้นโยบายด้านกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยมีการผลักดันนโยบาย Soft Power ผ่านกีฬามวยไทย และโครงการ Sports City เพื่อสร้างภาพลักษณ์ประเทศ รวมถึงโครงการ IGNITE Thailand's Tourism ที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านเอกลักษณ์ไทย
- **การเข้ามาของเทคโนโลยี (Technology Disruption)** การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น Wearable Devices (สมาร์ทวอทช์), แอปพลิเคชันติดตามการออกกำลังกาย (เช่น Strava, Garmin Connect) และกีฬาเสมือนจริง (Virtual Sports) เข้ามามีบทบาทในการเพิ่มความผูกพัน (Engagement) ของผู้เล่นกีฬา รวมถึงการนำ Big Data และ AI มาใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของนักกีฬา

- **อิทธิพลของสื่อและโซเชียลมีเดีย** ช่องทางอย่าง YouTube, TikTok และ Facebook กลายเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างคอนเทนต์กีฬาและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ โดยเฉพาะกลุ่ม Digital Natives อินฟลูเอนเซอร์ด้านสุขภาพมีบทบาทอย่างมากในการสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนหันมาเล่นกีฬา
- **การขยายตัวของกีฬาอาชีพและอีสปอร์ต** ฟุตบอลไทยลีกมีผู้ติดตามกว่า 10 ล้านคน และวอลเลย์บอลหญิงทีมชาติไทยได้รับความนิยมไปทั่วเอเชีย ในขณะที่ อีสปอร์ต (E-Sports) เติบโตอย่างก้าวกระโดดร้อยละ 15–20 ต่อปี และได้รับการยอมรับเป็นกีฬาอาชีพอย่างเป็นทางการ
- **การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism)** อีเวนต์ระดับโลกอย่าง MotoGP, ONE Championship และงานวิ่งมาราธอนขนาดใหญ่ กลายเป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้เมืองรอง

2.2.1.3 โครงสร้างและส่วนตลาดของกีฬาไทย

ปัจจุบันตลาดกีฬาไทยสามารถแบ่งออกเป็น 6 มิติหลักที่เกื้อหนุนกัน ทำให้กีฬาได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ประกอบด้วย

- **กีฬาเพื่อสุขภาพ (Sport for All)** เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด ครอบคลุมประชาชนทั่วไปที่เน้น Active Lifestyle
- **กีฬาอาชีพ (Professional Sports)** มีระบบลีกที่พัฒนาขึ้นใน 14 ชนิดกีฬาหลัก เช่น ฟุตบอล วอลเลย์บอล และกอล์ฟ
- **วิทยาศาสตร์การกีฬาและเทคโนโลยี** ตลาดเวชศาสตร์กีฬาเติบโตปีละ 6.7% โดยเน้นการพัฒนาสมรรถนะและการฟื้นฟูร่างกาย
- **การจัดการแข่งขันและอีเวนต์** การผสมผสานกีฬาเข้ากับความบันเทิง (Sports Entertainment) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- **กีฬาใหม่ (Emerging Sports)** กีฬา Extreme และ E-Sports ที่มีฐานผู้ชมเป็นเยาวชนรุ่นใหม่จำนวนมาก
- **วงการสื่อสารด้านกีฬา (Sports Media)** เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลเรื่องการสื่อสารด้านกีฬาและการถ่ายทอดสด ลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสด หรือ บทบาทของ Sports Influencer และ Content Creator

2.2.1.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)

การประเมินปัจจัยภายนอกแสดงให้เห็นทั้งโอกาสและความท้าทายที่อุตสาหกรรมกีฬาไทยต้องเผชิญ ด้านต่างๆ ประกอบด้วย

- **ด้านการเมือง (Political)** มีแผนแม่บทพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ พ.ศ. 2566–2580 เป็นรากฐานสำคัญ รัฐบาลสนับสนุนมวยไทยเป็น Soft Power ระดับโลก อย่างไรก็ตาม ความไม่แน่นอนจากการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล และอิทธิพลทางการเมืองในสมาคมกีฬาบางแห่งยังเป็นปัจจัยเสี่ยง
- **ด้านเศรษฐกิจ (Economic)** แม้ตลาดจะขยายตัว แต่อัตราเงินเฟ้อและเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอาจกระทบต่อกำลังซื้อของประชาชนและการสนับสนุนจากภาคเอกชน การกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) จึงต้องมุ่งเน้นโมเดล PPP (Public–Private Partnership) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงบประมาณ
- **ด้านสังคม (Social)** สังคมสูงวัย (Aging Society) นำมาซึ่งความต้องการกีฬาเพื่อสุขภาพจิตและการฟื้นฟู ขณะเดียวกัน อัตราการเกิดที่ลดลงทำให้การสรรหานักกีฬาหน้าใหม่เพื่อทดแทนทีมชาติเดิมทำได้ยากขึ้น

• **ด้านเทคโนโลยี (Technological)** ดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรค พฤติกรรมประชาชนเปลี่ยนไปใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งอาจทำให้ความสนใจในการออกกำลังกายแบบออฟไลน์ลดลง องค์กรกีฬาต้องปรับตัวสู่ Hybrid Model (On-site + Virtual)

• **ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)** กระแส Green Stadium และการจัดอีเวนต์แบบ Carbon Neutral กำลังกลายเป็นมาตรฐานสากล สภาวะโลกร้อน (Climate Change) ส่งผลโดยตรงต่อการจัดกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง

• **ด้านกฎหมาย (Legal)** พ.ร.บ. การกีฬาแห่งประเทศไทย และกฎหมายรองมีความชัดเจนในระดับหนึ่ง แต่ยังมีความล่าช้าในการปรับปรุงให้ทันเทคโนโลยีใหม่ เช่น E-sports หรือ NFT ticketing รวมถึงข้อจำกัดของ PDPA ในการจัดเก็บข้อมูลนักกีฬา

2.2.1.5 การวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Forces Model)

อุตสาหกรรมกีฬาไทยกำลังเผชิญกับแรงกดดันจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ยกตัวอย่างเช่น

• **ความรุนแรงของการแข่งขัน (Industry Rivalry)** มีการแข่งขันสูงมาก โดยเฉพาะในหมวดสนามกีฬาและฟิตเนสที่ภาคเอกชนมีการให้บริการที่ทันสมัย และมีความคล่องตัวสูงกว่าของภาครัฐ

• **อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)** ผู้บริโภคมีทางเลือกหลากหลาย รวมทั้งแอปพลิเคชันออกกำลังกายและฟิตเนสหลายระดับ ทำให้ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการเพิ่มสูงขึ้น

• **อำนาจต่อรองของผู้จัดหา (Bargaining Power of Suppliers)** ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น นักวิทยาศาสตร์การกีฬาหรือผู้เชี่ยวชาญ Sport Tech มีจำกัดและเป็นที่ต้องการตัวสูง

• **ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)** กิจกรรม Home Fitness, AI Coaching และกีฬาในโลกเสมือน (AR/VR) เริ่มเข้ามาแทนที่การเข้าใช้สนามกีฬาแบบดั้งเดิม

• **ภัยคุกคามจากผู้เข้าใหม่ (Threat of New Entrants)** Startup ด้าน Sport Technology และบริษัทสื่อออนไลน์ที่หันมาจัดอีเวนต์กีฬาสามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้น เนื่องจากต้นทุนเทคโนโลยีที่ปรับลดราคาลง

2.2.1.6 บทบาทและการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ กกท.

เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด กกท. จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนบทบาทจากเดิมที่เน้นการเป็น ผู้ให้บริการ (Provider) สู่การเป็นผู้ออกแบบระบบนิเวศกีฬา (Ecosystem Designer) และ ผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก 4 ด้านที่ต้องเร่งยกระดับ

• **การสนับสนุนงบประมาณ** ต้องเปลี่ยนจากการจัดสรรแบบเดิมสู่ระบบ Outcome-based Budgeting ที่วัดผลลัพธ์เชิง KPI และผลกระทบทางสังคม (Social ROI)

• **วิทยาศาสตร์การกีฬา** พัฒนาเป็น Sport Science as a Service โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและโรงพยาบาล เพื่อกระจายการเข้าถึงสู่ภูมิภาคผ่านระบบ Tele-Sport Science

• **สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก** เปลี่ยนสนามกีฬาให้เป็น Smart & Green Stadium ที่ใช้เทคโนโลยี IoT ในการบริหารจัดการ และเปิดพื้นที่ให้เอกชนร่วมลงทุนแบบ PPI/PPP

• **การจัดการแข่งขันกีฬาลิขสิทธิ์** สร้างแบรนด์การแข่งขันให้มีมูลค่าเชิงพาณิชย์สูงขึ้น (Brand Value) ผ่านระบบ Hybrid Events และใช้สิทธิประโยชน์แบบดิจิทัลเพื่อเพิ่ม Fan Engagement

2.2.1.7 แนวโน้มในอนาคตและความท้าทายที่ต้องก้าวผ่าน

แนวโน้มในอนาคตและความท้าทายที่อุตสาหกรรมกีฬาของประเทศ และการกีฬาแห่งประเทศไทยต้องก้าวผ่านเพื่อเปลี่ยนผ่านสู่การเป็นองค์กรกีฬาอัจฉริยะ (Smart Sports Organization) สามารถวิเคราะห์เพิ่มเติมได้

<u>แนวโน้มในอนาคต (Emerging Trends)</u>

อุตสาหกรรมกีฬาไทยกำลังเคลื่อนที่เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้และดิจิทัลอย่างเต็มตัว โดยมีแนวโน้มหลักที่น่าสนใจ ดังนี้

- **กีฬาแบบ Hybrid และ Immersive** การแข่งขันจะไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในสนาม (On-ground) แต่จะผสานกับโลกออนไลน์ (Online) เช่น Virtual Race หรือการใช้เทคโนโลยี AR/VR และ Metaverse Sport เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และความบันเทิงที่ดีกว่าเดิม
- **การตอบโจทย์เฉพาะบุคคล (Personalization)** บริการด้านกีฬาจะถูกออกแบบให้เหมาะสมกับข้อมูลสุขภาพและพฤติกรรมรายบุคคล โดยใช้เทคโนโลยี AI และ Big Data เช่น SAT Wallet, ระบบโค้ชออนไลน์ หรือโปรแกรมฝึกซ้อมที่ปรับเปลี่ยนตามสมรรถภาพแบบ Real-time
- **Digital Green & ESG** แนวคิด Green Stadium และการจัดอีเวนต์แบบ Carbon Neutral (คาร์บอนเป็นศูนย์) จะกลายเป็นมาตรฐานหลัก โดยเน้นการใช้พลังงานสะอาดและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามโมเดลเศรษฐกิจ BCG
- **เศรษฐกิจผู้สร้างและแฟนคลับ (Creator & Fan Economy)** Sport Influencers และการนำระบบสิทธิประโยชน์ดิจิทัล เช่น NFT หรือระบบ Voting มาใช้ จะมีบทบาทสำคัญในการสร้างความผูกพันและมูลค่าทางการตลาด
- **Inclusivity & Aging Society** การขยายตลาดไปสู่กลุ่มเฉพาะ เช่น กีฬาเพื่อสุขภาวะสำหรับผู้สูงอายุ คนพิการ และกลุ่มหลากหลายทางเพศ จะมีความสำคัญมากขึ้นเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากร

<u>ความท้าทายที่ต้องก้าวผ่าน (Key Challenges)</u>

เพื่อให้บรรลุตำแหน่งยุทธศาสตร์ในอนาคต กกท. และอุตสาหกรรมกีฬาต้องเผชิญกับอุปสรรคสำคัญหลายประการ

- **โครงสร้างราชการและความคล่องตัว (Agility)** ระบบราชการแบบเดิม โครงสร้างราชการที่ไม่คล่องตัว และขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างที่ยาวนานเป็นอุปสรรคต่อการสร้างนวัตกรรม กกท. จึงต้องปรับตัวสู่บทบาทผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) และผู้ประสานระบบนิเวศ แทนการเป็นเพียงผู้ดำเนินการรายเดียว
- **ช่องว่างด้านทักษะดิจิทัล (Digital Skill Gap)** บุคลากรส่วนใหญ่ยังขาดความเชี่ยวชาญด้าน Data Analysis, Digital Marketing และเทคโนโลยีเกิดใหม่ จำเป็นต้องมีการ Reskill และ Upskill อย่างเร่งด่วนสู่รูปแบบ T-Shaped Skill (รู้กว้างในงานบริการและดิจิทัล และรู้ลึกในงานกีฬา)
- **ระบบข้อมูลแยกส่วน (Siloed Systems)** ปัจจุบันข้อมูลนักกีฬา แฟนกีฬา และการใช้บริการสนามกีฬา ยังไม่ถูกเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ทำให้ขาด National Sport Big Data ที่มีประสิทธิภาพในการตัดสินใจเชิงนโยบาย
- **การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)** ภาวะโลกร้อนส่งผลโดยตรงต่อกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง ทำให้ต้องมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนและค่าดำเนินการสูงขึ้น

• **วิกฤตประชากร** อัตราการเกิดที่ลดลง ส่งผลให้จำนวนผู้เล่นกีฬาลดลงในระยะยาว และทำให้การสรรหานักกีฬาหน้าใหม่เพื่อทดแทนนักกีฬาทีมชาติเดิมทำได้ยากขึ้น

• **ความคาดหวังด้านธรรมาภิบาล** สังคมมีความคาดหวังสูงต่อ ความโปร่งใส ในการจัดสรรงบประมาณ (เช่น กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ) ทำให้ต้องเปลี่ยนไปใช้ระบบการจัดสรรงบประมาณตามผลลัพธ์ (Outcome-based Budgeting) ที่วัดผลได้ชัดเจน

2.3 ข้อมูลเรื่องของคู่แข่งหรือคู่เทียบ

2.3.1 การวิเคราะห์คู่แข่งและคู่เทียบเชิงยุทธศาสตร์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.)

ภายใต้สภาวะแวดล้อมปัจจุบันที่อุตสาหกรรมกีฬาไทยก้าวเข้าสู่จุดเปลี่ยนสำคัญ (Transformation Point) การดำเนินงานของการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) ในฐานะรัฐวิสาหกิจภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่การเป็นหน่วยงานสนับสนุนภาครัฐแบบดั้งเดิมอีกต่อไป แต่ต้องเผชิญกับการแข่งขันในระดับตลาดเต็มรูปแบบ (Market-driven Environment) ที่มีความเข้มข้นสูงจากทั้งภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเทคโนโลยีดิสรัปต์ (Disruptive Technology) รูปแบบการบริโภคกีฬา

การวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องคู่แข่งและคู่เทียบ (Competitor and Benchmark Analysis) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ กกท. สามารถวางแผนพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยสามารถจำแนกรายละเอียดและวิเคราะห์เชิงลึกได้ตามมิติของผลิตภัณฑ์หลัก 4 ด้าน และการเปรียบเทียบกับคู่แข่งในระดับนานาชาติ ดังนี้

2.3.2 การวิเคราะห์คู่แข่งรายผลิตภัณฑ์หลัก (Product-based Analysis)

กกท. มีภารกิจหลักที่ส่งมอบผ่าน 4 ผลิตภัณฑ์สำคัญ ซึ่งแต่ละด้านเผชิญกับคู่แข่งและแรงกดดันทางการตลาดที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.3.2.1 ผลิตภัณฑ์ด้านการสนับสนุนงบประมาณด้านกีฬา

• **สถานการณ์ปัจจุบัน** กกท. เป็นผู้จัดสรรงบประมาณหลักผ่านแหล่งเงินจากสำนักงบประมาณและกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ โดยในปี 2566–2567 มีงบประมาณสนับสนุนอยู่ที่ประมาณ 4,000–5,000 ล้านบาท

• **คู่แข่ง/คู่เทียบ**

1) **หน่วยงานภาครัฐอื่น** เช่น กรมพลศึกษา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีงบประมาณด้านกีฬาเป็นของตนเอง

2) **แหล่งทุนทางเลือก (Substitutes)** การสนับสนุนจากภาคเอกชนผ่านกิจกรรม CSR, การระดมทุนสาธารณะ (Crowdfunding) และระบบ Sponsorship โดยตรงที่ไม่ผ่าน กกท.

• **การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ** แม้ กกท. จะเป็นผู้เล่นหลักในตลาด แต่เผชิญแรงกดดันด้านประสิทธิภาพ และความโปร่งใส หากระบบขอรับงบประมาณมีความซับซ้อน (Bureaucracy) สมาคมกีฬาหรือนักกีฬาอาจหันไปหาพันธมิตรเอกชนที่มีความคล่องตัวกว่า กกท. จึงต้องปรับสู่ระบบ Outcome-based Budgeting ที่เน้นผลสัมฤทธิ์เชิง KPI แทนการสนับสนุนรายจ่ายแบบเดิม

2.3.2.2 ผลิตภัณฑ์การให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา

• **สถานการณ์ปัจจุบัน** สำหรับตลาดวิทยาศาสตร์การกีฬา (Sport Science) ของไทยมีการเติบโตสูงเฉลี่ย 12–15% ต่อปี และมีมูลค่ารวมกว่า 1,200 ล้านบาทต่อปี

• **คู่แข่งสำคัญ**

1) **โรงพยาบาลเอกชนชั้นนำ** เช่น รพ.สมิติเวช, Med Park, และโรงพยาบาลกรุงเทพ ซึ่งให้บริการเวชศาสตร์กีฬาเชิงพาณิชย์ที่มีเทคโนโลยีทันสมัยและบริการแบบพรีเมียม

2) **สถาบันกีฬาเอกชนระดับโลก** เช่น FIFA Medical Centre (สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด) ที่มีมาตรฐานระดับสากลและระบบติดตามการฟื้นตัวนักกีฬาที่ทันสมัย

3) **เทคโนโลยีทดแทน (Substitutes)** แอปพลิเคชันและอุปกรณ์ Wearables (สมาร์ทวอทช์) ที่ใช้ AI ในการวิเคราะห์ฟอร์มการเล่นและสมรรถภาพทางกายด้วยตนเอง

• **จุดอ่อนเปรียบเทียบ** กกท. มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูงในกลุ่มกีฬาโอลิมปิก แต่ยังขาดระบบ AI / IoT และระบบข้อมูลกลาง (National Training Center - NTC) ที่เชื่อมโยงข้อมูลแบบ Real-time เมื่อเทียบกับเอกชนที่ใช้ Big Data ในการวิเคราะห์เชิงลึกไปแล้ว

2.3.2.3 ผลิตภัณฑ์การให้บริการสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา

• **สถานการณ์ปัจจุบัน** ความต้องการสนามกีฬาเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10% ต่อปี โดยเฉพาะในเขตเมือง กกท. มีสนามหลายแห่งทั่วประเทศ แต่กำลังประสบปัญหาเรื่องการบำรุงรักษา

• **คู่แข่งสำคัญ**

1) **ฟิตเนสพรีเมียมและคอมมูนิตี้สปอร์ต** เช่น Virgin Active, Jetts Fitness, และ Arena 1 ซึ่งมีความได้เปรียบด้านการบริการครบวงจร ระบบสมาชิก (Subscription) และทำเลที่เข้าถึงง่าย

2) **สนามกีฬาของหน่วยงานท้องถิ่น** เช่น อบจ. และเทศบาลที่มีสนามกีฬาในพื้นที่และเริ่มปรับปรุงให้ทันสมัย

3) **Home Fitness** อุปกรณ์ออกกำลังกายที่บ้าน และคลาสออนไลน์ที่เข้ามาแทนที่การไปเข้าใช้สนาม

• **การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ** ผู้บริโภคยุคใหม่เลือกสนามที่ใกล้บ้าน และสะดวกสบาย กกท. มักถูกเปรียบเทียบเรื่องระบบจองออนไลน์ที่ยังล้าสมัยและสภาพแวดล้อมที่ไม่ดึงดูด กลยุทธ์แก้ไขคือต้องพัฒนาสู่ Smart & Green Stadium และเปิดพื้นที่ให้เอกชนร่วมลงทุนแบบ PPP

2.3.2.4 ผลิตภัณฑ์การบริหารจัดการแข่งขันกีฬาที่เป็นกรรมสิทธิ์ของ กกท.

• **สถานการณ์ปัจจุบัน** กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์รายการใหญ่อย่าง กีฬาแห่งชาติ และกีฬาเยาวชนแห่งชาติ

• **คู่แข่งสำคัญ**

1) **รายการแข่งขันของเอกชน (Global Branding)** เช่น ONE Championship, Thai Fight หรือฟุตบอลลีกอาชีพ ซึ่งบริหารจัดการแบบ Sports Entertainment (กีฬาผสานความบันเทิง)

2) **รายการวิ่งมาราธอนระดับโลก (Global Events)** เช่น UTMB หรือ MotoGP ที่ดึงดูดเม็ดเงินสปอนเซอร์มหาศาล

• **ความแตกต่างที่เห็นชัด** คู่แข่งภาคเอกชนมีการบริหารรายได้แบบ Sponsor-driven และใช้สินทรัพย์ดิจิทัล เช่น NFT, Merchandising เพื่อสร้าง Fan Engagement ที่สูงกว่ารายการของ กกท. ซึ่งยังยึดติดกับการถ่ายทอดสดผ่านทีวีช่องหลักเพียงอย่างเดียว

2.3.3 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันด้วย Five Forces Model

จากการวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิดของ Michael E. Porter พบว่า กกท. อยู่ในสถานะที่ต้องเผชิญกับแรงกดดันรอบด้าน ดังนี้

1. **ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)** สูงมาก กกท. ถูกเปรียบเทียบด้านประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) กับภาคเอกชนที่มีความคล่องตัวสูงกว่าในทุกมิติ โดยเฉพาะหมวดสนามกีฬาและอีสปอร์ต

2. **อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)** สูง ประชาชนและนักกีฬามีตัวเลือกหลากหลาย หากบริการของ กกท. ล่าช้าหรือไม่ทันสมัย ผู้ใช้บริการจะหันไปใช้บริการออนไลน์หรือฟิตเนสเอกชนทันที

3. **อำนาจต่อรองของผู้จัดหา (Bargaining Power of Suppliers)** ปานกลางถึงสูง บุคลากรเฉพาะทาง เช่น นักวิทยาศาสตร์การกีฬาหรือผู้เชี่ยวชาญเทคโนโลยี (Sport Tech) มีจำกัดในตลาด กกท. ซึ่งเป็นระบบราชการอาจดึงดูดคนกลุ่มนี้ได้น้อยกว่าบริษัทเอกชน

4. **ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)** สูง เทคโนโลยี Virtual Sports, AR/VR, และ AI Coaching เริ่มเข้ามาแทนที่กิจกรรมกีฬาแบบออฟไลน์ที่ กกท. รับผิดชอบอยู่เดิม

5. **ภัยคุกคามจากผู้เข้าใหม่ในตลาด (Threat of New Entrants)** ปานกลาง Startups ด้านกีฬาและบริษัทสื่อออนไลน์สามารถเข้ามาจัดกิจกรรมแข่งขันเองได้ง่ายขึ้นเนื่องจากต้นทุนเทคโนโลยีที่ต่ำลง ทำให้ กกท. เสี่ยงจะสูญเสียความเป็นผู้เล่นหลัก

2.3.4 การเปรียบเทียบกับคู่เทียบระดับนานาชาติ (International Benchmarking)

เพื่อให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็น ศูนย์กลางกีฬาในอาเซียน (Sport Hub ASEAN) กกท. ได้ศึกษาคู่เทียบจาก 4 ประเทศต้นแบบเพื่อนำมาปรับใช้ ประกอบด้วย

- **ญี่ปุ่น (J-Village / Japan Sport Council)** มีระบบการสร้างแบรนด์ที่ทำให้กีฬาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม มีโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย และได้รับการสนับสนุนจากแฟนกีฬาอย่างยั่งยืน
- **สหรัฐอเมริกา** เน้นการบริหารจัดการกีฬาเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพสูงและการพัฒนานักกีฬาจากระดับการศึกษาเข้มแข็ง
- **ออสเตรเลีย (Australia Institute of Sport - AIS)** เป็นต้นแบบการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬาและฐานข้อมูล Big Data ในการพัฒนานักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศอย่างเป็นระบบ
- **กาตาร์ (Aspire Academy)** โดดเด่นด้านการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานระดับ World-class และการเป็นศูนย์กลางอีเวนต์ระดับโลก

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ กกท. ยังมีความได้เปรียบในเรื่องจำนวนโครงสร้างพื้นฐาน ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ แต่จุดอ่อน สำคัญคือการขาดระบบ Seamless Service และการวัดผลตอบแทนทางสังคม (Social ROI) ที่มีประสิทธิภาพเหมือนคู่เทียบต่างประเทศ

2.3.5 บทวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนเชิงการแข่งขัน (SWOT Analysis)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศตลาด พบประเด็นสำคัญที่ กกท. ต้องเร่งพัฒนาเพื่อสู้กับคู่แข่ง

- **จุดแข็ง (Strengths)** เป็นองค์กรหลักที่มีกฎหมายรองรับชัดเจน มีทุนทางสังคมสูง และมีโครงสร้างพื้นฐานครอบคลุม 76 จังหวัด
- **จุดอ่อน (Weaknesses)** โครงสร้างราชการขาดความคล่องตัว (Agility) ระบบข้อมูลยังแยกส่วน (Siloed Data) และบุคลากรยังขาดทักษะดิจิทัลและการตลาดเชิงรุก
- **โอกาส (Opportunities)** กระแสการดูแลสุขภาพ (Wellness Megatrend) การเติบโตของอีสปอร์ตและนโยบาย Soft Power กีฬามวยไทยที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางการกีฬา
- **อุปสรรค (Threats)** งบประมาณภาครัฐที่จำกัด ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภครุ่นใหม่ที่รวดเร็ว

2.3.6 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับการแข่งขัน

เพื่อให้ กกท. สามารถพัฒนาการดำเนินงานให้เท่าทันคู่แข่งขันในปัจจุบัน มีข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ดังต่อไปนี้

1. **การเปลี่ยนผ่านสู่ Digital-first Organization**
   - สร้างแพลตฟอร์ม SAT App / National Sport Experience Platform ที่รวมบริการจองสนาม, การรับงบประมาณ, และฐานข้อมูลวิทยาศาสตร์การกีฬาไว้ในแอปเดียวแบบ One-Stop Platform
   - จัดตั้ง Sports Consumer Intelligence Center เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มผู้บริโภคด้วย AI
2. **การปรับบทบาทสู่ผู้อำนวยความสะดวก Facilitator**
   - เปลี่ยนจากการเป็นผู้ดำเนินการ (Operator) รายเดียว มาเป็นผู้ประสานระบบนิเวศ (Ecosystem Designer) โดยใช้โมเดลความร่วมมือแบบ Public–Private–People–Partnership (4P Model)
   - เปิด API ให้ภาคเอกชนและ Startups เข้ามาพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมกีฬาในพื้นที่ของ กกท.
3. **ยกระดับสนามกีฬาสู่ Smart & Green Stadium**
   - พัฒนาสนามกีฬาหัวหมากและสนามภูมิภาคให้เป็นต้นแบบสนามกีฬาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (BCG Model) และมีระบบ IoT ตรวจวัดคุณภาพการใช้งาน
4. **การสร้าง Brand Value ของรายการแข่งขัน กกท.**
   - รีแบรนด์รายการแข่งขันของ กกท. ให้มีจุดขายที่ชัดเจน ใช้ Influencer และการตลาดแบบ Omni-Channel เพื่อเพิ่ม Fan Engagement ในกลุ่มคนรุ่นใหม่
5. **การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Reskill/Upskill)**
   - เร่งพัฒนาทักษะดิจิทัลและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ให้กับบุคลากร เพื่อให้สามารถแข่งขันกับความเร็วของภาคเอกชนได้

2.4 ข้อมูลสารสนเทศจากผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท.

การวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศจากผลิตภัณฑ์และบริการของการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.)

ภายใต้แผนวิสาหกิจการกีฬาแห่งประเทศไทย ได้กำหนดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการเป็นองค์กรกีฬาอัจฉริยะ (Smart Sports Organization) ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและเทคโนโลยี การวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศจากผลิตภัณฑ์และบริการจึงไม่ใช่เพียงการสรุปผลการดำเนินงาน แต่เป็นการวางรากฐานเพื่อสร้างระบบนิเวศกีฬา (Sport Ecosystem) ที่ยั่งยืน โดยสามารถวิเคราะห์รายละเอียดในมิติต่างๆ ดังนี้

2.4.1 โครงสร้างข้อมูลสารสนเทศของผลิตภัณฑ์หลัก 4 ด้าน

กกท. ส่งมอบบริการผ่าน 4 ผลิตภัณฑ์หลัก ซึ่งในปัจจุบันกำลังถูกปรับโฉมด้วยระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขัน

2.4.1.1 ข้อมูลสารสนเทศด้านการสนับสนุนงบประมาณ (Budget Support)

- **สถานการณ์ปัจจุบัน** งบประมาณสนับสนุนกีฬาในปี 2566–2568 อยู่ที่ประมาณ 4,000–5,000 ล้านบาท โดยกระจุกตัวในสมาคมกีฬาขนาดใหญ่
- **การวิเคราะห์สารสนเทศ** ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าระบบเดิมยังขาดการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง และข้อมูลพื้นฐานของนักกีฬาไม่ครบถ้วน
- **ทิศทางพัฒนา** เปลี่ยนผ่านสู่ระบบ Outcome-based Budgeting โดยใช้แพลตฟอร์ม Sports Grant Management Platform เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าและผลกระทบทางสังคม (Social ROI) แทนการจ่ายตามคำขอเพียงอย่างเดียว

2.4.1.2 ข้อมูลสารสนเทศด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (Sport Science)

- **ขีดความสามารถปัจจุบัน** มีโครงการ SAT Sports Lab และระบบ SAT Performance Database ที่จัดเก็บข้อมูลสุขภาพและสมรรถภาพรายบุคคล
- **การวิเคราะห์สารสนเทศ** ตลาดเวชศาสตร์กีฬาเติบโตปีละ 6.7% แต่ กกท. ยังขาดระบบ AI และ IoT เต็มรูปแบบเมื่อเทียบกับภาคเอกชน
- **ทิศทางพัฒนา** ยกระดับสู่ Sports Science-as-a-Service และระบบ Tele-Sport Science เพื่อกระจายการเข้าถึงข้อมูลไปยังภูมิภาค และเชื่อมโยงข้อมูลสมรรถภาพนักกีฬาแบบ Real-time

2.4.1.3 ข้อมูลสารสนเทศด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

- **สถานการณ์ปัจจุบัน** กกท. บริหารสนามกีฬาหลากหลายแห่งทั่วประเทศ แต่เผชิญปัญหาเรื่องการบำรุงรักษาและระบบจองที่ล้าสมัย
- **การวิเคราะห์สารสนเทศ** ผู้บริโภคต้องการระบบจองออนไลน์ (Online Booking) และโปรแกรมสมาชิก (Subscription/Loyalty)
- **ทิศทางพัฒนา** พัฒนาสู่ Smart Stadium โดยติดตั้งระบบ IoT เพื่อตรวจวัดความหนาแน่นและคุณภาพอากาศ พร้อมทั้งใช้ระบบจองสนามแบบ All-in-One Platform

2.4.1.4 ข้อมูลสารสนเทศด้านการจัดการแข่งขันที่เป็นกรรมสิทธิ์ (Licensed Events)

• **สถานการณ์ปัจจุบัน** ผู้ชมออนไลน์ในไทยมีมากกว่า 25 ล้านคนต่อปี และมีแนวโน้มติดตามผ่านโซเชียลมีเดียสูงขึ้น

• **การวิเคราะห์สารสนเทศ** รายการของ กกท. ยังมีค่าสปอนเซอร์ต่ำและขาดการบริหารสิทธิประโยชน์เชิงพาณิชย์เมื่อเทียบกับเอกชน

• **ทิศทางพัฒนา** ใช้รูปแบบการจัดแข่งขันแบบ Hybrid + OTT (On-ground + Online) และสร้างแพลตฟอร์มถ่ายทอดสดของตนเองเพื่อขยายฐานผู้ชมและสร้างรายได้จากข้อมูลผู้ชม

2.4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและแรงกดดันทางการตลาด (Five Forces Analysis)

จากการวิเคราะห์ด้วยกรอบ Five Forces Model พบว่าผลิตภัณฑ์ของ กกท. อยู่ท่ามกลางแรงกดดันที่สูงขึ้น ประกอบด้วย

• **การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)** สูงมาก กกท. ถูกเปรียบเทียบด้านประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) กับฟิตเนสและผู้จัดอีเวนต์เอกชนที่คล่องตัวกว่า

• **อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)** สูง ผู้ใช้บริการมีตัวเลือกหลากหลายทั้งแอปกีฬาออนไลน์และฟิตเนสพรีเมียม ทำให้มีความคาดหวังต่อบริการดิจิทัลที่สูงขึ้น

• **อำนาจต่อรองของผู้จัดหา (Bargaining Power of Suppliers)** ปานกลางถึงสูง ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีกีฬาและวิทยาศาสตร์การกีฬามีจำกัด และมักถูกดึงตัวไปยังภาคเอกชน

• **ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)** สูง เทคโนโลยี Virtual Sports และ AI Coaching เริ่มเข้ามาแทนที่การเข้าใช้สนามกีฬาแบบดั้งเดิม

• **ภัยคุกคามจากผู้เข้าใหม่ (Threat of New Entrants)** ปานกลาง Startups ด้าน Sport Tech สามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้นด้วยต้นทุนด้านเทคโนโลยีที่ต่ำลง

ข้อสรุปเชิงวิเคราะห์ วิทยาศาสตร์การกีฬาเป็นผลิตภัณฑ์ที่เผชิญแรงกดดันรอบด้านมากที่สุด ในขณะที่สนามกีฬาและการจัดการแข่งขันต้องเร่งปรับตัวเรื่องความคล่องตัว

2.4.3 ยุทธศาสตร์ข้อมูลสารสนเทศ (Data-Driven Organization Strategic)

กกท. กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์เป็น องค์กรที่ใช้ข้อมูลในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการ (Data Driven Organization) โดยมีโครงการสำคัญดังนี้

• **National Sport Big Data** การบูรณาการข้อมูลจากศูนย์วิทยาศาสตร์กีฬา สมาคมกีฬา และสนามกีฬา เพื่อสร้างฐานข้อมูลกลางระดับชาติสำหรับการตัดสินใจเชิงนโยบาย

• **Data Catalog** แผนการจัดทำบัญชีข้อมูลองค์กร ระยะที่ 1 ในปี 2568 และระยะที่ 2 ในปี 2569 เพื่อจัดระเบียบข้อมูลให้สามารถนำไปใช้วิเคราะห์เชิงลึกได้

• **Sports Consumer Intelligence Center** การจัดตั้งศูนย์วิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มผู้บริโภคกีฬา เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นแบบเฉพาะบุคคล (Personalized Service)

• **SAT Super App** แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เชื่อมโยงทุกบริการของ กกท. ตั้งแต่การจองสนาม การรับงบประมาณ ไปจนถึงระบบสุขภาพนักกีฬา

2.4.4 การวิเคราะห์ความพร้อมภายใน (McKinsey 7S Framework)

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์กรอัจฉริยะ กกท. ต้องเผชิญกับความท้าทายในระดับโครงสร้างและบุคลากร

- **โครงสร้าง (Structure)** มีลักษณะกึ่งราชการที่มั่นคงแต่ขาดความยืดหยุ่น การบูรณาการข้ามฝ่ายยังไม่ราบรื่น
- **ระบบงาน (Systems)** ข้อมูลหลายส่วนยังแยกส่วน (Siloed Data) และขั้นตอนการทำงานยังไม่เป็น Digital Service เต็มรูปแบบ
- **ทักษะ (Skills)** บุคลากรมีความเชี่ยวชาญด้านกีฬาสูง แต่ยังขาดทักษะด้าน Data Analysis และ Digital Transformation
- **แนวทางแก้ไข** พัฒนาบุคลากรในรูปแบบ T-Shaped Skill (รู้กว้างในงานดิจิทัลและบริการ แต่รู้ลึกในงานกีฬา) และปรับโครงสร้างสู่ Strategic Business Units (SBU) ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความคล่องตัว

2.4.5 แนวโน้มในอนาคตและโอกาสทางกลยุทธ์ (Emerging Trends)

การวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศระบุถึง 5 แนวโน้มสำคัญที่ กกท. ต้องปรับใช้

- **Personalization** บริการกีฬาเฉพาะบุคคล เช่น SAT Wallet และระบบแนะนำการฝึกด้วย AI
- **Digital Green & ESG** การพัฒนา Green Stadium ที่ใช้พลังงานสะอาด และลดการปล่อยคาร์บอน (Eco-efficiency)
- **Aging Society** การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุเพื่อลดภาระงบประมาณด้านสาธารณสุขของประเทศ
- **Sport Tourism & Soft Power** การใช้กีฬามวยไทยเป็น Soft Power เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยตั้งเป้ารายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเติบโตร้อยละ 10 ต่อปี
- **Cross-sector Collaboration** การร่วมทุนกับเอกชนในรูปแบบ PPP เพื่อเร่งนวัตกรรม เช่น E-sport camp และ wellness lab

2.4.6 การวิเคราะห์ความคุ้มค่าและตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI & SROI)

กกท. มุ่งเน้นการวัดผลที่มากกว่าตัวเลขกำไร แต่เป็นการสร้างมูลค่าทางสังคมและเศรษฐกิจ

- **มูลค่าผลผลิตอุตสาหกรรมกีฬา** ในปี 2566 มีมูลค่าสูงถึง 288,602.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.19
- **ตัวชี้วัด SROI** ตั้งเป้าสร้างมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการสนับสนุนกีฬาที่ 5 เท่าของเงินลงทุน
- **การวิเคราะห์ต้นทุน (Cost-Benefit)** แม้ระบบ Big Data จะไม่เห็นผลกำไรเป็นตัวเงินในทันที แต่จะช่วยลดความผิดพลาดและเพิ่มคุณภาพการบริการประชาชนอย่างมหาศาล ในขณะที่การพัฒนาศูนย์ฝึก NTC ด้วยเงินลงทุน 205 ล้านบาท คาดว่าจะสร้างรายได้กลับมา 34 ล้านบาทต่อปี โดยมีจุดคุ้มทุนใน 6 ปี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศทั้งหมด สรุปได้ว่าการกีฬาแห่งประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านที่สำคัญ จากการเป็นผู้ให้บริการ (Provider) สู่การเป็นผู้ออกแบบระบบนิเวศกีฬา (Ecosystem Facilitator) ข้อเสนอแนะที่สำคัญคือ

- เร่งทำ Digital Transformation พัฒนาแพลตฟอร์มกลางที่เชื่อมโยงข้อมูลทุกมิติแบบ One-Stop Platform
- ปรับใช้ Data-Driven Decision Making ใช้ข้อมูล Big Data ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการจัดสรรงบประมาณให้โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ
- สร้างพันธมิตร PPP ดึงศักยภาพและความคล่องตัวจากภาคเอกชนมาช่วยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและนวัตกรรมกีฬา
- มุ่งเป้าความยั่งยืน (BCG Model) จัดกิจกรรมกีฬาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างมูลค่าเพิ่มทางสังคม

2.5 ข้อมูลผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดและผลิตภัณฑ์

2.5.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดผลิตภัณฑ์และบริการของการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศจากแหล่งอ้างอิงและแผนยุทธศาสตร์ปัจจุบัน เพื่อให้รายละเอียดและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่มีผลต่อการดำเนินงานของ กกท. ภายใต้บริบทที่อุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทยกำลังอยู่ในจุดเปลี่ยนสำคัญ (Transformation Point) ซึ่งเปลี่ยนผ่านจากการเป็นกิจกรรมเพื่อสันทนาการสู่การเป็นสนามเศรษฐกิจที่มีมูลค่ามหาศาล โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือการก้าวสู่การเป็นองค์กรกีฬาอัจฉริยะ (Smart Sports Organization)

2.5.1.1 บทนำและความสำคัญของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมตลาด

อุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยปัจจุบันมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2569 มูลค่าทางเศรษฐกิจจะทะลุ 2 แสนล้านบาท การมีสารสนเทศตลาด (Market Intelligence) ที่ถูกต้องและทันสมัยจึงเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการ โดยเฉพาะในสภาวะที่การแข่งขันมีความเข้มข้นสูงและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว การวิเคราะห์นี้จะช่วยให้ กกท. วางแผนเชิงรุกและเชิงรับเพื่อรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันและสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2.5.1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของ กกท. สามารถจำแนกได้เป็น 6 มิติหลัก ดังนี้

- **ด้านการเมือง (Political)** รัฐบาลกำหนดให้กีฬาเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และผลักดันนโยบาย Soft Power และ IGNITE Thailand's Tourism เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศ อย่างไรก็ตาม ความท้าทายอยู่ที่ความต่อเนื่องของนโยบายและการแทรกแซงทางการเมืองในสมาคมกีฬาบางแห่ง
- **ด้านเศรษฐกิจ (Economic)** แม้ตลาดกีฬาจะมีมูลค่าสูง แต่ภาวะเงินเฟ้อและเศรษฐกิจชะลอตัวส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและการสนับสนุนจากภาคเอกชน กกท. จึงต้องเน้นโมเดลความร่วมมือ PPP (Public-Private Partnership) เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าของงบประมาณ
- **ด้านสังคม (Social)** กระแสการดูแลสุขภาพ (Health & Wellness Megatrend) กลายเป็นวิถีชีวิตใหม่หลัง COVID-19 ในขณะที่สังคมสูงวัย (Aging Society) และอัตราการเกิดที่ลดลงทำให้จำนวนนักกีฬารุ่นใหม่ลดน้อยลง กกท. จึงต้องขยายตลาดไปสู่กลุ่มเฉพาะ เช่น กีฬาเพื่อสุขภาวะผู้สูงอายุ
- **ด้านเทคโนโลยี (Technological)** การเข้ามาของ Digital Transformation, AI และ Big Data เปลี่ยนโหมดการบริโภคกีฬา องค์กรที่ปรับตัวช้าจะถูกแย่งส่วนแบ่งตลาด กกท. จำเป็นต้องพัฒนาแพลตฟอร์ม เช่น SAT App เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลแบบ One-stop Service
- **ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)** กระแสโลกด้านความยั่งยืนทำให้เกิดแนวคิด Green Stadium และการจัดกิจกรรมแบบ Carbon Neutral ซึ่งเป็นทั้งโอกาสทางการตลาดใหม่และภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้น
- **ด้านกฎหมาย (Legal)** มี พ.ร.บ. การกีฬาแห่งประเทศไทยเป็นรากฐาน แต่กฎหมายบางฉบับยังไม่ครอบคลุมเทคโนโลยีใหม่ เช่น E-sports หรือ NFT Ticketing รวมถึงข้อจำกัดจาก PDPA ในการจัดเก็บข้อมูลนักกีฬา

2.5.1.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงานภายในองค์กร (McKinsey 7S Framework)

เพื่อให้แข่งขันได้ กกท. ต้องประเมินความพร้อมภายในตนเอง

• **Strategy (กลยุทธ์)** กกท. มียุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งการพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศผ่านศูนย์ฝึกแห่งชาติ (NTC) การส่งเสริมมวยไทยเป็น Soft Power และการมุ่งเน้นแนวทาง Digital Green for Sustainable Future อย่างไรก็ตามจุดอ่อนสำคัญคือยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างแนวทางการพัฒนากับความสำเร็จของแต่ละจุดยืนทางยุทธศาสตร์ และการถ่ายทอดแผนไปสู่การปฏิบัติ (Execution) ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร

• **Structure (โครงสร้างองค์กร)** มีโครงสร้างแบบกึ่งราชการที่มั่นคงและครอบคลุมทั่วประเทศผ่านสำนักงานจังหวัด 76 จังหวัด ซึ่งช่วยในการสนับสนุนนโยบายรัฐได้รวดเร็ว แต่โครงสร้างนี้ส่งผลให้ขาดความยืดหยุ่น มีขั้นตอนการทำงานที่ล่าช้า และยังขาดการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับการบริหารสินทรัพย์ (Enterprise Architecture) อย่างเป็นระบบ

• **Systems (ระบบงาน)** กกท. มีระบบบริหารงบประมาณและวิทยาศาสตร์การกีฬาที่ได้รับมาตรฐาน ISO/IEC 27001 แต่ระบบบริการส่วนใหญ่ยังไม่เป็น Digital Service เต็มรูปแบบ เช่น การออกใบรับรองเวชศาสตร์การกีฬายังทำแบบแมนนวล และยังขาดระบบ CRM ที่จะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมผู้ใช้บริการอย่างลึกซึ้ง

• **Shared Values (ค่านิยมร่วม)** มีการกำหนดค่านิยม VR SAT (Visionary, Risk Management, Spirit, Accountability, Teamwork) ไว้อย่างชัดเจน ทว่าผลการสำรวจพบว่าบุคลากรบางส่วนยังตีความค่านิยมไม่ตรงกัน และวัฒนธรรมองค์กรโดยรวมยังคงเน้นการปฏิบัติตามระเบียบมากกว่าการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ

• **Style (ลักษณะการบริหาร)** รูปแบบการบริหารยังคงเป็นระบบราชการที่เน้นการสั่งการจากบนลงล่าง (Command and Control) องค์กรจึงต้องการการเปลี่ยนผ่านไปสู่การบริหารแบบมีส่วนร่วม (Collaborative) และการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ที่เป็น Role Model ในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลง

• **Staff (บุคลากร)** กกท. มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญสูงในด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาและมีอัตราการออกจากงานต่ำเนื่องจากมีความรักผูกพันต่อองค์กร. แต่ในทางกลับกันยังพบปัญหาเรื่องการจัดสรรอัตรากำลังที่ไม่เหมาะสมในบางหน่วยงาน และยังไม่มีการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของบุคลากร (Productivity) อย่างเป็นรูปธรรม

• **Skills (ทักษะหลัก)** องค์กรมีความโดดเด่นในการจัดการแข่งขันระดับชาติและนานาชาติ อย่างไรก็ตามในบริบทอุตสาหกรรมกีฬายุคใหม่ บุคลากรยังขาดทักษะด้าน Digital Transformation, Data-Driven Decision Making และทักษะการตลาดเชิงรุก (Sport Marketing) เพื่อสร้างรายได้จากสิทธิประโยชน์และสปอนเซอร์

2.5.1.4 การวิเคราะห์แรงกดดันทางการแข่งขัน (Five Forces Model)

จากการประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดกีฬาไทย พบว่า กกท. เผชิญกับแรงกดดันในระดับที่แตกต่างกันตามกรอบของ Michael E. Porter

• **ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)** สูงมาก กกท. ไม่ได้แข่งกับหน่วยงานรัฐด้วยกันเองเท่านั้น แต่ต้องแข่งกับฟิตเนสพรีเมียม, Organizer จัดอีเวนต์ระดับโลก และแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งกีฬา ภาคเอกชนมีความได้เปรียบด้านความคล่องตัวและคุณภาพการให้บริการที่ทันสมัยกว่า

• **อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)** สูง ประชาชนและนักกีฬาคือผู้ซื้อหลักซึ่งปัจจุบันมีตัวเลือกหลากหลาย หากสนามกีฬาของ กกท. ล้าสมัยหรือระบบจองสนามยุ่งยาก ผู้ใช้บริการจะหันไปหาเอกชนทันที ผู้บริโภคยุคใหม่ยังคาดหวังบริการแบบ Personalized Experience

• **อำนาจต่อรองของผู้จัดหา (Bargaining Power of Suppliers)** ปานกลางถึงสูง ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีกีฬาและวิทยาศาสตร์การกีฬามีจำนวนจำกัดในตลาด และมักเลือกทำงานกับบริษัทเอกชนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า

• **ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)** สูง เทคโนโลยี Virtual Sports, App ออกกำลังกาย AI และ Home Fitness เข้ามาแทนที่การเข้าใช้สนามกีฬาแบบดั้งเดิม

• **ภัยคุกคามจากผู้เข้าใหม่ในตลาด (Threat of New Entrants)** ปานกลาง Startups ด้าน Sport Technology และบริษัทสื่อออนไลน์ที่หันมาจัดอีเวนต์กีฬาสามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้นด้วยต้นทุนเทคโนโลยีที่ต่ำลง

2.5.1.5 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันรายผลิตภัณฑ์หลักของ กกท.

เพื่อความชัดเจนในการวางแผน กกท. ได้ประยุกต์ใช้ Five Forces วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์หลัก 4 ด้าน ดังนี้

(1) การสนับสนุนงบประมาณด้านกีฬา

• **สถานการณ์** กกท. เป็นผู้จัดสรรงบหลักผ่านเงินงบประมาณประจำปีจากทางสำนักงบประมาณและทางกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ (งบประมาณ 4,000-5,000 ล้านบาท)

• **แรงกดดัน** เผชิญกับอำนาจต่อรองของสมาคมกีฬาที่มีผลงานสูง และภัยคุกคามจากแหล่งทุนทางเลือก เช่น Sponsorship โดยตรง หรือ Crowdfunding หากระบบของ กกท. ไม่โปร่งใสหรือซับซ้อนเกินไป

• **กลยุทธ์แนะนำ** เปลี่ยนสู่ระบบ Outcome-based Budgeting ที่จ่ายตามผลลัพธ์ (KPI) และมี Dashboard ติดตามเงินทุนแบบเรียลไทม์

(2) การให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา

• **สถานการณ์** เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแรงกดดัน "สูงรอบด้าน" เนื่องจากต้องแข่งกับโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำและคลินิกเวชศาสตร์กีฬา

• **แรงกดดัน** เอกชนมีเทคโนโลยี AI/IoT ที่ล้ำหน้ากว่า กกท. จึงเสี่ยงต่อการล้าหลัง

• **กลยุทธ์แนะนำ** ยกระดับศูนย์ NTC ให้เป็น Sport Innovation Hub และให้บริการแบบ Tele-Sport Science เพื่อกระจายความรู้สู่ภูมิภาค

(3) การให้บริการสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

• **สถานการณ์** กกท. บริหารสนามกีฬาหลักกว่า 50 แห่งทั่วประเทศ แต่กำลังถูกดิสรัปต์โดยฟิตเนสเอกชนที่มีระบบสมาชิกและบริการครบวงจร

• **แรงกดดัน** ผู้ใช้บริการต้องการความสะอาด ความปลอดภัย และระบบจองออนไลน์ที่รวดเร็ว

• **กลยุทธ์แนะนำ** พัฒนาสู่ Smart Stadium และเปิดพื้นที่ให้เอกชนร่วมลงทุนแบบ PPI/PPP เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหาร

(4) การบริหารจัดการแข่งขันกีฬากรรมสิทธิ์

• **สถานการณ์** รายการอย่างกีฬาแห่งชาติยังขาดการสร้างแบรนด์เชิงพาณิชย์เมื่อเทียบกับรายการเอกชนอย่าง ONE Championship

• **แรงกดดัน** ผู้ชมยุคใหม่ติดตามผ่านโซเชียลมีเดียและต้องการ Fan Engagement ที่สูงขึ้น

• **กลยุทธ์แนะนำ** ปรับเป็น Hybrid Events (On-site + Online OTT) และสร้างรายได้จากลิขสิทธิ์ดิจิทัลและ NFT

2.5.1.6 การวิเคราะห์สมรรถนะหลัก (Core Competency) ด้วย VRIO Framework

- **การเป็นองค์กรหลักตามกฎหมาย** เป็นความได้เปรียบที่ยั่งยืน เพราะเป็นสิทธิขาดของรัฐ
- **เครือข่ายองค์กรกีฬา** เป็นความได้เปรียบชั่วคราว เนื่องจากเอกชนเริ่มสร้างเครือข่ายของตนเองได้
- **โครงสร้างพื้นฐานและวิทยาศาสตร์การกีฬา** เป็นความได้เปรียบชั่วคราวเพราะเอกชนและมหาวิทยาลัยสามารถลอกเลียนแบบได้ กกท. จึงต้องแสวงหาความร่วมมือเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่ม

2.5.1.7 ยุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขัน

เพื่อให้ กกท. ก้าวพ้นแรงกดดันทางการแข่งขัน จึงมีข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ 3 ระดับ ดังนี้

(1) กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

- **Digital First** จัดตั้ง Sport Big Data Center เพื่อใช้ข้อมูลในการตัดสินใจเชิงนโยบายและบริหารจัดการ
- **Agile Organization** ปรับโครงสร้างเป็น Strategic Business Units (SBU) ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความคล่องตัว
- **4P Model** ขยายบทบาทจากผู้ดำเนินการเป็น ผู้ออกแบบระบบนิเวศ (Ecosystem Designer) ผ่านความร่วมมือกับเอกชนและประชาชน

(2) กลยุทธ์รายผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

- **Budget Support** ใช้แพลตฟอร์มติดตามผลลัพธ์ทางสังคม (SROI) เพื่อแสดงความโปร่งใส
- **Sport Science** มุ่งเน้นการให้บริการเชิงพาณิชย์สำหรับประชาชนทั่วไปและนักกีฬาต่างชาติ (Sport Medical Tourism)
- **Facilities** เปลี่ยนสนามกีฬาหัวหมากเป็นต้นแบบ Smart & Green Stadium ที่ใช้พลังงานสะอาด
- **Licensed Events** สร้างแบรนด์การแข่งขันให้เป็นสินทรัพย์เชิงเศรษฐกิจที่ดึงดูดสปอนเซอร์ได้จริง

(3) ตำแหน่งยุทธศาสตร์ในอนาคต (Strategic Positioning)

- **ระยะสั้น** เป็นองค์กรที่ใช้ข้อมูลขับเคลื่อน (Data-Driven Organization)
- **ระยะกลาง** เป็นตัวกลางประสานระบบนิเวศกีฬา (Facilitator)
- **ระยะยาว** ก้าวสู่การเป็นองค์กรกีฬาที่ยั่งยืนด้วยระบบดิจิทัลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Digital Green For a Sustainable Future)

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันฯ ชี้ชัดว่าการกีฬาแห่งประเทศไทยไม่สามารถดำเนินงานในรูปแบบราชการดั้งเดิมได้อีกต่อไป ในโลกที่กีฬาคือธุรกิจและเทคโนโลยี คู่แข่งที่แท้จริงไม่ใช่เพียงแค่ผู้ประกอบการฟิตเนส แต่คือความรวดเร็วในการปรับตัวต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

หาก กกท. สามารถลดแรงกดดันจากคู่แข่งด้วยการใช้ Big Data, สร้างความแตกต่างด้วย Smart & Green Service และเปลี่ยนจากการแข่งขันโดยตรงมาเป็นความร่วมมือผ่านโมเดล PPP กกท. จะไม่เพียงแต่รักษาบทบาทหลักในการพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศได้เท่านั้น แต่ยังจะเป็นเครื่องยนต์สำคัญที่นำพาประเทศไทยก้าวขึ้นเป็น ศูนย์กลางการกีฬาของอาเซียน (Sport Hub ASEAN) ได้อย่างสง่างามและยั่งยืน

2.6 ข้อมูลสารสนเทศจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน

การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน ทั้ง 7 มิติ ได้แก่ 1. Strategy (กลยุทธ์) 2. Structure (โครงสร้างองค์กร) 3. Systems (ระบบการดำเนินงาน) 4. Shared Values (ค่านิยมร่วม) 5. Style (รูปแบบการบริหาร) 6. Staff (บุคลากร) และ 7. Skills (ทักษะ)

2.6.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในตามกรอบ 7S

1 **Strategy** คือ กลยุทธ์ขององค์กรในการแข่งขันและการเติบโตในระยะยาว ครอบคลุมการกำหนดทิศทางธุรกิจ เป้าหมาย และแผนปฏิบัติการให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน กลยุทธ์ที่ดีควรเชื่อมโยงกับ KPI ตัวชี้วัดผลงาน และเป้าหมายทางธุรกิจอย่างชัดเจน เพื่อให้ทุกหน่วยงานขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน

S (Strength – จุดแข็ง)	W (Weakness - จุดอ่อน)
● มีการวางกลยุทธ์ด้านกีฬาที่ครอบคลุมการพัฒนากีฬาของประเทศในทุกมิติ เช่น กีฬาเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ การส่งเสริมมูลค่าทางการกีฬา การส่งเสริมการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย และการบริหารจัดการองค์กร (SP) ● เป็นองค์กรหลักด้านกีฬาของประเทศ มีกฎหมายที่รองรับการดำเนินภารกิจที่สำคัญที่ชัดเจน ด้านการส่งเสริมกีฬา การส่งเสริมกีฬาอาชีพ กีฬามวย การควบคุมการใช้สารต้องห้าม (SP,CG,SCM) ● มีข้อมูลคู่เทียบ โดยการแสดงถึงการนำข้อมูลที่ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Fact Base) ไปกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กร ในการวิเคราะห์ SWOT และมีการวิเคราะห์ความท้าทาย/ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ ที่ชัดเจนและแสดงถึงการใช้ข้อมูลจริงและเครื่องมือในการวิเคราะห์ (ข้อเสนอแนะจาก สคร.ปี 68, SP) ● มีการกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ขององค์กร โดยสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการกำหนดยุทธศาสตร์และเป้าหมาย (ข้อเสนอแนะจาก สคร.ปี 68, SP)	● ขาดการกำหนดแนวทางการพัฒนาที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของแต่ละจุดยืน(SP,HCM,KM&IM,DT) ● ขาดกลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนกีฬามวยไทย ตามนโยบาย Soft Power และ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยกีฬา (Creative Sports Economy) อย่างเป็นรูปธรรม (SP,SCM) ● มีการกำหนดจุดยืนทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อใช้กำหนดเป็นเป้าหมายในแต่ละระยะ มีกำหนดมุมมองเพื่อให้บรรลุเป้าหมายให้ชัดเจน และขาดองค์ประกอบที่สำคัญที่จมาผลักดันความสำเร็จในแต่ละระยะ (SP,HCM,KM&IM,DT) ● ขาดการแสดงความเชื่อมโยงระหว่างวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์กับประเด็นที่สำคัญครบถ้วนเช่น ปัจจัยขับเคลื่อนมูลค่า โอกาสและความท้าทายในระยะสั้น/ยาว เนื่องจากยังไม่มีการกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน (ข้อเสนอแนะจาก สคร.ปี 68, SP) ● ยังไม่สามารถอธิบายการกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ได้อย่างครบถ้วน (ข้อเสนอแนะจาก สคร.ปี 68, SP) ● ยังไม่สามารถสะท้อนถึงความท้าทายหรือการดำเนินงานในแต่ละระยะรวมทั้งเป้าหมาย ไม่สะท้อน outcome และการบรรลุต่อตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ได้ รวมทั้งไม่มีแนวทาง/แผนงานที่จะรองรับตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ระยะยาว (ข้อเสนอแนะจาก สคร.ปี 68, SP)

2 **Structure** (โครงสร้างองค์กร) คือ โครงสร้างการบริหาร การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ สายการบังคับบัญชา และความสัมพันธ์ระหว่างทีม โครงสร้างที่เหมาะสมจะช่วยให้การตัดสินใจรวดเร็ว ลดความซ้ำซ้อนของงาน และสนับสนุนการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

S (Strength – จุดแข็ง)	W (Weakness - จุดอ่อน)
● การกีฬาแห่งประเทศไทยมีการบริหารงานที่ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยแบ่งออกเป็นสำนักงาน กกท. ภาค 1 – 5 และสำนักงาน กกท. จังหวัด 76 จังหวัด (SP,OD) ● การกีฬาแห่งประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐาน ผลิตภัณฑ์และบริการด้านสถานที่และอุปกรณ์กีฬา ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ทั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคที่เข้มแข็งและตอบสนองความต้องการของลูกค้า (SCM)	● ขาดกระบวนการวิเคราะห์และประเมินผลโครงสร้างของการกีฬาแห่งประเทศไทยเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาระบบงานเพื่อรองรับวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์และการปรับปรุงโครงสร้างและแผนอัตรากำลังระยะสั้น ระยะยาว เพื่อทดแทนอัตรากำลังที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (SP,OD,DT,HCM) ● ขาดการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับการบริหารสินทรัพย์ หรือ Enterprise Architecture (EA) อย่างเป็นระบบตั้งแต่ในระดับ architecture ไปจนถึง roadmap ขององค์กร เพื่อผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินการตามนโยบายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ (DT,OD)

3 System (ระบบการดำเนินงาน) คือ ระบบและกระบวนการทำงานภายในองค์กร เช่น ระบบการทำงาน ระบบประเมินผล ระบบรายงานผล และขั้นตอนการปฏิบัติงานต่าง ๆ ระบบที่ดีจะช่วยให้งานเป็นมาตรฐาน โปร่งใส และลดความผิดพลาดในการดำเนินงาน

S (Strength – จุดแข็ง)	W (Weakness - จุดอ่อน)
● มีกระบวนการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬาระดับชาติและนานาชาติ ตามรายการที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์และรายการที่ กกท. สนับสนุน (SP,SCM,OD) ● มีแหล่งงบประมาณจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ทำให้มีงบประมาณสนับสนุนการพัฒนากีฬามากขึ้นจากงบประมาณประจำปี (SP,SCM,OD) ● การกีฬาแห่งประเทศไทย มีการจัดทำสถาปัตยกรรมองค์กรเพื่อสร้างผังความเชื่อมโยงของกระบวนการข้อมูล และเทคโนโลยีดิจิทัลที่ชัดเจน (DT) ● มีระบบฐานข้อมูลทางการกีฬาเพื่อใช้ในการพัฒนานักกีฬาบุคลากรทางกีฬา (DT) ● มีการกำหนด/ระบุขั้นตอนที่สำคัญของกระบวนการแปลงแผนปฏิบัติการสู่การปฏิบัติและผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกำหนดกรอบเวลาในการดำเนินงาน ซึ่งแผนปฏิบัติการเป็นไปตามองค์ประกอบที่ดีครบถ้วน และมีผู้รับผิดชอบในแต่ละแผนปฏิบัติการ รวมถึงมีการจัดทำแผนการดำเนินงานในกิจกรรมย่อย (Gantt Chart) เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ (ข้อเสนอแนะจาก สคร.ปี 68, SP) ● มีกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนขึ้น โดยจัดทำเป็น SIPOC โดยจัดทำแผนแล้วเสร็จก่อนเริ่มปีบัญชี (ข้อเสนอแนะจาก สคร.ปี 68, SP) ● มีการกำหนดกระบวนการในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงการนำปัจจัยที่สำคัญมาประกอบการวางแผนยุทธศาสตร์ (ข้อเสนอแนะจากสคร.ปี 68, SP) ● มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการเบิกจ่ายและงบประมาณ (ข้อเสนอแนะจากสคร.ปี 68, DT) ● ระบบสารสนเทศของ กกท. มีความปลอดภัยตามมาตรฐาน ISO/IEC 27001 : 2013 (DT) (S6) ● องค์กรมีการทบทวนและปรับปรุง R&R อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การกำหนดกระบวนการหลักและกระบวนการสนับสนุนที่สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร (SP,OD,KM&IM)	● การรวบรวมข้อมูลปัจจัยนำเข้ายังไม่ครบถ้วนและทันกาลและข้อมูลพื้นฐานด้านกีฬาที่สำคัญไม่ครบถ้วน อาทิเช่น นักกีฬา บุคลากรกีฬา ที่เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในเชิงสถิติ (SP,SCM,OD,KM&IM) ● ขาดการนำระบบดิจิทัล นวัตกรรม และการรักษาสิ่งแวดล้อมมาใช้พัฒนาองค์กร (SP,DT,HCM,KM&IM) ● การจัดสรรทรัพยากรที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน (อาทิ เช่น บุคลากร เทคโนโลยี) ยังไม่มีหลักเกณฑ์และแบบฟอร์มการจัดสรรที่ชัดเจน และสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของแต่ละแผนงาน/โครงการที่จะทำให้บรรลุเป้าหมาย (SP,DT,HCM,KM&IM) ● งบประมาณพื้นฐานด้านบริหารจัดการมีไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน (งบบุคลากร งบดำเนินงาน ค่าสาธารณูปโภค) (OD,HCM,KM&IM) ● ขาดการเชื่อมโยงข้อมูลและบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภายในและกับหน่วยงานภายนอกที่จะเป็นคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า (SP,SCM,OD,HCM) ● บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (R&R) ของหน่วยงานยังไม่สอดคล้องกับภารกิจปัจจุบันอย่างชัดเจน ส่งผลให้กระบวนการหลักและกระบวนการสนับสนุนยังไม่ได้รับการออกแบบและเชื่อมโยงกับเป้าหมายองค์กรอย่างเป็นระบบ (SP,OD,KM&IM)

4 Shared Values (ค่านิยมร่วม) คือ คุณค่า ความเชื่อ และหลักคิดร่วมกันของคนในองค์กร ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของ วัฒนธรรมองค์กร ค่านิยมเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม วิธีการทำงาน และการตัดสินใจของพนักงานในทุกระดับ หาก Shared Values ชัดเจน องค์กรจะมีทิศทางและอัตลักษณ์ที่แข็งแรง

S (Strength – จุดแข็ง)	W (Weakness - จุดอ่อน)
● การกีฬาแห่งประเทศไทยมีการกำหนดค่านิยมองค์กรที่ชัดเจน (VRSAT) โดยการจัดทำเป็นคู่มือนโยบาย (HCM,CG) ● มีการกำหนดพฤติกรรมพึงประสงค์โดยแบ่งตามกลุ่มบุคลากร (HCM,KM&IM,RM,CG) ● การกำหนดระบบประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร โดยมีหลักเกณฑ์/แนวทางในการประเมินผลและรอบระยะเวลาในการประเมินผลที่ชัดเจน (ข้อเสนอแนะจากสคร.ปี 68,HCM ● การมีระบบฐานข้อมูลด้าน HR ของบุคลากรและของสายงานที่ครบถ้วน และมีระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการบริหารทุนมนุษย์ (ข้อเสนอแนะจากสคร.ปี 68, HCM)	● ค่านิยมองค์กรและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้รับการกำหนดแล้ว แต่การสื่อสารและการสร้างการรับรู้ยังไม่ทั่วถึง ส่งผลให้บุคลากรยังไม่ซึมซับและปฏิบัติจนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรอย่างชัดเจน (HCM,KM&IM,RM) ● การนำค่านิยมองค์กรสู่พฤติกรรมการทำงานยังไม่ทั่วถึง ทำให้การสร้างสรรค์นวัตกรรม การคิดริเริ่ม และการพัฒนางานอย่างต่อเนื่องยังเป็นประเด็นที่ต้องได้รับการส่งเสริม (HCM,KM&IM,RM,CG)

5 Style (รูปแบบการบริหาร) คือ รูปแบบภาวะผู้นำและสไตล์การบริหารของผู้บริหาร เช่น การสื่อสาร การตัดสินใจ และการสร้างแรงจูงใจ รูปแบบการนำที่เหมาะสมจะช่วยสร้างความไว้วางใจ กระตุ้นการมีส่วนร่วม และส่งผลโดยตรงต่อบรรยากาศการทำงานภายในองค์กร

S (Strength – จุดแข็ง)	W (Weakness - จุดอ่อน)
● ผู้บริหารมีบทบาทเชิงรุกในการประสานความร่วมมือและบูรณาการการทำงานกับภาคส่วนต่าง ๆ ในระบบนิเวศกีฬา (HCM) ● ผู้บริหารสายงานภายในองค์กร (Line Manager) ให้ความร่วมมือในการพัฒนาความรู้และทักษะในงานด้าน HR (HCM, KM&IM)	● การกำหนดทิศทางและนโยบายที่สำคัญด้าน Core Business Enablers ของผู้บริหารยังไม่ครอบคลุมในทุกประเด็นที่จำเป็น ส่งผลให้การขับเคลื่อนและการกำกับติดตามการดำเนินงานในบางด้านยังขาดความชัดเจน (CG,SP,RM,SCM,KM&IM,HCM,IA,DT) ● องค์กรยังขาดกลไกและกระบวนการที่เป็นระบบในการสนับสนุนให้ผู้บริหารแสดงบทบาทผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Leadership) และเป็นแบบอย่างที่ดี (Role Model) ในการขับเคลื่อนวัฒนธรรม การสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมของบุคลากรทั่วทั้งองค์กร (CG,SP,SCM,KM&IM,HCM)

6 Staff (บุคลากร) คือบุคลากรขององค์กร ตั้งแต่การสรรหา การพัฒนา การรักษาคนเก่ง ไปจนถึงการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ครอบคลุมงานด้าน HR และ HRM การมีบุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่งและวัฒนธรรมองค์กรจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ

S (Strength – จุดแข็ง)	W (Weakness - จุดอ่อน)
● มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา พร้อมให้บริการเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานภายนอก (HCM ,SP,SCM,OD) ● บุคลากร กกท. มีอัตราการออกจากงานต่ำ (HCM) บุคลากร กกท. มีความรักความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับสูง (HCM) ● องค์กรมีระบบกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานรายบุคคลที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายและตัวชี้วัดสำคัญขององค์กร ช่วยสนับสนุนการถ่ายทอดยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ (SP,OD,HCM)	● ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานขาดการเชื่อมโยงกับระบบผลตอบแทน การยกย่องชมเชย และสิทธิประโยชน์ เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและวัฒนธรรมการมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ขององค์กร (SP,OD,HCM) ● ยังไม่มีการทบทวนและประเมินความเหมาะสมของการจัดสรรอัตรากำลังให้สอดคล้องกับภารกิจและปริมาณงานที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเป็นระบบ (OD,HCM) ● ขาดการวิเคราะห์และการวางแผนการทดแทนอัตรากำลังที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (HCM,DT) ● ไม่มีการวิเคราะห์ผลผลิตประสิทธิภาพ (Productivity) เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าของบุคลากร (HCM,SP,OD) ● ขาดระบบ และกลไก (Staff Skills System) การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับบุคลากรทางการกีฬาระหว่างผู้ที่พ้นจากตำแหน่งกับผู้มารับตำแหน่งแทน (KM&IM,HCM)

7	Skill (ทักษะ) คือ หมายถึงทักษะและความสามารถของพนักงานทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร รวมถึงการพัฒนา Upskill / Reskill และการบริหาร Talent Management องค์กรที่ลงทุนพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องจะสามารถปรับตัวได้ดี และแข่งขันได้ในระยะยาว

S (Strength – จุดแข็ง)	W (Weakness - จุดอ่อน)
● กกท. มีแผนพัฒนาบุคลากรระยะยาว พ.ศ. 2566 – 2570 (SP,HCM) ● มีการกำหนดทักษะที่จำเป็นและสำคัญของแต่ละหลายงาน รวมทั้งทบทวนและประเมินทักษะบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ (HCM,KM&IM) ● มีเครือข่ายพันธมิตรในการให้ความร่วมมือด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาช่วยส่งเสริมสนับสนุนนักกีฬาให้ประสบความสำเร็จ (KM&IM,HCM,OD)	● บุคลากร กกท. ขาดทักษะด้านการบริหารธุรกิจ เพื่อรองรับอุตสาหกรรมกีฬา และการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการปฏิบัติงาน (HCM,IM) ● บุคลากรขาดการประเมินทักษะ ที่จำเป็นและสำคัญ สำหรับการปรับตัวในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน อาทิ ทักษะด้านเทคโนโลยี (AI literacy), ทักษะการคิดเป็นระบบ, การแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อน, ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการข้อมูล และความเชี่ยวชาญด้านการจัดการกระบวนการ (HCM ,SP,DT,SCM,OD)

2.6.2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกตามกรอบ PESTEL

การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานตามภารกิจของการกีฬาแห่งประเทศไทย จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกตามกรอบ PESTEL และ Five Forces

1	Political

O (Opportunity – โอกาส)	T (Threats – ความท้าทาย)
● มีการกำหนดนโยบายด้านกีฬาผ่านแผนระดับ 1 ระดับ 2 ระดับ 3 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านกีฬาอย่างชัดเจน อาทิ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี , แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ 2566 – 2580) ด้านศักยภาพการกีฬา , แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ 2566 – 2570) - (O1) ● รัฐบาลและหน่วยงานที่กำกับดูแล มีนโยบายและเป้าหมายการพัฒนากีฬาที่ชัดเจน อาทิ คำแถลงการณ์นโยบายคณะรัฐมนตรีและนโยบายกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาด้านการกีฬา , นโยบายการพัฒนากีฬาแห่งชาติ , Amazing Thailand Grand Tourism & Sports Year 2025-2026 - (O1) ● การปรับโครงสร้างกระทรวง โดยแยก “กระทรวงกีฬา” ตั้งเป็น “เอกเทศ” และแยกงาน “ท่องเที่ยว” ไปอยู่รวมกับ “กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว” เพื่อเป็นการพัฒนากีฬาที่ชัดเจนมากขึ้น ภายใต้นโยบายของท่านอนุทิน ชาญวีรกูล (นายกรัฐมนตรี) - (O1) (O2)	● นโยบายการลดงบประมาณพื้นฐานด้านบริหารจัดการ โดยมุ่งให้นำระบบเทคโนโลยีดิจิทัลมาทดแทน Digital Transformations ● นโยบายรัฐบาลในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนตามมาตรฐานสากล (Sustainable Development Goals : SDGs) ส่งผลให้การบริหารจัดการ และการจัดการแข่งขันกีฬาต้องมีการปรับตัว โดยนำกรอบมิติความยั่งยืน ได้แก่ มิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืน ● การปรับโครงสร้างกระทรวงอาจส่งผลต่อบทบาท ภารกิจ โครงสร้างการกำกับดูแล และการจัดสรรทรัพยากรของ กกท. ซึ่งจำเป็นต้องมีการบริหารการเปลี่ยนแปลงและกำหนดบทบาทขององค์กรให้ชัดเจนในช่วงเปลี่ยนผ่าน - (T1)

ปัจจัยบวก (+)
รัฐบาลส่งเสริมสนับสนุนกีฬาในทุกมิติทั้งกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ กีฬาเพื่อการอาชีพ การสร้างรายได้จากกิจกรรมกีฬา การส่งเสริมอุตสาหกรรมกีฬามวยไทย และการแยกกระทรวงกีฬา เพื่อจัดระเบียบโครงสร้างอำนาจบริหารให้มีเอกภาพและสามารถวางนโยบายพัฒนานักกีฬาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ปัจจัยลบ (-)
- ความเพียงพอของงบประมาณประจำปีที่มีผลต่อการดำเนินงานส่งเสริมด้านการกีฬา
- การปรับตัวด้านการกีฬาเพื่อรองรับการนำระบบดิจิทัลเทคโนโลยีมาใช้และการส่งเสริมกีฬาควบคู่กับการพัฒนาที่ยั่งยืน

2	Economy

O (Opportunity – โอกาส)	T (Threats – ความท้าทาย)
● รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ - (O2) ● จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจากการเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรม และการแข่งขันกีฬาซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ส่งผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อตัวคูณทวีคูณทางเศรษฐกิจ (Economic Multiplier Effect) โดยกระแสเงินหมุนเวียนจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงระบบเศรษฐกิจขั้นปฐมภูมิ (Primary Sector) อย่างผู้จัดกิจกรรมหรือสโมสรกีฬาเท่านั้น แต่เกิดการกระจายรายได้อย่างรวดเร็วผ่านการใช้จ่ายทางตรงและทางอ้อม (Direct and Indirect Expenditures) ไปสู่ผู้ประกอบการฐานรากในห่วงโซ่อุปทาน เช่น ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ร้านอาหารท้องถิ่น ระบบขนส่งสาธารณะ และวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสินค้าของที่ระลึก	● ภาวะความผันผวนทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้การสนับสนุนทางการกีฬาจากภาคเอกชน มีแนวโน้มลดลง (T2)

ปัจจัยบวก (+)
การส่งเสริมสนับสนุนการจัดการจัดกิจกรรมกีฬาระดับนานาชาติเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อหารายได้ให้กับประเทศ
ปัจจัยลบ (-)
ภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อรายได้ของรัฐบาลทำให้การจัดสรรงบประมาณจากรัฐบาลอาจไม่เพียงพอต่อการส่งเสริมสนับสนุนด้านกีฬา รวมถึงการสนับสนุนของเอกชน

3	Social

O (Opportunity – โอกาส)	T (Threats – ความท้าทาย)
● สังคมตื่นตัวในการดูแลรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง โดยการออกกำลังกายและเล่นกีฬาเพิ่มมากขึ้น - (O3) ● ความสำเร็จของนักกีฬาไทยในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติหรือกีฬาอาชีพรายการต่างๆ เป็นการสร้างความสุข ความนิยม และเป็นแรงจูงใจให้คนไทยหันมาออกกำลังกายและเล่นกีฬา - (O4)	● แนวโน้มความสนใจ และความนิยมในการรับชมการแข่งขันกีฬาอาชีพบางชนิดที่ลดลง อาจส่งผลต่อการสร้างแรงบันดาลใจและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเล่นกีฬาและกิจกรรมทางกาย รวมทั้ง ส่งผลต่อการเติบโตของกีฬาอาชีพ การดึงดูดผู้สนับสนุน และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมกีฬา - (T2) (T3) ● อัตราการเกิดของประชากรไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง (T4)

ปัจจัยบวก (+)
ประชาชนมีทัศนคติที่ดี และแรงจูงใจในการดูแลรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง และเห็นประโยชน์จากการกีฬา
ปัจจัยลบ (-)
ตัวเลือกนักกีฬามีข้อจำกัดมากขึ้น ทำให้เป็นอุปสรรคในการสรรหานักกีฬาเพื่อมาทดแทนในบางชนิดกีฬา

4	Technology

O (Opportunity – โอกาส)	T (Threats – ความท้าทาย)
● เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มช่องทางในการสื่อสาร สร้างการมีส่วนร่วม และส่งเสริมการเข้าถึงกิจกรรมกีฬาแก่ประชาชน รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาและเศรษฐกิจดิจิทัลด้านกีฬา - (O5)	● การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคสื่อและการใช้อินเตอร์เน็ต เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ส่งผลให้ กกท. ต้องเร่งพัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัล การสื่อสาร และการบริหารจัดการข้อมูล เพื่อรักษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมกีฬา- (T3)

ปัจจัยบวก (+)
ส่งเสริมพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางด้านกีฬา และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะบนโลกออนไลน์เพื่อให้สามารถเข้าถึงประชาชนในทุกกลุ่ม
ปัจจัยลบ (-)
เด็ก เยาวชน และประชาชน มีพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตมากขึ้น ส่งผลให้ความสนใจในการออกกำลังกาย เล่นกีฬาลดลง

5 Environment	
O (Opportunity – โอกาส)	**T (Threats – ความท้าทาย)**
● เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคในการฝึกซ้อมและแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ โดยมีโครงสร้างพื้นฐานและนโยบายภาครัฐในการจัดกิจกรรมกีฬาระดับโลก สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม เหมาะสำหรับการเป็นเจ้าภาพ (O6)	● Climate change หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลกระทบทางตรงและทางอ้อมต่อการพัฒนากีฬาและเศรษฐกิจของประเทศไทย (T6)
ปัจจัยบวก (+) พัฒนาสนามกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีมาตรฐานเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมกีฬาระดับนานาชาติ และการเก็บตัวฝึกซ้อมของนักกีฬาชาวไทยและต่างชาติ **ปัจจัยลบ (-)** การจัดกิจกรรมกีฬาและการสร้างสนามกีฬาต้องคำนึงถึงผลกระทบสภาพแวดล้อม ทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการจัดกิจกรรม	

6 Legal	
O (Opportunity – โอกาส)	**T (Threats – ความท้าทาย)**
● มีพระราชบัญญัตินโยบายการกีฬาแห่งชาติเพื่อกำหนดนโยบายและจัดทำแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ● การจัดตั้งองค์กรอิสระด้านการควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬาเพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเป็นอิสระ โปร่งใส และลดความเสี่ยงด้านผลประโยชน์ทับซ้อนระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลกับหน่วยงานผู้จัดการแข่งขัน อันจะช่วยยกระดับมาตรฐานการต่อต้านการใช้สารต้องห้ามของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ● การจัดตั้งกระทรวงการกีฬาเป็นการวางรากฐานสำคัญในการผลักดันกีฬาไทยให้เติบโตในฐานะอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้และอาชีพให้กับประชาชน ควบคู่กับการพัฒนาวิทยาศาสตร์การกีฬา การสร้างนักกีฬาอย่างเป็นระบบ และการส่งเสริมเยาวชนให้เข้าถึงการกีฬาอย่างทั่วถึง ซึ่งจะช่วยยกระดับศักยภาพของประเทศไทยในเวทีนานาชาติ	● กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับส่วนราชการไม่เอื้อต่อการดำเนินงานด้านพาณิชย์ ในขณะที่รายได้ของประเทศไม่เพียงพอในการจัดสรรให้หน่วยรับงบประมาณ ● พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้มีข้อจำกัดในการรวบรวมข้อมูลบุคลากรทางการกีฬา ● การแยกโครงสร้าง สำนักงานควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬา ออกไปเป็นองค์กรอิสระ เพื่อยกระดับมาตรฐานให้เป็นไปตามที่องค์กรต่อต้านการใช้สารต้องห้ามโลก (WADA) กำหนด ● การจัดตั้งกระทรวงการกีฬาจะส่งผลต่อการดำเนินงานภายในองค์กรต่อประสิทธิภาพให้สอดคล้องกับเป้าหมายกระทรวงกีฬาใหม่
ปัจจัยบวก (+) มีคณะกรรมการนโยบายการกีฬาแห่งชาติโดยประกอบด้วยหน่วยงานที่สำคัญเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานในเชิงบูรณาการจะทำให้การพัฒนากีฬาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ **ปัจจัยลบ (-)** การบังคับใช้การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล PDPA พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้มีข้อจำกัดการเก็บรวบรวมข้อมูลนักกีฬา บุคลากรการกีฬา ซึ่งจะต้องกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติที่ชัดเจน และการปฏิบัติตามมาตรฐานองค์กรต่อต้านการใช้สารต้องห้ามโลก (WADA) ที่ส่งผลกระทบต่อการเตรียมปรับโครงสร้างอัตรากำลัง และการพัฒนาบุคลากร	

ตารางแสดง : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกตามกรอบ PESTEL ของการกีฬาแห่งประเทศไทย

2.6.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกตามกรอบ Five Forces

1	การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants)
	• มีโอกาสเกิดขึ้นน้อยมาก เนื่องจากการกีฬาแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรหลักหนึ่งเดียวที่มีหน้าที่ในการส่งเสริม สนับสนุน และกิจการกีฬาของประเทศ และระดับนานาชาติ
2	อำนาจต่อรองจากลูกค้า (Bargaining Power of Customers)
	• กลุ่มนักกีฬาทีมชาติ บุคลากรการกีฬา มีอำนาจ (มาก) ซึ่งมีผลกระทบ และความสอดคล้องกับเป้าหมาย และความสำเร็จขององค์กรในการส่งเสริม และพัฒนาให้ประสบความสำเร็จในการแข่งขันกีฬา • กลุ่มประชาชน และผู้ใช้บริการทั่วไป มีอำนาจต่อรอง (ปานกลาง) ส่งผลกระทบต่อองค์กรในด้านความพึงพอใจจากการให้บริการ โครงสร้างพื้นฐานด้านกีฬาประกอบด้วย สนามกีฬา สนามฝึกซ้อม อุปกรณ์กีฬา วิทยาศาสตร์การกีฬา และพื้นที่กิจกรรมทางการกีฬาที่มีอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าภาคเอกชนมากเมื่อกับมาตรฐาน
3	การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)
	• การใช้บริการทางการกีฬาภายในองค์กรไม่เพียงพอต่อการรองรับการเข้ามาใช้บริการของกลุ่มลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปใช้บริการของสถานศึกษาและเอกชน • การให้บริการ และสนามเฉพาะกีฬาของเอกชนบางแห่งมีคุณภาพสูง
4	อำนาจต่อรองจากผู้ส่งมอบ (Bargaining Power of Suppliers)
	• กกท. ได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงการคลัง สำนักงบประมาณ โดยมีการดำเนินงานตามตัวชี้วัดและข้อตกลงที่กำหนด • สมาคมกีฬามีอำนาจต่อรองกับการกีฬาแห่งประเทศไทยมีอำนาจต่อรอง (มาก) เนื่องจากสมาคมกีฬามีความสำคัญในการส่งมอบและพัฒนานักกีฬาในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของ กกท.
5	การแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Industry Rivalry)
	• การกีฬาแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรหลักด้านการส่งเสริมกีฬาของประเทศไทยที่จัดตั้งขึ้นตาม พรบ. และเป็นรัฐวิสาหกิจเชิงสังคม โดยร่วมกับหน่วยงานสนับสนุนด้านกีฬา และการให้บริการ ได้แก่ กรมพลศึกษาที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริมกีฬาพื้นฐานและกีฬามวลชน และมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติที่มีภารกิจหลักในการผลิตบุคลากรทางการกีฬา จึงเป็นการบูรณาการตามภารกิจที่สอดคล้องกัน

ตารางแสดง : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกตามกรอบ Five Forces ของการกีฬาแห่งประเทศไทย

2.6.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความท้าท้าย

Strengths	*Weaknesses*	*Opportunities*	*Threats*
S1 องค์กรหลักด้านกีฬาของประเทศ ที่มีกฎหมายรองรับการดำเนินงานตามภารกิจที่ชัดเจน S2 โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งการบริการด้านสถานที่ อุปกรณ์กีฬา และวิทยาศาสตร์การกีฬา ครอบคลุมส่วนกลางและส่วนภูมิภาค S3 มีลิขสิทธิ์รายการแข่งขันกีฬาระดับประเทศ และการส่งเสริมสนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬาระดับชาติ และนานาชาติ S4 มีแหล่งงบประมาณจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ทำให้มีงบประมาณในสนับสนุนการพัฒนากีฬาเพิ่มขึ้น จากงบประมาณประจำปี S5 มีบุคลากร และเครือข่ายในการสนับสนุนด้านการพัฒนานักกีฬา และให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาทั้งใน และต่างประเทศ	W1 การกำหนดมุมมองและแนวทางการบรรลุจุดยืนยังไม่ชัดเจน และเป้าหมายไม่สะท้อนผลลัพธ์ W2 การรวบรวมข้อมูลปัจจัยนำเข้ายังไม่ครบถ้วนและทันกาล ไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ W3 ขาดการบูรณาการความเชื่อมโยงระหว่างแผนวิสาหกิจกับแผนแม่บทที่สำคัญการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภายในและกับหน่วยงานภายนอก และการถ่ายทอดตัวชี้วัดสู่แผนการปฏิบัติที่สามารถขับเคลื่อนให้บรรลุวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ได้ตามเป้าหมายอย่างชัดเจน W4 การติดตามผลการดำเนินงานยังไม่ครบถ้วนและทันเวลา ที่จะนำมาใช้จัดสรรทรัพยากร ทบทวนและปรับปรุงแผนปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด W5 งบประมาณพื้นฐานด้านบริหารจัดการองค์กรมีจำกัด และไม่เพียงพอต่อการขับเคลื่อนภารกิจอย่างเต็มประสิทธิภาพ (งบบุคลากร, งบดำเนินงาน, ค่าสาธารณูปโภค) W6 ขาดกระบวนการทำงานที่เป็นระบบภาพรวม โดยเฉพาะโครงสร้าง การบริหารจัดการการเงินเชิงกลยุทธ์ (CFO) และระบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก W7 กระบวนการจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณไม่สอดรับกับการขับเคลื่อนแผนงาน โครงการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	O1 รัฐบาลและหน่วยงานที่กำกับดูแล มีนโยบายและเป้าหมายการพัฒนากีฬาที่ชัดเจน และให้การสนับสนุนด้านกีฬาอย่างต่อเนื่อง เช่น แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านศักยภาพการกีฬา การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยกีฬา O2 รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ O3 สังคมตื่นตัวในการดูแลรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง โดยการออกกำลังกายและเล่นกีฬาเพิ่มมากขึ้น O4 ความสำเร็จของนักกีฬาไทยในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติหรือกีฬาอาชีพรายการต่างๆ เป็นการสร้างความสุข ความนิยม และเป็นแรงจูงใจให้คนไทยหันมาออกกำลังกายและเล่นกีฬา O5 มีเทคโนโลยีที่ช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและติดตามกีฬาได้หลากหลายช่องทาง O6 เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคในการฝึกซ้อมและแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ โดยมีโครงสร้างพื้นฐานและนโยบายภาครัฐในการจัดกิจกรรมกีฬาระดับโลก สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม เหมาะสำหรับการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และการจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว	T1 นโยบายรัฐบาลในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนตามมาตรฐานสากล (Sustainable Development Goals : SDGs) ส่งผลให้การบริหารจัดการ และการจัดการแข่งขันกีฬาต้องมีการปรับตัว โดยนำกรอบมิติความยั่งยืน ได้แก่ มิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืน T2 ภาวะความผันผวนทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้การสนับสนุนทางการกีฬาจากภาคเอกชน มีแนวโน้มลดลง T3 พฤติกรรมและแนวโน้มความสนใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาของประชาชนลดลง T4 อัตราการเกิดของประชากรไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง T5 Climate change หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบทางตรงและทางอ้อมต่อการพัฒนากีฬาและเศรษฐกิจของประเทศไทย

ตารางแสดง : การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความท้าท้ายตามแผนวิสาหกิจของการกีฬาแห่งประเทศไทย

2.6.5 การวิเคราะห์ (TOWS matrix) ของการกีฬาแห่งประเทศไทย

	จุดแข็ง (Strength, S)	จุดอ่อน (Weakness, W)
โอกาส (Opportunity)	**กลยุทธ์เชิงรุก (SO - Strategies)** ● การพัฒนาระบบการเก็บตัวฝึกซ้อมอย่างเป็นระบบเพื่อยกระดับการบริหารจัดการศูนย์ฝึกกีฬาและสนามกีฬาให้มีมาตรฐานและการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางการกีฬาเพื่อรองรับการพัฒนานักกีฬาในชนิดกีฬาเป้าหมายมุ่งสู่การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์ (S1 - S5/O1-O6) เชื่อมโยง : T3 , T4 ● การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมกีฬาเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ กีฬามวย และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเศรษฐกิจให้กับประเทศ (S1 - S5 , O1 - O6) เชื่อมโยง : T1 , T2 , T7 ● สนับสนุนการจัดกิจกรรมกีฬา การออกกำลังกาย และบริการทางการกีฬาที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อหารายได้ และเป็นองค์กรที่มุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (S1 – S5 /O1 - O6) เชื่อมโยง : T8 , T9 , T10	**กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO - Strategies)** ● การยกระดับการบริหารจัดการสมาคมกีฬาองค์กรกีฬาอาชีพ กีฬามวย และบุคลากรทางการกีฬาให้มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬา (Ecosystem) รวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้นักกีฬาเพื่อพัฒนาศักยภาพนักกีฬาให้ประสบความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับชาติและนานาชาติ และสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศ (W7/O1,O4) เชื่อมโยง : T5 , T6 ● การพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรด้วยระบบดิจิทัล นวัตกรรม และทุนมนุษย์ (W3,W4,W5,W7 / O1,O5) เชื่อมโยง : T11 , T12
อุปสรรค (Threats)	**กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST-Strategies)** ● การส่งเสริมพัฒนาสภาพแวดล้อมที่ตอบสนองความต้องการต่อลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการพัฒนาสินค้าและบริการให้ทันสมัยและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (S1-S5/T1-T5) เชื่อมโยง : T9 ● การสรรหาและพัฒนาศักยภาพนักกีฬาเพื่อให้เกิดนักกีฬาหน้าใหม่และสร้างระบบฐานนักกีฬาให้มีประสิทธิภาพเพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของประชากรที่มีอัตราการเกิดลดลง (S1-S5/T1-T5) เชื่อมโยง : T1 , T2	**กลยุทธ์เชิงรับ (WT-Strategies)** ● การบริหารจัดการองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (W2,W3,W4 /T1,T2,T3) เชื่อมโยง : T10 , T11 , T12

ตารางแสดง : การวิเคราะห์ (TOWS matrix) ของการกีฬาแห่งประเทศไทย

2.7 ผลการดำเนินงานของการกีฬาแห่งประเทศ (กกท.) Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า

โดยในหัวข้อ “การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า” ภาพรวมคือ 2.6327

คะแนนและผลการประเมินเฉพาะการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Management) คะแนน 2.3033

ผลการมุ่งเน้น/บริหารจัดการ ลูกค้า ของ กกท. อาศัยข้อมูลจากรายงานสถานการณ์ดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ (กกท.) โดยมีรายละเอียดที่สำคัญในส่วน Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าของบริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด ประกอบด้วย

(1) ประเด็นที่ กกท. สามารถดำเนินการได้หรือยังดำเนินการไม่สมบูรณ์

ประเด็นที่ กกท. สามารถดำเนินการได้	• มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าขององค์กร และแผนปฏิบัติการด้านการบริหารจัดการลูกค้าประจำปี และนำเสนอเข้าที่ประชุมผู้บริหารและคณะกรรมการ • มีการใช้ข้อมูลสารสนเทศพัฒนาด้านข้อมูลของคู่แข่งหรือคู่เทียบ ในการวิเคราะห์แนวทางการจำแนกลูกค้าในมิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำมาพิจารณาประกอบอย่างเป็นระบบครบถ้วน • มีการทบทวนวิเคราะห์เพื่อกำหนดช่องทางและวิธีการรับฟังลูกค้าให้ครบถ้วนตามวงจรชีวิตลูกค้าทั้งลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าที่อาจจะเป็นลูกค้าในอนาคต รวมทั้งช่องทางการรับฟังควรมีรูปแบบทั้งเชิงรุกและเชิงรับ • มีการทบทวนการวิเคราะห์ความต้องการ ความจำเป็นของรัฐวิสาหกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ รูปแบบ ความถี่ของการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพัน และภาพลักษณ์ของรัฐวิสาหกิจ อย่างครบถ้วนในทุกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด • มีการกำหนดกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นระบบ โดยวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญอย่างครบถ้วน • มีโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาด้านบริการของกลุ่มลูกค้า โดยส่วนใหญ่เน้นไปที่การพัฒนาสถานที่ และกิจกรรมการสอนหรือให้ความรู้ด้านกีฬา • มีการกำหนดช่องทางในการรับข้อร้องเรียน และระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนซึ่งระบุขั้นตอนการปฏิบัติงานและระยะเวลาแก้ไข
ประเด็นที่ กกท. ยังดำเนินการไม่สมบูรณ์	• ควรมีการกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับ ติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานด้านการรับฟังลูกค้า และมีการดำเนินการติดตามการปฏิบัติงานของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศเสียงของลูกค้าครบถ้วนในทุกช่องทาง และครบถ้วนทุกกลุ่มลูกค้าตามวงจรชีวิตของลูกค้า • ควรมีการทบทวนแนวทางดำเนินการให้ได้มาซึ่งสารสนเทศด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อรัฐวิสาหกิจเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคู่แข่ง หรือที่มีต่อคู่เทียบในบริบทการดำเนินงานด้านต่างๆ ที่มีความคล้ายคลึงกัน • ควรมีการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละแผนงานโครงการ มีกระบวนการที่เป็นระบบ โดยระบุกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ การทวนสอบ ทดสอบ และรับรองผล พร้อมทั้งระบุผลผลิตและผลลัพธ์ที่ต้องบรรลุของแต่ละแผนงานหรือโครงการ • ควรมีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ของการสร้างความสัมพันธ์ให้สอดคล้องตามความต้องการตลอดวงจรชีวิตของทุกกลุ่มลูกค้า สามารถสนับสนุนต่อผลิตภัณฑ์และบริการ การสนับสนุนลูกค้า และภาพลักษณ์ขององค์กรตลอดจนติดตามและประเมินผลการดำเนินงานในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และนำผลดังกล่าวไปใช้ในการทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ประเด็นข้อเสนอแนะจากผู้ประเมิน	• รัฐวิสาหกิจควรปรับรูปแบบการรายงานผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาด โดยนอกจากการรายงานร้อยละความสำเร็จตามแผนปฏิบัติการแล้ว ควรมีการรายงานตัวชี้วัดทั้งในระดับยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการที่เปรียบเทียบกับค่าเป้าหมาย รวมถึงการคาดการณ์ ผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปี เพื่อให้มีการเตรียมความพร้อมในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์/ทบทวนแผนงานและเป้าหมายในกรณีที่ผลการดำเนินงานปัจจุบันหรือที่คาดการณ์ไว้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย • รัฐวิสาหกิจควรให้ความสำคัญกับการจัดเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้า (VOC : Voice of Customer) โดยการกำหนดกลไกในการกำกับ ติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานในการรับฟังลูกค้าให้ได้มาซึ่งสารสนเทศเสียงของลูกค้าครบถ้วนในทุกช่องทาง ซึ่งข้อมูลเสียงของลูกค้าเป็นข้อมูลสำคัญที่จะช่วยทำให้องค์กรสามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ • รัฐวิสาหกิจควรปรับแนวทางการทำงานที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่เปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการทดสอบและนำผลที่ได้มาปรับปรุงก่อนที่จะส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการตรงตามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้ามากขึ้น รวมถึงควรมีการยกระดับกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้ความสำคัญเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ โดยรัฐวิสาหกิจควรมีโครงการหรือแผนงานการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถยกระดับการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญ • รัฐวิสาหกิจควรออกแบบแนวทางการติดตามและควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของกระบวนการที่เกี่ยวข้อง เช่น กำหนดระยะเวลา ข้อตกลงการให้บริการ (Service Level Agreement : SLA) ให้บริการภายใน 30 นาที รัฐวิสาหกิจจะต้องสามารถติดตามการดำเนินงานได้ว่าสามารถให้บริการภายใน 30 นาทีได้กี่เรื่อง เป็นต้น • รัฐวิสาหกิจควรออกแบบแนวทางการเรียนรู้และจัดการความรู้ เพื่อนำไปปรับปรุง และพัฒนานวัตกรรมด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้าอย่างเป็นระบบ รวมถึงการผลักดันให้เกิดการดำเนินงานปรับปรุง/นวัตกรรมที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงที่ยกระดับให้มีผลลัพธ์ที่ดีขึ้นจากการปรับปรุง/นวัตกรรมตามตัวชี้วัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สำคัญของกระบวนการอย่างต่อเนื่อง

ตารางแสดง : ประเด็นที่ กกท. สามารถดำเนินการได้หรือยังดำเนินการไม่สมบูรณ์ และข้อเสนอแนะจากผู้ประเมิน

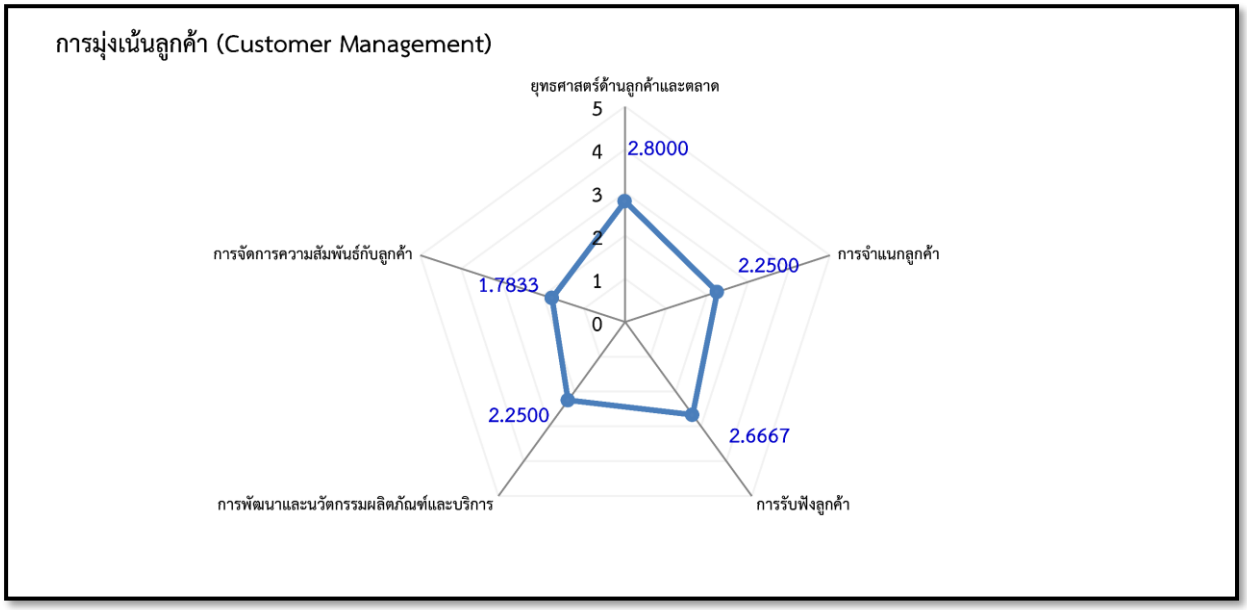
(2) รายละเอียดการประเมินด้านการมุ่งเน้นลูกค้าของ กกท.

หัวข้อ/คะแนน	ที่สามารถดำเนินการได้	ช่องว่างในการพัฒนา/ปรับปรุง การดำเนินงาน
1. ยุทธศาสตร์ด้านลูกค้า อยู่ที่คะแนน 2.8000	• มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้า ปี 2566-2570 ผ่านความเห็นชอบจากคณะอนุกรรมการ • มีการวิเคราะห์สารสนเทศเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าและตลาดต้องครอบคลุมทุกส่วนตลาดในปัจจุบัน และส่วนตลาดที่พึงมีหรือคาดหวังในอนาคต มีการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการดำเนินงานด้านลูกค้าและตลาดระบุความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ และความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ รวมทั้งกำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนเป้าหมายที่ต้องการบรรลุในมิติต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดใหม่หรือธุรกิจใหม่ การตลาด และการออกแบบและปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้า • มีการสื่อสารและถ่ายทอดแผนปฏิบัติการประจำปี และถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายครอบคลุม Output และ Outcome ในหน่วยงานทุกระดับ และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง	• การคาดการณ์ผลสำเร็จของแผนปฏิบัติการด้านลูกค้าและตลาด ควรระบุเป็นตัวเลขคาดการณ์ ณ สิ้นปี โดยต้องระบุได้ว่าสิ้นปี คาดการณ์จะได้เท่าใด เช่น ดำเนินการได้...เรื่อง
2. การจำแนกลูกค้า อยู่ที่คะแนน 2.2500	• มีการจำแนกกลุ่มลูกค้า โดยเริ่มมีการใช้สารสนเทศในรูปแบบ Data Analytic หรือเครื่องมือทางสถิติ เพื่อนำมาจำแนกลูกค้าอย่างเป็นระบบมากขึ้น • มีการตั้งเป้าหมายในการจัดทำข้อมูล กลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) เพื่อสื่อสารถ่ายทอดผลการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดเป้าหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้ในการจัดทำกลยุทธ์ และสื่อสารให้กับบุคลากรภายใน กกท. รับทราบอย่างทั่วถึง • มีการใช้ข้อมูลสารสนเทศพัฒนาด้านข้อมูลของคู่แข่งหรือคู่เทียบ ในการวิเคราะห์แนวทางการจำแนกลูกค้าในมิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำมาพิจารณาประกอบอย่างเป็นระบบครบถ้วน	• ควรจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด และกำหนดส่วนตลาดเป้าหมายตามแนวทางที่กำหนด • ควรมีจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) เพื่อสื่อสาร ถ่ายทอดผลการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด และส่วนตลาดเป้าหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้ในการจัดทำกลยุทธ์ และสื่อสารให้กับบุคลากรภายในรัฐวิสาหกิจรับทราบอย่างทั่วถึง

หัวข้อ/คะแนน	ที่สามารถดำเนินการได้	ช่องว่างในการพัฒนา/ปรับปรุง การดำเนินงาน
3. การรับฟังลูกค้า อยู่ที่คะแนน 2.6667	• มีการรับฟังลูกค้าผ่านช่องทางการสำรวจความพึงพอใจ การประชุมร่วมกับผู้แทนสมาคมและผู้ประกอบการต่างๆ การตรวจเยี่ยม • มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Website Facebook Line • มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในกระบวนการรับฟังลูกค้า • มีการทบทวนการวิเคราะห์ความต้องการ ความจำเป็นของรัฐวิสาหกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ รูปแบบ ความถี่ของการประเมิน ความพึงพอใจความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ • มีการสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพัน และภาพลักษณ์ของรัฐวิสาหกิจ อย่างครบถ้วนในทุกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด • มีการกำกับ ควบคุม ติดตาม เพื่อให้การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันเป็นไปตามรูปแบบ ความถี่ และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด • มีการดำเนินการติดตามการปฏิบัติงานของบุคลากรที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกรัฐวิสาหกิจ	• ควรมีการทบทวนวิเคราะห์เพื่อกำหนดช่องทางและวิธีการรับฟังลูกค้าให้ครบถ้วนตามวงจรชีวิตลูกค้า ทั้งลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้าที่อาจจะเป็นลูกค้าในอนาคต รวมทั้งช่องทางการรับฟังควรมีรูปแบบทั้งเชิงรุก (Two-way) และเชิงรับ (One-way) • ควรมีการทบทวนแนวทางและกลไกในการกำกับ ติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานด้านการรับฟังลูกค้า • ควรมีการดำเนินการติดตามการปฏิบัติงานของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศเสียงของลูกค้าครบถ้วนในทุกช่องทางและครบถ้วนทุกกลุ่มลูกค้าตามวงจรชีวิตของลูกค้า • ควรทบทวนแนวทางดำเนินการให้ได้มาซึ่งสารสนเทศด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อรัฐวิสาหกิจ • ควรมีการเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคู่แข่ง หรือที่มีต่อคู่เทียบในบริบทการดำเนินงานด้านต่างๆที่มีความคล้ายคลึงกัน
4. การพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ อยู่ที่คะแนน 2.2500	• มีการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญอย่างครบถ้วนอย่างน้อย ได้แก่ ความต้องการและความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้า การวิเคราะห์เทียบเคียงกับผลิตภัณฑ์และบริการของรัฐวิสาหกิจกับคู่แข่งขันและ/หรือคู่เทียบ แผนยุทธศาสตร์หรือแผนวิสาหกิจของรัฐวิสาหกิจ ข้อกำหนด กฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและเทคโนโลยีดิจิทัล ความต้องการความคาดหวังความกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญและผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการ • มีโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาด้านบริการของกลุ่มลูกค้า โดยส่วนใหญ่เน้นไปที่การพัฒนาสถานที่ และกิจกรรมการสอนหรือให้ความรู้ ด้านกีฬา	• ไม่พบกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ ตัวอย่างเช่น การทวนสอบ ทดสอบ และรับรองผล

หัวข้อ/คะแนน	ที่สามารถดำเนินการได้	ช่องว่างในการพัฒนา/ปรับปรุง การดำเนินงาน
5. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า อยู่ที่คะแนน 1.7833	• มีการวิเคราะห์วงจรชีวิตของลูกค้าเพื่อกำหนดความต้องการความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้า • มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ และมีกาประชาสัมพันธ์หรือปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านสื่อต่างๆ • มีการกำหนดช่องทางในการรับข้อร้องเรียน และระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนมีการเผยแพร่เกี่ยวกับนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการร้องเรียนทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ซึ่งระบุขั้นตอนการปฏิบัติงานและระยะเวลาแก้ไข	• ควรมีการเชื่อมโยงกับการกำหนดมาตรฐานการให้บริการที่ครบถ้วน เพื่อให้ทบทวนกฎบัตรด้านบริการให้สามารถครอบคลุมช่องทางและวิธีการในการสนับสนุนลูกค้าที่สำคัญ ทุกกลุ่มที่แยกประเภท • ควรมีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ของการสร้างความสัมพันธ์ให้สอดคล้องตามความต้องการตลอดวงจรชีวิตของทุกกลุ่มลูกค้า • สามารถสนับสนุนต่อผลิตภัณฑ์และบริการการสนับสนุนลูกค้า และภาพลักษณ์ขององค์กร ตลอดจนติดตามและประเมินผลการดำเนินงานในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และนำผลดังกล่าวไปใช้ในการทบทวน/ปรับปรุงกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า • ควรมีการจัดทำและบริหารจัดการฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า • รูปแบบการรายงานข้อร้องเรียน ควรมีการเปรียบเทียบกับมาตรฐานเพื่อแสดงให้เห็นว่าทำได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ • ควรมีกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนที่กำหนด

ตารางแสดง : รายละเอียดการประเมินด้านการมุ่งเน้นลูกค้าของ กกท.



กราฟแสดง : สรุปผลการประเมินด้านการมุ่งเน้นลูกค้า

2.8 แผนวิสาหกิจและแผนแม่บทหรือแผนปฏิบัติการระยะยาวต่าง ๆ ขององค์กร

ข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ สำหรับรายละเอียดวัตถุประสงค์ ขอบเขตของแผนวิสาหกิจ และแผนแม่บทหรือแผนปฏิบัติการระยะยาวต่าง ๆ ขององค์กร มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

2.8.1 แผนวิสาหกิจ กกท. พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)

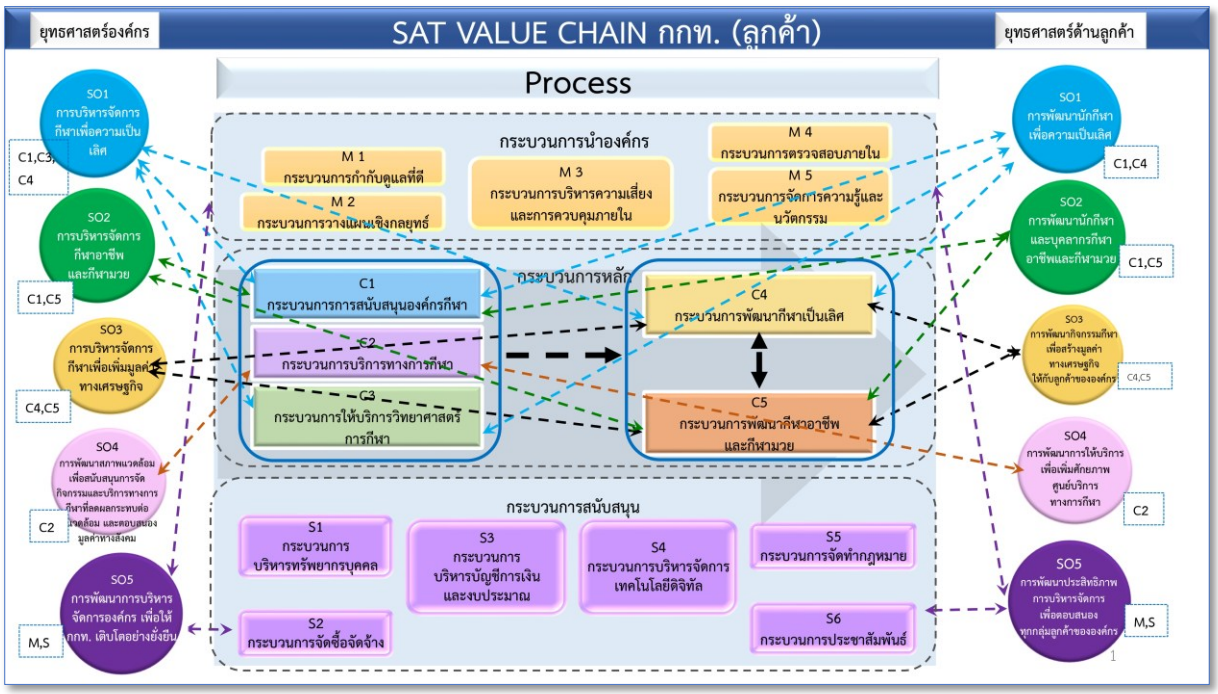
การจัดทำแผนวิสาหกิจ กกท. พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570) เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารจัดการขององค์กรในด้านต่าง ๆ และช่วยผลักดันพร้อมขับเคลื่อนการพัฒนาตามแผนสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดการพัฒนากีฬาเพื่อเป็นกลุ่มผู้นำทางการกีฬาระดับเอเชีย และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ โดยมียุทธศาสตร์ฯ ดังนี้

แผนวิสาหกิจ กกท. พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)	กลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง
S01 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา
S02 การบริหารจัดการกีฬาอาชีพและกีฬามวย	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา
S03 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา • ผู้ใช้บริการ
การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมและบริการทางการกีฬาที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และตอบสนองมูลค่าทางสังคม	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา • ผู้ใช้บริการ
การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้ กกท. เติบโตอย่างยั่งยืน	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา • ผู้ใช้บริการ

ตารางแสดง : ความเชื่อมโยงกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง กับ แผนวิสาหกิจ กกท. พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)



รูปแสดง : ความเชื่อมโยงแผนวิสาหกิจด้านลูกค้า พ.ศ. 2569 – 2573 (บทวนปี 2570) กับ
แผนวิสาหกิจ กกท. พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)



รูปแสดง : ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์องค์กร กระบวนการหลักที่สำคัญและยุทธศาสตร์ด้านลูกค้า

2.8.2 แผนแม่บทการบริหารทุนมนุษย์ การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)

การบริการจัดการทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์ขององค์กร ถือเป็นเรื่องสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์องค์กร ดังนั้นการจัดลำดับความสำคัญของการบริหารทรัพยากรบุคคลต้องสอดคล้องกับลำดับความสำคัญของกลยุทธ์องค์กรและผู้บริหารทุกสายงาน/หน่วยงานต้องร่วมกันรับผิดชอบในการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ของการกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร อีกทั้งการดูแลบุคลากรให้ได้รับสวัสดิการ ต่างๆ มีความสุขในการทำงาน และมีความพร้อมในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ตามวิสัยทัศน์ขององค์กรไปสู่ความสำเร็จตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร

วิสัยทัศน์

"บริหารจัดการทุนมนุษย์ ให้มีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมาย"

พันธกิจ

1. ส่งเสริม ปลูกฝังค่านิยม จริยธรรม จรรยาบรรณ สู่วัฒนธรรมการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข และสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่เสมอ
2. พัฒนาศักยภาพบุคลากร กกท. เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายทั้งเชิงสังคมและเศรษฐกิจ
3. พัฒนาบุคลากร และกระบวนการด้านทุนมนุษย์ สู่การเป็นคู่คิดเชิงกลยุทธ์ (HR Strategic Partner)
4. บูรณาการเพื่อสร้างสรรค์ระบบนิเวศน์องค์กร (Corporate Ecosystem) สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

แผนแม่บทด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล กกท.ฯ (ยุทธศาสตร์)	กลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง
<u>SO 1 การพัฒนาทรัพยากรบุคคลเชิงรุก</u> G1 : บุคลากรมีความรู้และทักษะที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน G2 : ส่งเสริมพัฒนาทักษะ Talent และ Successor G3 : บุคลากรด้านทรัพยากรบุคคลมีศักยภาพ ส่งเสริมการดำเนินงานตามเป้าหมาย	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา • ผู้ใช้บริการ
<u>SO 2 การบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงบูรณาการ</u> G4 : มีระบบประเมินผลงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม G5 : มีระบบผลตอบแทนและสิทธิประโยชน์กระตุ้นจูงใจ G6 : นำ เทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน	
<u>SO 3 การพัฒนาองค์กรและนวัตกรรมสู่การเปลี่ยนแปลง</u> G7 : บุคลากรมี Mindset ที่ดีสอดคล้องค่านิยม VRSATสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร G8 : อัตรากำลังเพียงพอและมีคุณภาพในการเพิ่มผลิตภาพองค์กร G9 : สภาพแวดล้อมการทำงานดีปลอดภัย ส่งเสริGoal มการเรียนรู้และพัฒนา	

ตารางแสดง : ความเชื่อมโยงกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง กับ แผนแม่บทด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล กกท.

2.8.3 แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)

ผลสำรวจความคิดเห็นทั้งจากพนักงานและคณะอนุกรรมการ KM&IM สะท้อนภาพในทิศทางเดียวกันว่า “กกท. มีพื้นฐานและแนวทางการดำ เนินงานด้าน KM&IM ที่ดีและค่อนข้างชัดเจน โดยบุคลากรมีการรับรู้และเข้าใจประโยชน์ของ KM และเห็นว่าองค์กรเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมด้านนวัตกรรมขณะที่คณะอนุกรรมการฯ เห็นว่า องค์กรมีแนวทางการดำ เนินงานที่ชัดเจนแล้ว ดังนั้น ในระยะต่อไปควรมุ่งยกระดับจาก “การมีแนวทางและการรับรู้” ไปสู่ “การนำ ไปใช้และการสร้างผลลัพธ์” โดยเสริมความพร้อมด้านทรัพยากรและงบประมาณ การบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานการพัฒนาระบบและเครื่องมือดิจิทัล และการพัฒนาความรู้ความเข้าใจของบุคลากร เพื่อให้การจัดการความรู้และนวัตกรรมสามารถนำ ไปใช้ในการพัฒนางาน ต่อยอดเป็นผลงานและสร้างคุณค่าต่อองค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

วิสัยทัศน์

“องค์กรด้านการบริหารและการจัดการด้านกีฬาที่มีนวัตกรรมและวัฒนธรรมการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

1. ยกระดับบุคลากรให้มีทักษะความรู้จนเป็นวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้มีความยั่งยืน
2. ส่งเสริมนวัตกรรมด้วยการบริหารจัดการองค์ความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อตอบสนองลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. ส่งเสริมและผลักดันให้เกิดนวัตกรรมการเรียนรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
4. บูรณาการความร่วมมือสกู่ ารสร้างกระบวนการพัฒนานวัตกรรม กกท. อย่างยั่งยืน

แผนแม่บท	กลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง
SO1 ส่งเสริม พัฒนา ยกระดับบุคลากรผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม G1 ดำ เนินการพัฒนาบุคลากรด้านนวัตกรรมที่ครอบคลุมทุกระดับ	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา • ผู้ใช้บริการ
SO2 พัฒนากระบวนการสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรม G2 มีกระบวนการด้านนวัตกรรมและเป็นระบบครอบคลุมทุกขั้นตอนสำคัญ G3 คู่มือการปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมที่ครอบคลุมทุกกระบวนการ	
SO3 บริหารจัดการนวัตกรรมด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ G4 ระบบบริหารนวัตกรรมองค์กรแล้วเสร็จ และสามารถนำ เข้าสู่แพลตฟอร์ม หรือฐานข้อมูลกลางและสามารถเปิดให้ผู้เกี่ยวข้องใช้งานระบบได้	

ตารางแสดง : ความเชื่อมโยงกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง กับ แผนแม่บทการจัดการนวัตกรรม

2.8.4 แผนแม่บทการจัดการความรู้ การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)

วิสัยทัศน์

“เป็นศูนย์สารสนเทศและการจัดการความรู้ที่เป็นเลิศในระดับสากล เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่นวัตกรรมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

1. พัฒนาและบูรณาการระบบการจัดการความรู้ที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่องขององค์กร

2. ส่งเสริมและสนับสนุนวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างนวัตกรรม และการพัฒนาทักษะด้านการจัดการความรู้ให้แก่บุคลากรทุกระดับ

3 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและปลอดภัย เพื่อรองรับการจัดเก็บแบ่งปัน และเข้าถึงความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการจัดการความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ

5. ประเมินและวิเคราะห์ผลลัพธ์ของการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อปรับปรุงกระบวนการและสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรอย่างต่อเนื่อง

แผนแม่บทการจัดการความรู้ (ยุทธศาสตร์)	กลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง
SO1 ส่งเสริม พัฒนา ยกระดับด้านการจัดการความรู้ให้บุคลากรทุกระดับ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย G1 พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา • ผู้ใช้บริการ
SO2 ส่งเสริม สื่อสาร แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และแนว ทางการจัดการความรู้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย G2 พัฒนาและประกาศใช้กระบวนการจัดการความรู้มาตรฐานทั่วทั้งองค์กร G3 สร้างความร่วมมือด้านการจัดการความรู้กับองค์กรภายนอก หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	
SO3 พัฒนา ปรับปรุง โครงสร้าง พื้นฐานด้านการจัดการความรู้และวัฒนธรรมการเรียนรู้ เพื่อผลักดันสู่การ สร้างนวัตกรรม G4 จำ นวนนวัตกรรมที่เกิดจากการนำองค์ความรู้ไปใช้ G5 กระบวนการจัดการความรู้เชื่อมโยงกับระบบการบริหารสู่นวัตกรรมองค์กร	
SO4 : ขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล G6 พัฒนาและเปิดใช้งานระบบจัดการความรู้ดิจิทัลแบบครบวงจร	

ตารางแสดง : ความเชื่อมโยงกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง กับ แผนแม่บทการจัดการความรู้

2.8.5 แผนปฏิบัติการดิจิทัล การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)

การจัดทำและการทบทวนแผนปฏิบัติการดิจิทัลของการกีฬาแห่งประเทศไทย มีขั้นตอนการดำเนินงาน โดยการจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัล (Digital Roadmap) การกีฬาแห่งประเทศไทยในแต่ละรอบปีนั้น โดยในทุกขั้นตอนจะมีการคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ความสอดคล้องของแผนฯ กับยุทธศาสตร์ขององค์กร โครงสร้างองค์กร สถาปัตยกรรมองค์กร ความต้องการของลูกค้า ตลอดจนแนวโน้มเทคโนโลยีในปัจจุบัน และมีการดำเนินการและส่วนประกอบต่าง ๆ ภายใต้แผนปฏิบัติการดิจิทัลที่สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ (SE-AM)

วิสัยทัศน์

“การกีฬาแห่งประเทศไทยมุ่งใช้เทคโนโลยีและข้อมูลดิจิทัลเพื่อพัฒนาการกีฬาให้ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติและบริหารจัดการองค์กรอย่างมีมาตรฐาน เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

1. พัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการกีฬาและนักกีฬาให้ก้าวสู่ความเป็นเลิศในระดับสากล
2. ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการกีฬาอาชีพและกีฬามวยด้วยดิจิทัลให้ได้มาตรฐานสากล
3. ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
4. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมและบริการทางการกีฬาด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ทันสมัย เพื่อสร้างโอกาสและการเข้าถึงที่เท่าเทียม
5. พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรและเสริมสร้างทักษะดิจิทัลของบุคลากร กกท. ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการดิจิทัล กกท. 2568 - 2572	กลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อความเป็นเลิศ เป้าหมาย (Goals) : พัฒนาระบบบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา • ผู้ใช้บริการ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการกีฬาอาชีพและกีฬามวยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เป้าหมาย (Goals) : พัฒนาระบบบริหารจัดการกีฬาอาชีพและกีฬามวย	
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการเทคโนโลยีทางการกีฬาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เป้าหมาย (Goals) : พัฒนาระบบบริหารจัดการกีฬาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ	
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมและบริการทางการกีฬาที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และตอบสนองมูลค่าทางสังคม เป้าหมาย (Goals) : พัฒนาระบบสนับสนุนการจัดกิจกรรมและบริการทางการกีฬาลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และตอบสนองมูลค่าทางสังคม	
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมและพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อจัดการองค์กร เป้าหมาย (Goals) : พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กร และเพิ่มทักษะด้านเทคโนโลยีให้กับบุคลากร กกท.	

ตารางแสดง : ความเชื่อมโยงกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์แผนปฏิบัติการดิจิทัล การกีฬาแห่งประเทศไทยฯ

2.8.6 แผนแม่บทการส่งเสริมและพัฒนากีฬาอาชีพ พ.ศ. 2570 – 2571 (ฉบับทบทวน 2569)

จากวิสัยทัศน์ ของแผนแม่บทการส่งเสริมและพัฒนากีฬาอาชีพ พ.ศ. 2569 – 2573 ได้กำหนดเป้าหมายระยะยาวในการ “ยกระดับกีฬาอาชีพไทยสู่มาตรฐานสากล สร้างรายได้ต่อนักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศสู่ความยั่งยืน” พร้อมได้กำหนดยุทธศาสตร์ จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย

วิสัยทัศน์

ยกระดับกีฬาอาชีพด้วยมาตรฐานและข้อมูล ให้นักกีฬาและบุคลากร ยึดเป็นอาชีพได้อย่างมั่นคงและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

เป้าประสงค์

1) ยกระดับมาตรฐานและความเป็นมืออาชีพของนักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพให้มีศักยภาพในการแข่งขันระดับนานาชาติ และสามารถสร้างรายได้อย่างยั่งยืน

2) พัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลที่ครบวงจรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการ การตลาด และการสร้างประสบการณ์ที่เหนือกว่าสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด

3) สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมกีฬาอาชีพและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

4) ยกระดับองค์กรกีฬาอาชีพสู่ความยั่งยืนและมีธรรมาภิบาลตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในระดับประเทศและนานาชาติ

พันธกิจ	**พันธกิจที่ 1** พัฒนานักกีฬาและบุคลากรระดับโลก	**พันธกิจที่ 2** กำกับด้วยข้อมูลและดิจิทัล	**พันธกิจที่ 3** สร้างอุตสาหกรรมกีฬาอาชีพที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์	**พันธกิจที่ 4** ยกระดับมาตรฐานธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการ
↓	↓	↓	↓	↓
ยุทธศาสตร์	**ยุทธศาสตร์ที่ 1** การยกระดับมาตรฐานกีฬาอาชีพและการสร้างกีฬาศักยภาพ	**ยุทธศาสตร์ที่ 2** ระบบข้อมูลและการกำกับดิจิทัล	**ยุทธศาสตร์ที่ 3** กีฬาอาชีพสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	**ยุทธศาสตร์ที่ 4** ยกระดับองค์กรกีฬาอาชีพสู่ความยั่งยืนมีธรรมาภิบาล
↓	↓	↓	↓	↓
กลุ่มลูกค้า	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา • ผู้ใช้บริการ	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา • ผู้ใช้บริการ

ตารางแสดง : ความเชื่อมโยงกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง ของ กกท. ตามนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการส่งเสริมและพัฒนากีฬาอาชีพ พ.ศ. 2570 – 2571 (ฉบับทบทวน 2569)

2.8.7 แผนแม่บทวิทยาศาสตร์การกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2567 – 2570

จากวิสัยทัศน์ ของแผนแม่บทวิทยาศาสตร์การกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2567 – 2570 ได้กำหนดเป้าหมายระยะยาวในการ “มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำ ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาระดับอาเซียน ภายในปี 2570” พร้อมได้กำหนดพันธกิจ จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย

พันธกิจที่ 1 พัฒนาศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬาสู่ความเป็นเลิศ

พันธกิจที่ 2 ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาศูนย์ฝึกกีฬาแห่งชาติ

พันธกิจที่ 3 วิจัยพัฒนา องค์ความรู้ นวัตกรรม ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา

พันธกิจที่ 4 บริหารและพัฒนาบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาแบบมืออาชีพ

พร้อมกำหนดเป้าประสงค์ขององค์กรตามแผนแม่บทจำนวน 8 ข้อ ได้แก่

1. นักกีฬาทีมชาติไทย และนักกีฬาคนพิการทีมชาติไทย มีพัฒนาการดีขึ้น หลังจากได้รับการส่งเสริมพัฒนาด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา

2. นักกีฬาทีมชาติไทย นักกีฬาคนพิการทีมชาติไทย นักกีฬาเยาวชน นักกีฬาสปอร์ตฮีโร่ และนักกีฬาหน้าใหม่ มีความพึงพอใจ หลังจากได้รับการส่งเสริมพัฒนาด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา

3. ป้องกันการบาดเจ็บ และเจ็บป่วยรวมถึงการรักษานักกีฬาทีมชาติไทย นักกีฬาคนพิการทีมชาติไทย ให้สามารถกลับไปฝึกซ้อม และเข้าร่วมการแข่งขันได้ทันเวลาแข่งขัน

4. นักกีฬาทีมชาติไทย และนักกีฬาคนพิการทีมชาติไทย ประสบความสำเร็จในการแข่งขันมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ

5. พัฒนาเกณฑ์มาตรฐานศูนย์ฝึกกีฬา ส่วนภูมิภาค ให้เป็นสากล

6. องค์ความรู้ นวัตกรรม ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาของไทย สามารถนาไปใช้งานได้จริง และได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ

7. กกท. มีฐานข้อมูลกลาง และระบบงานดิจิทัลด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาที่ทันสมัย และข้อมูลเป็นปัจจุบัน

8. บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา บุคลากรกีฬามี ความรู้ ทักษะ และสมรรถนะ ตามที่ กกท. กำหนด

โดยมีความสอดคล้องตามแผนแม่บทวิทยาศาสตร์การกีฬา ในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถกำหนดออกมาเป็นนโยบายยุทธศาสตร์และแผนวิทยาศาสตร์การกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2567 – 2570 ดังนี้

แผนแม่บทวิทยาศาสตร์การกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2565 – 2570	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
1. การพัฒนาศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา ส่วนกลาง ให้เป็นผู้นำระดับอาเซียน	• นักกีฬา • บุคลากรกีฬา • ผู้ใช้บริการ
2. การพัฒนาศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา ส่วนภูมิภาค ให้ได้มาตรฐานระดับอาเซียน	
3. การพัฒนาประสิทธิภาพในการให้บริการเวชศาสตร์การกีฬา	
4. การพัฒนาศูนย์ฝึกกีฬา ส่วนกลาง ให้เป็นสากล และมีการจัดตั้งศูนย์ฝึกกีฬาแห่งชาติ (NTC)	
5. การพัฒนาศูนย์ฝึกกีฬา ส่วนภูมิภาค เพื่อให้ได้มาตรฐานสากล	
6. การวิจัยพัฒนา องค์ความรู้ และนวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาในชนิดกีฬาเป้าหมาย ที่ กกท. กำหนด	
7. การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และฐานข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา	
8. การพัฒนาบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา และบุคลากรกีฬา แบบมุ่งสมรรถนะ	

ตารางแสดง : ความเชื่อมโยงกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้อง ของ กกท. ตามแผนแม่บทวิทยาศาสตร์การกีฬา กกท. พ.ศ. 2567 - 2570

2.9 การเปลี่ยนแปลงของนโยบาย กฎหมาย/ กฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้อง

2.9.1 นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน

2.9.1.1 นโยบายของรัฐบาล (นายอนุทิน ชาญวีรกูล นายกรัฐมนตรี 9 เมษายน 2569)

รัฐบาลจะปรับรูปแบบการบริหารภาครัฐเป็น “ระบบบูรณาการแบบกลุ่มยุทธศาสตร์ (Cluster)” เพื่อสร้างความเข้าใจในภารกิจและทำงานบนเป้าหมายและตัวชี้วัดเดียวกัน โดยยึดความกินดีอยู่ดีของประชาชนเป็นเป้าหมายหลัก และรัฐบาลจะทำหน้าที่รวมพลังภาคเอกชน และประชาชน เพื่อปลุกพลังในสังคมไทยให้เข้มแข็ง สร้างบทบาทเชิงรุกของไทยในเวทีโลก อย่างมีเกียรติภูมิ ปกป้องอธิปไตยและส่งเสริมผลประโยชน์ของชาติ พร้อมทั้งปรับบทบาทภาครัฐ เป็นผู้สนับสนุนและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน และเร่งรัดต่อยอดการพัฒนาระบบดิจิทัล ของภาครัฐ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านการทำงานโดยเฉพาะการให้บริการของภาครัฐไปสู่ ระบบดิจิทัล (Government Digital Transformation) ได้อย่างสมบูรณ์ เพื่อเพิ่มความแม่นยำ รวดเร็ว โปร่งใส และตรวจสอบได้ ด้านเศรษฐกิจ

รัฐบาลได้กำหนดนโยบายสำคัญที่จะแก้ไขปัญหาเร่งด่วนของประเทศควบคู่กับการสร้างโอกาสและนำพาประเทศให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นและมีภูมิต้านทาน เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและความสุขให้กับพี่น้องคนไทย ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ

ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยคนในชุมชนได้รับประโยชน์และมีความพร้อมในการร่วมกันดูแลและรักษาอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการส่งเสริมการพัฒนาสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการจัดนิทรรศการ การประชุมและกิจกรรมสันทนาการระดับนานาชาติ อาทิ คอนเสิร์ต กีฬา ตลอดจนการพัฒนาพื้นที่ต่าง ๆ ให้พร้อมรองรับการพักระยะยาวของคนต่างชาติที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากรูปแบบการทำงานและใช้ชีวิตของคนทำงานในยุคใหม่ที่สามารถทำงานที่ไหนก็ได้ (Work from Anywhere)

ด้านการต่างประเทศและความมั่นคง

บูรณาการการบังคับใช้กฎหมายกับผู้กระทำผิดและผู้มีอิทธิพลอย่างจริงจัง และปราบปรามการพนันผิดกฎหมายทุกรูปแบบอย่างเข้มข้น ไม่สนับสนุนให้การพนันทุกชนิดเป็นธุรกิจที่ถูกกฎหมาย รวมถึงการพนันที่แฝงมาในรูปของกีฬาและสันทนาการรวมทั้งจะดำเนินการแก้ไขกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการพนันเพื่อควบคุมและลดการอนุญาตการเล่นการพนันให้ได้มากที่สุด

ด้านสังคม

พัฒนาทักษะและความสามารถด้านกีฬาเพื่อสร้างโอกาสให้คนไทยส่งเสริมคนไทยโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนให้เข้าถึงกีฬาในระดับต่าง ๆ เพื่อให้คนไทยมีสุขภาพทางกายและจิตใจที่ดี ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล มีวินัยและเคารพในกติกา สนับสนุนการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬาและเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการพัฒนานักกีฬา สร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาศูนย์ฝึกกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงส่งเสริมการจัดการแข่งขันกีฬาในระดับสากล เพื่อยกระดับมาตรฐานกีฬาไทยสู่ความเป็นเลิศในระดับนานาชาติ ควบคู่กับการปรับระบบการบริหารจัดการองค์กรกีฬา ระบบสวัสดิการและสวัสดิภาพของนักกีฬาให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อจูงใจให้คนไทยมีความมุ่งมั่นและทุ่มเทในการก้าวสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพเพิ่มขึ้นซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับคนไทยและสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ

ด้านภัยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จัดตั้งตลาดซื้อขายคาร์บอนเครดิตที่ได้มาตรฐานสากลและผลักดันกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญให้มีผลบังคับใช้โดยเร็ว อาทิ ร่างพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ. .... จัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อรองรับการให้สินเชื่อทางการเงินสีเขียวเพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินต้นทุนต่ำ จัดทำระบบการตรวจวัดและประเมินปริมาณการปล่อย การลด และการกักเก็บก๊าซเรือนกระจกตามหลักมาตรฐานสากล เพื่อให้สามารถซื้อขายคาร์บอนเครดิตของไทยในตลาดสากลได้ ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสในการหารายได้จากคาร์บอนเครดิตให้กับชุมชนและผู้ประกอบการไทยในระยะยาวด้านการบริหารภาครัฐ การปฏิรูปกฎหมาย

ด้านการบริหารภาครัฐ การปฏิรูปกฎหมาย

การปฏิรูประบบราชการ เสริมสร้างวินัยทางการเงินและการคลังของรัฐอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการปรับบทบาท ภารกิจ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานให้ชัดเจนลดภารกิจที่ซ้ำซ้อน จัดทำมาตรการเกษียณอายุก่อนกำหนดและมาตรการอื่นที่จำเป็นเพื่อให้ภาครัฐมีขนาดเล็กลง เปลี่ยนบทบาทภาครัฐเป็น “ผู้อำนวยความสะดวก” ให้เหลือบทบาท“ผู้ควบคุม” เพียงเท่าที่จำเป็น ควบคู่กับการส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ของรัฐ Work from Anywhereเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เร่งรัดให้เกิดการเปลี่ยนผ่านไปสู่รัฐบาลดิจิทัลควบคู่กับการปรับระบบประเมินผลที่มุ่งเน้นผลลัพธ์และประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับเป็นหลัก รวมถึงเป็นการประเมินที่มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ตลอดจนดำเนินการลดรายจ่ายของภาครัฐที่ไม่จำเป็นและไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนโดยตรง อาทิ การลงทุนในสิ่งปลูกสร้างที่ไม่จำเป็น การศึกษาดูงานต่างประเทศ

รัฐบาลได้กำหนดให้มีกลไกการบริหารราชการแผ่นดินภายใต้แนวคิดการบริหารภาครัฐด้วยระบบบูรณาการแบบกลุ่มยุทธศาสตร์ (Cluster) ซึ่งในระยะเริ่มต้นจะแบ่งออกเป็น ๕ กลุ่ม ดังนี้

๑. **ด้านเศรษฐกิจมหภาค การลงทุน และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต** เร่งสร้างความมั่งคั่งและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ลงทุนเพื่ออนาคต ขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลและ AI ตลอดจนพัฒนากฎหมายและระเบียบเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

๒. **ด้านการผลิต การค้า และบริการ** เร่งเพิ่มผลิตภาพและคุณภาพการผลิตภาคเกษตร เกษตรแปรรูป พัฒนาและเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิตและการตลาดอย่างเป็นระบบ
และพัฒนาอุตสาหกรรมอนาคต เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมไทย รวมถึงผลักดัน SMEs ให้เติบโตและเชื่อมโยงกับห่วงโซ่คุณค่าระดับประเทศ รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

๓. **ด้านโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** เร่งขับเคลื่อนสู่ Net Zero ภายในปี พ.ศ. ๒๕๙๓ (ค.ศ. ๒๐๕๐) เพื่อให้กับคนไทยสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถแข่งขันภายใต้กติกาใหม่ของโลก

๔. **ด้านสังคมและสวัสดิการ** ยกระดับทุนมนุษย์และพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนอย่างทั่วถึงและยั่งยืน และสร้างสมดุลระหว่างความมั่นคงทางการคลังและการคุ้มครองทางสังคม

๕. **ด้านการต่างประเทศและความมั่นคง** ยกระดับสถานะและบทบาทไทยในเวทีโลกรักษาผลประโยชน์และเสถียรภาพในบริบทโลกหลายขั้ว และเสริมความมั่นคงภายใน-ชายแดน-กองทัพให้พร้อมรับภัยคุกคามสมัยใหม่

ความสอดคล้องเชื่อมโยงกับภารกิจของ กกท. มีประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. การพนันที่แฝงมาในรูปของกีฬาและสันทนาการรวมทั้งจะดำเนินการแก้ไขกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการพนัน

2. คนทำงานในยุคใหม่ที่สามารถทำงานที่ไหนก็ได้ (Work from Anywhere)

3. พัฒนาทักษะและความสามารถด้านกีฬาเพื่อสร้างโอกาสให้คนไทยส่งเสริมคนไทยโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนให้เข้าถึงกีฬาในระดับต่าง ๆ

4. สนับสนุนการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬาและเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการพัฒนานักกีฬา

5. ส่งเสริมการจัดการแข่งขันกีฬาในระดับสากล เพื่อยกระดับมาตรฐานกีฬาไทยสู่ความเป็นเลิศในระดับนานาชาติ ควบคู่กับการปรับระบบการบริหารจัดการองค์กรกีฬา ระบบสวัสดิการและสวัสดิภาพของนักกีฬาให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล

ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญเพื่อทบทวนแผนวิสาหกิจปี 2570

ปัจจัยที่สำคัญ	แผนงานที่เกี่ยวข้อง	ตัวชี้วัด	แหล่งที่มาของข้อมูล
นายอนุทิน ชาญวีรกูล นายกรัฐมนตรี ๙ เมษายน ๒๕๖๙	1. การส่งเสริม การเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมกีฬา การแข่งขันกีฬาระดับโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศ 2. การยกระดับกีฬามวยไทยเพื่อสร้างมูลค่าเศรษฐกิจและเผยแพร่วัฒนธรรมสู่สากล 3. การส่งเสริมและพัฒนานักกีฬาเยาวชนให้มีศักยภาพ 4. การส่งเสริมการดำเนินการด้านประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ 5. การบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรด้วยระบบดิจิทัล	1. จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 2. สร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาระดับโลก 3. ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) เพื่อให้ประเทศไทยเป็นผู้นำของอาเซียนในด้านการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ สู่ชั้นบรรยากาศ 4. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เปลี่ยนผ่าน ราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้งบประมาณและการปฏิบัติราชการ	เว็บไซต์รัฐบาลไทย ROYAL THAI GOVERNMENT (www.thaigov.go.th) https://www.thaigov.go.th

2.9.1.2 นโยบายของรัฐมนตรี (นายสุรศักดิ์ พันธ์เจริญวรกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (9 เมษายน 2569)

นโยบายขับเคลื่อนท่องเที่ยว-กีฬาไทย สู่มูลค่าสูง ยั่งยืน และเป็นผู้นำระดับภูมิภาค ดังนี้

รัฐบาลมุ่งยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจากการเน้น “ปริมาณ” ไปสู่ “คุณภาพและมูลค่าสูงอย่างยั่งยืน” โดยกำหนดทิศทางสำคัญ ได้แก่ การผลักดันประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางที่สามารถท่องเที่ยวได้ตลอด 365 วัน ด้วยการปรับแนวคิดจากการขายสินค้า (Product-Centric) ไปสู่การตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยว (Demand Driven) การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อกระจายรายได้ สู่เศรษฐกิจฐานราก การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะทาง อาทิ การท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ (สายมูเตลู) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness) ตลอดจนการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีมาตรฐานรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมทั้งการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองรอง ผ่านมาตรการส่งเสริมต่างๆ และการยกระดับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

ด้านการกีฬา ได้มุ่งใช้กีฬาเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคนในชาติทุกช่วงวัย และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยวางกรอบการพัฒนาไว้บน 4 เสาหลัก ได้แก่ การส่งเสริมสุขภาพของประชาชน (Sport Health) การผลักดันกีฬาให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างรายได้ (Sport Wealth) การยกระดับมาตรฐานการแข่งขันและศักยภาพนักกีฬาไทยสู่ระดับนานาชาติ (Sport Pride) และการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาพัฒนาระบบกีฬา (Sport Future) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต

ความสอดคล้องเชื่อมโยงกับภารกิจของ กกท. มีประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. การส่งเสริมสุขภาพของประชาชน (Sport Health)
2. การผลักดันกีฬาให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างรายได้ (Sport Wealth)
3. การยกระดับมาตรฐานการแข่งขันและศักยภาพนักกีฬาไทยสู่ระดับนานาชาติ (Sport Pride)
4. การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาพัฒนาระบบกีฬา (Sport Future)

ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญเพื่อทบทวนแผนวิสาหกิจปี 2570

ปัจจัยที่สำคัญ	แผนงานที่เกี่ยวข้อง	ตัวชี้วัด	แหล่งที่มาของข้อมูล
นโยบายของรัฐมนตรี (นายสุรศักดิ์ พันธ์เจริญวรกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 9 เมษายน 2569)	1. การส่งเสริม การเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมกีฬา การแข่งขันกีฬาระดับโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศ 2. การยกระดับกีฬามวยไทยเพื่อสร้างมูลค่าเศรษฐกิจและเผยแพร่วัฒนธรรมสู่สากล 3. การส่งเสริมและพัฒนานักกีฬาเยาวชนให้มีศักยภาพ 4. การส่งเสริมการดำเนินการด้านประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ 5. การบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรด้วยระบบดิจิทัล	1. จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 2. สร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาระดับโลก 3. ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) เพื่อให้ประเทศไทยเป็นผู้นำของอาเซียนในด้านการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศ 4. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เปลี่ยนผ่านราชการไทยไปสู่ราชการทันสมัยในระบบดิจิทัล (Digital Government) ปรับขนาดให้มีความคล่องตัว เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้งบประมาณและการปฏิบัติราชการ	เว็บไซต์รัฐบาลไทย ROYAL THAI GOVERNMENT (www.thaigov.go.th) https://www.thaigov.go.th

2.9.1.3 การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยกีฬา (Creative Sports Economy) VS Soft Power

การขับเคลื่อน **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยกีฬา (Creative Sports Economy)** เป็นการนำเอา "ความคิดสร้างสรรค์" "เทคโนโลยี" และ "วัฒนธรรม" มาเป็นตัวแปรหลักในการเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมกีฬาเดิม โดยไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่การแข่งขันหรือการขายอุปกรณ์กีฬาเท่านั้น แต่ขยายขอบเขตไปสู่การสร้างประสบการณ์และนวัตกรรม

องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านกีฬา

ในยุคปัจจุบัน (2025-2026) อุตสาหกรรมกีฬาโลกสร้างรายได้มหาศาลกว่า 2.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี และคาดว่าจะเติบโตเป็น 3.7 ล้านล้านดอลลาร์ภายในปี 2030 โดยมีองค์ประกอบหลักดังนี้

- Creative Assets & IP: การใช้ลิขสิทธิ์ทางปัญญา เช่น การสร้างตัวละคร (Mascot) การออกแบบเสื้อผ้ากีฬาที่เป็นแฟชั่น หรือแม้แต่เนื้อหาในวิดีโอเกมและ E-sports
- Sports Tourism & Event Innovation: การจัดมหกรรมกีฬาที่ผสมผสานความบันเทิง (Sportainment) เช่น คอนเสิร์ต หรืองานศิลปะควบคู่ไปกับการแข่งขัน เพื่อเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว
- Digital Integration: การใช้ข้อมูล (Data) และแอปพลิเคชันเพื่อสร้าง Community เช่น OpenActive ที่ช่วยให้คนเข้าถึงกิจกรรมได้ง่ายขึ้น หรือการใช้เทคโนโลยีเพื่อความยั่งยืนในยุคปัจจุบัน (2025-2026) อุตสาหกรรมกีฬาโลกสร้างรายได้มหาศาลกว่า **2.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี** และคาดว่าจะเติบโตเป็น **3.7 ล้านล้านดอลลาร์ภายในปี 2030** โดยมีองค์ประกอบหลักดังนี้:

- **Creative Assets & IP:** การใช้ลิขสิทธิ์ทางปัญญา เช่น การสร้างตัวละคร (Mascot) การออกแบบเสื้อผ้ากีฬาที่เป็นแฟชั่น หรือแม้แต่เนื้อหาในวิดีโอเกมและ E-sports
- **Sports Tourism & Event Innovation:** การจัดมหกรรมกีฬาที่ผสมผสานความบันเทิง (Sportainment) เช่น คอนเสิร์ต หรืองานศิลปะควบคู่ไปกับการแข่งขัน เพื่อเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว
- **Digital Integration:** การใช้ข้อมูล (Data) และแอปพลิเคชันเพื่อสร้าง Community เช่น OpenActive ที่ช่วยให้คนเข้าถึงกิจกรรมได้ง่ายขึ้น หรือการใช้เทคโนโลยีเพื่อความยั่งยืน
- **Soft Power** เป็นแนวคิดเกี่ยวกับอานาจในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ศาสตราจารย์โจเซฟ ไนย์ (Joseph S. Nye) อาจารย์มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ได้อธิบายไว้ว่า “Soft Power” (อำนาจละมุน) หมายถึง ความสามารถในการชักจูงใจ ทาให้ผู้อื่นมีความพึงพอใจหรือเต็มใจเปลี่ยนพฤติกรรม ยอมรับ คล้อยตามสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้อานาจ โดยกลไกหลักที่สำคัญในการใช้ Soft Power คือ การสร้างความดึงดูดใจต่อผู้อื่น และผลจากการใช้ Soft Power ต้องเกิดจากการดึงดูดใจที่ชักจูงให้คล้อยตามโดยปราศจากการคุกคามหรือการแลกเปลี่ยนสิ่งใด

ศาสตราจารย์โจเซฟ ไนย์ ได้กล่าวถึงแหล่งที่มาของ Soft Power ว่าประกอบด้วย ๓ ข้อ

1) วัฒนธรรมที่สามารถโน้มน้าวผู้อื่นได้
2) ค่านิยมทางการเมืองทั้งในและนอกประเทศ
3) นโยบายต่างประเทศที่ชอบธรรมและใช้อานาจอย่างมีศีลธรรม

โดยหากประเทศหนึ่งมีวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยม ของประเทศอื่น หรือมีค่านิยมทางการเมืองสอดคล้องกันจะทาให้ Soft Power ของประเทศนั้นเพิ่มขึ้น แต่หากประเทศที่ใช้อานาจดำเนินนโยบายต่างประเทศแบบก้าวร้าว Soft Power ของประเทศนั้นก็จะน้อยลงการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือทางการทูต

ได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีความจาเป็นที่รัฐบาลหรือผู้กาหนดนโยบายด้านการต่างประเทศต้องมีความรู้ความเข้าใจและสามารถระบุแหล่งทรัพยากรที่เป็น Soft Power ของประเทศของตนได้อย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถกาหนดนโยบายด้านการต่างประเทศได้ อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งต้องทาควบคู่ไปกับการทูตสาธารณะซึ่งหมายถึง การสื่อสารภาพลักษณ์ของประเทศหนึ่งไปสู่ประชาชนของชาติอื่นจนเกิดเป็นความสัมพันธ์ที่แนบแน่นระหว่างประชาชนกับประชาชน

Soft Power ในต่างประเทศ

ตัวอย่างของประเทศที่ใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้าง Soft Power ซึ่งประเทศไทยรู้จักเป็นอย่างดี เช่น สาธารณรัฐเกาหลีหรือเกาหลีใต้ ซึ่งให้ความสำคัญกับ Soft Power เป็นอย่างมากภายหลังจากเกิดวิกฤตการเงินของเอเชียเมื่อปี 2540 เกาหลีใต้ได้มีการปรับยุทธศาสตร์เศรษฐกิจของประเทศใหม่จากเดิม ที่เน้นการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม เปลี่ยนเป็นการส่งเสริมสินค้าวัฒนธรรมสมัยนิยมเพื่อเป็นการสร้างความแตกต่าง เพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ และยังเป็นการสร้างความภูมิใจในความเป็นชาติของตนเอง อีกด้วย นอกจากนั้นเกาหลีใต้ยังได้เน้น Soft Power ในการดาเนินนโยบายต่างประเทศเพื่อยกระดับสถานะ ของประเทศ และได้มีการดาเนินงานภายในประเทศอย่างเป็นรูปธรรมด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการต่าง ๆ เช่น คณะกรรมการของประธานาธิบดีว่าด้วยภาพลักษณ์ของชาติขึ้นเพื่อรับผิดชอบบูรณาการนโยบาย Soft Power ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งรัฐบาลได้มีการผลักดันและสนับสนุนอย่างจริงจังโดยผลักดันแผนนโยบายฟื้นฟูวัฒนธรรม (Hallyu Industry Support Development Plan) ซึ่งใช้วัฒนธรรมเกาหลีและความเป็นเกาหลีควบคู่ไปกับการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ โดยการใช้สินค้า และการบริการของเกาหลีเป็นตัวส่งออก ซึ่งได้ผลดีมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยอุตสาหกรรมหลักที่เกาหลีใต้ใช้เป็นเครื่องมือ เช่น สื่อบันเทิงประเภทละครและเพลง K-Pop ที่มีศิลปินซึ่งมีชื่อเสียงระดับโลกมากมาย

Soft Power ในประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยนั้นมีวัฒนธรรมซึ่งเป็นแหล่งที่มาของ Soft Power ที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในต่างประเทศ เช่น นาฏศิลป์ไทย อาหารไทย มวยไทย และภาพยนตร์ไทย ซึ่งรัฐบาลไทยมีนโยบาย ในการผลักดัน “Soft Power” ความเป็นไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ 5 F ได้แก่ อาหาร (Food) ภาพยนตร์และวิดีทัศน์ (Film) ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น (Fashion) มวยไทย (Fighting) และเทศกาลประเพณี (Festival) สู่ระดับโลก ซึ่งรัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายว่า 5F ของไทยจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ เป็น 3.45 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. 2570 เพื่อช่วยสร้างรายได้และภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ หากจะให้ 5F ได้ผลดีในเชิงปฏิบัติ ควรจะต้องมี 5A ด้วย ดังนี้

1. การให้รางวัล และการยกย่อง (Awards and Admiration) คนที่ทำงานในวงการวัฒนธรรมโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ทำงานด้วยใจรัก หลายท่านอาวุโส และงานที่ทำบางอย่างได้รับความนิยมน้อยในปัจจุบันจนมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านั้นกำลังจะหมดลมหายใจไป ดังนั้น เพื่อส่งเสริมให้คนเหล่านี้มีกำลังทั้งแรงกายและแรงใจ การยกย่องชื่นชมให้ปรากฏในสังคมจึงเป็นเรื่องจำเป็น โดยเฉพาะหน่วยงานในพื้นที่ควรให้ความสำคัญกับงานในด้านนี้ เพื่อเป็นการต่อลมหายใจให้กับมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ในพื้นที่ของตน

2. การอนุรักษ์สถาปัตยกรรมอันทรงคุณค่า (Architecture Conservation) มรดกทางสถาปัตยกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุน 5F ในทุกสาขา ไม่ว่าจะเป็นอาหาร ที่หากสามารถรักษาอาคารที่เป็นต้นกำเนิดของอาหารหรือจัดให้มีเทศกาลอาหารในอาคารอันทรงคุณค่าสิ่งเหล่านี้ย่อมได้รับความนิยมจากนานาชาติ หรือการถ่ายทำภาพยนตร์ที่หากไม่เหลือสถาปัตยกรรมอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแล้ว การสร้างฉากภาพยนตร์คงต้องใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกทั้งหมดซึ่งนอกจากจะขาดความสมจริงแล้ว ยังทำให้อรรถรสที่จะเกิดแก่ผู้บริโภคลดลงด้วย ดังนั้นบรรดาสถาปัตยกรรมอันทรงคุณค่าถือได้ว่าเป็นต้นทุนที่สำคัญที่สามารถต่อยอด Soft Power 5F ได้เป็นอย่างดี

3. การรักษามรดกทางวัฒนธรรมอันแท้จริง (Authentic Culture Preservation) อันนี้ถือเป็นประเด็นหลักสำคัญ เพราะหากปราศจากวัฒนธรรมที่เป็นของแท้แล้ว บรรดาวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ปรับเปลี่ยนต่อยอดจากของแท้ก็หมดความหมาย การจัดทำของที่ระลึกเป็นตัวละครจากเรื่องรามเกียรติ์ เช่น พวงกุญแจรูปหนุมาน ฯลฯ จะมีประโยชน์อะไร หากไม่เหลือการแสดงโขนตามกระบวนการดั้งเดิม และไม่สามารถบอกได้ว่าหนุมานจริง ๆ แล้วหน้าตา ลักษณะท่าทางเป็นเช่นไร

4. การสร้างสุนทรียชน (Aesthetic people Promotion) ซึ่งหมายถึงการสร้างค่านิยม และสร้างคนที่มีรสนิยมในการชื่นชมวัฒนธรรมไทย ส่วนนี้เป็นการสร้างกลุ่มของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมสามารถอยู่รอดได้ และลูกหลานผู้สืบทอดจะมีกำลังใจในการทำงานเพราะเห็นถึงเส้นทางอาชีพที่มีอนาคตชัดเจน

5. การศึกษาวิจัยทางวิชาการ (Academic Research) เป็นเรื่องสำคัญที่สุด เพราะไม่ว่าจะเป็นแง่มุมในการอนุรักษ์ หรือการต่อยอด ล้วนต้องการการศึกษาวิจัยเพื่ออนุรักษ์และพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมให้อยู่ยั่งยืนในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วการเดินหน้าจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบตำแหน่งของตนเอง และทิศทางที่จะมุ่งไป ซึ่งการศึกษาวิจัยสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลในส่วนนี้ได้เป็นอย่างดี (แหล่งข้อมูล https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1080609)

ประเทศไทยติดอันดับ Soft Power อันดับที่ 8 จากทั้งหมด 89 ประเทศ

รัฐบาล โดย กระทรวงวัฒนธรรม เผยการจัดอันดับ “ประเทศที่ร่ำรวยมรดกทางวัฒนธรรมมากที่สุดในโลก” ประจำปี 2567 ของเว็บไซต์ U.S. News & World Report ซึ่งประเทศไทยติดอันดับที่ 8 จากทั้งหมด 89 ประเทศ โดยระบุว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และธรรมชาติที่งดงาม รวมถึงมีชื่อเสียงด้านการนวดแผนไทยและอาหารที่มีรสชาติยอดเยี่ยม

ผลักดัน Soft Power มวยไทย ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เร่งผลักดัน “Soft Power มวยไทย” ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ต่อยอด **การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism)** หลังจากรัฐบาลออกวีซ่ารูปแบบพิเศษ “วีซ่ามวยไทย” อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาเรียนมวยไทย นานถึง 90 วัน โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านมวยไทยต่อเนื่องทั้งปี ล่าสุดประสบความสำเร็จจากกิจกรรม AMAZING MUAYTHAI, ROAD TO RAJADAMNERN และรายการ RWS : RAJADAMNERN WORLD SERIES เจาะกลุ่มเป้าหมายพื้นที่ศักยภาพในต่างประเทศ ขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และตอกย้ำการส่งเสริมเสน่ห์ไทยในเวทีโลกอย่างเป็นรูปธรรม โดยประสบความสำเร็จจากการจัดงานการแข่งขันมวยไทยนานาชาติ 2 งาน ได้แก่ “AMAZING MUAYTHAI, ROAD TO RAJADAMNERN” ณ กรุงปราก สาธารณรัฐเช็ก เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2567 ซึ่งเป็นหนึ่งในซีรีส์การแข่งขันที่ ททท. ร่วมกับสนามมวยเวทีราชดำเนิน ซึ่งเป็นสนามมวยไทยที่มีความเก่าแก่มากที่สุดของโลก คัดเลือกนักมวยผู้ชนะจากการจัดแข่งขันใน 3 เวที 3 ประเทศ ได้แก่ ราชอาณาจักรสเปน เครือรัฐออสเตรเลีย และ สาธารณรัฐเช็ก เพื่อมาร่วมแข่งขันสังเวียนสุดท้าย ณ สนามมวยเวทีราชดำเนิน ในวันที่ 20 ธันวาคม 2567 โดยการแข่งขันครั้งล่าสุดที่สาธารณรัฐเช็กมีการเปิดจำหน่ายบัตรเข้ารับชมในฮอลล์ จำนวนกว่า 2,000 ที่นั่ง และมีการถ่ายทอดสดใน JOJ Play ระบบ streaming ท้องถิ่นซึ่งมีผู้ติดตามกว่า 500,000 คน และอีกหนึ่งรายการแข่งขัน ได้แก่ RWS : RAJADAMNERN WORLD SERIES รายการแข่งขันมวยไทยรูปแบบ SPORTAINMENT ที่ยกระดับ PRODUCTION แสง เสียงมาตรฐานระดับโลก เพื่อเผยแพร่กีฬามวยไทยไปสู่กลุ่มเป้าหมายในประเทศญี่ปุ่นที่มีความชื่นชอบกีฬามวยไทยอย่างมาก โดยกำหนดจัด 3 ครั้ง ได้แก่ เมืองชิบะ จำนวน 2 ครั้ง ในเดือนเมษายน และกรกฎาคม 2567 และครั้งล่าสุดจัดขึ้นที่ Osanbashi Hall เมืองโยโก

ฮามา่ เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2567 ซึ่งคาดว่าจะสร้างการรับรู้ได้มากกว่า 20,000,000 การรับรู้ ซึ่งจะช่วยจูงใจให้ชาวญี่ปุ่นเกิดความสนใจและเลือกเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อท่องเที่ยวและฝึกมวยไทยอย่างกว้างขวาง ซึ่งในรายการแข่งขันมวยไทยในพื้นที่ต่าง ๆ ททท. ยังได้สอดแทรกการนำเสนอ เสน่ห์ไทยในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การจัดกิจกรรม Thailand Festival นำเสนออาหารไทย สินค้าไทย ประเพณีไทย ตลอดจนนำเสนอคอร์สเรียนมวยไทยเพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาร่วมเรียนมวยไทยที่ประเทศไทยอีกด้วย

เปรียบเทียบ: Creative Sports Economy vs. Sports Soft Power

หัวข้อเปรียบเทียบ	เศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านกีฬา (Creative Sports Economy)	Soft Power ทางกีฬา (Sports Soft Power)
เป้าหมายหลัก	**เน้นมูลค่าทางเศรษฐกิจ** (GDP, รายได้, การจ้างงาน)	**เน้นอิทธิพลและการยอมรับ** (ภาพลักษณ์ประเทศ, ความเชื่อถือ
กลไกการขับเคลื่อน	นวัตกรรม, เทคโนโลยี, การค้า, และความคิดสร้างสรรค์	วัฒนธรรม, ค่านิยมทางการเมือง, และนโยบายต่างประเทศ
ตัวอย่าง	การผลิต Content กีฬาออนไลน์, ชุดกีฬาระดับ Hi-fashion, ธุรกิจค่ายมวยไทยระดับพรีเมียม	การเป็นเจ้าภาพโอลิมปิกเพื่อแสดงศักยภาพประเทศ, การส่งออก "มวยไทย" เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อไทย
ความสัมพันธ์	เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ทำให้ Soft Power แข็งแกร่งและจับต้องได้	เป็นตัวดึงดูด (Attraction) ที่ทำให้คนอยากเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจ

ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญเพื่อทบทวนแผนวิสาหกิจปี 2570

ปัจจัยที่สำคัญ	แผนงานที่เกี่ยวข้อง	ตัวชี้วัด	แหล่งที่มาของข้อมูล
Soft Power	1. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ต่อยอด การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หลังจากรัฐบาลออกวีซ่ารูปแบบพิเศษ “วีซ่ามวยไทย” อำนวยความสะดวกแก่นัดท่องเที่ยว 2. การนำเสนอเสน่ห์ไทยในรูปแบบการจัดกิจกรรม Thailand Festival นำเสนออาหารไทย สินค้าไทย ประเพณีไทย ตลอดจนนำเสนอคอร์สเรียนมวยไทย 3.รัฐบาลไทยมีนโยบาย ในการผลักดัน “Soft Power” ความเป็นไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ 5 F	1. เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ 2. สร้างการรับรู้ได้ Soft Power มวยไทย 3. ขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และตอกย้ำการส่งเสริมเสน่ห์ไทยในเวทีโลกอย่างเป็นรูปธรรม 4. เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาร่วมเรียนมวยไทยที่ประเทศไทย	เว็บไซต์ SportEngland.org เว็บไซต์ unctad.org Soft Power ไทย อย่าหยุดแค่ 5F https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1080609) ททท.เร่งผลักดัน“ซอฟต์พาวเวอร์มวยไทย” ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ต่อยอดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เว็บไซต์ หอสมุดรัฐสภา https://library.parliament.go.th/index.php/th/radioscript/rr2565-may7

2.9.1.4 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

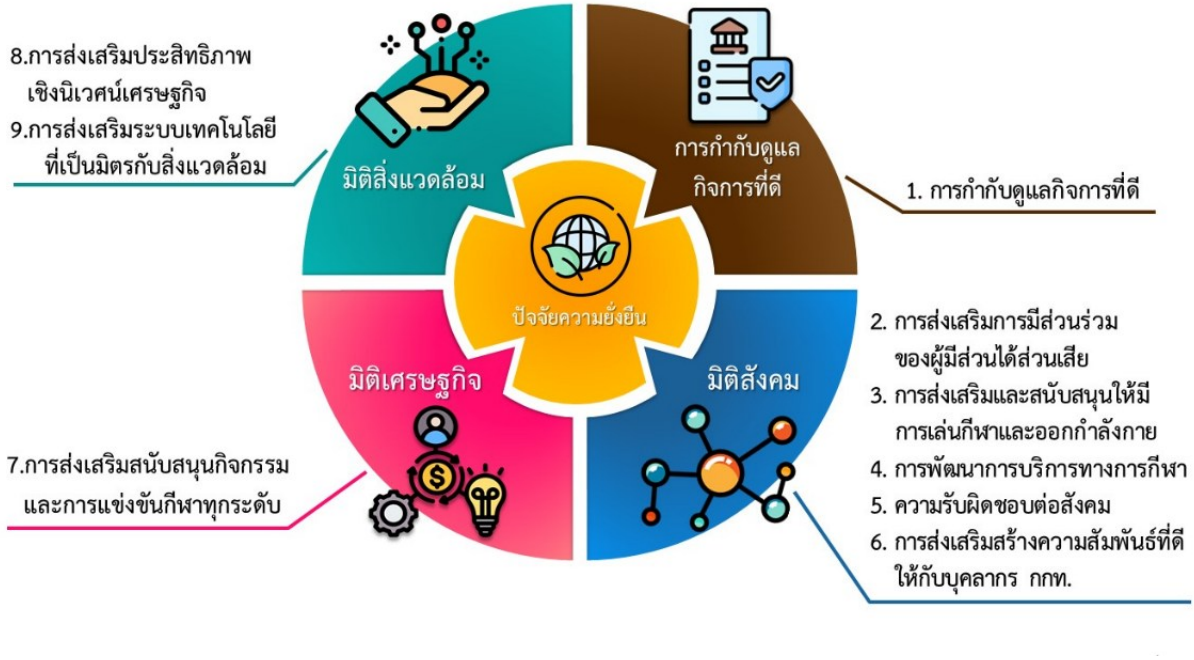
กกท.มุ่งเน้นเพื่อดำเนินงาน ตามแนวทางการพัฒนาขององค์กรการสหประชาชาติ (United Nations) เพื่อให้องค์กรมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมทั้งคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่มีการกำหนดตัวชี้วัดการพัฒนา ทั้งหมด 17 ข้อ ทั้งนี้มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาแห่งประเทศไทย จำนวน 4 ข้อ ได้แก่

ประเด็น/มิติการดำเนินงาน	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สายงานที่รับผิดชอบ	
		หลัก	สนับสนุน
การกำกับดูแลกิจการที่ดี			
1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี - มีระบบการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กรที่เพียงพอและได้มาตรฐาน - การกำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติที่ดี และส่งเสริมบทบาทการนำองค์กร - เปิดเผยข้อมูล รวมถึงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและบริหารจัดการสารสนเทศ - การกำกับดูแลการดำเนินงานที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - การกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ แผนงาน โครงการ - การกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง - การบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน - การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และความโปร่งใส - การบริหารจัดการนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ - การกำกับติดตามประเมินผล และรายงานผลการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ	1. ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ 2. คณะกรรมการ 3. พันธมิตร 4. บุคลากร กกท. 5. สื่อมวลชน 6. ลูกค้าและผู้ใช้บริการ 7. ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม 8. ภาคธุรกิจและเอกชน	- สผก.	- ฝนผ. - สกม. - ฝกค. - ฝธก. - ฝกภ. - ฝทบ. - ฝทส. - ฝตส.
มิติสังคม			
2. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - สนับสนุนการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของการกีฬาแห่งประเทศไทย - ส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูล และเทคโนโลยี - ดำเนินกิจการอย่างเป็นธรรมมีความเป็นมืออาชีพ ยึดมั่นตามหลักธรรมาภิบาล กฎหมาย และให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม	- สผก. - ฝทบ. - ฝนผ. - ฝกล. - ฝวก. - สคอ. - สคม. - ฝกภ. - ฝธก. - ฝกค.	- ทุกสายงาน
3. การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย - ส่งเสริมให้ประชาชนออกกำลังกาย และเล่นกีฬาเพื่อสร้างสังคมสุขภาพดี และสร้างกระแสความตื่นตัวทางการกีฬา โดยใช้สนามกีฬาที่อยู่ในความรับผิดชอบของการกีฬาแห่งประเทศไทย รวมทั้งจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อให้บริการแก่ประชาชนทุกกลุ่ม	1. กลุ่มลูกค้าและผู้ใช้บริการ 2. ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ 3. คณะกรรมการ 4. พันธมิตร 5. ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	- ฝธก. - ฝกภ.	- ทุกสายงาน

ประเด็น/มิติการดำเนินงาน	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สายงานที่รับผิดชอบ	
		หลัก	หลัก
4. การพัฒนาการบริการทางการกีฬา - การพัฒนาคุณภาพการบริการด้วยนวัตกรรม - การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางการกีฬาของการกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อให้กิจกรรมกีฬาสามารถสร้างมูลค่าทางสังคมให้กับชุมชนและประเทศ	1. ลูกค้าและผู้ใช้บริการ 2. ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม 3. ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ 4. ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	- ฝวก. - ฝกภ. - ฝธก.	- ทุกสายงาน
5. ความรับผิดชอบต่อสังคม - ส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่แสดงต่อความรับผิดชอบต่อสังคมโดยผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงความสามารถพิเศษขององค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม - ส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับของการกีฬาแห่งประเทศไทยเคารพและปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล โดยยึดหลักความเท่าเทียมและไม่เลือกปฏิบัติ มุ่งตอบสนองหรือแก้ปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนอย่างระมัดระวัง	1. ผู้กำกับนโยบาย 2. คณะกรรมการ 3. พันธมิตร 4. บุคลากร กกท. 5. ชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อม	- สผก. - ฝกล. - สคอ. - สคม. - ฝวก. - สกม. - ฝทบ.	- ทุกสายงาน
6. การส่งเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับบุคลากรการกีฬาแห่งประเทศไทย - การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับบุคลากรการกีฬาแห่งประเทศไทย ตลอดชีวิตการทำงาน (Employee journey) มีความรู้สึกที่ดีให้เกิดความรัก ความผูกพันต่อองค์กร(Engagement) - ส่งเสริมการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการทำงาน - การสร้างและพัฒนาระบบการบริหารทุนมนุษย์มาใช้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นกลไกที่สร้างความเท่าเทียม (Equality) ความเสมอภาค (Equity) และความแตกต่างที่เหมาะสม (Appropriate Difference) ในการสนับสนุนบุคลากรการกีฬาแห่งประเทศไทยได้สร้างคุณค่าให้แก่ตนเองและองค์กร	1. ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ 2. คณะกรรมการ 3. บุคลากร กกท.	- ฝทบ.	- ทุกสายงาน
มิติเศรษฐกิจ			
7. การส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาทุกระดับ - การส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวและนันทนาการ - การส่งเสริมการนำแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG Model) มาใช้พัฒนากิจกรรมกีฬาอย่างยั่งยืน	1. ลูกค้าและผู้ใช้บริการ 2. ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ 3. คณะกรรมการ กกท. 4. พันธมิตร 5. ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม 6. สื่อมวลชน 7. ภาคธุรกิจและเอกชน	- ฝกล. - สคอ. - สคม. - ฝกภ.	- ทุกสายงาน
มิติสิ่งแวดล้อม			
8. การส่งเสริมประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ - นำโมเดลเศรษฐกิจแบบองค์รวม (BCG Model) และกรอบการประเมินประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco – efficiency) เพื่อบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การรักษาสิ่งแวดล้อม ในการบริหารจัดการองค์กร และการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬา เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน	1. ลูกค้าและผู้ใช้บริการ 2. ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ 3. คณะกรรมการ กกท. 4. พันธมิตร 5. ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม 6. ภาคธุรกิจและเอกชน	- ฝนผ. - ฝธก. - ฝวศ.	- ทุกสายงาน

ประเด็น/มิติการดำเนินงาน	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	สายงานที่รับผิดชอบ	
		หลัก	หลัก
9. การส่งเสริมระบบเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - ส่งเสริมระบบเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับการดำเนินงานของการกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการการใช้พลังงาน ลดการใช้ทรัพยากร ที่ก่อให้เกิดขยะ และมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม	1. ลูกค้าและผู้ใช้บริการ 2. ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ 3. คณะกรรมการ กกท. 4. ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม 5. ภาคธุรกิจและเอกชน	- ฝทส.	- ทุกสายงาน

ตารางแสดง : เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)



รูปแสดง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการที่ยั่งยืนของการกีฬาแห่งประเทศไทย

2.9.2 แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน

2.9.2.1 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560

ได้บัญญัติเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกีฬาไว้อย่างชัดเจนในมาตราที่ 71 คือ “รัฐพึงเสริมสร้างความเข้มแข็งของครอบครัวอันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของสังคม จัดให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยอย่างเหมาะสม ส่งเสริมและพัฒนาการสร้างเสริมสุขภาพเพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่แข็งแรงและจิตใจเข้มแข็ง รวมตลอดทั้งส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาให้ไปสู่ความเป็น เลิศและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน” สำหรับด้านกีฬา เพื่อให้การส่งเสริมและการพัฒนาการกีฬาให้ไปสู่ความเป็นเลิศและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน กกท. มีแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องตามรัฐธรรมนูญฯ ดังนี้

ประเด็นที่สำคัญ	แนวทางการดำเนินงาน
มาตรา 71 รัฐพึงเสริมสร้างความเข้มแข็งของครอบครัวอันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของสังคม จัดให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยอย่างเหมาะสม ส่งเสริม และพัฒนาการเสริมสร้างสุขภาพเพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่แข็งแรงและมีจิตใจที่เข้มแข็งรวมตลอด **ทั้งส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาให้ไปสู่ความเป็นเลิศ** และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ ประชาชน รัฐพึงส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นพลเมืองที่ดี มีคุณภาพและความสามารถสูงขึ้น รัฐพึงให้ความช่วยเหลือเด็ก เยาวชน สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ ผู้ยากไร้ และผู้ด้อยโอกาส ให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ	3. ส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาให้ไปสู่ความเป็นเลิศและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน ซึ่งสอดคล้องตา ,พระราชบัญญัติ การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 มาตรา 8 กกท. มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้ (1) ส่งเสริมการกีฬา (2) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานงานเกี่ยวกับการกีฬา (7) สอดส่องและกำกับดูแลการดำเนินกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

ตารางแสดง : ประเด็นที่สำคัญ และแนวทางการดำเนินงานตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ของ กกท.

2.9.2.2 แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580) (20 ปี)

วิสัยทัศน์ประเทศไทย 2580 “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศษฐกิจพอเพียง”

เป้าหมายการพัฒนาประเทศภาพรวม

“ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากร ธรรมชาติยั่งยืน” โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม โดยในการที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างรายได้ระดับสูง เป็นประเทศพัฒนาแล้วและสร้างความสุขของคนไทย สังคมมีความมั่นคง เสมอภาคและเป็นธรรมประเทศสามารถแข่งขันได้ในระบบเศรษฐกิจโดยมียุทธศาสตร์ทั้งหมด 6 ด้าน ที่ต้องดำเนินการอย่างสมดุลในทุกมิติทั้งมั่นคง มั่งคั่ง และยั่นยืน



รูปแสดง : เป้าหมายการพัฒนาประเทศภาพรวม ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580 (20 ปี)

สำหรับด้านการกีฬาปรากฏเนื้อหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงตามยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีเป้าหมาย 20 ปี ตัวชี้วัดเป้าหมาย ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 และ 3 ในแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

<table>
<tr><th colspan="2">ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน</th></tr>
<tr><td colspan="2">เป้าหมาย 20 ปี
1. ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วเศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน
2. ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น</td></tr>
<tr><td colspan="2">ตัวชี้วัดเป้าหมาย
ตัวชี้วัดที่ 1 รายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีและการกระจายรายได้
ตัวชี้วัดที่ 2 ผลิตภาพการผลิตของประเทศ ทั้งในปัจจัยการผลิตและแรงงาน
ตัวชี้วัดที่ 3 การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา
ตัวชี้วัดที่ 4 ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ประเด็นยุทธศาสตร์</td></tr>
<tr><th>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง</th><th>แนวทางการดำเนินงาน</th></tr>
<tr><td>ประเด็นที่ 3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว
- ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม
- ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
- ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย
- ท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ
- ท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค</td><td><u>การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา</u>
1. โครงการสนับสนุนและจัดการแข่งขันกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (Sports Tourism)
2. โครงการพัฒนาเมืองกีฬา (Sports City)</td></tr>
</table>

ตารางแสดง : ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 (20 ปี)

<table>
<tr><th colspan="2">ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์</th></tr>
<tr><td colspan="2">เป้าหมาย 20 ปี
1. คนไทยเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณภาพ พร้อมสำหรับวิถีชีวิตในศตวรรษที่ 21
2. สังคมไทยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อและสนับสนุนต่อการพัฒนาคนตลอดช่วงชีวิต</td></tr>
<tr><td colspan="2">ตัวชี้วัดเป้าหมาย
ตัวชี้วัดที่ 1 การพัฒนาคุณภาพชีวิต สุขภาวะ และความเป็นอยู่ที่ดีของคนไทย
ตัวชี้วัดที่ 2 ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
ตัวชี้วัดที่ 3 การพัฒนาสังคมและครอบครัวไทย</td></tr>
<tr><th>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง</th><th>แนวทางการดำเนินงาน</th></tr>
<tr><td>ประเด็นที่ 7 เสริมสร้างศักยภาพการกีฬาในการสร้างคุณค่าทางสังคมและพัฒนาประเทศ
- การส่งเสริมการออกกำลังกาย และกีฬาขั้นพื้นฐานให้กลายเป็นวิถีชีวิต
- การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมออกกำลังกาย กีฬาและนันทนาการ
- การส่งเสริมการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ และต่อยอดสู่ระดับอาชีพ
- การพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬา และนันทนาการเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬา</td><td><u>การพัฒนากีฬาเป็นเลิศ</u>
1. โครงการส่งเสริมสนับสนุนการสร้างนักกีฬา
2. โครงการสรรหาและคัดเลือกนักกีฬา
3. โครงการเตรียมนักกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ
4. โครงการส่งนักกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ
<u>การพัฒนากีฬาอาชีพ</u>
5. โครงการพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพอย่างเป็นระบบ
6. โครงการพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬามวยอย่างเป็นระบบ
7. โครงการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจกีฬาอาชีพ
<u>การพัฒนาบุคลากรกีฬา</u>
8. โครงการพัฒนาบุคลากรกีฬาและบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาให้มีศักยภาพ
9. โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบการบริการ ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาให้มีมาตรฐาน
<u>การส่งเสริมการออกกำลังกาย</u>
10. โครงการบูรณาการงานกีฬาร่วมกับหน่วยงานส่งเสริมด้านสุขภาพของประชาชน</td></tr>
</table>

ตารางแสดง : ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 (20 ปี) (ต่อ)

2.9.2.3 แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2566 – 2580 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)

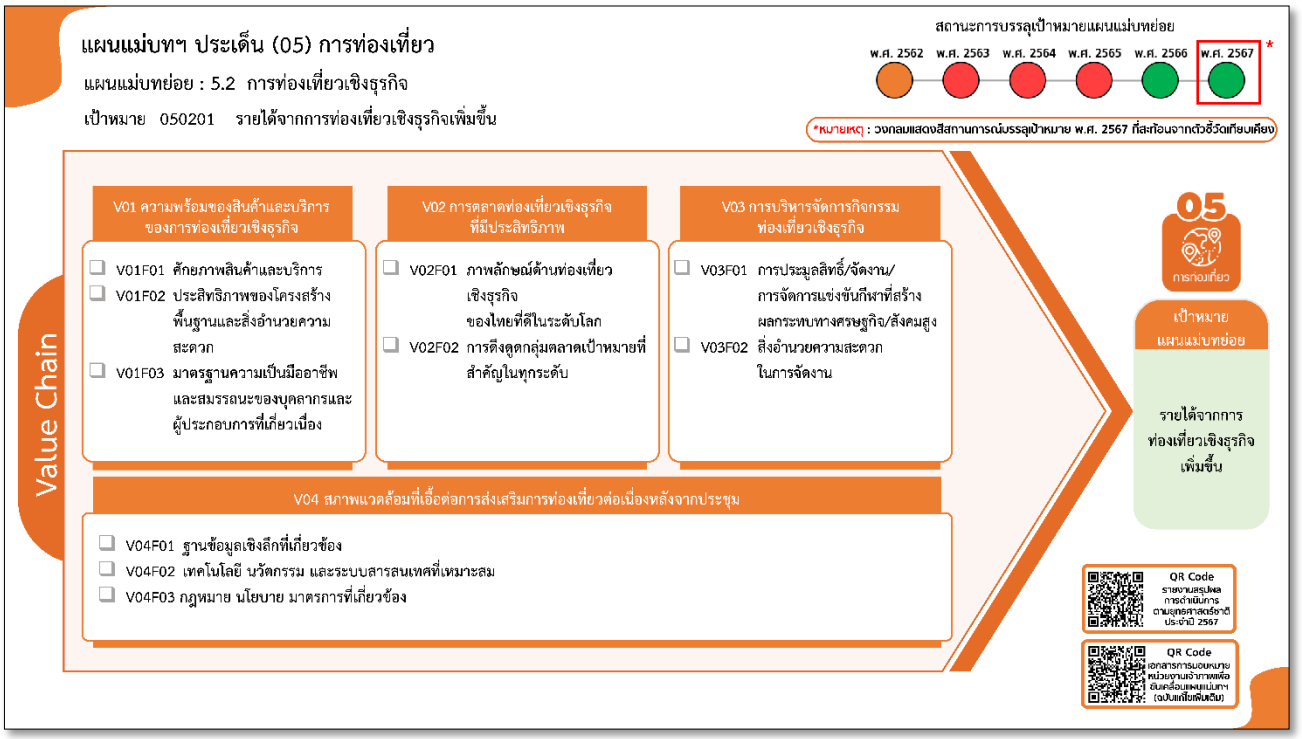
2.9.2.3.1 ประเด็นที่ 5 ประเด็น การท่องเที่ยว

แผนย่อย (2) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

แนวทางการพัฒนา

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของเมืองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจให้มีความพร้อมสำหรับการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ การจัดประชุมและนิทรรศการ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดกิจกรรมการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ
2. สนับสนุนมาตรการเพื่อสร้างแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ รวมทั้งสร้างความพร้อมของธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องตลอดห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
3. ส่งเสริมการตลาดและสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงานในระดับนานาชาติ
4. พัฒนาขีดความสามารถในการประมูลสิทธิ์การจัดงานระดับนานาชาติ

ประเด็นที่ 5 ประเด็น การท่องเที่ยว	
แผนย่อย (1) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ	
เป้าหมายและตัวชี้วัด	**แนวทางการดำเนินงาน**
เป้าหมาย : รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้น **KPI :** อัตราการขยายตัวของรายได้ จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (ร้อยละต่อปี) (ปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 10) (ปี 2571 – 2575 ไม่น้อยกว่า 12) (ปี 2576 – 2580 ไม่น้อยกว่า 15)	**การส่งเสริมการออกกำลังกาย** 1. โครงการสนับสนุนและจัดการแข่งขันกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (Sports Tourism) 2. โครงการพัฒนาเมืองกีฬา (Sports City)



2.9.2.3.2 ประเด็นที่ 14 ประเด็น ศักยภาพการกีฬา

แผนย่อย (1) การส่งเสริมการออกกำลังกาย และกีฬาขั้นพื้นฐานให้กลายเป็นวิถีชีวิต และการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมออกกำลังกายกีฬาและนันทนาการ

แนวทางการพัฒนา

1. ส่งเสริมให้ประชาชนทุกกลุ่มวัย โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน เรียนรู้วิธีการที่ถูกต้องในการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาขั้นพื้นฐาน

2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อุปกรณ์ สถานที่ และสิ่งอำนวยการความสะดวกเพื่อการออกกำลังกาย การเล่นกีฬาหรือการประกอบกิจกรรมนันทนาการที่มีอยู่ในชุมชนเดิมหรือจัดหาใหม่เพิ่มเติม ให้มีความเพียงพอ ปลอดภัย และเหมาะสม

ประเด็นที่ 14 ประเด็น ศักยภาพการกีฬา	
แผนย่อย (1) การส่งเสริมการออกกำลังกาย และกีฬาขั้นพื้นฐานให้กลายเป็นวิถีชีวิตและการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมออกกำลังกายกีฬาและนันทนาการ	
เป้าหมายและตัวชี้วัด	**แนวทางการดำเนินงาน**
เป้าหมาย : คนไทยออกกำลังกาย เล่นกีฬา และนันทนาการอย่างสม่ำเสมอเพิ่มขึ้น **KPI :** สัดส่วนของประชากรที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอต่อประชากรทั้งหมด (เฉลี่ยร้อยละ) - ปี 2566 - 2570 ไม่น้อยกว่า 50 - ปี 2571 – 2575 ไม่น้อยกว่า 60 - ปี 2576 – 2580 ไม่น้อยกว่า 70	<u>การส่งเสริมการออกกำลังกาย</u> - โครงการบูรณาการงานกีฬาร่วมกับหน่วยงานส่งเสริมด้านสุขภาพของประชาชน



แผนย่อย (2) การส่งเสริมการกีฬาเพื่อพัฒนาสู่ระดับอาชีพ

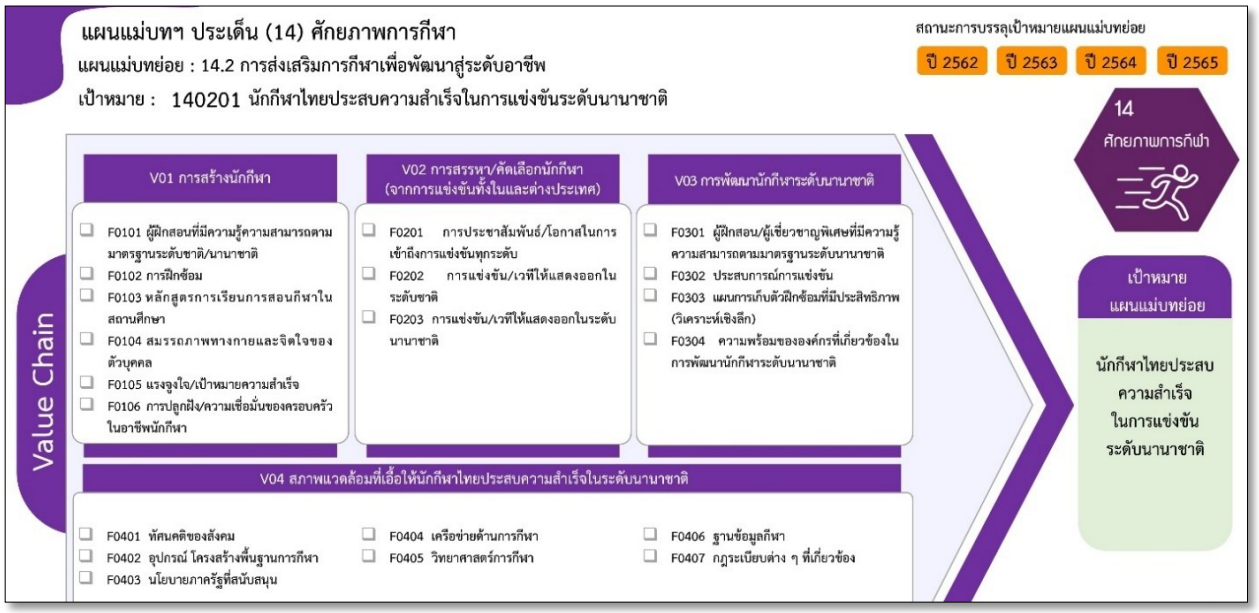
แนวทางการพัฒนา

1. พัฒนาระบบการเลือกสรรนักกีฬาที่มีความสามารถทั่วประเทศ ตั้งแต่ระดับเยาวชนที่มีความถนัดและทักษะด้านการกีฬา และสร้างโอกาสการพัฒนาทักษะทางการกีฬาโดยการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาในระดับประเทศต่างๆ เพื่อพัฒนาสู่ความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพ

2. ส่งเสริมศูนย์ฝึกกีฬาแห่งชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ และในประเภทกีฬาต่างๆ ให้ได้มาตรฐานสากล พัฒนาปัจจัยสนับสนุน อาทิ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านอุปกรณ์การกีฬาที่มีมาตรฐาน ด้านโภชนาการที่เหมาะสม และสนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา และพัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านกีฬา เพื่อนำมาใช้ส่งเสริมและสนับสนุนกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ และกีฬาเพื่อการอาชีพ

3. ส่งเสริมสนับสนุนการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาในระดับนานาชาติในทุกระดับ รวมทั้งการยกระดับมาตรฐานการจัดการแข่งขันกีฬา เพื่อความเป็นเลิศทั้งในระดับชาติและนานาชาติ และเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการต่อยอดความสำเร็จจากความเป็นเลิศสู่การประกอบอาชีพและมีเส้นทางอาชีพที่มั่นคง สนับสนุนอุตสาหกรรมการกีฬา พร้อมผลักดันการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวและนันทนาการ มีการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในการแข่งขันกีฬา และพัฒนาเมืองกีฬาต้นแบบเพื่อรองรับการพัฒนาต่อไป

ประเด็นที่ 14 ประเด็น ศักยภาพการกีฬา	
แผนย่อย (2) การส่งเสริมการกีฬาเพื่อพัฒนาสู่ระดับอาชีพ	
เป้าหมายและตัวชี้วัด	**แนวทางการดำเนินงาน**
เป้าหมาย : นักกีฬาไทยประสบความสำเร็จในการแข่งขันระดับนานาชาติ **KPI :** อันดับการแข่งขันกีฬาในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติของนักกีฬาไทย - ปี 2561 - 2565 อันดับ 7 ในระดับเอเชีย - ปี 2566 – 2570 อันดับ 6 ในระดับเอเชีย - ปี 2571 – 2575 อันดับ 5 ในระดับเอเชีย - ปี 2576 – 2580 อันดับ 4 ในระดับเอเชีย	**<u>การพัฒนากีฬาเป็นเลิศ</u>** 1. โครงการส่งเสริมสนับสนุนการสร้างนักกีฬา 2. โครงการสรรหาและคัดเลือกนักกีฬา 3. โครงการเตรียมนักกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ 4. โครงการส่งนักกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ **<u>การพัฒนากีฬาอาชีพ</u>** 5. โครงการพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพอย่างเป็นระบบ 6. โครงการพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬามวยอย่างเป็นระบบ 7. โครงการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจกีฬาอาชีพ



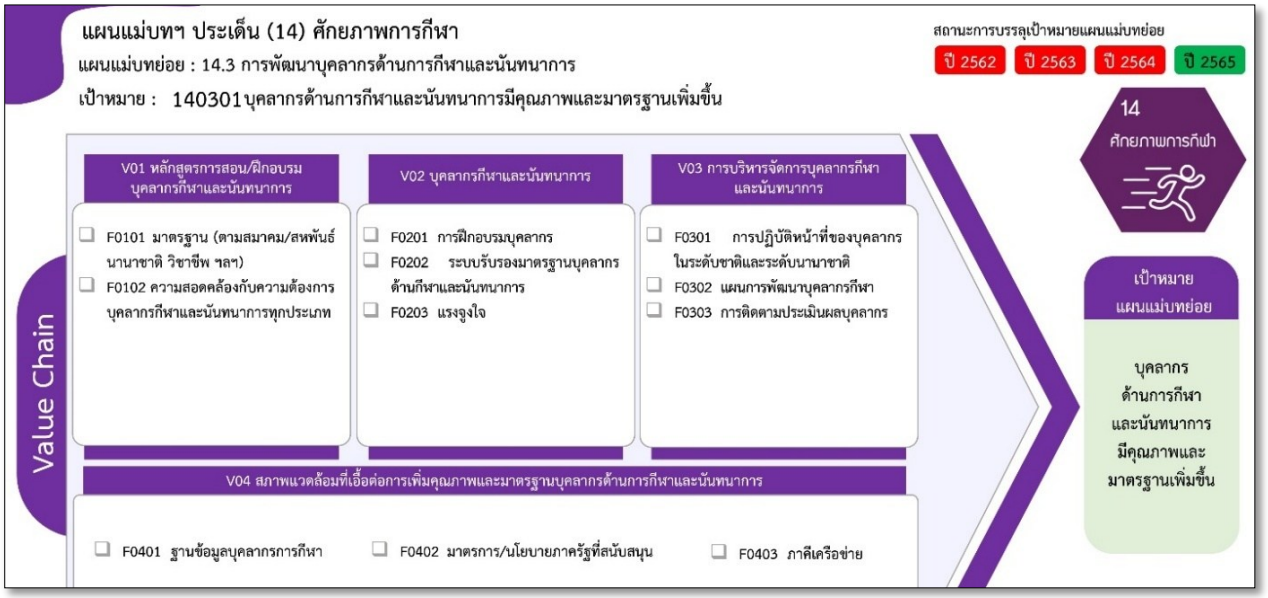
แผนย่อย (3) การพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬาและนันทนาการ

แนวทางการพัฒนา

1. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรทางการกีฬา อาทิ ผู้ฝึกสอนกีฬา ผู้ตัดสินกีฬา ผู้บริหารการกีฬา อาสาสมัครกีฬา โดยเฉพาะกลุ่มกีฬาเป้าหมายที่ประชาชนไทยมีความนิยม หรือมีศักยภาพในการพัฒนาในระดับอาชีพ บนฐานด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล มีจำนวนเพียงพอ สามารถให้บริกาเด้านกีฬาได้อย่างทั่วถึง และสามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่ เด็ก เยาวชน ประชาชนทั่วไป บุคคลกลุ่มพิเศษ และผู้ด้อยโอกาสได้อย่างถูกต้อง

2. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรทางด้านนันทนาการตามความถนัดหรือความสนใจเฉพาะบุคคล โดยสนับสนุนให้เกิดการประกวดหรือการแข่งขันเพื่อสร้างเครือข่าย รวมทั้งส่งเสริมการรวมกลุ่มหรือจัดตั้งชมรมเพื่อคัดสรรบุคลากรนันทนาการตัวอย่าง และทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและพัฒนาทักษะของกลุ่มผู้สนใจ ตลอดจนส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ เห็นคุณค่าความแตกต่าง และต่อยอดความเป็นพหุปัญญาของสังคม

ประเด็นที่ 14 ประเด็น ศักยภาพการกีฬา	
แผนย่อย (3) การพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬาและนันทนาการ	
เป้าหมายและตัวชี้วัด	**แนวทางการดำเนินงาน**
เป้าหมาย : บุคลากรด้านการกีฬาและนันทนาการมีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น **KPI :** มีบุคลากรด้านการกีฬา นันทนาการ และวิทยาศาสตร์การกีฬาทั่วประเทศ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้น (เฉลี่ยร้อยละ) - ปี 2561 - 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 - ปี 2566 – 2570 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 - ปี 2571 – 2575 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 - ปี 2576 – 2580 มีสัดส่วนที่เหมาะสมตามมาตรฐานสากล	**การพัฒนาบุคลากรกีฬา** 1. โครงการพัฒนาบุคลากรกีฬาและบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาให้มีศักยภาพ 2. โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบการบริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาให้มีมาตรฐาน



2.9.2.4 (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2571 - 2575)

การจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในแต่ละช่วงระยะเวลา 5 ปี ที่คำนึงถึงความสอดคล้อง กับยุทธศาสตร์ชาติ แนวนโยบายแห่งรัฐ รวมถึงสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและโลกเพื่อนำมากำหนดเป็นทิศทางการพัฒนาประเทศได้อย่างเหมาะสม นอกจากจะต้องคำนึงถึงความสำคัญของมิติการพัฒนาด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อภาพรวมของประเทศ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรมนุษย์ สิ่งแวดล้อม การพัฒนาที่ยั่งยืน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนพัฒนาเชิงพื้นที่และความสามารถในการแข่งขันของประเทศแล้ว การประมวลกระบวนทัศน์หลักเพื่อสังเคราะห์ประเด็นการพัฒนาที่ประเทศไทยควรให้ความสำคัญและเป็นจุดมุ่งเน้นในระยะของแผนพัฒนาฯ ยังเป็นเงื่อนไขที่มีนัยสำคัญ ต่อการบรรลุเป่าหมายการพัฒนาประเทศในระยะยาว โดยแผนที่มีกระบวนทัศน์หลักซึ่งมีจุดเน้นชัดเจนจะช่วย สนับสนุนให้การพัฒนาประเทศในแต่ละมิติที่สำคัญได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนบนเป้าหมายร่วมที่ชัดเจน ในขณะเดียวกันยังเอื้อประโยชน์ต่อการติดตามตรวจสอบและประเมินผลความสำเร็จของแผนเพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการและวิธีการดำเนินงานให้บรรลุผลลัพธ์ที่มุ่งหวังได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

โดยหมุดหมายที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา คือ หมุดหมายที่ 2 ไทยเป็นหมุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน และหมุดหมายที่ 4 ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หมุดหมาย	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด
2. ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน	การปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้พึ่งพานักท่องเที่ยวในประเทศและมีการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจมากขึ้น	2.1 รายได้จากการท่องเที่ยวเมืองท่องเที่ยวรองเฉลี่ยทุกเมืองเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี 2.2 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี
4. ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง	ประชาชนไทยได้รับความเป็นธรรมในการเข้าถึงบริการสุขภาพ	สัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของครัวเรือนต่อค่าใช้จ่ายสุขภาพทั้งหมดไม่เกินร้อยละ 12

ตารางแสดง : หมุดหมาย เป้าหมาย และตัวชี้วัดตาม (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 14

ความสอดคล้องเชื่อมโยงกับภารกิจของ กกท. มีประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. การส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ
2. การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมกีฬาและการแข่งขันเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนให้คนไทยมีสุขภาพที่ดี
3. การส่งเสริมและสนับสนุนในการสร้างสภาพแวดล้อมให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ
4. การบริหารจัดการองค์กรด้วยระบบดิจิทัล และนวัตกรรม

2.9.2.5 แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2566 - 2570)

ตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2566 - 2570) โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดสาระสำคัญ สำหรับเป้าหมายการพัฒนา เป้าประสงค์ และตัวชี้วัดหลักในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ กกท. ประกอบด้วย

เป้าหมายการพัฒนา

ประเด็นการพัฒนาที่ 3 : การส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพ

ส่งเสริมความต้องการพัฒนาศักยภาพของนักกีฬา รวมทั้งนักกีฬาคนพิการ เพื่อความเป็นเลิศ การสร้างและการพัฒนานักกีฬาของชาติให้ประสบความสำเร็จในการแข่งขันในระดับต่าง ๆ รวมถึงการส่งเสริมการพัฒนาต่อยอดนักกีฬาที่มีความเป็นเลิศไปสู่การมีอาชีพทางการกีฬาที่ยั่งยืน โดยจัดให้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ศูนย์ฝึกกีฬา และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักกีฬา ทั้งนักกีฬาคนปกติและนักกีฬาคนพิการ รวมทั้งการสนับสนุนการยกระดับกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพให้เข้าสู่มาตรฐานสากล

ประเด็นการพัฒนาที่ 4 : การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬา

พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้านการกีฬาเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มในห่วงโซ่อุปทานของการกีฬาตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยพัฒนาหลักสูตรที่เป็นมาตรฐานสำหรับการยกระดับสมรรถนะของบุคลากรการกีฬาทุกกลุ่ม ครอบคลุม ครูผู้สอนพลศึกษา อาสาสมัครการกีฬา ผู้ฝึกสอนกีฬา ผู้ตัดสินกีฬาผู้บริหารการกีฬาและนักวิทยาศาสตร์การกีฬา รวมทั้งบุคลากรการกีฬาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการกีฬาเช่น นักกฎหมายการกีฬา, สถาปนิกการกีฬา, สื่อมวลชนการกีฬา และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บุคลากรการกีฬาทุกกลุ่ม ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล หรือเทียบเท่าในระดับสากล เพื่อให้สามารถเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาการกีฬาทุกระดับตั้งแต่กีฬาขั้นพื้นฐาน กีฬาเพื่อมวลชน กีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อ

ประเด็นการพัฒนาที่ 5 : การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬา

เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา ครอบคลุมทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการด้านการกีฬา สนับสนุนการจัดกิจกรรมและมหกรรมการกีฬาระดับชาติและนานาชาติ และการจัดกิจกรรมกีฬาเชิงพาณิชย์ของภาคเอกชน (International Sport Events & Private Sport Events) เพื่อเสริมสร้างการกีฬาเชิงท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมการกีฬาให้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัดหลัก
3	ข้อ 3 นักกีฬาผู้แทนของประเทศไทยประสบความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ	ข้อ 2 อันดับการแข่งขันกีฬาในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติของนักกีฬาไทย อยู่ในอับดับ 6 ในระดับเอเชีย ในรายการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์ กีฬาพาราลิมปิกเกมส์ กีฬาเอเชียนเกมส์ และกีฬาเอเชียนพาราเกมส์ ภายในปี 2570
4	ข้อ 4 บุคลากรด้านการกีฬาทั่วประเทศได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้น	ข้อ 3 บุคลากรด้านการกีฬาได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี
5	ข้อ 5 อุตสาหกรรมการกีฬามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ	ข้อ 4 มูลค่าอุตสาหกรรมการกีฬามีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

ตารางแสดง : เป้าประสงค์ ตัวชี้วัดหลัก ตามแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2566 - 2570)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพ		
กลยุทธ์/เป้าประสงค์	**ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์**	**แนวทางการพัฒนา**
1. การส่งเสริมความต้องการเพื่อพัฒนาการกีฬาความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพ **2. การสนับสนุนปัจจัยเอื้อเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพ** **3. การยกระดับการบริหารจัดการเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและ กีฬาเพื่อการอาชีพ**	1. จำนวนรายการการแข่งขันในระดับนานาชาติ มีผลงานตั้งแต่อันดับที่สามของรายการขึ้นไป เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี ของจำนวนรายการที่เข้าร่วมการแข่งขัน 2. อันดับการแข่งขันกีฬาซีเกมส์และกีฬาอาเซียนพาราเกมส์อยู่ในอันดับ 1 (นับเฉพาะกีฬาสากล)	- การจัดทำระบบการสร้างและพัฒนานักกีฬา รวมทั้งนักกีฬาคนพิการอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างมาตรฐาน และยกระดับระบบการฝึกสอนให้ทันสมัยและครอบคลุม ด้วยกระบวนการทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา - การพัฒนานักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศศักยภาพสูง ด้วยกระบวนการทางด้าน วิทยาศาสตร์การกีฬาในสถานที่ที่มีระบบบริหารจัดการในรูปแบบ National Training Center (NTC) - การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬา รวมทั้งกีฬาคนพิการ ในทุกระดับตามช่วงอายุอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมที่มุ่งเน้นให้มีการบริหารจัดการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม - การสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (เช่น ศูนย์ฝึกกีฬา ศูนย์วิทยาศาสตร์ การกีฬา และสิ่งอำนวยความสะดวก) เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักกีฬา รวมทั้งนักกีฬา คนพิการ ไปสู่กีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพ - การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการ กีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพ
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬา		
กลยุทธ์/เป้าประสงค์	**ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์**	**แนวทางการพัฒนา**
1. การพัฒนาหลักสูตรสำหรับพัฒนาบุคลากรทางการกีฬาที่เป็นมาตรฐาน **2. การพัฒนาเพื่อยกระดับสมรรถนะของบุคลากรทางการกีฬา** **3. การรับรองมาตรฐานบุคลากรทางการกีฬา** **4. การยกระดับการบริหารจัดการเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรการกีฬา**	จำนวนบุคลากรการกีฬา (ผู้ฝึกสอนกีฬา ผู้ตัดสินกีฬา ผู้บริหารการกีฬา และนักวิทยาศาสตร์การกีฬา) ได้รับการรับรองมาตรฐาน เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี	- การพัฒนาหลักสูตรที่เป็นมาตรฐาน สำหรับบุคลากรการกีฬา (ผู้ฝึกสอนกีฬา ผู้ตัดสิน กีฬา ผู้บริหารการกีฬา และนักวิทยาศาสตร์การกีฬา) ตั้งแต่ระดับขั้นพื้นฐานจนถึง ระดับสากล - การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรการกีฬา (ผู้ฝึกสอนกีฬา ผู้ตัดสินกีฬา ผู้บริหารการกีฬา และนักวิทยาศาสตร์การกีฬา) และบุคลากรการกีฬาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้มีคุณภาพ และเทียบเท่ามาตรฐาน ตั้งแต่ระดับขั้นพื้นฐานจนถึงระดับสากล เพื่อรองรับ อุตสาหกรรมการกีฬา - การรับรองมาตรฐานสำหรับผู้ฝึกสอนกีฬา ผู้ตัดสินกีฬา ผู้บริหารการกีฬา รวมทั้ง การประเมินตามมาตรฐานสมรรถนะ เพื่อนำไปสู่การรับรองมาตรฐานสำหรับ ผู้ฝึกสอนกีฬา ผู้ตัดสินกีฬา ผู้บริหารการกีฬา - การรับรองมาตรฐานสำหรับนักวิทยาศาสตร์การกีฬา รวมทั้งการประเมินตาม มาตรฐานสมรรถนะ เพื่อนำไปสู่การรับรองมาตรฐานสำหรับนักวิทยาศาสตร์การกีฬา และส่งเสริมให้มีสภาวิชาชีพนักวิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย เพื่อจัดให้มีมาตรฐานของวิชาชีพและออกใบประกอบวิชาชีพนักวิทยาศาสตร์การกีฬา
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬา		
1. การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจในอุตสาหกรรมการกีฬา **2. การสนับสนุนปัจจัยเอื้อ เพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬา** **3. การยกระดับการบริหารจัดการเพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม การกีฬา**	- มูลค่าทางเศรษฐกิจในการจัดการแข่งขันกีฬาในประเทศ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี	- การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา - การสนับสนุนการจัดกิจกรรมและมหกรรมการกีฬาระดับชาติและนานาชาติ และ การจัดกิจกรรมกีฬาเชิงพาณิชย์ของภาคเอกชน (International Sport Events & Private Sport Events) เพื่อเสริมสร้างการกีฬาเชิงท่องเที่ยว - การสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (สนามแข่งขันกีฬา สถานที่จัดกิจกรรมและมหกรรมการกีฬาเชิงท่องเที่ยว ระบบขนส่งการคมนาคม ฯลฯ) - การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและสนับสนุน การพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬา เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศ

ตารางแสดง : กลยุทธ์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ แนวทางการพัฒนาตาม แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7

2.9.2.6 แผนพัฒนารัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2566 – 2570

บทบาทของรัฐวิสาหกิจ

รัฐวิสาหกิจที่อยู่ภายใต้แผนพัฒนารัฐวิสาหกิจฯ จำนวน 52 แห่ง มีหน้าที่ที่จะต้องดำเนินการตามบทบาทและภารกิจตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์การจัดตั้ง รวมถึงต้องมีการดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2563 – 2580 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580) ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 และแผนพัฒนาประเทศต่างๆ ในด้านที่เกี่ยวข้องทั้งนี้ เพื่อให้รัฐวิสาหกิจสามารถเป็นเครื่องมือของภาครัฐในการผลักดันการดำเนินการตามยุทธศาตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 และแผนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้สามารถบรรลุเป้าหมายหรือผลสัมฤทธิ์ ที่ตั้งไว้ได้จึงได้กำหนดบทบาทรัฐวิสาหกิจที่สำคัญ 5 ด้าน ดังนี้

1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) หมายถึง โครงสร้างทางกายภาพหรือระบบพื้นฐานที่ส่งเสริมความมั่นคงและการพัฒนาประเทศ เช่น โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม เช่น ถนน ระบบราง ท่าเรือและท่าอากาศยาน โครงสร้างพื้นฐานด้านโครงข่ายพลังงาน โครงข่ายโทรคมนาคม โครงข่ายประปา เป็นต้น

2) บริการสาธารณะขั้นพื้นฐาน หมายถึง บริการสาธารณะที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตขั้นพื้นฐานของประชาชน เช่น ระบบการให้บริการขนส่งสาธารณะ ไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น

3) กิจการที่ไม่มีเอกชนดำเนินการได้อย่างเพียงพอ หมายถึง กิจการที่ภาครัฐจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อสร้างความสมดุลของตลาดหรือเพื่อประโยชน์แก่ประชาชนในฐานะผู้บริโภค เช่น การให้บริการทางการเงินแก่ผู้มีรายได้น้อยให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อนำไปใช้เป็นทุนในการดำเนินธุรกิจ หรือเพื่อการอื่นได้การจัดให้มีที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย เป็นต้น

4) กิจการที่รัฐต้องควบคุม หมายถึง กิจการที่มีความจำเป็นต้องควบคุมโดยรัฐ เนื่องจากเป็นกิจการที่มีผลกระทบต่อสังคมหรือความมั่นคงของประเทศ เช่น การผลิต/จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นต้น

5) ภารกิจเชิงส่งเสริม หมายถึง รัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมธุรกิจหรือกิจกรรมบางประเภทเป็นการเฉพาะ เช่น การท่องเที่ยว การเกษตร การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น ซึ่ง กกท. ถูกจัดอยู่ในกลุ่มภารกิจเชิงส่งเสริม

กรอบการจัดทำแผนพัฒนารัฐวิสาหกิจ สาขาสังคมและเทคโนโลยี

<u>บทบาทของสาขาสังคมและเทคโนโลยี</u>

บทบาท	อภ.	ททท.	กกท.	วว	อพวช.
โครงสร้างพื้นฐาน					
บริการสาธารณะขั้นพื้นฐาน					
กิจการที่ไม่มีเอกชนดำเนินการได้อย่างเพียงพอ					
กิจการที่รัฐต้องควบคุม					
ภารกิจที่เชิงส่งเสริม	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางแสดง : บทบาทของสาขาสังคมและเทคโนโลยี

กรอบภารกิจของสาขาสังคมและเทคโนโลยี

ส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬา สนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม รวมถึงเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมรวมถึงให้มีการศึกษาและวิจัยการผลิตยาและเวชภัณฑ์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ด้านสาธารณสุขได้อย่างทั่วถึง



ตารางแสดง : หมุดหมายตามแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

รัฐวิสาหกิจ	มุดหมาย	ลักษณะโครงการ	แผนงานและค่าเป้าหมาย
1. กกท.	2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน	การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวและการกีฬา	- โครงการการสนับสนุนและจัดการแข่งขันกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (Sports Tourism) : มีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการจัดการแข่งขันกีฬาระดับอาชีพ (World Class Event) การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ (Invitation) และการจัดการการแข่งขันมวลชนระดับโลก (World Mass Participation Event) ของแต่ละกิจกรรมเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี - โครงการการพัฒนาเมืองกีฬา (Sports City) : มีการส่งเสริมเมืองกีฬาใน 16 จังหวัด ภายในปี 2570 และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นทุกปี ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 - โครงการการจัดการแข่งขันกีฬาภายในมหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2 มหาสมุทร Air Sea Land Southern International Sports Tourism Festival : มีมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี
	4 ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง	การส่งเสริมสุขภาพและปลูกฝังค่านิยมการออกกำลังกาย	- โครงการการพัฒนาเมืองกีฬา (Sports City) : มีการส่งเสริมเมืองกีฬาใน 16 จังหวัด ภายในปี 2570 และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นทุกปี ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5

ตารางแสดง : ความเชื่อมโยงหมุดหมาย ลักษณะโครงการ แผนงานและค่าเป้าหมายตาม แผนพัฒนารัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2566-2570

2.9.2.7 แผนปฏิบัติราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กระทรวง ทบวง กรม และหน่วยงานอื่นของรัฐ จัดทำแผนปฏิบัติราชการเพื่อเป็นแผนระดับที่ 3 ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ แผนระดับที่ 2 นโยบายรัฐบาล รวมทั้งแผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) เพื่อเป็นกรอบ แนวทางการขับเคลื่อนภารกิจงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี 2566 - 2570 โดยมีสาระสำคัญดั้งนี้

1. วิสัยทัศน์

“การท่องเที่ยวและกีฬาพัฒนาสู่ความยั่งยืนในอนาคต” แสดงถึงความมุ่งมั่นและเจตจำนงของทุกหน่วยงานภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการพัฒนา ส่งเสริม และสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากศักยภาพของการท่องเที่ยวและกีฬาที่ประเทศไทยมีจุดแข็งและโอกาส (Strength and Opportunities) และเป็นผู้นำในการปรับเปลี่ยนระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism’s Industry Transformation) สู่คุณภาพ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality Destination) โดยการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านอุปทานและอุปสงค์ เพื่อขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจและสังคมของประเทศเติบโตอย่างยั่งยืนในทุกมิติ ด้วยการเพิ่มผลิตภาพในภาคการท่องเที่ยว (productivity) อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การสร้างรายได้ และการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยในระยะยาว

2. พันธกิจ

2.1 ส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รองรับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.2 ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมเพื่อการบริหารจัดการการตลาด สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

2.3 ปรับปรุงวิถีชีวิตและสุขอนามัยของคนไทย ผ่านการออกกำลังกาย กีฬา และนันทนาการ

2.4 สร้างแรงบันดาลใจให้คนไทยจากความสำเร็จด้านกีฬา

2.5 พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร

3. ยุทธศาสตร์

3.1 ขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อสร้างความเจริญและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3.2 สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย

3.3 พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวและกีฬา

3.4 พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร

4. เป้าประสงค์

4.1 การบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและกีฬามีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

4.2 สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพ มีความหลากหลาย และได้รับการเพิ่มมูลค่า

4.3 ชุมชนท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนได้รับการพัฒนา และมีโอกาสในการสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวและกีฬาเพิ่มขึ้น

4.4 ส่งเสริมให้ประชาชนชาวไทยมีวิถีชีวิตที่สมบูรณ์ด้วยการออกกำลังกาย เล่นกีฬา และนันทนาการ

4.5 ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและการแข่งขันกีฬา มีการขยายตัวของการลงทุนในนวัตกรรมด้านท่องเที่ยวและกีฬา

4.6 ประเทศไทยเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์กับประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมายที่สำคัญ

4.7 ระบบบริหารจัดการภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้รับการพัฒนาให้มีความสมดุล

5. ตัวชี้วัดหลัก

5.1 ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 5% จากปีที่ผ่านมา

5.2 จำนวนมาตรการ/โครงการส่งเสริมเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการและแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ 5 มาตรการ

5.3 จำนวนชุมชนด้านการท่องเที่ยวได้รับการยกระดับศักยภาพ ค่าเป้าหมาย 200 ราย

5.4 จำนวนมาตรการ/โครงการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวและกีฬา 5 มาตรการ

5.5 จำนวนประชาชนชาวไทยออกกำลังกาย เล่นกีฬา และนันทนาการอย่างสม่ำเสมอเพิ่มขึ้น ร้อยละ 50 ต่อปี

5.6 จำนวนมาตรการ/โครงการส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและกีฬา 5 โครงการ

5.7 อันดับในการแข่งขันกีฬาในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติของนักกีฬาไทย

5.7.1 อันดับการแข่งขันกีฬาในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ (ระดับเอเชีย) ในปี 2569 อันดับที่ 6 ของเอเชียจากการแข่งขันกีฬาเอเชี่ยนเกมส์และเอเชียพาราเกมส์

5.7.2 อันดับการแข่งขันกีฬานานาชาติ (ระดับอาเซียน) ในปี 2568 อยู่ในอันดับ 1 จากการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (กีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ และในปี 2570 อยู่ในอันดับ 1 จากการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (กีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์

5.8 ร้อยละของบุคลากรด้านกีฬาและนันทนาการมีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีก่อนหน้า

5.9 จำนวนมาตรการ/โครงการส่งเสริมความปลอดภัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นนักท่องเที่ยว 5 มาตรการ

ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญเพื่อทบทวนแผนวิสาหกิจปี 2570

ปัจจัยที่สำคัญ	แผนงานที่เกี่ยวข้อง	ตัวชี้วัด	แหล่งที่มาของข้อมูล
เป้าประสงค์ตัวชี้วัดหลัก	1. จำนวนประชาชนชาวไทยออกกำลังกาย เล่นกีฬา และนันทนาการอย่างสม่ำเสมอเพิ่มขึ้น ร้อยละ 50 ต่อปี 2. อันดับการแข่งขันกีฬาในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ (ระดับเอเชีย) ในปี 2569 อันดับที่ 6 ของเอเชียจากการแข่งขันกีฬาเอเชี่ยนเกมส์และเอเชียพาราเกมส์ 3. อันดับการแข่งขันกีฬานานาชาติ (ระดับอาเซียน) ในปี 2568 อยู่ในอันดับ 1 จากการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (กีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ และในปี 2570 อยู่ในอันดับ 1 จากการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (กีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ 4. ร้อยละของบุคลากรด้านกีฬาและนันทนาการมีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จากปีก่อนหน้า	ตามค่าเป้าหมายของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article_20230105120946.pdf

2.9.2.8 แผนปฏิบัติราชการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 และ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 มาตรา 16 กำหนดให้ส่วนราชการทั้งระดับกระทรวง ทบวง กรม และหน่วยงานอื่นของรัฐ จัดทำแผนปฏิบัติราชการเพื่อเป็นแผนระดับที่ 3 ในการขับเคลื่อนแผนระดับที่ 1 แผนระดับที่ 2 แผนระดับที่ 3 รวมทั้งนโยบายรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้จัดทาแผนปฏิบัติราชการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รายปี พ.ศ. 2569 เพื่อเป็นกรอบแนวทางการขับเคลื่อนภารกิจ ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. 2569 โดยมีสาระสำคัญประกอบด้วย

วิสัยทัศน์

“การท่องเที่ยวและกีฬาเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมให้เติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน”

พันธกิจ

1.พัฒนาสินค้าและบริการ องค์กร ธุรกิจ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้ได้มาตรฐาน

2. ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพทั้งจากภายในและต่างประเทศ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และกระจายรายได้สู่ชุมชน

3. พัฒนาและขับเคลื่อนระบบนิเวศ ด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ

4. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร องค์กร องค์ความรู้ โครงสร้างพื้นฐาน สาหรับการออกกาลังกาย กีฬา และนันทนาการ ทั้งในระดับพื้นฐาน มวลชน และสู่ความเป็นเลิศ

5. ส่งเสริมและพัฒนาการจัดกิจกรรม และการแข่งขันด้านการออกกาลังกาย กีฬา และนันทนาการ ในทุกระดับ

6. พัฒนาและขับเคลื่อนระบบนิเวศด้านการกีฬาเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับการกีฬาของประเทศ

7. จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวและกีฬาเสนอต่อรัฐบาล และบูรณาการ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและกีฬา

เป้าประสงค์รวม

1. การท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างมีคุณภาพ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและยั่งยืน

2. การกีฬาเสริมสร้างความมั่นคง เข้มแข็ง ของสุขภาพกาย สุขภาพใจ สร้างความมั่นคงทางสังคมและความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ

ตัวชี้วัดหลัก

1. รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาไม่น้อยกว่าร้อยละ 7.5

2. อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวในเมืองรองสูงกว่าอัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวรวมของประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

3. มูลค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism GDP) เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ต่อปี

4. ดัชนีศักยภาพการกีฬา ในปี พ.ศ. 2569 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 2 ต่อปี

5. มูลค่าอุตสาหกรรมการกีฬา (SGDP) เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญเพื่อทบทวนแผนวิสาหกิจปี 2570

ปัจจัยที่สำคัญ	แผนงานที่เกี่ยวข้อง	ตัวชี้วัด	แหล่งที่มาของข้อมูล
เป้าประสงค์ตัวชี้วัดหลัก	1. การพัฒนาคุณภาพของสินค้า บริการ และระบบนิเวศด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบเพื่อสร้างความยั่งยืน 2. การส่งเสริมและสนับสนุนการกีฬาและนันทนาการในทุกมิติ 3. การยกระดับการบริหารจัดการองค์กรให้มีสมรรถนะสูงควบคู่หลักธรรมาภิบาล	1. รายได้จากรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงในประเทศไทย เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี 2. ความสำเร็จของนักกีฬาในการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ เพิ่มขึ้นเฉลี่ย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 7 3. คะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดาเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment : ITA) ไม่น้อยกว่า 85 คะแนน	https://www.mots.go.th/

2.9.3 กฎ ระเบียบ และข้อบังคับสำคัญที่เกี่ยวข้อง

กกท. ได้ดำเนินการตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับสำคัญที่เกี่ยวข้องในแต่ละด้าน ซึ่ง กกท. ให้ความสำคัญในการทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามตารางกฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่สำคัญดังนี้

ด้าน	กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ	ประเด็นครอบคลุมที่สำคัญ
1. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	พระราชบัญญัติ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2554	สภาพแวดล้อมในการทำงาน แสง เสียง ความปลอดภัยของสถานที่/อุปกรณ์เครื่องมือป้องกัน ฯลฯ
2. การรับรองหรือการขึ้นทะเบียน	1.พระราชบัญญัติ การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 และที่แก้ไขเพิ่มเติม 2.พระราชบัญญัติส่งเสริมกีฬาอาชีพ พ.ศ. 2556 และที่แก้ไขเพิ่มเติม 3.พระราชบัญญัติควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬา พ.ศ. 2555 4.พระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติมข้อบังคับ กกท. ว่าด้วยการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ พ.ศ. 2550, กีฬาคนพิการแห่งชาติ พ.ศ. 2555 และกีฬาเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. 2550	1.ขึ้นทะเบียนสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย/สมาคมกีฬาแห่งจังหวัด/นักกีฬา/บุคลากรกีฬาอาชีพ 2.ขึ้นทะเบียนนักกีฬา/องค์กรกีฬา 3.ควบคุม กำกับ ดูแล องค์กรกีฬาให้เป็นไปตามข้อบังคับ 4.ให้ความรู้/ตรวจ/ลงโทษและอุทธรณ์ 5.รับรองการจัดการแข่งขันการควบคุมพิทักษ์สิทธิ์ของนักกีฬามวย
3. ข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม	มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001)	ประหยัดพลังงาน/ลดปริมาณของเสีย เช่น ขยะ น้ำเสีย
4. ข้อบังคับด้านการเงิน	1.ระเบียบว่าด้วยการบริหารงบประมาณ พ.ศ. 2562 2.หลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับงบลงทุนของรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2555 3.ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยงบลงทุนของรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2550 4.ข้อบังคับการกีฬาแห่งประเทศไทย พัสดุ พ.ศ. 2542 ว่าด้วยการควบคุมกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ได้แก่ TOR, การหาผู้รับจ้าง/ตรวจรับ ฯลฯ 5. พระราชบัญญัติ วินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. 2561 6. ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ	1.คำขอ/จัดสรร/บริหารงบประมาณ 2.เร่งรัดการดำเนินงานตามมติ ครม. 3.ควบคุมกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ได้แก่ TOR, การหาผู้รับจ้าง/ตรวจรับ ฯลฯ
5. ข้อบังคับด้านผลิตภัณฑ์	1.คู่มือจริยธรรมสำหรับผู้ประเมินโครงการวิจัยผลงานวิชาการและผลงานวิจัยสำนัก 2.จรรยาวิชาชีพวิจัยและแนวทางปฏิบัติ 3.ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการเบิกเงินจากคลัง การรับเงิน การจ่ายเงินการเก็บรักษาเงิน และการนำเงินส่งคลัง พ.ศ. 2562	1.ควบคุมกระบวนการทำวิจัยให้เป็นไปตามสภาวิจัยแห่งชาติ (วช) กำหนด 2.คุณภาพของการบริการได้มาตรฐาน (ของลูกค้า)

ตารางแสดง : กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และประเด็นครอบคลุมที่สำคัญ ตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับสำคัญที่เกี่ยวข้อง ของ กกท.

บทที่ 3
กระบวนการบริหารจัดการลูกค้า (Customer Management)

กล่าวคือให้รัฐวิสาหกิจรับทราบ เรียนรู้ คาดการณ์ถึงความต้องการ ความคาดหวัง ข้อกังวล และทัศนคติของลูกค้า การใช้สารสนเทศเหล่านี้เพื่อกำหนดทิศทาง แนวทางหรือกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม รวมถึงสามารถติดตามและรายงานผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการประเด็นที่มีสาระสำคัญของลูกค้าการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาพลักษณ์ ตลอดจนความโปร่งใสในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ เพื่อบรรลุผลลัพธ์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดีและพัฒนาสู่ความยั่งยืนของรัฐวิสาหกิจ

วัตถุประสงค์การประเมินการมุ่งเน้นลูกค้า

1. เพื่อศึกษาและเรียนรู้กลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตนำไปสู่การตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าทุกกลุ่มสร้างโอกาสใหม่ทางการตลาด และสร้างผลกระทบในเชิงบวก ลดผลกระทบทางลบทางสังคมภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อให้รัฐวิสาหกิจมีระบบการบริหารจัดการลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และก่อให้เกิดการบูรณาการเข้ากับการกำกับดูแลขององค์กร กลยุทธ์และการบริหารจัดการในทุกระดับเพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจลดความเสี่ยงและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันซึ่งนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนทั่วทั้งองค์กร

ซึ่งจากหลักการดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาปรับใช้ในขั้นตอนที่สำคัญสำหรับกระบวนการบริหารจัดการลูกค้าของ กกท. ดังนี้

3.1 การรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

การรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถเข้าใจและสามารถที่จะสร้างกระบวนการบริหารจัดการลูกค้าของ กกท. ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญ ตามเกณฑ์ฯ จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย

ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญสำหรับการจัดทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าของ กกท.

ที่	ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ	แหล่งที่มาของข้อมูล	วิธีการวิเคราะห์	ความถี่ (ระยะเวลา)
1.	**สารสนเทศจากลูกค้า** - ความต้องการ/ความคาดหวัง - การทำการสำรวจ (Surveys) - การสัมภาษณ์ (Interviews) - การสนทนากลุ่ม (Focus Groups) - ข้อมูลจากระบบข้อร้องเรียน (Complaints) - ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (Internet) - ข้อมูลจากองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - บทวิเคราะห์หรือรายงานการวิจัย	- การจัดทำแบบสอบถามฯ (เครื่องมือทางสถิติ) - การสัมภาษณ์ - การสนทนากลุ่ม - รายงานผลการประเมินความพึงพอใจ - สรุปรายงานผลการวิจัย เรื่องการสำรวจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ กกท. ประจำปีงบประมาณฯ เป็นต้น	รวบรวมเนื้อหาพร้อมสรุปข้อมูลฯ โดยใช้เครื่องมือ (SPSS)	ปีละครั้ง
2.	**สารสนเทศจากตลาด** - การแบ่งส่วนตลาด (Market Segment) - ขนาดของตลาด (Market Size) - การเติบโตของตลาด (Market Growth) - ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) - แนวโน้มตลาด (Market Trends)	- แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2565-2570) มีทั้งหมด 5 ยุทธศาสตร์ - แผนวิสาหกิจ กกท. พ.ศ. 2569-2573 (ทบทวนปี 2570)	การประมวล วิเคราะห์เนื้อหา สถิติ และสังเคราะห์เสนอประเด็น	ปีละครั้ง
3.	**สารสนเทศจากผลิตภัณฑ์และบริการ** - ด้านการขาย - ด้านบริการลูกค้า - ด้านคุณค่าและสิทธิประโยชน์ที่มีให้กับลูกค้า - ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ - ด้านการพัฒนาประสิทธิภาพหรือปรับปรุงกระบวนการ	- ข้อมูลด้านการขาย - ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (กิจกรรม) - งบประมาณ/องค์ความรู้/บริการ/ขวัญกำลังใจและสวัสดิการฯ การสนับสนุนการให้บริการ (รูปแบบ/ช่องทาง/วิธีการ/และการอำนวยความสะดวก) และการวิเคราะห์การขายหรือบริการ (ประสิทธิภาพ/บุคลากร/ความพอใจ) - รายงานสำรวจความต้องการฯ	- การประมวลและวิเคราะห์เนื้อหา สถิติและสังเคราะห์ - การพัฒนาและจัดทำระบบสารสนเทศการตลาด	ปีละครั้ง
4.	**การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน** - สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment) - สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (External Environment)	- รายงานความต้องการ - รายงานผลการดำเนินงาน - สถานการณ์และแนวโน้มกีฬาของโลก ทวีป ภูมิภาค และในประเทศ	โดยใช้เครื่องมือต่างๆ เช่น 7'S Model SWOT Analysis PESTEL	ปีละครั้ง
5.	**การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดและผลิตภัณฑ์** - สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับอุตสาหกรรม - ลักษณะของการแข่งขันในอุตสาหกรรม	- การกำหนดขอบเขตของตลาดและเป้าหมายให้ชัดเจน - การแบ่งกลุ่มของคู่เทียบหรือคู่แข่งขัน - กำหนดพันธมิตรและบทบาททั้งในและต่างประเทศ	- การวิเคราะห์และประยุกต์ใช้เครื่องมือ เช่น The five forces model for competition - การศึกษาข้อมูลผลการวิจัยจากที่ปรึกษา	ปีละครั้ง

ตารางแสดง : ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญสำหรับการจัดทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้า กกท. ประจำปี 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)

3.2 วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการจำแนกกลุ่มลูกค้า

การจำแนกลูกค้าและส่วนตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรพร้อมกำหนดแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ด้านลูกค้าเพื่อกำหนดค่าเป้าหมาย KPI และนำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนงานโครงการและกิจกรรมตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีการเชื่อมโยงต่อไป โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2570 กกท. ได้ดำเนินการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ประกอบด้วย

- กลุ่มลูกค้า ประกอบด้วย นักกีฬา, บุคลากรกีฬา และผู้ใช้บริการ
- การแบ่งส่วนตลาด ประกอบด้วย นักกีฬาเป็นเลิศ, นักกีฬาอาชีพ, บุคลากรกีฬาเป็นเลิศ, บุคลากรกีฬาอาชีพ, ผู้ใช้บริการที่เป็นสมาชิก/หรือจ่ายเงินเพื่อใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ กกท. และผู้ใช้บริการที่ไม่ได้เป็นสมาชิก หรือไม่ได้จ่ายเงินเพื่อใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ กกท.

ทั้งนี้ การจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดมีการใช้เครื่องมือ กลไกสำคัญที่ใช้ในการพิจารณา ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะเฉพาะขององค์กร (Firmographics)

- ตาม พ.ร.บ. การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 กำหนดให้ กกท. เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมกีฬาของประเทศ ตามยุทธศาสตร์และนโยบายด้านการพัฒนากีฬาของชาติ

2. กระบวนการทำงานที่สำคัญขององค์กร (Value Chain) ประกอบด้วย

C1 กระบวนการการสนับสนุนองค์กรกีฬา
C2 กระบวนการบริการทางการกีฬา
C3 กระบวนการให้บริการวิทยาศาสตร์การกีฬา
C4 กระบวนการพัฒนากีฬาเป็นเลิศ
C5 กระบวนการพัฒนากีฬาอาชีพและกีฬามวย

3. กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- พ.ร.บ. กกท. พ.ศ. 2558 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พ.ร.บ. ส่งเสริมกีฬาอาชีพ พ.ศ. 2556 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พ.ร.บ. กีฬามวย พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติมข้อบังคับ กกท. ว่าด้วยการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ พ.ศ. 2550
- กีฬาคนพิการแห่งชาติ พ.ศ. 2555 และกีฬาเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. 2550 เป็นต้น

4. ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร ประกอบด้วย

1. รายการการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์
2. ให้การสนับสนุนงบประมาณด้านบริหารจัดการกีฬา
3. การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา
4. การบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา

5. โครงสร้างองค์กร จำนวน 16 ฝ่ายและสำนัก ดังนี้

1. ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ 2. ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ 3. ฝ่ายธุรกิจกีฬา 4. ฝ่ายกีฬาภูมิภาค 5. ฝ่ายทรัพยากรบุคคล 6. สำนักกฎหมาย 7. สำนักงานควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬา 8. ฝ่ายวิศวกรรมกีฬา 9. ฝ่ายการคลัง 10. ฝ่ายการคลังกองทุน 11. ฝ่ายตรวจสอบภายใน 12. ฝ่ายวิทยาศาสตร์การกีฬา 13. สำนักผู้ว่าการ 14. สำนักงานคณะกรรมการกีฬาอาชีพ 15. สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย 16. ฝ่ายนโยบายและแผน

6. ข้อมูลประชากรศาสตร์ (Demographics) ได้แก่ ฐานข้อมูลที่สามารถนับจำนวนกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดได้ และมีจำนวนที่มากพออย่างนัยสำคัญเพียงพอ (เพื่อกำหนดเป้าหมายแผนยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติประจำปี ด้านลูกค้าและส่วนตลาดของ กกท.)

- นักกีฬาเป็นเลิศ (http://sportsystem.sat.or.th/)
- นักกีฬาอาชีพ (https://www.thaips.org/)
- บุคลากรกีฬาเป็นเลิศ (https://hrd.sat.or.th/personnel.aspx)
- บุคลากรกีฬาอาชีพ (https://www.thaips.org/)
- ฐานข้อมูล STK (https://ssukree.pythonanywhere.com/sat-risk-management//)
- ผู้ใช้บริการทางการกีฬา (https://css.sat.or.th:81/sat/login)

7. การวิเคราะห์และแสดงผลข้อมูล (Data Analytics)

ระบบแสดงผลรายละเอียดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain), Stakeholder Profile, Expectation, Engagement Activities ของ กกท.

8. ข้อมูลสารสนเทศ (โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ) ประกอบด้วย

1. ข้อมูลสารสนเทศจากตลาด
2. ข้อมูลสารสนเทศจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน
3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันของตลาดผลิตภัณฑ์และบริการของการกีฬาแห่งประเทศไทย

9. สมรรถนะหลักองค์กร ประกอบด้วย

1. เป็นองค์กรหลักที่รับผิดชอบด้านกีฬาของประเทศ
2. เครือข่ายกับองค์กรกีฬาทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. การจัดการแข่งขันกีฬาระดับชาติและนานาชาติ ตามรายการที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ และรายการที่ กกท. สนับสนุนมีความสมารถด้านการบริหารจัดการทางการกีฬา
4. สนามกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวกทางการกีฬาและเครื่องมือวิทยาศาสตร์การกีฬาที่ทันสมัย
5. ความชำนาญและเชี่ยวด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา

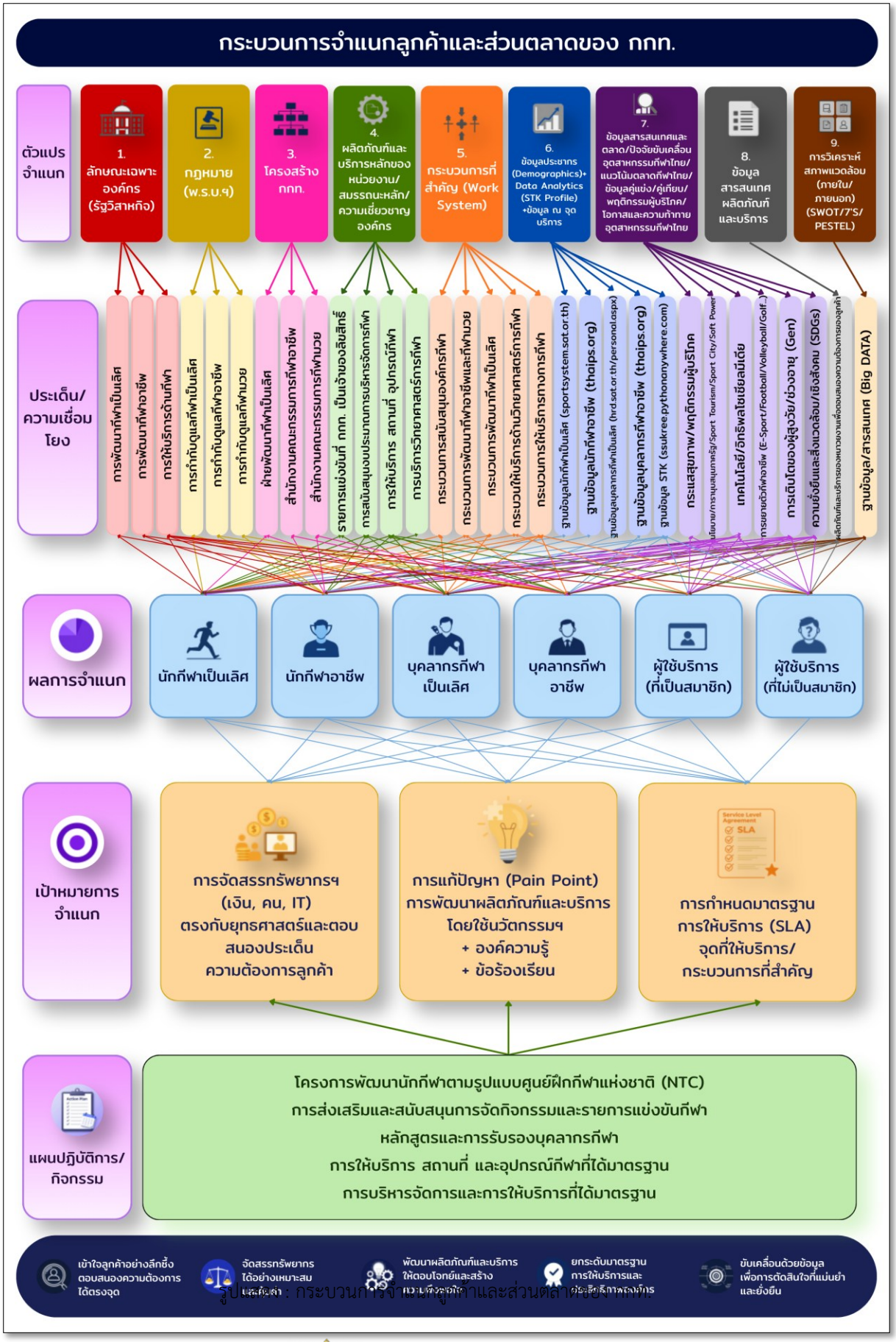
10. สถานที่หรือจุดบริการ (Touch Point) ประกอบด้วย

- สนามราชมังคลากีฬาสถาน, ฟิตเนส (บริเวณใต้ราชมังคลากีฬาสถาน/ บริเวณสวนสุขภาพ/ ศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา), สนามฟุตบอล 1, อินดอร์สเตเดียม, ลานพลาซ่า (รอบๆอินดอร์), สระว่ายน้ำ, หอพักนักกีฬา 200 เตียง และ 300 เตียง, ศูนย์ฝึกกีฬาในร่ม เป็นต้น

11. เส้นทางของลูกค้า (Customer Journey)

ทุกกลุ่มลูกค้าของ กกท. ตลอดวงจรชีวิต (Customer Life Cycle)

12. ข้อมูลกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด (Customer Segment Profile) เมื่อพิจารณาข้อมูลสารสนเทศจากปัจจัยต่างๆ ข้างต้นแล้ว จึงนำไปใช้ประโยชน์ในการเชื่อมโยงแผนวิสาหกิจขององค์กร พร้อมกำหนดแผนยุทธศาสตร์, กลยุทธ์ด้านลูกค้า จึงนำไปสู่การจำแนกลูกค้าของ กกท. ได้แก่ นักกีฬา, บุคลากรกีฬา, ผู้ใช้บริการ และการแบ่งส่วนตลาด (Customer Segment) และเพื่อกำหนดค่าเป้าหมายรวมถึงการจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) เพื่อใช้ในการสื่อสารและถ่ายทอดให้กับบุคลากรภายใน และหน่วยงานภายนอกทราบอย่างทั่วถึง



รูปที่ 4 : กระบวนการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดของ กกท.

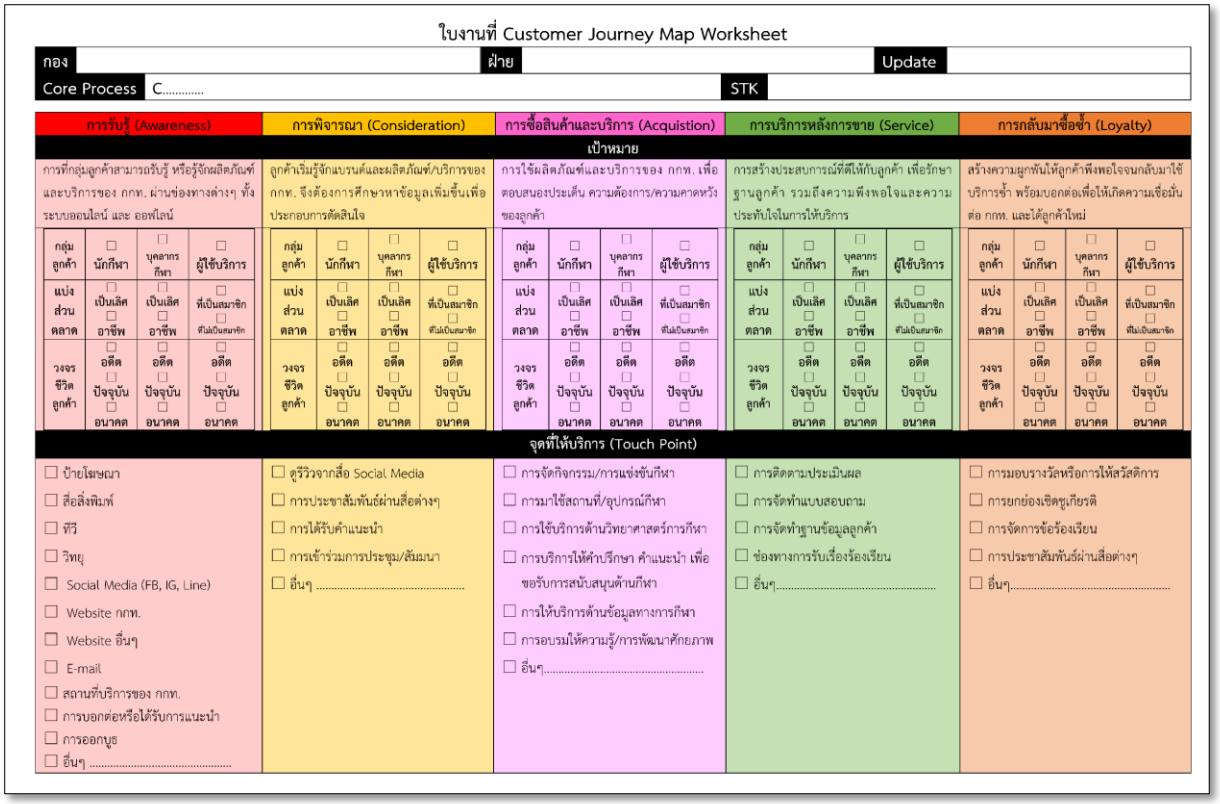
3.3 การวิเคราะห์เส้นทางเดินลูกค้าของ กกท. (Customer Journey)

เมื่อทราบกลุ่มลูกค้าจากการวิเคราะห์กระบวนการหลักที่สำคัญของ กกท. มีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมในการวิเคราะห์เส้นทางเดินลูกค้าของ กกท. จำนวน 5 ช่วง ประกอบด้วย การรับรู้ การพิจารณา การซื้อสินค้าและบริการ การบริการหลังการขาย และการกลับมาซื้อซ้ำ เพื่อระบุรายละเอียดกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดเป็นลูกค้ากลุ่มวงจรชีวิตใด (อดีต ปัจจุบัน อนาคต) เพื่อค้าหาจุดที่ให้บริการ (Touch Point)

SAT Customer Journey Layer

Touch Point	Customer			Segment				Life Cycle			Awareness												Consideration					Acquisition							Service					Loyalty					คำอธิบาย
Customer Journey	C1	C2	C3	S1	S2	S3	S4	L1	L2	L3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	Customer
ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ																																													C1 นักกีฬา C2 บุคลากรกีฬา C3 ผู้ใช้บริการ
กองพัฒนากีฬาเป็นเลิศ																																													Segment
C1.1.4 กระบวนการคัดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์การแข่งขัน	/	/		/					/							/	/	/	/	/	/		/	/	/	/		/	/	/	/	/	/		/	/	/	/		/	/	/	/	S1 เป็นเลิศ S2 อาชีพ
กองแข่งขันกีฬาเป็นเลิศ																																												S3 ที่เป็นสมาชิก S4 ที่ไม่เป็นสมาชิก
C1.2.2 กระบวนการจัดแข่งขันกีฬาระดับชาติ	/	/		/					/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/	/	/				/	/		/	/			Life Cycle
C1.2.3 กระบวนการเตรียมและส่งนักกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ	/	/		/					/		/	/	/	/	/	/	/	/					/	/	/			/	/	/	/	/	/		/	/	/	/		/	/	/	/	L1 อดีต L2 ปัจจุบัน L3 อนาคต
กองพัฒนาบุคลากรกีฬา																																													Awareness (1 - 12)
C1.3.6 กระบวนการพัฒนาบุคลากรกีฬา (ระดับชาติ)		/		/					/			/			/		/				/		/	/	/							/			/	/	/					/	1 ป้ายโฆษณา 2 สื่อสิ่งพิมพ์
C1.3.7 กระบวนการพัฒนาบุคลากรกีฬา (ระดับนานาชาติ)		/		/					/			/			/		/				/		/	/	/							/			/	/	/					/	3 ทีวี 4 วิทยุ
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ																																												5 Social Media (Facebook, Instagram, Line)
กองพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและฯ																																												6 Website กกท.
C2.2.2 กระบวนการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการแข่งขันกีฬา			/			/	/		/		/	/	/		/	/	/	/	/	/		/	/				/	/				/	/	/	/	/					/	7 Website อื่นๆ
C2.2.8 กระบวนการแอปแพร่ ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์			/			/	/	/	/						/								/	/							/	/		/	/	/					/	8 E-mail
ฝ่ายยุทธศึกษา																																												9 สถานที่บริการของ กกท.
กองบริหารทรัพย์สินและส่งเสริมอุตสาหกรรมการกีฬา																																												10 การบอกต่อหรือได้รับการแนะนำ
C3.1.3 กระบวนการพัฒนาทรัพย์สินของ กกท.ฯ			/			/	/	/	/		/			/	/			/	/	/			/	/	/	/		/	/											/	11 การออกบูธ
กองบริการอาคารและกิจกรรมกีฬา																																												12 อื่นๆ
C3.3.1 กระบวนการสร้างรายได้จากกิจกรรมทางการกีฬา	/	/	/	/		/	/	/	/		/	/			/	/			/	/			/	/	/		/	/			/				/	/					/	Consideration (13 - 17)
C3.3.2 กระบวนการเตรียมความพร้อม บำรุงรักษา และปรับปรุงซ่อมแซมฯ			/			/	/	/	/						/	/					/		/	/			/	/							/	/	/				/	13 ศูนย์วิจารณ์สื่อ Social Media
ฝ่ายกีฬาภูมิภาค																																												14 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ
กองบริหารงานกีฬาภูมิภาค																																												15 การให้รับคำแนะนำ
C4.1.2 กระบวนการบริหารจัดการศูนย์กีฬาและสนามกีฬาและศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา			/			/	/	/	/	/	/			/	/	/			/	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	16 การเข้าร่วมประชุม/สัมมนา
C4.1.6 กระบวนการจัดการแข่งขันชิงชนะเลิศแห่งจังหวัด	/		/			/			/					/	/				/	/			/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	17 อื่นๆ
กองพัฒนากีฬาภูมิภาค																																												Acquisition (18 - 24)
C4.2.1 กระบวนการพัฒนานักกีฬาในส่วนภูมิภาค (อบก/อบจ)	/		/			/		/	/		/	/		/	/		/			/			/	/					/		/	/	/	/								18 การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา
C4.2.2 กระบวนการการพัฒนาบุคลากรกีฬาในส่วนภูมิภาค	/	/	/			/		/	/		/	/		/	/		/			/			/	/					/		/	/	/	/								19 การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา
C4.2.3 กระบวนการให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาในส่วนภูมิภาค	/	/	/			/		/	/		/	/		/	/		/			/			/	/					/		/	/	/	/								20 การใช้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
ฝ่ายทรัพยากรบุคคล																																												21 การบริการให้คำปรึกษาด้านนันทนาการเพื่อชุมชนฯ
กองบริหารทรัพยากรบุคคล กกท.																																												22 การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา
C5.1.4 กระบวนการด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน			/			/	/	/	/		/	/			/	/					/		/	/	/			/	/	/	/				/	/	/				/	23 การยกระดับความรู้/การพัฒนาศักยภาพ
สำนักกฎหมาย																																												24 อื่นๆ
กองพัฒนากฎหมาย																																												Service (25 - 29)
C6.3.8 กระบวนการพัฒนากฎหมาย			/			/	/	/	/						/		/	/																									25 การติดตามประเมินผลตามแกณฑ์มาตรฐานในการฯ
สำนักงานควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬา																																												26 การจัดทำแบบสอบถาม
กองควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬา																																												27 การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า
C7.1.1 กระบวนการให้ความรู้เรื่องสารต้องห้ามทางการกีฬา	/		/			/	/		/		/		/	/	/	/	/	/					/	/	/	/	/	/			/	/	/	/	/					/	/	28 ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน
C7.1.2 กระบวนการตรวจสารต้องห้ามและสิ่งเสริม	/		/	/					/	/													/	/	/	/		/							/	/	/	/						29 อื่นๆ
C7.1.3 กระบวนการมาตรฐานการขออนุญาตฯ	/	/	/						/					/	/				/	/			/	/	/	/			/	/	/	/				/	/	/	/				/	Loyalty (30 - 34)
กองบริหารงานสารต้องห้ามทางการกีฬา																																												30 การมอบรางวัลหรือการให้สวัสดิการ
C7.2.1 กระบวนการจัดการผล การตรวจและการดำเนินการ ด้านกฎหมาย	/	/	/			/	/		/	/		/	/	/	/	/				/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	31 การยกย่องเชิดชูเกียรติ
ฝ่ายการคลัง																																												32 การจัดการข้อร้องเรียน
กองการเงิน																																												33 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ
C9.2.14 กระบวนการรับเงินของ กกท.			/			/			/														/	/				/							/	/					/	34 อื่นๆ
ฝ่ายวิทยาศาสตร์การกีฬา																																												
กองวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์การกีฬา																																												
C12.1.1 กระบวนการจัดทำพัฒนา และติดตามองค์ความรู้นวัตกรรมด้านวิทย์การกีฬา	/		/					/	/					/					/				/	/	/	/					/			/	/	/					/		
C12.1.2 กระบวนการพัฒนานักกีฬาบุคลากรกีฬาด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา	/	/		/					/	/		/			/				/				/	/	/						/			/	/	/					/		
C12.1.3 กระบวนการประเมินผลทางด้านโภชนาการกีฬา	/			/				/						/				/					/	/				/							/								
กองศูนย์ฝึกกีฬาแห่งชาติ																																												
C12.2.1 กระบวนการพัฒนานักกีฬาและศูนย์ฝึกในรูปแบบของ NTC	/	/		/					/			/			/				/				/	/				/				/			/	/	/					/	/	
กองเวชศาสตร์การกีฬา																																												
C12.3.1 กระบวนการการให้บริการด้านเวชศาสตร์การกีฬา (กายภาพบำบัด)	/	/	/	/		/			/			/	/	/	/	/	/	/	/	/			/	/	/	/		/	/	/	/	/	/		/	/	/	/				/	/	
C12.3.2 กระบวนการการให้บริการด้านเวชศาสตร์การกีฬา (การตรวจวิจารณ์)	/	/	/	/		/			/			/	/	/	/	/	/	/	/	/			/	/	/	/		/	/	/	/	/	/		/	/	/	/				/	/	
C12.3.3 กระบวนการการให้บริการด้านเวชศาสตร์การกีฬา (การบริการทางการแพทย์)	/	/	/	/		/			/			/	/	/	/	/	/	/	/	/			/	/	/	/		/	/	/	/	/	/		/	/	/	/				/	/	
กองวิทยาศาสตร์การกีฬา																																												
C12.4.1 กระบวนการพัฒนาศักยภาพนักกีฬาด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาในสาขาต่างๆ	/		/			/			/	/					/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/		/	/	/	/	/	/		/	/	/	/				/	/	
C12.4.2 กระบวนการทดสอบสมรรถภาพทางกายนักกีฬา	/		/			/			/	/					/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/		/	/	/	/	/	/		/	/	/	/				/	/	
สำนักผู้ว่าการ																																												
กองประชาสัมพันธ์																																												
C13.2.1 กระบวนการประชาสัมพันธ์			/			/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/		/	/	/	/	/	/		/	/	/	/				/	/	
C13.2.2 กระบวนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และช่วยเหลือการแข่งขันต่างช่อง T-Sports 7			/			/	/	/	/	/	/	/												/	/				/	/	/	/	/	/		/	/	/	/				/	/	
สำนักงานคณะกรรมการกีฬาอาชีพ																																												
กองบริหารงานและประเมินผลกีฬาอาชีพ																																												
C14.1.2 กระบวนการปรับปรุง แก้ไขกฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอาชีพฯ	/	/	/		/	/	/	/	/					/	/					/	/		/	/	/						/											
C14.1.4 กระบวนพิจารณาเรื่องร้องทุกข์	/	/		/		/	/	/	/					/	/					/	/		/	/	/						/											
กองส่งเสริมพัฒนากีฬาอาชีพ																																												
C14.2.2 กระบวนการสรรหาพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพ	/	/		/			/		/	/					/	/	/	/	/	/	/		/	/				/			/				/	/					/		
C14.2.3 กระบวนการพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพฯ	/	/		/			/		/	/					/	/	/	/	/	/	/		/	/				/			/				/	/					/		
C14.2.7 กระบวนการจดแจ้งนักกีฬาอาชีพและบุคลากรกีฬาอาชีพ	/	/		/			/		/	/					/	/	/	/	/	/	/		/	/				/			/				/	/					/		
C14.2.8 กระบวนการจัดอบรม นักกีฬาอาชีพและบุคลากรกีฬาอาชีพ	/	/		/			/		/	/					/	/	/	/	/	/	/		/	/				/			/				/	/					/		
สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย																																												
กองบริหารงานกีฬามวย																																												
C15.1.1 กระบวนการพิจารณา ปรับปรุงกฎหมายและกำกับควบคุมให้เป็นไปตาม พ.ร.บ.	/		/			/			/					/	/					/	/			/	/	/						/	/	/					/	/	/	
C15.1.2 กระบวนการจัดประชุม สำนักงานคณะกรรมการ กีฬามวย	/		/			/			/					/	/					/	/			/	/	/						/	/	/					/	/	/	
C15.1.3 กระบวนการบริหารงานทะเบียนกีฬามวย (การจดแจ้งฯ)	/		/			/			/					/	/					/	/			/	/	/						/	/	/					/	/	/	
C15.1.4 กระบวนการกำกับ ติดตาม และควบคุมให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติกีฬามวยฯ	/	/		/			/		/					/	/					/	/			/	/	/						/	/	/					/	/	/	
กองส่งเสริมพัฒนากีฬามวย																																												
C15.2.1 กระบวนการส่งเสริม เผยแพร่ อนุรักษ์สนับสนุนกิจกรรมกีฬามวย	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/	/	/	/	/	
C15.2.2 กระบวนการขอรับสวัสดิการกีฬามวย ตามพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542	/	/		/			/	/	/					/						/	/			/	/	/						/	/	/					/	/	/	
C15.2.3 กระบวนการพัฒนาบุคลากรกีฬามวย	/		/			/			/						/	/	/	/			/	/			/	/	/						/	/	/					/	/	/	
C15.2.4 กระบวนการประเมินค่ามวย	/		/			/		/	/		/	/			/	/	/				/	/			/	/	/						/	/	/					/	/	/	
สถาบันมวยไทยแห่งชาติ																																												
C15.3.1 กระบวนการพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมกีฬามวย	/	/		/			/		/						/	/	/				/	/			/	/	/						/	/	/					/	/	/	
C15.3.2 กระบวนการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้กีฬามวย	/	/	/	/	/	/	/	/	/					/						/	/			/	/	/						/	/	/					/	/	/	
C15.3.3 กระบวนการจัดตั้งศูนย์ทดสอบสมรรถนะมวยไทย	/	/		/			/		/						/	/	/				/	/			/	/	/						/	/	/					/	/	/	
C15.3.4 กระบวนการทดสอบสมรรถนะผู้ฝึกสอบกีฬามวยไทย	/	/		/			/		/						/	/	/				/	/			/	/	/						/	/	/					/	/	/	
(12 ฝ่ายและสำนัก รวม 51 กระบวนการ)																																												

รูปแสดง : รายละเอียดการวิเคราะห์เส้นทางเดินลูกค้าของ กกท. (Customer Journey Layer)



ใบงานที่ Customer Journey Map Worksheet

กอง		ฝ่าย		Update	
Core Process	C.....			STK	

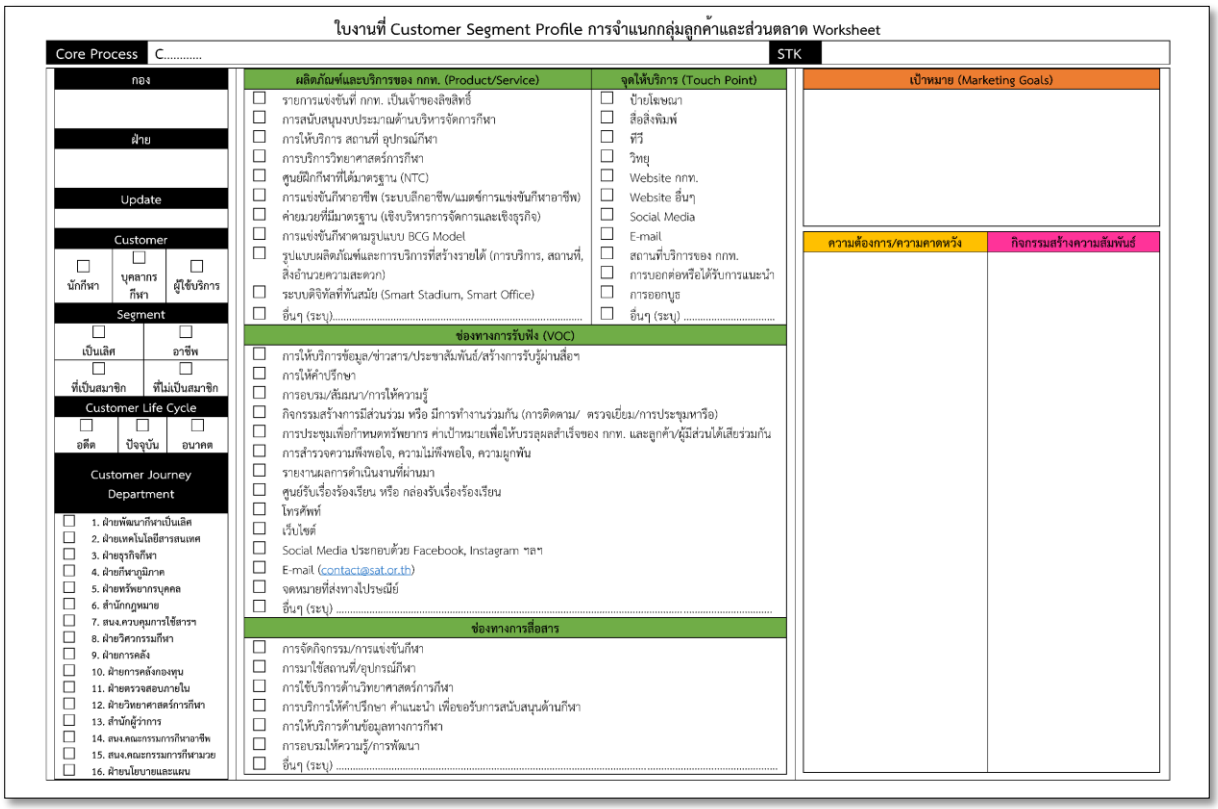
การรับรู้ (Awareness)	การพิจารณา (Consideration)	การซื้อสินค้าและบริการ (Acquistion)	การบริการหลังการขาย (Service)	การกลับมาซื้อซ้ำ (Loyalty)
เป้าหมาย				
การที่กลุ่มลูกค้าสามารถรับรู้ หรือรู้จักผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งระบบออนไลน์ และ ออฟไลน์	ลูกค้าเริ่มรู้จักแบรนด์และผลิตภัณฑ์/บริการของ กกท. จึงต้องการศึกษาหาข้อมูลเพิ่มขึ้นเพื่อประกอบการตัดสินใจ	การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. เพื่อตอบสนองประเด็น ความต้องการ/ความคาดหวังของลูกค้า	การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อรักษาฐานลูกค้า รวมถึงความพึงพอใจและความประทับใจในการให้บริการ	สร้างความผูกพันให้ลูกค้าพึงพอใจจนกลับมาใช้บริการซ้ำ พร้อมบอกต่อเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อ กกท. และได้ลูกค้าใหม่
กลุ่มลูกค้า: ☐ นักกีฬา ☐ บุคลากรกีฬา ☐ ผู้ใช้บริการ	กลุ่มลูกค้า: ☐ นักกีฬา ☐ บุคลากรกีฬา ☐ ผู้ใช้บริการ	กลุ่มลูกค้า: ☐ นักกีฬา ☐ บุคลากรกีฬา ☐ ผู้ใช้บริการ	กลุ่มลูกค้า: ☐ นักกีฬา ☐ บุคลากรกีฬา ☐ ผู้ใช้บริการ	กลุ่มลูกค้า: ☐ นักกีฬา ☐ บุคลากรกีฬา ☐ ผู้ใช้บริการ
แบ่งส่วนตลาด: ☐ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ / ☐ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ / ☐ ที่เป็นสมาชิก ☐ ที่ไม่เป็นสมาชิก	แบ่งส่วนตลาด: ☐ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ / ☐ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ / ☐ ที่เป็นสมาชิก ☐ ที่ไม่เป็นสมาชิก	แบ่งส่วนตลาด: ☐ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ / ☐ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ / ☐ ที่เป็นสมาชิก ☐ ที่ไม่เป็นสมาชิก	แบ่งส่วนตลาด: ☐ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ / ☐ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ / ☐ ที่เป็นสมาชิก ☐ ที่ไม่เป็นสมาชิก	แบ่งส่วนตลาด: ☐ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ / ☐ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ / ☐ ที่เป็นสมาชิก ☐ ที่ไม่เป็นสมาชิก
วงจรชีวิตลูกค้า: ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต / ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต / ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต	วงจรชีวิตลูกค้า: ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต / ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต / ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต	วงจรชีวิตลูกค้า: ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต / ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต / ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต	วงจรชีวิตลูกค้า: ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต / ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต / ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต	วงจรชีวิตลูกค้า: ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต / ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต / ☐ อดีต ☐ ปัจจุบัน ☐ อนาคต
จุดที่ให้บริการ (Touch Point)				
☐ ป้ายโฆษณา ☐ สื่อสิ่งพิมพ์ ☐ ทีวี ☐ วิทยุ ☐ Social Media (FB, IG, Line) ☐ Website กกท. ☐ Website อื่นๆ ☐ E-mail ☐ สถานที่บริการของ กกท. ☐ การบอกต่อหรือได้รับการแนะนำ ☐ การออกบูธ ☐ อื่นๆ	☐ ดูรีวิวจากสื่อ Social Media ☐ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ☐ การได้รับคำแนะนำ ☐ การเข้าร่วมการประชุม/สัมมนา ☐ อื่นๆ	☐ การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา ☐ การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา ☐ การใช้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ☐ การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำ เพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา ☐ การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา ☐ การอบรมให้ความรู้/การพัฒนาศักยภาพ ☐ อื่นๆ.....	☐ การติดตามประเมินผล ☐ การจัดทำแบบสอบถาม ☐ การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า ☐ ช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน ☐ อื่นๆ.....	☐ การมอบรางวัลหรือการให้สวัสดิการ ☐ การยกย่องเชิดชูเกียรติ ☐ การจัดการข้อร้องเรียน ☐ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ☐ อื่นๆ.....

รูปแสดง : แบบฟอร์มการจัดทำ Customer Journey Maps

3.4 การจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดของ กกท. (Customer Segment Profile)

การจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด (Customer Segment Profile) เป็นการกำหนดคุณสมบัติหรือคุณลักษณะเฉพาะของกลุ่มลูกค้าในรายละเอียดตามตัวแปรที่ใช้ในการจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด เพื่อใช้ในการสื่อสาร ถ่ายทอดผลการจำแนกลูกค้าและส่วนตลาดไปสู่การกำหนดแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านการบริหารจัดการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

กกท. ได้ดำเนินการวิเคราะห์ว่าองค์กรและลูกค้าแต่ละกลุ่มมีประเด็นอะไรที่เป็นผลกระทบระหว่างกันและมีประเด็นอะไรบ้าง โดยเชื่อมโยงลูกค้าและผลกระทบ (ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ) ที่เกิดจากกระบวนการและขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ ที่องค์กรต้องรับผิดชอบต่อลูกค้าสำหรับการดำเนินงานในส่วนนี้ กกท. อาศัยข้อมูลรายละเอียดจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อวิเคราะห์กระบวนการดำเนินงานที่สำคัญโดยการวิเคราะห์ ทำห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ระดับกอง (Tier 2) ทั่วทั้งองค์กรครอบคลุมทุกสายงาน/ ฝ่าย โดยมีแบบฟอร์ม และข้อมูลกลุ่มลูกค้า (Customer Segment Profile) ของ กกท. ดังนี้



รูปแสดง : ตัวอย่างการจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ของฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ

จากกระบวนการจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาดของ กกท. ทั่วทั้งองค์กร สามารถจัดทำข้อมูลรายละเอียด Customer Segment Profile ตามกระบวนการดำเนินงานหลัก (Core Process) รวมทั้งสิ้น 11 ฝ่ายและสำนัก รวม 31 กระบวนการ โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

- Customer
- Segment
- Customer Life Cycle
- Customer Journey Department
- ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. (Product / Service)
- จุดให้บริการ (Touch Point)
- ช่องทางการรับฟัง (VOC)
- เป้าหมาย (Marketing Goals)
- ช่องทางการสื่อสาร (Awareness)
- ความต้องการ/ความคาดหวัง (Needs/Expectation)
- กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ (CRM)

ตัวอย่างการจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด

ใบงาน Customer Segment Profile การจำแนกกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด Worksheet

Core Process	C1.14 กระบวนการติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์การแข่งขัน	งาน	กำกับดูแลและติดตาม ประเมินผลกีฬาเป็นเลิศ

กอง: พัฒนากีฬาเป็นเลิศ
ฝ่าย: พัฒนากีฬาเป็นเลิศ
Update:
Customer: ☑ นักกีฬา ☐ บุคลากรกีฬา ☐ ผู้ใช้บริการ
Segment: ☑ เป็นเลิศ ☐ อาชีพ ☐ ที่เป็นสมาชิก ☐ ที่ไม่เป็นสมาชิก
Customer Life Cycle: ☐ อดีต ☑ ปัจจุบัน ☐ อนาคต
Customer Journey Department:
☑ 1. ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ
☐ 2. ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
☐ 3. ฝ่ายธุรกิจกีฬา
☐ 4. ฝ่ายกีฬาภูมิภาค
☐ 5. ฝ่ายทรัพยากรบุคคล
☐ 6. สำนักกฎหมาย
☐ 7. สนง.ควบคุมการใช้สารฯ
☐ 8. ฝ่ายวิศวกรรมกีฬา
☐ 9. ฝ่ายการคลัง
☐ 10. ฝ่ายการลงทุน
☐ 11. ฝ่ายตรวจสอบภายใน
☐ 12. ฝ่ายวิทยาศาสตร์การกีฬา
☐ 13. สำนักผู้ว่าการ
☐ 14. สนง.คณะกรรมการกีฬาอาชีพ
☐ 15. สนง.คณะกรรมการกีฬามวย
☐ 16. ฝ่ายนโยบายและแผน

ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. (Product/Service)
☐ รายการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์
☐ การสนับสนุนงบประมาณด้านบริหารจัดการกีฬา
☐ การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา
☐ การบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา
☐ ศูนย์ฝึกกีฬาที่ได้มาตรฐาน (NTC)
☐ การแข่งขันกีฬาอาชีพ (ระบบลีกอาชีพ/แมตช์การแข่งขันกีฬาอาชีพ)
☐ ค่ายมวยที่มีมาตรฐาน (เชิงบริหารการจัดการและเชิงธุรกิจ)
☐ การแข่งขันกีฬาตามรูปแบบ BCG Model
☐ รูปแบบผลิตภัณฑ์และการบริการที่สร้างรายได้ (การบริการ, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก)
☐ ระบบดิจิทัลที่ทันสมัย (Smart Stadium, Smart Office)
☐ อื่นๆ (ระบุ).....

จุดให้บริการ (Touch Point)
☐ ป้ายโฆษณา
☐ สื่อสิ่งพิมพ์
☐ ทีวี
☐ วิทยุ
☐ Website กกท.
☐ Website อื่นๆ
☑ Social Media
☑ E-mail
☑ สถานที่บริการของ กกท.
☑ การบอกต่อหรือได้รับการแนะนำ
☐ การออกบูธ
☐ อื่นๆ (ระบุ) .....

ช่องทางการรับฟัง (VOC)
☑ การให้บริการข้อมูล/ข่าวสาร/ประชาสัมพันธ์/สร้างการรับรู้ผ่านสื่อฯ
☐ การให้คำปรึกษา
☑ การอบรม/สัมมนา/การให้ความรู้
☑ กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม หรือ มีการทำงานร่วมกัน (การคิดตาม/ ตรวจเยี่ยม/การประชุมหารือ)
☐ การประชุมเพื่อกำหนดทรัพยากร ค่าเป้าหมายเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จของ กกท. และลูกค้า/ผู้มีส่วนได้เสียร่วมกัน
☐ การสำรวจความพึงพอใจ, ความไม่พึงพอใจ, ความผูกพัน
☑ รายงานผลการดำเนินงานที่ผ่านมา
☐ ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน หรือ กล่องรับเรื่องร้องเรียน
☐ โทรศัพท์
☐ เว็บไซต์
☐ Social Media ประกอบด้วย Facebook, Instagram ฯลฯ
☐ E-mail (contact@sat.or.th)
☐ จดหมายที่ส่งทางไปรษณีย์
☐ อื่นๆ (ระบุ) .....

ช่องทางการสื่อสาร
☑ การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา
☑ การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา
☐ การใช้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
☑ การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำ เพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา
☐ การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา
☑ การอบรมให้ความรู้/การพัฒนา
☑ อื่นๆ (ระบุ) การลงพื้นที่การฝึกซ้อมเพื่อติดตามและประเมินผล

เป้าหมาย (Marketing Goals)
- สมาคมกีฬาที่มีการนำระบบบริหารจัดการที่ได้มาตรฐานไปดำเนินการต้องผ่านเกณฑ์การประเมินร้อยละ 80

ความต้องการ/ความคาดหวัง	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์
1. การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย มีมาตรฐาน และสภาพพร้อมใช้งาน - สถานที่ฝึกซ้อม และ อุปกรณ์ที่ทันสมัย มาตรฐานสากล - การนำวิทยาศาสตร์การกีฬาไปช่วยสนับสนุนทุกยุทธศาสตร์ **2. ผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ความสามารถตามมาตรฐาน** - ผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน มีมาตรฐานระดับสากล	**1. จัดสรรงบประมาณ** - พิจารณาจัดสรรงบประมาณเพื่อให้สมาคมกีฬาฯ ในการเก็บตัวฝึกซ้อมโดยพิจารณาจากลำดับความสำคัญและผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ

รูปแสดง : ตัวอย่างการจัดทำข้อมูลกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด ของฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ

3.4.1 รายละเอียด Customer Insight ของ กกท.



รูปแสดง : Customer Segment Profile นักกีฬาเป็นเลิศ



รูปแสดง : Customer Segment Profile นักกีฬาอาชีพ



รูปแสดง : Customer Segment Profile บุคลากรกีฬาเป็นเลิศ



รูปแสดง : Customer Segment Profile บุคลากรกีฬาอาชีพ



รูปแสดง : Customer Segment Profile ผู้ใช้บริการ (ที่เป็นสมาชิก)



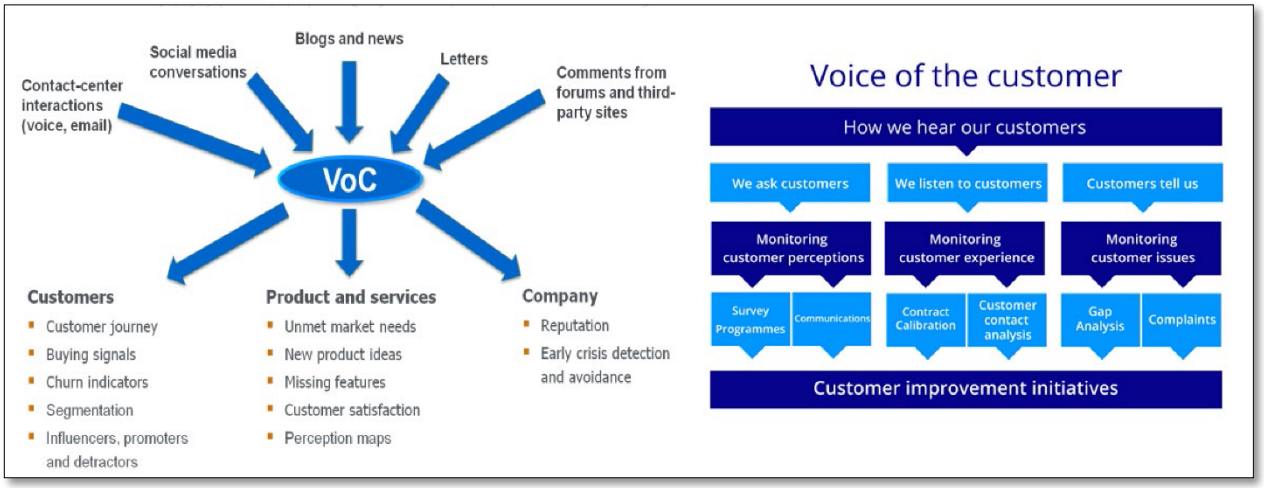
รูปแสดง : Customer Segment Profile บุคลากรกีฬา (ที่ไม่เป็นสมาชิก)

3.5 การรับฟังเสียงลูกค้า

กกท. มีการกำหนดช่องทางและแนวทางปฏิบัติในการรับลูกค้าครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าตลอดวงจรชีวิต โดยการนำกระบวนการจัดทำเส้นทางเดินลูกค้าของ กกท. (Customer Journey) มาปรับใช้ในการค้นหาช่องทางการรับฟัง (VOC) วัตถุประสงค์เพื่อทำให้ทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร มีประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง/ปัญหาอะไร มีการวางแผนและการเตรียมพร้อม (Plan and Preparing) เรื่องใด สำหรับนำไปใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management) และการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน (Evaluate and Analyze Results) องค์กร ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศเสียงของลูกค้าอย่างครบถ้วนและเป็นระบบ



รูปแสดง : การนำกระบวนการจัดทำเส้นทางเดินลูกค้าของ กกท. (Customer Journey) มาปรับใช้ในการรับฟังเสียงลูกค้า (VOC)



รูปแสดง : ตัวอย่างช่องทางและวิธีการรับฟังเสียงลูกค้าในรูปแบบต่างๆ

3.5.1 กระบวนการการรับฟังเสียงของลูกค้าของ กกท.

กกท. มีแนวทางปฏิบัติในการรับฟัง การมีปฏิสัมพันธ์ การสังเกตลูกค้าเพื่อให้ได้สารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ต่อได้อย่างเป็นระบบ ครบถ้วนทุกกลุ่มลูกค้า และครอบคลุมทั้งลูกค้าปัจจุบัน อดีตลูกค้า ลูกค้าคู่แข่งและผู้ที่อาจจะเป็นลูกค้าในอนาคต เพื่อค้นหาประเด็นความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าตลอดวงจรชีวิตของการเป็นลูกค้า เพื่อรับฟังลูกค้า สำหรับใช้ในการสื่อสารและถ่ายทอด แนวทางปฏิบัติในการรับฟังลูกค้าให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องรับทราบอย่างทั่วถึงและสามารถนำไปใช้ ในการกำหนดปฏิบัติงานให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. วางแผนกระบวนการจัดเก็บ

- กำหนดช่องทางแต่ละกลุ่มลูกค้า (Ask, Listen, Tell)
- กำหนดวิธีการ (แบบสอบถาม, ประชุม, รายงานผลประเมินความต้องการ, ความพึงพอใจ, ข้อร้องเรียน)
- ประเมินช่องทางการรับฟัง ณ จุดสัมผัส Touch Point (Physical ทางกายภาพ และ Digital ทางออนไลน์)
- พัฒนาช่องทางการรับฟังให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม (Customer Life Cycle และ Customer Journey)
- นำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการจัดเก็บ

2. พัฒนาเครื่องมือการรับฟัง

- ขอบเขตการสำรวจ
- ขั้นตอนดำเนินการ
- ประชากร/ กลุ่มตัวอย่าง
- ตรวจสอบคุณภาพ/ เครื่องมือ
- การวิเคราะห์ข้อมูล
- การแสดงผล

3. การเก็บข้อมูลฯ

- กระบวนการรับฟังเพื่อค้นหาประเด็นความต้องการ ความคาดหวัง ของกลุ่มลูกค้า
- การจัดเก็บข้อมูลในระบบสารสนเทศ

4. การวิเคราะห์เสียงของลูกค้า (VOC)

- จัดอันดับความสำคัญกลุ่มลูกค้าและส่วนตลาด
- จัดอันดับประเด็นที่สำคัญของลูกค้า เพื่อจัดทำสารสนเทศ Customer Segment Profile

5. การถ่ายทอดสื่อสาร

- นำข้อมูล Customer Segment Profile ไปใช้ในการสื่อสารให้กับบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ภายใน, ภายนอก) ทราบทั่วทั้งองค์กร
- กำหนด VOC เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการระบุเป้าหมายเพื่อให้ทุกสายงานนำไปใช้ปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร

6. กำหนดรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์

- วัตถุประสงค์/ ขอบเขต
- แนวทางรูปแบบปฏิบัติฯ แต่ละกลุ่มเพื่อตอบสนองระดับที่คาดหวัง

7. กำหนดแผนงาน/ โครงการ (Action Plan)

- พิจารณากิจกรรมที่สอดคล้องกับระดับ/ รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์
- กำหนดเป้าหมายความสำเร็จ

- กำหนดผู้รับผิดชอบ
- ปิดประเด็นที่เป็นช่องว่าง (Gap)
- การพัฒนาและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร
- จัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นให้สอดคล้องกับศักยภาพและความสามารถของแต่ละสายงาน/ ฝ่าย

8. การดำเนินการตามแผนที่กำหนด

- ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดตั้งแต่ระดับหน่วยงานจนถึงระดับบุคคล (โดยเชื่อมโยงกับระบบการประเมิน KPI รายบุคคล)

9. ติดตาม/ รายงานผล

- มีกระบวนการติดตาม ประเมินผลอยู่เสมอเพื่อรายงานเข้าที่ประชุมตามระยะเวลาที่กำหนด
- การปรับปรุงแผนการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น ให้สามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนd

3.5.2 การกำหนดช่องทาง วิธีการหรือเครื่องมือที่ใช้ในการรับฟังเสียงของลูกค้า ของ กกท.

กกท. มีการกำหนดช่องทาง วิธีการรับฟังและการเรียนรู้ การกำหนดรูปแบบ/กลไกการติดต่อสื่อสาร การกำหนดความถี่การรับฟัง ผู้รับผิดชอบ เพื่อให้ได้สารสนเทศอย่างครบถ้วน ครอบคลุมตลอดวงจรชีวิตของการเป็นลูกค้า ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ต่อการสนับสนุนการทำธุรกรรมของลูกค้า การจัดการความสัมพันธ์ฯ และการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์เพื่อให้เกิดการมุ่งเน้นลูกค้า โดยมีรายละเอียดตามตาราง ดังนี้



รูปแสดง : กระบวนการรับฟังลูกค้า ของ กกท.

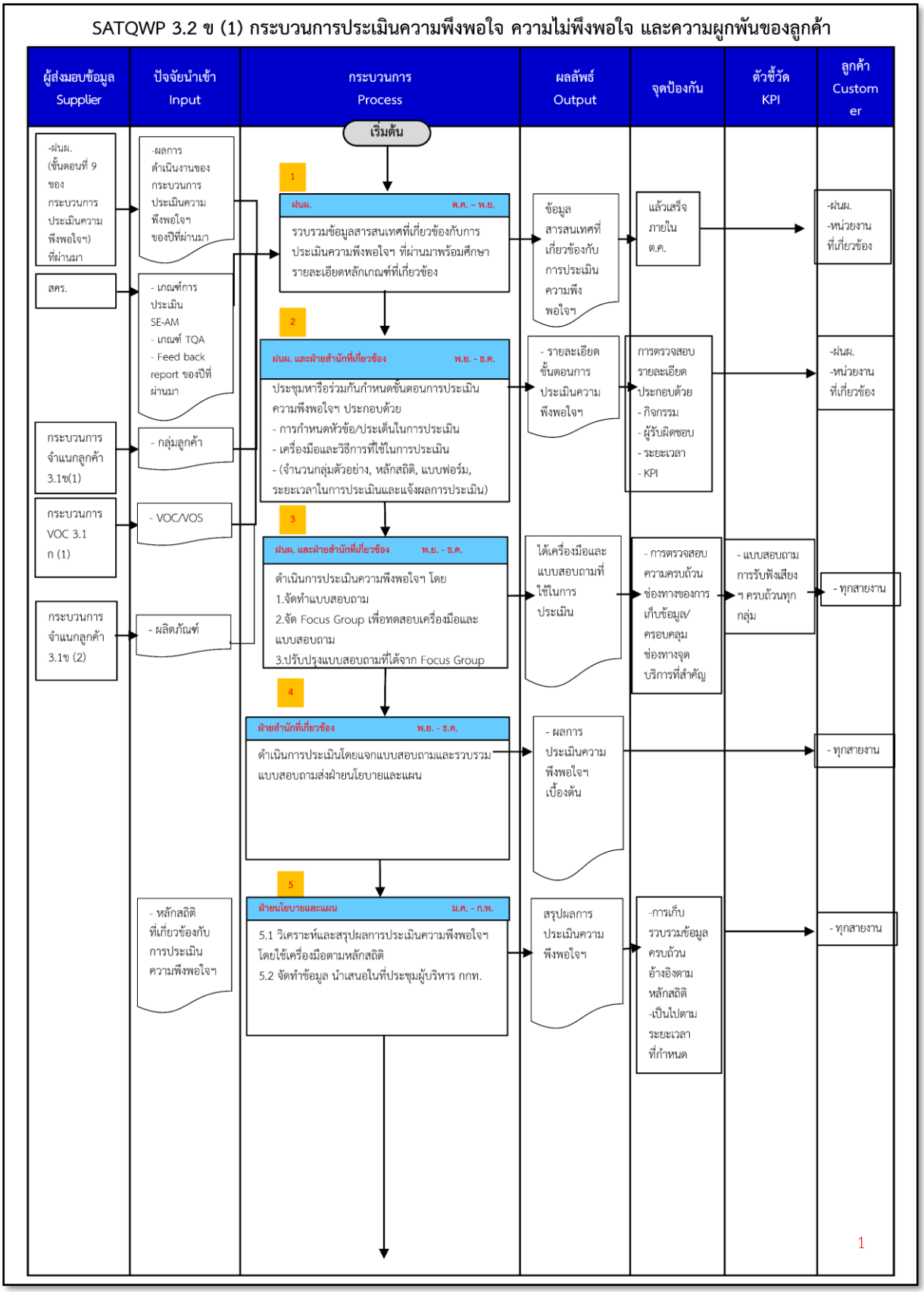
การรับฟังเสียงของลูกค้า (Voice Of Customer) เพื่อการจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)

วิธีการรับฟัง & เรียนรู้	รูปแบบ/ กลไกการติดต่อสื่อสาร	ความถี่ของการรับฟัง (กลไกการกำกับ)	การสนับสนุนการทำธุรกรรม			ผู้รับผิดชอบ	วงจรชีวิตของการเป็นลูกค้า	ข้อมูลสารสนเทศที่ต้องการรับฟัง & เรียนรู้	การจัดการความสัมพันธ์				การนำไปใช้ประโยชน์เพื่อให้เกิดการมุ่งเน้นลูกค้า
			S	P	D				A	B	C	D	
การสอบถามลูกค้า (We ask customers)	การให้บริการข้อมูล/ ข่าวสาร/ประชาสัมพันธ์/ สร้างการรับรู้ผ่านสื่อฯ	ตลอดปี	√	√	√	- สผก. - ผพส.	นักกีฬา : อดีต, ปัจจุบัน, อนาคต บุคลากรกีฬา : อดีต, ปัจจุบัน, อนาคต ผู้ใช้บริการ : อดีต, ปัจจุบัน, อนาคต	- ข้อมูลผลการดำเนินงานที่มีต่อองค์กร - ความต้องการ/ ความคาดหวัง ที่มีต่อองค์กร - แผนงาน/ โครงการ ของลูกค้า - ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย - ข้อมูลสารสนเทศ / ทรัพยากรที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย	√	√			- สร้างโอกาสในการขยายฐานลูกค้าและส่วนตลาด - วางแผนการดำเนินงานให้เพียงพอและตรงตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า - การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆให้องค์กรเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ - การพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อสร้างความพึงพอใจและเกิดความผูกพันต่อองค์กร - การรักษาลูกค้า
	การให้คำปรึกษา	จันทร์ – ศุกร์ (เวลาราชการ)		√	√	- ทุกฝ่ายและสำนัก	นักกีฬา : ปัจจุบัน บุคลากรกีฬา : ปัจจุบัน ผู้ใช้บริการ : ปัจจุบัน			√			
	การอบรม/ สัมมนา/ การให้ความรู้	ภายในระยะเวลาที่กำหนด	√	√	√	- ฝ่ายและสำนักที่เกี่ยวข้อง - ผทบ.	นักกีฬา : ปัจจุบัน บุคลากรกีฬา : ปัจจุบัน ผู้ใช้บริการ : ปัจจุบัน			√			
	กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม หรือ มีการทำงานร่วมกัน (การผิดตาม/ ตรวจเยี่ยม/ การประชุมหารือ)	ภายในระยะเวลาที่กำหนด		√		- ฝ่ายและสำนักที่เกี่ยวข้อง	นักกีฬา : ปัจจุบัน บุคลากรกีฬา : ปัจจุบัน ผู้ใช้บริการ : ปัจจุบัน				√		
	การประชุมเพื่อกำหนดทรัพยากร คำเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ ของ กกท. และลูกค้า/ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ร่วมกัน	อย่างน้อย 1 ครั้ง / ปี		√		- ฝ่ายและสำนักที่เกี่ยวข้อง	นักกีฬา : ปัจจุบัน บุคลากรกีฬา : ปัจจุบัน ผู้ใช้บริการ : ปัจจุบัน					√	
การติดตาม/ ผลการดำเนินงาน (We Listen customers)	การสำรวจความพึงพอใจ, ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน	1 ครั้ง / ปี		√	√	- ผนผ. / ทุกฝ่ายและสำนัก	นักกีฬา : อดีต, ปัจจุบัน, อนาคต บุคลากรกีฬา : อดีต, ปัจจุบัน, อนาคต ผู้ใช้บริการ : อดีต, ปัจจุบัน, อนาคต	- แนวโน้มความต้องการ/ คาดหวัง ที่มีต่อองค์กร - ข้อมูลสารสนเทศ ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพันฯ - ประเด็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการทำงาน		√			- รายงานผลการประเมินการให้บริการ/ การดำเนินงานขององค์กร - จัดทำแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร - จัดทำแผนการจัดสรรงบประมาณ (ทรัพยากร) ที่จำเป็น - จัดทำแผนการสร้างความสัมพันธ์ - ข้อเสนอแนะด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เพื่อนำไปพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรให้มีมาตรฐาน
	ผลการดำเนินงาน Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า	1 ครั้ง / ปี		√		- ผนผ. - ฝ่ายและสำนักที่เกี่ยวข้อง	นักกีฬา : ปัจจุบัน, อนาคต บุคลากรกีฬา : ปัจจุบัน, อนาคต ผู้ใช้บริการ : ปัจจุบัน, อนาคต			√			
ข้อร้องเรียน (Customers tell us)	ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน หรือ กล่องรับเรื่องร้องเรียน	จันทร์ – ศุกร์ (เวลาราชการ)		√		- สผก.	นักกีฬา : อดีต, ปัจจุบัน บุคลากรกีฬา : อดีต, ปัจจุบัน ผู้ใช้บริการ : อดีต, ปัจจุบัน	- ปัญหาเรื่องร้องเรียน - ข้อเสนอแนะที่มีต่อการดำเนินงานองค์กร	√	√	√	√	- นำข้อมูลที่ได้นำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และพัฒนาการดำเนินงานฯ - ป้องกันข้อผิดพลาดร้องเรียนซ้ำในอนาคต - วางแผนและปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร - สร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อองค์กร - การปฏิบัติที่เป็นธรรม
	โทรศัพท์	จันทร์ – ศุกร์ (เวลาราชการ)		√					√				
	เว็บไซต์	24 ชั่วโมง			√					√			
	Social Media ประกอบด้วย - Facebook, Instagram, Tik Tok	24 ชั่วโมง			√					√			
	E-mail (contact@sat.or.th)	24 ชั่วโมง			√				√				
	จดหมายที่ส่งทางไปรษณีย์	จันทร์ – ศุกร์ (เวลาราชการ)		√					√				

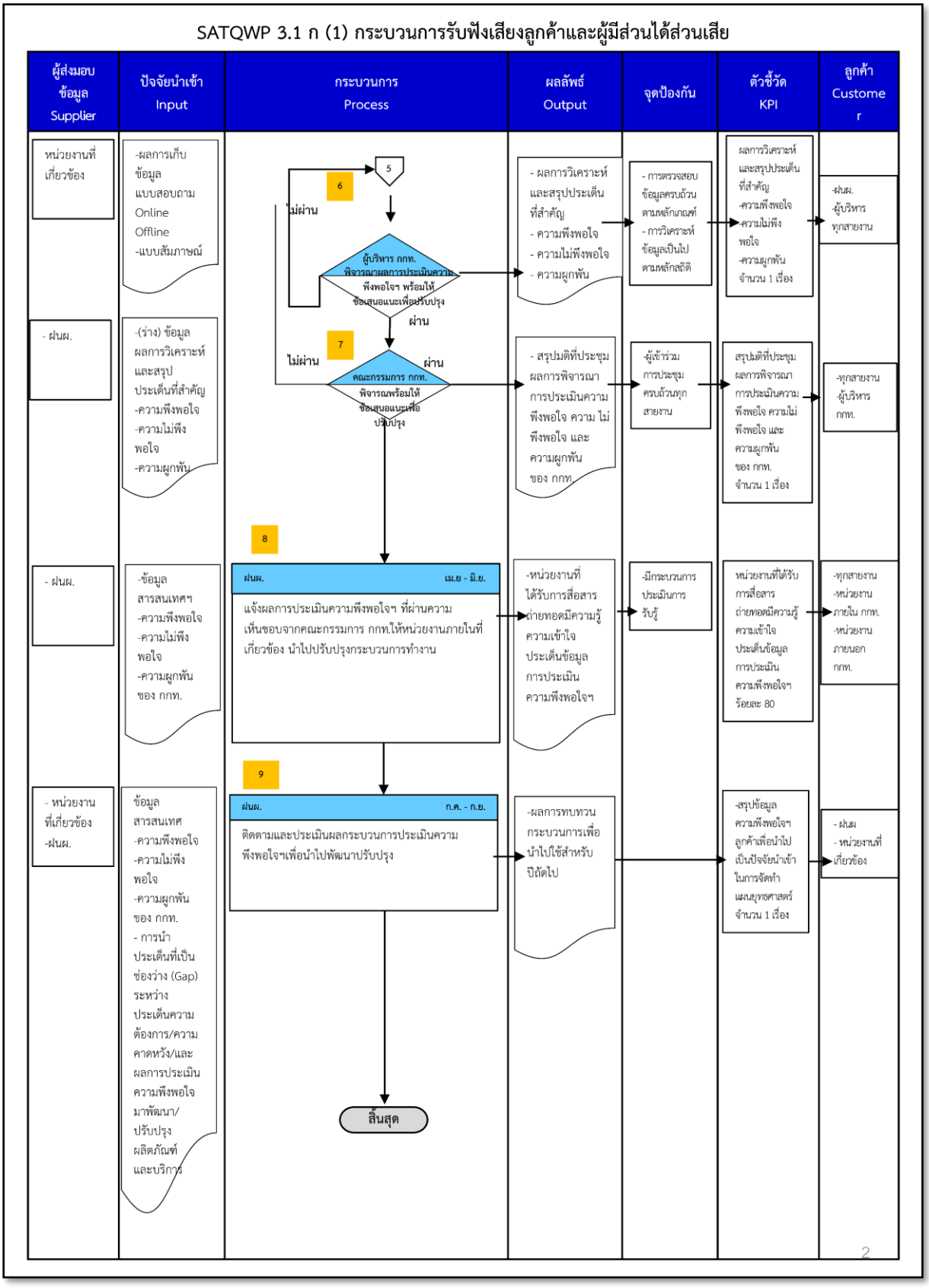
หมายเหตุ : การสนับสนุนการทำธุรกรรม : S = เพื่อให้ลูกค้าค้นหาข้อมูล สร้างการรับรู้สนับสนุนให้มาใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ, P = ช่องทางบริการที่เป็นกายภาพ (Physical), D = ช่องทางบริการที่เป็นออนไลน์ (Digital)

การจัดการความสัมพันธ์ : A = แจ้ง (Inform), B = ปรึกษา (Consult), C = มีส่วนร่วม (Involve), D = ความร่วมมือ (Collaborate)

ตารางแสดง : วิธีการการรับฟังเสียงของลูกค้า เพื่อการจัดการความสัมพันธ์ ของ กกท.



รูปแสดง : กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กกท.



รูปแสดง : กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กกท. (ต่อเนื่อง)

3.6 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)

การจัดการลูกค้าสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นการกำหนดกลยุทธ์ของหน่วยงาน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบกับลูกค้า เช่น การเก็บข้อมูลเพื่อเรียนรู้ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม และนำมาปรับใช้ในการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มความสัมพันธ์อันดีให้กับลูกค้า เพิ่มรายได้หรือลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) โดยการสร้างกระบวนการทำงานและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า แนวทางที่สำคัญในการจัดการระบบการบริหารงานและสร้างมาตรฐานการทำงานในหน่วยงาน เช่น การรวบรวมเกี่ยวกับข้อมูลของลูกค้า การจัดการเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร และการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อสนองตอบสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

3.6.1 องค์ประกอบหลักทั่วไปของ CRM ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1) การจัดทำฐานข้อมูลที่มีลักษณะที่เป็น Dynamic และมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลาโดยทั่วไปจะมุ่งเน้นในการกำหนด Functions สำคัญ เช่น การกำหนดอันดับของกลุ่มลูกค้า (Ranking) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการนำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ Database

2) การนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยเทียบกับเป้าหมายที่วางไว้ในแต่ละช่วงเวลา การสร้างกลุ่มเป้าหมาย การติดตาม (Tracking) การจัดการ และการตอบสนองต่อการให้บริการ

3) การบริการหลังการขาย คือ การติดตามเรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายหลังการให้บริการ และสรุปผลเพื่อนำข้อมูลไปเป็นประโยชน์ต่อไปอนาคต

จากองค์ประกอบทั้ง 3 ส่วน สรุปได้ว่า กกท. มีการนำมาเอาระบบ CRM มาใช้ในองค์กร เพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน ตลอดจนการเชื่อมโยงและบูรณาการการดำเนินงานของฝ่ายและสำนักเข้าด้วยกัน เพื่อให้ข้อมูลของลูกค้าเหล่านี้ ถูกสื่อสารและถ่ายทอดไปในแผนกต่างๆขององค์กร และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าอันจะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวต่อไป

3.6.2 ลักษณะการทำงานระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. Identify การหาลูกค้าของหน่วยงานเป็นใคร
2. Differentiate การวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าแต่ละคน และจัดแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มตามคุณค่าที่ลูกค้ามีต่อองค์กร
3. Interact มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าและเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
4. Customize นำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมเฉพาะตัวกับลูกค้าแต่ละคน

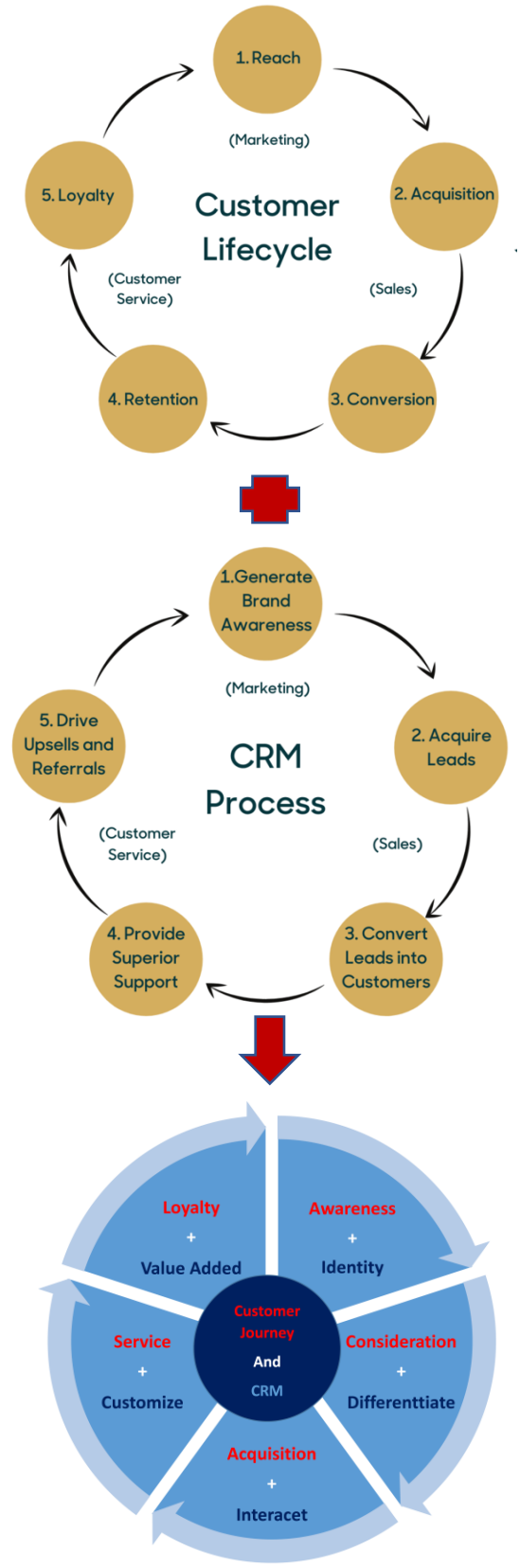
3.6.3 กระบวนการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าของ กกท.

1. **กระบวนการหากลุ่มลูกค้าของ กกท. (Work Shop)**
   - วิเคราะห์กระบวนการดำเนินงานว่าใครคือลูกค้า (Work system) ที่สำคัญของ กกท.
   - การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับทุกฝ่ายและสำนัก (ระดับกอง Tier2)
   - จำนวนและขอบเขตการบริหารจัดการแต่ละกลุ่มลูกค้า

- จัดทำฐานข้อมูลที่มีลักษณะที่เป็น (Dynamic)
- การสร้างการรับรู้กับกลุ่มลูกค้า (Awareness)

2. **กระบวนการระบุประเด็นความต้องการกลุ่มลูกค้าของ กกท. (VOC)**
   - วิเคราะห์จากเส้นทางเดินลูกค้าตลอดวงจรชีวิตของ กกท. (Customer Journey and Lifecycle)
   - หาประเด็นความต้องการจากช่องทางต่างๆ (Ask – listen – Tell)
   - การรวบรวมเกี่ยวกับข้อมูลของลูกค้า (Customer segment profile)
   - การนำข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ (Database IT)
3. **กระบวนการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM)**
   - การสร้าง/พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (New product/Service)
   - พัฒนามาตรฐานด้านบริการลูกค้า (Customer Service Standard)
   - การกำหนดจุดการให้บริการที่สำคัญ (Touch Point)
   - การจัดการเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร (Channels)
4. **กระบวนการบริการหลังการขาย**
   - การสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับกลุ่มลูกค้า (Needs/Expectation)
   - การเพิ่มยอดขาย (Upsells)
   - การสร้างความภักดี (Loyalty)
   - สร้างและเพิ่มความสัมพันธ์อันดีให้กับลูกค้า (Value Proposition)

ทั้งนี้ กกท. ได้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับทุกฝ่ายและสำนักเพื่อระบุกลุ่มลูกค้า และค้นหาประเด็นความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้า พร้อมนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. ได้แก่ รายการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ การสนับสนุนงบประมาณ การให้บริการสถานที่ฯ และการบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา พร้อมกำหนดให้หน่วยงานที่รับผิดชอบ (ฝ่ายและสำนัก) จัดทำเอกสารที่แสดงให้เห็นถึง รายละเอียดมาตรฐาน/ขั้นตอนให้บริการลูกค้าของ กกท. (QWP) เพื่อใช้ออกแบบระบบงานและให้พนักงานเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ และวิธีการปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐานของ กกท. ครอบคลุมทุกจุดสัมผัสบริการ (Touch Point) โดยมีรายละเอียด ดังนี้



รูปแสดง : การบูรณาการขั้นตอนเส้นทางเดินของลูกค้า (Customer Journey)
และ ขั้นตอนการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) ของ กกท.

3.6.4 แนวทางการจัดทำรายละเอียดกฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ (Service Charter และ Customer Service Standard)

กกท. มีการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสนับสนุนลูกค้า โดยกำหนดให้มีการจัดทำกฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการรวมถึงการเผยแพร่กฎบัตรและมาตรฐานด้านบริการให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการและบุคลากรภายในรัฐวิสาหกิจทราบอย่างทั่วถึง และมีการถ่ายทอดตัวชี้วัดและเป้าหมายมาตรฐานด้านบริการไปยังกระบวนการและบุคลากรที่เกี่ยวข้องของรัฐวิสาหกิจ รวมถึงกำหนดแนวทางและกลไกในการกำกับ ติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานบริการที่กำหนด โดยมีวัตถุประสงค์ และขอบเขตและมาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard) ดังนี้

3.6.4.1 วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของการกีฬาแห่งประเทศไทยในการส่งเสริม สนับสนุน การพัฒนากีฬาเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ รวมถึงการให้บริการแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดกระบวนการที่มีมาตรฐานสำหรับการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ ผู้มาติดต่อ เมื่อมีการติดต่อขอใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของการกีฬาแห่งประเทศไทย
2. เพื่อเป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้ออกแบบระบบงาน กระบวนการทำงาน โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบนำไปกำหนดใช้ในการจัดทำคู่มือหรือแนวทางปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐาน รวมถึงการทำให้บุคลากร กกท. เข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ และวิธีการปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐาน
3. เพื่อสร้างวัฒนาธรรมองค์กร เพื่อส่งเสริมให้บุคลากร กกท. ทุกคนในองค์กรมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้า
4. เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการ และการประเมินประสิทธิผลกระบวนการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้เกิดการจัดการความรู้ และนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

3.6.4.2 ขอบเขตและมาตรฐานการให้บริการลูกค้า (Customer Service Standard)

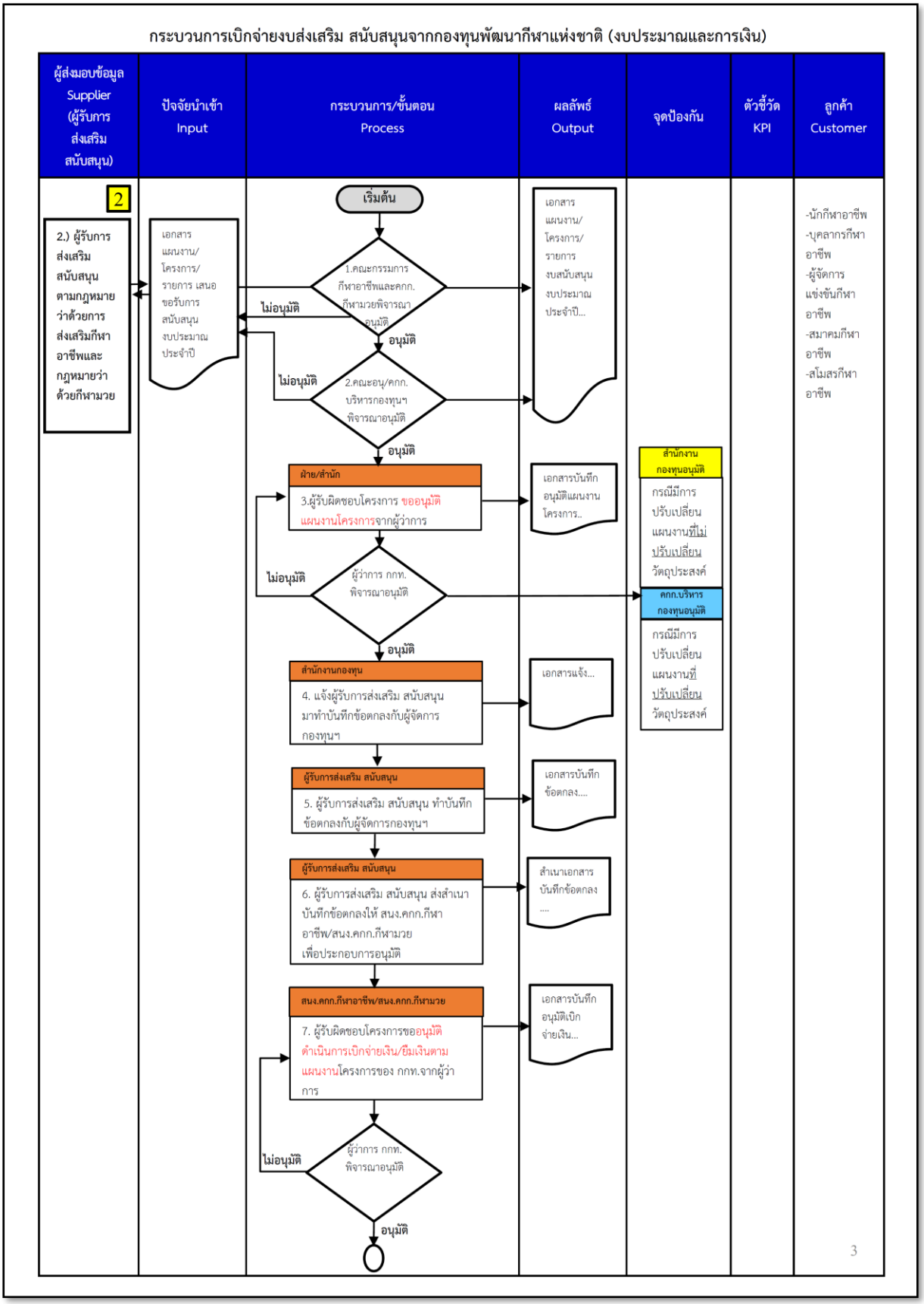
การกำหนดขอบเขตและมาตรฐานการให้บริการลูกค้า กกท. ได้คำนึงถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เส้นทางเดินลูกค้า (Customer Journey) จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) ที่สำคัญตลอดวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) หน่วยงานที่รับผิดชอบ และแนวทางการวัดหรือประเมินผลการปฏิบัติงาน (ข้อกำหนดมาตรฐาน) ทั้งนี้ เพื่อใช้ในการสื่อสารให้บุคลากร กกท. เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ และวิธีการปฏิบัติต่อลูกค้าที่เป็นมาตรฐาน เมื่อมีการติดต่อขอใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของการกีฬาแห่งประเทศไทย

เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขต และมาตรฐานการให้บริการลูกค้า จึงนำไปสู่การกำหนดช่องทางและการออกแบบระบบงานที่เป็นมาตรฐาน เพื่อให้พนักงานภายในองค์กรเข้าใจบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติต่อลูกค้า พร้อมนำเสนอเข้าที่ประชุมคณะอนุกรรมการที่ได้รับมอบหมาย และได้รับความเห็นชอบเรื่องดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว กกท. จึงดำเนินการจัดทำประกาศฯ เพื่อเผยแพร่เรื่องกฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการของ กกท. ให้ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องทราบอย่างทั่วถึง โดยกำหนดให้มีรายละเอียดประกอบด้วย

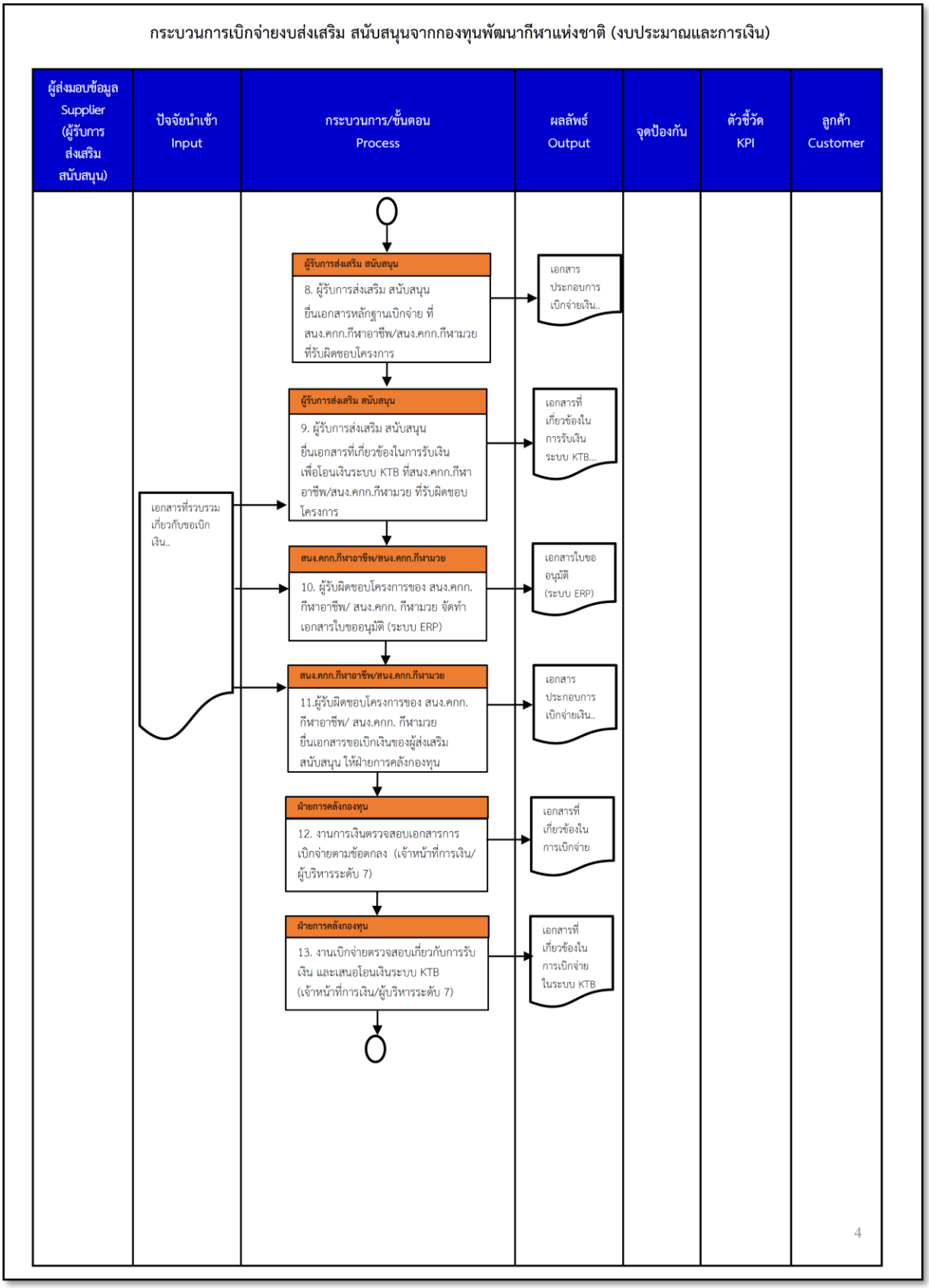
- เส้นทางเดินของลูกค้า (Customer Journey)
- ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) ครอบคลุมทั้ง Digital Touchpoint และ Physical Touchpoint
- แนวทางการวัด/ประเมินผลการปฏิบัติงาน
- หน่วยงานที่รับผิดชอบ
- การให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback)

เส้นทางเดินของลูกค้า (Customer Journey)	ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า	จุดสัมผัสบริการ (Touch Point)		แนวทางการวัด/ประเมินผลการปฏิบัติงาน (ข้อกำหนดตามมาตรฐาน)		หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		Digital	Physical	เป้าหมาย	วิธีการ	
1. การรับรู้ (Awareness) การที่ลูกค้าสามารถรับรู้ และพบเห็นผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. ตามสื่อต่างๆ โดยช่องทางของการรับรู้สามารถเกิดได้ทั้งในรูปแบบ Offline และ Online เพื่อสร้างการจดจำ และความเข้าใจในสิ่งที่ กกท. มอบให้ลูกค้า	ช่องทางการรับรู้เพื่อขอรับการให้บริการผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท.	**รูปแบบ Online** - Line Official - Facebook - Instagram - Website กกท. - TV - Radio - E-mail - Fax	**รูปแบบ Offline** - ป้ายโฆษณา - โปสเตอร์ - เอกสาร/แผ่นพับ - การประชุมสัมมนา - การออกบูธ - สถานที่ให้บริการ และสนามกีฬาต่างๆ ที่ กกท. ดูแล - บุคลากร กกท. (ทุกฝ่ายและสำนักที่เกี่ยวข้อง)	จำนวนผู้ที่รับรู้ผ่านช่องทางต่างๆทั้งรูปแบบ Online และ Offline (ล้านคน)	การสำรวจผลการรับรู้ผ่านช่องทางการสื่อสารของ กกท. ในรูปแบบ Online และ Offline ผ่านการประเมินผลจากหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก	- สผก. - ฝวก. - ฝกภ. - ฝธก. - ฝกล. - สคอ. - สคม. - ฝนผ. - ฝทส. - ฝทบ.
2. การค้นหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ (Decision) การที่กลุ่มลูกค้าเริ่มสนใจ และดำเนินการค้นหา ติดต่อประสานงาน หรือขอคำแนะนำเพื่อนำไปสู่การมาใช้บริการผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท.	การค้นหา ติดต่อประสานงานหรือขอคำแนะนำในเรื่อง 1. ข้อมูลรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการสินค้าของ กกท. 2. ระเบียบหลักเกณฑ์การขอใช้บริการ 3. เอกสารหลักฐานแบบฟอร์มฯ 5. ขั้นตอน/ระยะเวลาการดำเนินงาน 6. หน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อประกอบการตัดสินในขอรับบริการจาก กกท.	๑. ช่องทางค้นหาข้อมูล - Line Official - Facebook - Instagram - Website กกท. - TV - Radio - E-mail - ระบบสารสนเทศ ๒. ฐานข้อมูลต่าง ๆ ของ กกท. เช่น ระบบสนามกีฬาในประเทศ ระบบปฏิทินการแข่งขันกีฬา ฯลฯ	1. การบอกต่อจากผู้ที่เคยใช้บริการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือ บริการนั้นๆ 2. การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ 3. บุคลากร กกท. (ทุกฝ่ายและสำนักที่เกี่ยวข้อง) 4. สถานที่ในการติดต่อเข้าใช้บริการ 5. รายงานผลการให้บริการของ กกท. ในอดีตที่ผ่านมา (Final Report)	1. ระดับความพึงพอใจ (ไม่น้อยกว่าปีที่ผ่านมา) 2. จำนวนข้อมูลที่มีการมาติดต่อประสานงานหรือขอคำแนะนำ (คน/ครั้ง)	1.การสำรวจความพึงพอใจต่อการค้นหาข้อมูล 2. การสำรวจจำนวนบุคคลหรือหน่วยงานที่มีการมาติดต่อประสานงานหรือขอคำแนะนำ ณ สถานที่ในการติดต่อเข้าใช้บริการ ทั้งนี้ 2 ข้อข้างต้นดังกล่าวผ่านการประเมินผลจากหน่วยงานภายใน และหน่วยงานภายนอก	- สผก. - ฝวก. - ฝกภ. - ฝธก. - ฝกล. - สคอ. - สคม. - ฝนผ. - ฝทส. - ฝทบ.
3. การให้บริการ (Service) การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า โดยเริ่มต้นตั้งแต่มาใช้บริการจนสิ้นสุดการใช้บริการ โดยเป้าหมาย คือ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจใหม่ จนนำไปสู่การบอกต่อ ทำให้เกิดฐานลูกค้า หรือลูกค้าในอนาคตต่อไป	1. การได้รับคัดเลือกเพื่อเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันฯ และเข้าร่วมรายการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ 2. การได้รับสนับสนุนงบประมาณด้านการบริหารจัดการกีฬา 3. การได้รับการบริการเรื่องสถานที่ และอุปกรณ์การกีฬา 4. การได้รับการบริการเรื่องวิทยาศาสตร์การกีฬา	- Website กกท. - ระบบสารสนเทศฐานข้อมูลต่างๆ ของ กกท. เช่น ระบบสนามกีฬาในประเทศ ระบบปฏิทินการแข่งขันกีฬา ฯลฯ - แบบสอบถาม online	1. บุคลากร กกท. (ทุกฝ่ายและสำนักที่เกี่ยวข้อง) 2. สถานที่ในการติดต่อเข้าใช้บริการ	1. ระดับความพึงพอใจ (ไม่น้อยกว่าปีที่ผ่านมา) 2. จำนวนข้อมูลผู้มาใช้บริการ (คน/ครั้ง) 3. สรุปรายงานผลการรับฟังเสียงของลูกค้า (เรื่อง)	1.การสำรวจความพึงพอใจต่อการใช้บริการ 2. การสำรวจจำนวนบุคคลหรือหน่วยงานที่มีการมาใช้บริการ ณ สถานที่ในการติดต่อเข้าใช้บริการ ทั้งนี้ 2 ข้อข้างต้นดังกล่าวผ่านการประเมินผลจากหน่วยงานภายใน และหน่วยงานภายนอก 3. การสำรวจข้อมูลเสียงของลูกค้า โดยใช้ประเมินผลจากหน่วยงานภายนอก	- สผก. - ฝวก. - ฝกภ. - ฝธก. - ฝกล. - สคอ. - สคม. - ฝนผ. - ฝทส. - ฝทบ.
4. การซื้อซ้ำ (Repurchase) การรักษาลูกค้า ด้วยวิธีการสร้างความผูกพันให้ลูกค้าพึงพอใจจนนำไปสู่การกลับมาซื้อซ้ำ หรือมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นความภักดี	การได้รับการตอบสนองความต้องการ และความคาดหวัง ในช่วงก่อนระหว่าง และหลังจากใช้บริการของ กกท.จนลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และเกิดความภักดีต่อ กกท.	**รูปแบบ Online** - Line Official - Facebook - Instagram - Website กกท. - TV - Radio - E-mail - แบบสอบถาม online	1. กิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์ - การจัดแข่งขันกีฬา/กิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ของ กกท. - การตรวจเยี่ยมนักกีฬา - ยกย่องเชิดชูจากการประกาศรางวัลด้านกีฬา (งานวันกีฬาแห่งชาติ) 2. การสำรวจข้อมูลของลูกค้า ที่เป็นลูกค้าเดิมกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์ซ้ำอีกครั้ง	1. ระดับความผูกพัน (ไม่น้อยกว่าปีที่ผ่านมา) 2. ร้อยละความสำเร็จในการจัด การข้อร้องเรียนซ้ำ ในข้อร้องเรียนเรื่องเดิมเฉลี่ยต่ำกว่า 70%	1.การสำรวจความผูกพันของลูกค้าต่อการใช้บริการของ กกท. การประเมินผลจากหน่วยงานภายนอก 2. การสำรวจข้อมูลเรื่องการจัดการข้อร้องเรียนของ กกท.	- ฝนผ. - สผก. - ฝทส.

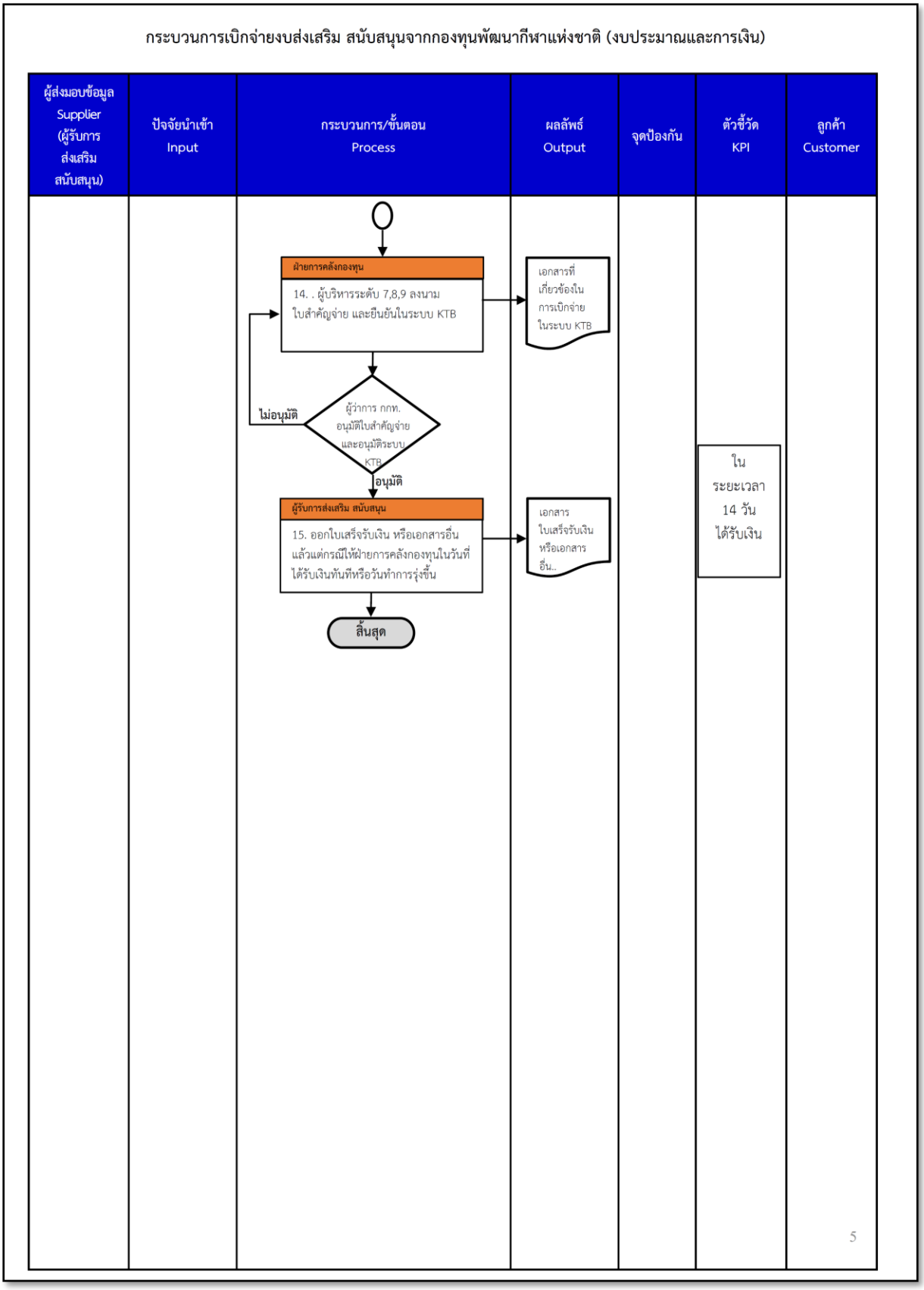
ตารางแสดง : กฎบัตรและมาตรฐานการให้บริการ (Service Charter และ Customer Service Standard ของการกีฬาแห่งประเทศไทย)



รูปแสดง : ตัวอย่างขั้นตอนการให้บริการลูกค้าของ กกท. (QWP) กระบวนการเบิกจ่าย ส่งเสริม สนับสนุนจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ



รูปแสดง : ตัวอย่างขั้นตอนการให้บริการลูกค้าของ กกท. (QWP) กระบวนการเบิกจ่าย ส่งเสริม สนับสนุนจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ



รูปแสดง : ตัวอย่างขั้นตอนการให้บริการลูกค้าของ กกท. (QWP) กระบวนการเบิกจ่าย ส่งเสริม สนับสนุนจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ

3.7 ความพร้อมของทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง ทั้งงบประมาณ บุคลากร และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

กกท. มีการเตรียมความพร้อมของทรัพยากร (Resources) ที่เชื่อมโยงในการจัดทำยุทธศาสตร์ และแผนการปฏิบัติการประจำปีฯ เพื่อมุ่งเน้นและบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยในเรื่องของงบประมาณ กกท. มีกระบวนการวิเคราะห์และการจัดสรรงบประมาณในแผนงานโครงการต่าง ๆ ซึ่งฝ่ายและสำนักต่าง ๆ ต้องจัดทำข้อมูล (ตามแบบฟอร์มคำของบประมาณฯ ที่กำหนด) โดย กกท. มีส่วนงานที่รับผิดชอบที่ชัดเจน ได้แก่ งานงบประมาณ กองแผนงานและงบประมาณ ฝ่ายนโยบายและแผน ที่ต้องทำหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูลก่อนการจัดสรรงบประมาณสำหรับใช้ในการชี้แจงที่ประชุมผู้บริหารภายในหน่วยงาน รวมถึงหน่วยงานภายนอก เช่น สำนักงบประมาณ คณะกรรมาธิการพิจารณางบประมาณฯ เป็นต้น โดยคำนึงถึงความสอดคล้องตามเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ และยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องขององค์กร รวมถึงประเด็นเรื่องความคุ้มค่าที่จะเกิดขึ้นต่อหน่วยงาน อีกทั้งประเด็นเรื่องทรัพยากรด้านบุคลากร กกท. มีโครงสร้าง กกท. พ.ศ. 2566 เพื่อใช้ในการบริหารจัดการภารกิจหน้าที่ อัตรากำลัง และขีดความสามารถ (ภารกิจ/ความรับผิดชอบ) ของแต่ละฝ่ายและสำนัก ประกอบด้วยรายละเอียด หลักเกณฑ์และขั้นตอนที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

3.7.1 แนวทางการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

โดย กกท. ใช้แนวทางการจัดทำงบประมาณของสำนักงบประมาณ ในการพิจารณาและเชื่อมโยงการดำเนินงาน ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จำนวน 5 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (ร่าง)แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 14 นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน นโยบายสำคัญของรัฐบาล แผนปฏิบัติราชการของกระทรวง รวมทั้งการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นแนวทางในการจัดสรรงบประมาณ โดยคำนึงถึงความจำเป็นและภารกิจของหน่วยรับงบประมาณ ความต้องการในพื้นที่ และแผนพัฒนาพื้นที่ตามความต้องการของประชาชนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณและผลสัมฤทธิ์ในการบริหารจัดการภาครัฐและให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนหน่วยรับงบประมาณภายใต้หลักธรรมาภิบาล สุจริต โปร่งใส เป็นธรรม

2. ดำเนินการเพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศในทุกมิติโดยมุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและประสิทธิภาพของภาครัฐ เพื่อให้การขับเคลื่อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจเกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม มีประสิทธิภาพ และยั่งยืน

3. ให้ความสำคัญกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพิ่มศักยภาพการถ่ายโอนภารกิจการจัดบริการสาธารณะ ลดความเหลื่อมล้ำ รวมทั้งการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ และประสิทธิผลการใช้จ่ายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4. เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำงบประมาณให้ครอบคลุมทุกแหล่งเงิน โดยให้หน่วยรับงบประมาณพิจารณานำเงินนอกงบประมาณหรือเงินสะสมคงเหลือมาใช้ดำเนินภารกิจของหน่วยรับงบประมาณเป็นลำดับแรก ควบคู่ไปกับการพิจารณาทบทวนเพื่อชะลอ ปรับลด หรือยกเลิกการดำเนินโครงการที่มีความสำคัญในระดับต่ำหรือหมดความจำเป็น พิจารณาถึงความพร้อมและขีดความสามารถในการใช้จ่ายงบประมาณ จากการนำความสำเร็จในการปฏิบัติงานและผลการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 และ พ.ศ. 2566 รวมทั้งข้อสังเกตของคณะกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 มาประกอบการพิจารณาจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับศักยภาพการดำเนินงานของหน่วยรับงบประมาณ

5. ดำเนินการให้เป็นไปตามบทบัญญัติตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักไทย พุทธศักราช 2560 พระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. 2561 พระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561 กฎหมาย ระเบียบ และมติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีอย่างครบถ้วน



รูปแสดง : ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท ยุทธศาสตร์การจัดสรรฯ ตามแนวทางของสำนักงบประมาณ

3.7.2 หลักเกณฑ์และแนวทางการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

โดย กกท. กำหนดหลักเกณฑ์และรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การแสดงความเชื่อมโยงกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติ แผนวิสาหกิจ กกท. แผนอื่นๆที่สำคัญ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
2. การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและข้อมูลลูกค้า และการวิเคราะห์ความเสี่ยงระดับรายการ
3. การจัดจ้างผู้ช่วยปฏิบัติงาน
4. การจัดซื้อวัสดุ
5. เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร
6. การปฏิบัติการกรณีเร่งด่วนนอกเวลาราชการ
7. การจัดซื้อครุภัณฑ์
8. รายการที่ดินและสิ่งก่อสร้าง
9. การจัดจ้างที่ปรึกษา
10. การเดินทางตามภารกิจ การเดินทางศึกษาดูงาน และการฝึกอบรมในต่างประเทศ
11. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการ
12. การจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ
13. การขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ
14. แนวทางการจัดสรรงบประมาณจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ และงบประมาณประจำปี

14.1 การเก็บตัวฝึกซ้อม
14.2 การจ้างผู้ฝึกสอนและผู้เชี่ยวชาญกีฬา
14.3 การส่งแข่งขันกีฬา
14.4 การจัดการแข่งขันกีฬา
14.5 การพัฒนาบุคลากรกีฬา
14.6 การพัฒนาสมาคมกีฬา
14.7 ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา
14.8 อุปกรณ์กีฬา
14.9 การส่งเสริมหรือการสนับสนุนอื่นๆที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนากีฬา
14.10 กีฬาอาชีพ
14.11 กีฬามวย
14.12 การบริหารจัดการองค์กร ตามระบบ (SE-AM)
14.13 โครงการอื่นๆ



รูปแสดง : ยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ

3.7.4 แนวทางการบริหารแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี



รูปแสดง : ความเชื่อมโยงปัจจัย เรื่อง ความพร้อมของทรัพยากรที่เกี่ยวข้องฯ

3.8 แนวทางการพัฒนาและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ

กกท. มีแนวทางการพัฒนาและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อพัฒนาการสร้างความสัมพันธ์/บริหารจัดการลูกค้า ของ กกท. โดยมีการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าที่สำคัญ ประกอบด้วย

3.8.1 การรวบรวมข้อมูลป้อนกลับจากกลุ่มลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร

เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินงานในอดีตที่ผ่านมา จากการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานทำให้ทราบปัญหา/อุปสรรค หรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน รวมถึงข้อมูลสารสนเทศของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ความต้องการ/ความคาดหวัง) และข้อมูลป้อนกลับ การประเมินความพึงพอใจการให้บริการ (Gaps) สำหรับการใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. ประกอบด้วย

- การวิเคราะห์ติดตามและประเมินผลฯ (Evaluate and Analyze Result)
- ข้อมูลความต้องการ/ความคาดหวังเชิงลึกของลูกค้า (Customer insight)
- สารสนเทศจากจุดที่ให้บริการ (Touch Point)
- ข้อมูลประชากรศาสตร์ (Demographics)
- การวิเคราะห์ข้อมูลและแสดงผลข้อมูล (Data Analytics)

3.8.2 การนำกรอบแนวคิด Business Model Canvas มาใช้สร้างคุณค่าให้ลูกค้าอย่างยั่งยืน (Value Proposition)



1. **ลูกค้าและส่วนตลาด** (Customer Segment) ได้แก่
   - นักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ
   - นักกีฬาเพื่ออาชีพ
   - บุคลากรกีฬาเป็นเลิศ
   - บุคลากรกีฬาอาชีพ
   - ผู้ใช้บริการ (ที่เป็นสมาชิก)
   - ผู้ใช้บริการ (ที่ไม่เป็นสมาชิก)
2. **คุณค่าที่ส่งมอบ (Value Propositions) (ประเด็นความต้องการ/ความคาดหวัง)** ได้แก่
   - องค์ความรู้ การให้คำแนะนำและคำปรึกษาเรื่องสารต้องห้ามทางการกีฬา
   - ค่าตอบแทน เงินรางวัล สวัสดิการ และการยอมรับอย่างเหมาะสม
   - การให้บริการและข้อมูลข่าวสารด้านกีฬาของ กกท. ที่ถูกต้อง รวดเร็ว
   - การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย มีมาตรฐาน และสภาพพร้อมใช้งาน
   - ผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ความสามารถตามมาตรฐาน
   - องค์ความรู้และการให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
   - การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาระดับชาติและระดับนานาชาติ
   - ช่องทางการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานที่หลากหลาย มีความสะดวก รวดเร็ว

3. ช่องทางในการส่งมอบ (Channels) ได้แก่

- การจัดกิจกรรม/การแข่งขันกีฬา
- การมาใช้สถานที่/อุปกรณ์กีฬา
- การใช้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
- การบริการให้คำปรึกษา คำแนะนำ เพื่อขอรับการสนับสนุนด้านกีฬา
- การให้บริการด้านข้อมูลทางการกีฬา
- การอบรมให้ความรู้/การพัฒนาศักยภาพ

4. การสร้างความสัมพันธ์ (Customer Relationships) ได้แก่

- รายการแข่งขันที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์
- ให้การสนับสนุนงบประมาณด้านบริหารการจัดการกีฬา
- การให้บริการ สถานที่ อุปกรณ์กีฬา
- การบริการวิทยาศาสตร์การกีฬา

5. รายรับเพื่อรอดำเนินงาน (Revenue Steams) ได้แก่

- รายได้จากงบประมาณแผ่นดิน (สงป.)
- รายได้จากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ
- รายได้จากการดำเนินงานของ กกท.
- รายได้สิทธิประโยชน์ของ กกท.
- รายได้อื่นของ กกท.

6. ทรัพยากรหลักที่ใช้ในการดำเนินงาน (Key Resources) ได้แก่

- เป็นองค์กรหลักที่รับผิดชอบด้านกีฬาของประเทศ
- ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานและบริการด้านการพัฒนาผลงานนักกีฬาที่ครบวงจร
- มีความเป็นมืออาชีพด้านการบริหารการจัดการแข่งขัน
- เครือข่ายกับองค์กรกีฬาทั้งในประเทศและต่างประเทศ

7. กิจกรรมหลักในการดำเนินงาน (Key Activities) ได้แก่

- ส่งเสริมกีฬาเพื่อความเป็นเลิศอย่างครบวงจร มุ่งการพัฒนาระบบสรรหานักกีฬาหน้าใหม่ และสร้างศักยภาพนักกีฬาด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางการกีฬาตามรูปแบบศูนย์ฝึกกีฬาแห่งชาติเพื่อให้นักกีฬาประสบความสำเร็จในการแข่งขันระดับนานาชาติ
- ส่งเสริมองค์กรกีฬาอาชีพ และการจัดการแข่งขันกีฬาอาชีพอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน เพื่อให้กีฬาอาชีพสามารถสร้างรายได้ให้กับนักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพ ส่งเสริมและสนับสนุนพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬามวย เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศได้อย่างยั่งยืน
- สร้างกระแสความตื่นตัวของประชาชนในการออกกำลังกาย เล่นกีฬา และการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา ส่งเสริมให้จังหวัดเป็นเมืองกีฬาอย่างยั่งยืน รวมทั้งสนับสนุนการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศ
- บริหารจัดการสินทรัพย์ของ กกท. ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งพัฒนารูปแบบการให้บริการ และผลิตภัณฑ์ของ กกท. เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพิ่มรายได้จากกิจกรรมและบริการทางการกีฬาของ กกท. เพื่อลดค่าใช้จ่ายภาครัฐ

- พัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีมาตรฐาน โดยมุ่งเน้นการใช้ระบบดิจิทัลและนวัตกรรม เพื่อให้ กกท. เติบโตอย่างยั่งยืน

8. พันธมิตรในการดำเนินงาน (Key Partners) ได้แก่

- พันธมิตร (สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย, สมาคมกีฬาแห่งจังหวัด, ผู้จัดการแข่งขัน, สมาคมกีฬาอาชีพ, เจ้าภาพจังหวัดจัดการแข่งขัน เป็นต้น
- ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ (สงป. , กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ)
- บุคลากร กกท.
- คณะกรรมการฯ
- ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม
- สื่อมวลชน
- ภาคธุรกิจและเอกชน

9. โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Cost Structure) ได้แก่

- ค่าใช้จ่ายตามแผนงานบุคลากรฯ
- ค่าใช้จ่ายตามแผนงานพื้นฐานฯ
- ค่าใช้จ่ายตามแผนงานยุทธศาสตร์ฯ
- ค่าใช้จ่ายตามแผนงานบูรณาการฯ



รูปแสดง : กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ โดยใช้กรอบแนวคิด Business Model Canvas

3.8.3 การปรับปรุงและพัฒนาเชื่อมโยงกับแผนวิสาหกิจขององค์กร (ระบบงาน/กระบวนการทำงาน)

การคิดทบทวน ปรับปรุงแก้ไข การเพิ่มประสิทธิภาพแผนงานโครงการฯ โดยดำเนินการแก้ไขจุดที่เป็นข้อจำกัดของระบบงานหรือกระบวนการทำงาน ซึ่งอาจนำองค์ความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยี ระบบฐานข้อมูล เข้ามาสนับสนุนการบริหารจัดการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระบวนการทำงาน/ระ บบงาน มีประสิทธิภาพ ที่ดียิ่งขึ้น จนเกิดเป็นเป้าหมายผลิตภัณฑ์และบริการ (ใหม่) ของการกีฬาแห่งประเทศไทย ตามแผนวิสาหกิจการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2569 - 2573 (ทบทวนปี 2570) ประกอบด้วย

- การฝึกกีฬาที่ได้มาตรฐานตามรูปแบบ NTC
- การแข่งขันกีฬาที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- การแข่งขันกีฬาอาชีพ (ระบบลีกอาชีพ/แมตช์การแข่งขันกีฬาอาชีพ)
- ค่ายมวยที่ได้มาตรฐาน (เชิงบริหารจัดการและเชิงธุรกิจ)
- การส่งเสริมการนำแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวม (BCG Model)
- การส่งเสริมการดำเนินการด้านประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจในกิจกรรมและบริการของ กกท. (Eco – efficiency)
- รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างรายได้ (การบริการ, สถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก)
- ระบบดิจิทัลที่ทันสมัย (Smart Stadium, Smart Office)

ความเชื่อมโยงระหว่างแผนวิสาหกิจ และแผนวิสาหกิจด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า การกีฬาแห่งประเทศไทย ประจำปี 2570

OBJECTIVE	GOAL	RISK MANAGEMENT	CUSTOMER	STAKEHOLDER	PRODUCT/SERVICE
S01 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ	ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ	• นักกีฬาประเทศคู่แข่งมีศักยภาพความพร้อมมากกว่านักกีฬาทีมชาติไทย • ขาดแผนการเตรียมนักกีฬาที่มีประสิทธิภาพ • ขาดงบประมาณสำหรับการเก็บตัวฝึกซ้อมของนักกีฬาในการเข้าร่วมการแข่งขัน	• นักกีฬาเป็นเลิศ • บุคลากรกีฬาเป็นเลิศ	• พันธมิตร (สมาคมกีฬาแห่งแห่งประเทศไทย, สมาคมกีฬาแห่งจังหวัด, จังหวัดเจ้าภาพจัดการแข่งขัน) • สื่อมวลชน • ภาคธุรกิจและเอกชน	• การพัฒนานักกีฬาตามรูปแบบศูนย์ฝึกกีฬาแห่งชาติ (NTC) • การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมและรายการแข่งขันกีฬา (กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ) • หลักสูตรเพื่อการพัฒนาบุคลากรทางการกีฬา
S02 การบริหารจัดการกีฬาอาชีพและกีฬามวย	พัฒนากีฬาอาชีพและกีฬามวยให้มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem)	• ขาดแนวทางการพัฒนาระบบกีฬาอาชีพอย่างเป็นรูปธรรม • การลงทุนในการส่งเสริมกีฬาเพื่อให้เป็นกีฬาอาชีพต้องใช้งบประมาณที่สูง	• นักกีฬาอาชีพ • บุคลากรกีฬาอาชีพ	• พันธมิตร (สมาคมกีฬาอาชีพ, ผู้จัดการแข่งขัน) • สื่อมวลชน	• การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมและรายการแข่งขันกีฬา (กีฬาอาชีพและกีฬามวย) • หลักสูตรเพื่อการพัฒนาบุคลากรทางการกีฬา
S03 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ	เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬา	• ภาวะสงครามมีผลกระทบต่อราคาพลังงานที่สูงขึ้น และสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวส่งผลต่อการใช้จ่ายและการมีส่วนร่วมทางการกีฬา • รูปแบบการจัดกิจกรรมไม่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนโยบาย หลักเกณฑ์ และกฎหมายที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อกระบวนการจัดการแข่งขัน	• นักกีฬาเป็นเลิศ • นักกีฬาอาชีพ • บุคลากรกีฬาเป็นเลิศ • บุคลากรกีฬาอาชีพ • ผู้ใช้บริการ	• พันธมิตร • ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ • สื่อมวลชน • ภาคธุรกิจและเอกชน	• การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมและรายการแข่งขันกีฬา (เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ)
S04 การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมและบริการทางการกีฬาที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และตอบสนองมูลค่าทางสังคม	สร้างมูลค่าเพิ่มทางสังคมและพาณิชย์ จากการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาและการบริการทางการกีฬา	• กิจกรรมและมาตรการส่งเสริมการกีฬาไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนเข้าร่วมได้อย่างต่อเนื่อง • สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬาไม่พร้อมให้บริการตามมาตรฐาน	• นักกีฬาเป็นเลิศ • นักกีฬาอาชีพ • บุคลากรกีฬาเป็นเลิศ • บุคลากรกีฬาอาชีพ • ผู้ใช้บริการ	• พันธมิตร • บุคลากร กกท. • ภาคธุรกิจและเอกชน • ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม	• การให้บริการ สถานที่ และอุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐาน • การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมและรายการแข่งขันกีฬา (การออกกำลังกาย)
S05 การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้ กกท. เติบโตอย่างยั่งยืน	การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	• ขาดการนำระบบ IT และนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารจัดการ • นโยบาย หลักเกณฑ์ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องเปลี่ยนแปลงอย่างเร็วส่งผล กระทบต่อการบริหารจัดการ	• นักกีฬาเป็นเลิศ • นักกีฬาอาชีพ • บุคลากรกีฬาเป็นเลิศ • บุคลากรกีฬาอาชีพ • ผู้ใช้บริการ	• บุคลากร กกท. • คณะกรรมการฯ • ผู้กำกับนโยบายภาครัฐ	• การบริหารจัดการและการให้บริการที่ได้มาตรฐาน (กระบวนการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ, พัฒนาสมรรถนะและทักษะบุคลากร กกท. เพื่อรองรับ Digital Tranformation)

รูปแสดง : ความเชื่อมโยงระหว่างแผนวิสาหกิจ กกท. และแผนด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า

3.9 แนวทางการประยุกต์ใช้บริหารความเสี่ยงในการพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการในแผนงานหรือโครงการ

จากการประชุมเชิงปฏิบัติการในการวิเคราะห์กระบวนการทำงานหลัก (Core Process) ของทุกฝ่ายและสำนัก มีการระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า พร้อมกำหนดเป้าหมาย Output ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เพื่อนำมากำหนดกิจกรรมเพื่อตอบสนองประเด็นความต้องการสำหรับนำไปกำหนดเป็นโครงการ/กิจกรรม/แผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประจำปีฯ

ทั้งนี้ กกท.ได้มีการประเมินความเสี่ยงสำหรับแผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่



1. การประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายใน และการวิเคราะห์ความเสี่ยงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2 มิติ

ใบงานที่ 6.1 แบบประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายใน และการวิเคราะห์ความเสี่ยงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2 มิติ Worksheet

กอง		ฝ่าย		Update	
Core Process		STK			

มิติ	ความต้องการ/คาดหวัง (เป้าหมาย)	กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ (ควบคุมภายในที่มีอยู่)	ประเมินประสิทธิผล			ความเสี่ยงที่เหลืออยู่	แนวทางการปรับปรุงเพิ่มเติม
			ผลการดำเนินงาน	กระบวนการควบคุม	การติดตาม		
SAT	.....	.....	(.....)	(.....)	(.....)	☐ การควบคุม เพียงพอ ☐ การควบคุม ไม่เพียงพอ	.....
STK	.....	.....	(.....)	(.....)	(.....)	☐ การควบคุม เพียงพอ ☐ การควบคุม ไม่เพียงพอ	.....

รูปแสดง : แบบฟอร์มใบงาน 6.1 ประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายใน และการวิเคราะห์ความเสี่ยงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2 มิติ Worksheet

การประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายในมิติของ กกท.

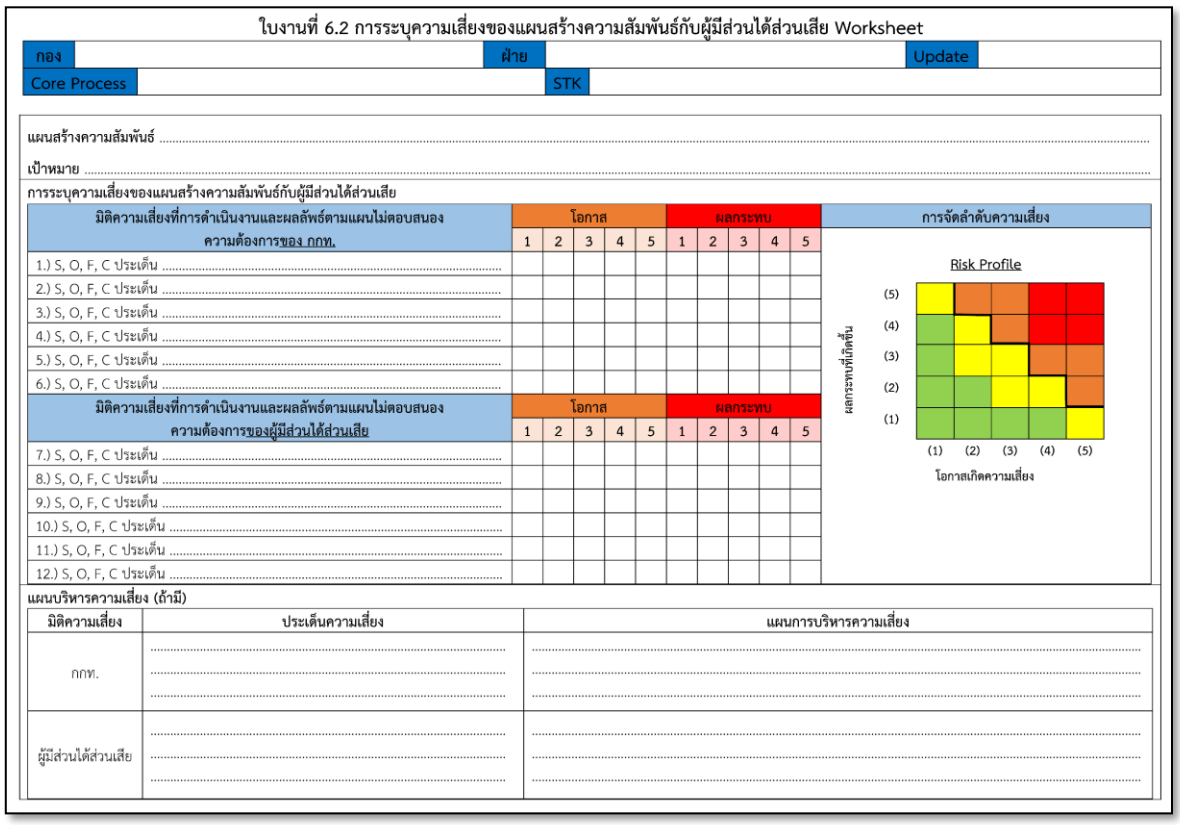
ระดับการควบคุม		ประสิทธิผลของการควบคุมที่มีอยู่		
		1. ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย	2. กระบวนการควบคุม	3. การติดตาม
1	ไม่เพียงพอ	ผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	ไม่มีกระบวนการหรือกิจกรรมควบคุม	ไม่มีการติดตามหรือรายงานผลการดำเนินงาน
2	เพียงพอ	ผลการดำเนินงานเป็นตามเป้าหมาย	มีกระบวนการหรือกิจกรรมควบคุม	มีการติดตามหรือรายงานผลการดำเนินงานอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง
3	มีประสิทธิภาพ	ผลการดำเนินงานดีกว่าเป้าหมาย	มีกระบวนการหรือกิจกรรมควบคุม และได้จัดทำเป็นคู่มือปฏิบัติงานที่ชัดเจน	มีการติดตามหรือรายงานผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือน

การประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายในมิติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ระดับการควบคุม		ประสิทธิผลของการควบคุมที่มีอยู่		
		1. ผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย	2. กระบวนการควบคุม	3. การติดตาม
1	ไม่เพียงพอ	ไม่สามารถตอบสนองความต้องการ/คาดหวังหรือตอบสนองได้ไม่ครบถ้วน	ดำเนินการสร้างกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ได้ไม่ครบถ้วน/ไม่เพียงพอ	ไม่มีการติดตามหรือรายงานผลการดำเนินงาน
2	เพียงพอ	สามารถตอบสนองความต้องการ/คาดหวังได้ครบถ้วน	ดำเนินการสร้างกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ได้ครบถ้วน/เพียงพอ	มีการติดตามหรือรายงานผลการดำเนินงานอย่างเหมาะสม
3	มีประสิทธิภาพ	สามารถตอบสนองได้เหนือความต้องการ/คาดหวัง (Beyond Expectation)	ดำเนินการสร้างกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ได้ครบถ้วน/เพียงพอ และทันกาล	มีการนำผลการติดตามมาปรับปรุงการดำเนินงาน

รูปแสดง : คู่มือการประเมินผลการควบคุมภายในของ กกท. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. การระบุความเสี่ยงของแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ใบงานที่ 6.2 การระบุความเสี่ยงของแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Worksheet

กอง		ฝ่าย		Update	
Core Process		STK			

แผนสร้างความสัมพันธ์ .....

เป้าหมาย .....

การระบุความเสี่ยงของแผนสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

มิติความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองความต้องการของ กกท.	โอกาส					ผลกระทบ					การจัดลำดับความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1.) S, O, F, C ประเด็น											
2.) S, O, F, C ประเด็น											
3.) S, O, F, C ประเด็น											
4.) S, O, F, C ประเด็น											
5.) S, O, F, C ประเด็น											
6.) S, O, F, C ประเด็น											
มิติความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	โอกาส					ผลกระทบ					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
7.) S, O, F, C ประเด็น											
8.) S, O, F, C ประเด็น											
9.) S, O, F, C ประเด็น											
10.) S, O, F, C ประเด็น											
11.) S, O, F, C ประเด็น											
12.) S, O, F, C ประเด็น											

แผนบริหารความเสี่ยง (ถ้ามี)

มิติความเสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง	แผนการบริหารความเสี่ยง
กกท.	.....	.....
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	.....	.....

รูปแสดง : แบบฟอร์มใบงาน 6.2 การระบุความเสี่ยงของแผนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Worksheet

ความเสี่ยงที่การดำเนินงานและผลลัพธ์ตามแผนไม่ตอบสนองความต้องการ

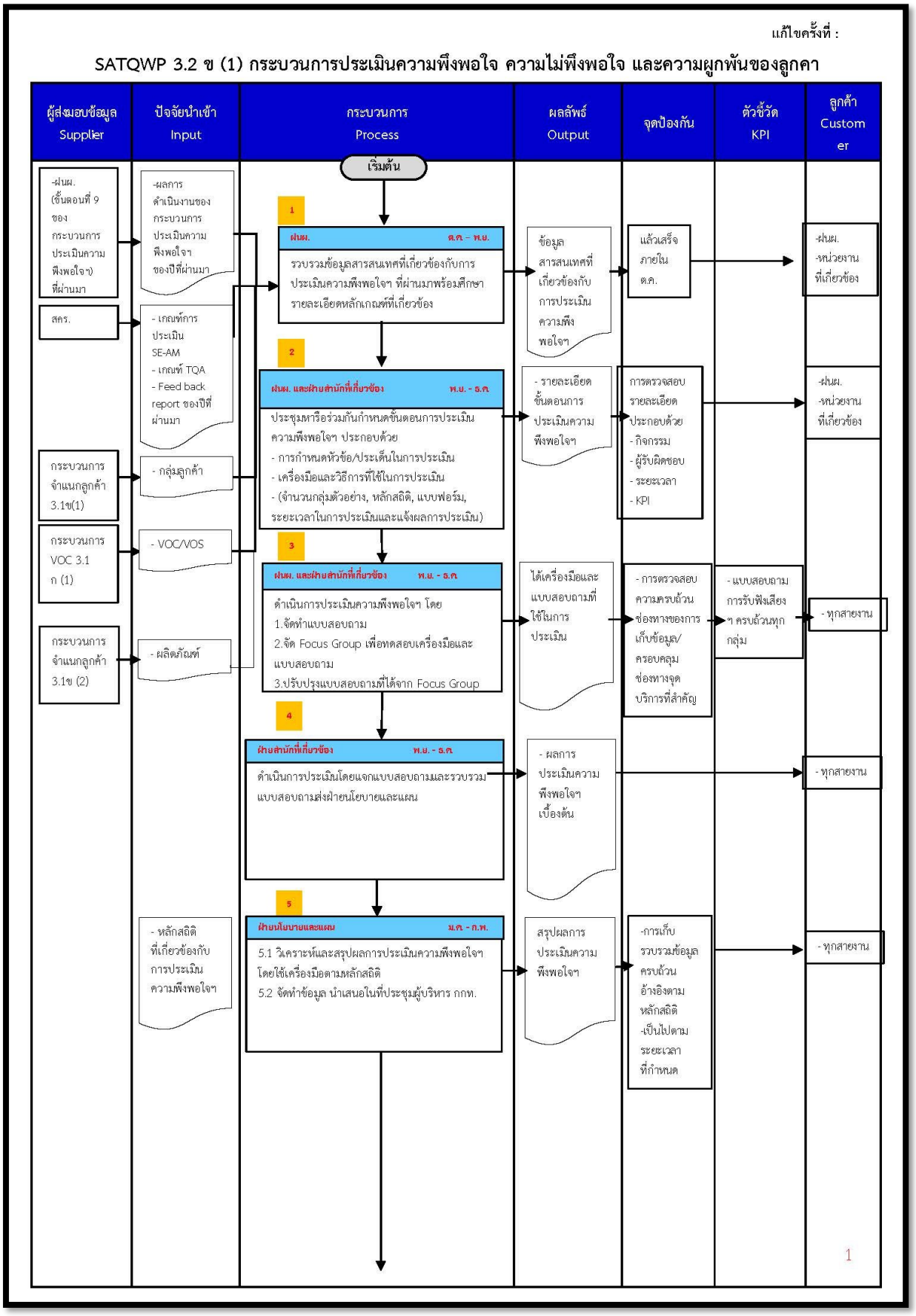
ข้อ	เกณฑ์	ตัวอย่าง	ค่าระดับโอกาส (Likelihood)					ค่าระดับผลกระทบ (Impact)				
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)	การดำเนินงานไม่สามารถสอดคล้องกับนโยบาย ตัวชี้วัด และเป้าหมายของหน่วยงาน	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
2	ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk)	ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามแผน ล่าช้า ผิดพลาด / การไม่ได้รับความร่วมมือ / ประสานงาน/ ไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนด / กระบวนการทำงานมีความซับซ้อนมากขึ้น/ เกิดอุบัติเหตุ หรือบาดเจ็บ จากกิจกรรม/ การโจมตีทางไซเบอร์/เกิดผลเสียกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของหน่วยงาน	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
3	ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	ส่งผลกระทบต่อรายได้/ สูญเสียรายได้ของหน่วยงาน	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
4	ความเสี่ยงด้านกฎ ระเบียบ (Compliance Risk)	ไม่สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้เกิดการละเมิดกฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง/ เกิดเรื่องร้องเรียนต่อหน่วยงาน /ภาพลักษณ์หน่วยงานเสียหาย	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด

รูปภาพแสดง : รายละเอียดเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับนำมาจัดลำดับความเสี่ยง

3.10 การประเมินความพึงพอใจ

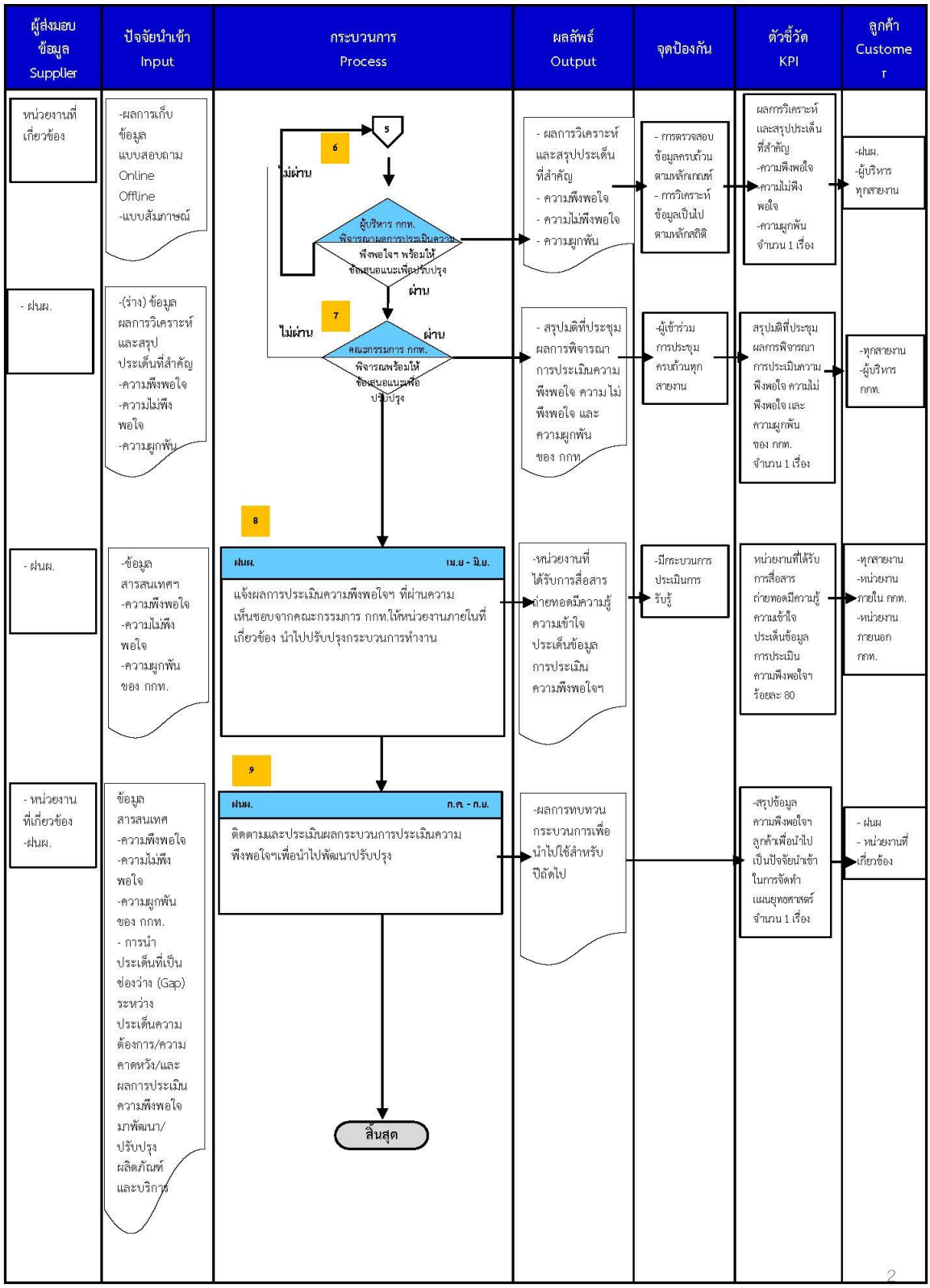
กกท. มีการวิเคราะห์ความต้องการ ความจำเป็นของรัฐวิสาหกิจทั้งในระยะสั้น และระยะยาวเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ รูปแบบความถี่ของการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการสนับสนุนลูกค้า การสร้างความผูกพัน และภาพลักษณ์ของรัฐวิสาหกิจอย่างครบถ้วนในทุกกลุ่มลูกค้า โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. รวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความพึงพอใจฯ ที่ผ่านมาพร้อมศึกษารายละเอียดหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
2. ประชุมหารือร่วมกันกำหนดขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจฯ ประกอบด้วย
   - การกำหนดหัวข้อ/ประเด็นในการประเมิน
   - เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการประเมิน
   - (จำนวนกลุ่มตัวอย่าง, หลักสถิติ, แบบฟอร์ม, ระยะเวลาในการประเมินและแจ้งผลการประเมิน)
3. ดำเนินการประเมินความพึงพอใจฯ โดย
   - จัดทำแบบสอบถาม
   - จัด Focus Group เพื่อทดสอบเครื่องมือและแบบสอบถาม
   - ปรับปรุงแบบสอบถามที่ได้จาก Focus Group
4. ดำเนินการประเมินโดยแจกแบบสอบถามและรวบรวมแบบสอบถามส่งฝ่ายนโยบายและแผน
5. วิเคราะห์และสรุปผลการประเมินความพึงพอใจฯ โดยใช้เครื่องมือตามหลักสถิติและจัดทำข้อมูลนำเสนอในที่ประชุมผู้บริหาร กกท.
6. ผู้บริหาร กกท.พิจารณาผลการประเมินความพึงพอใจฯ พร้อมให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง
7. คณะกรรมการ กกท.พิจารณพร้อมให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง
8. แจ้งผลการประเมินความพึงพอใจฯ ที่ผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการ กกท.ให้หน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้อง นำไปปรับปรุงกระบวนการทำงาน
9. ติดตามและประเมินผลกระบวนการประเมินความพึงพอใจฯ เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุง



รูปแสดง : กระบวนการประเมินความพึงพอใจ กลุ่มลูกค้าของ กกท.

SATQWP 3.2 ข (1) กระบวนการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของลูกค้า



รูปแสดง : กระบวนการประเมินความพึงพอใจ กลุ่มลูกค้าของ กกท. (ต่อเนื่อง)

บทที่ 4

กระบวนการวิเคราะห์แผนวิสาหกิจด้านการบริหารจัดการลูกค้า

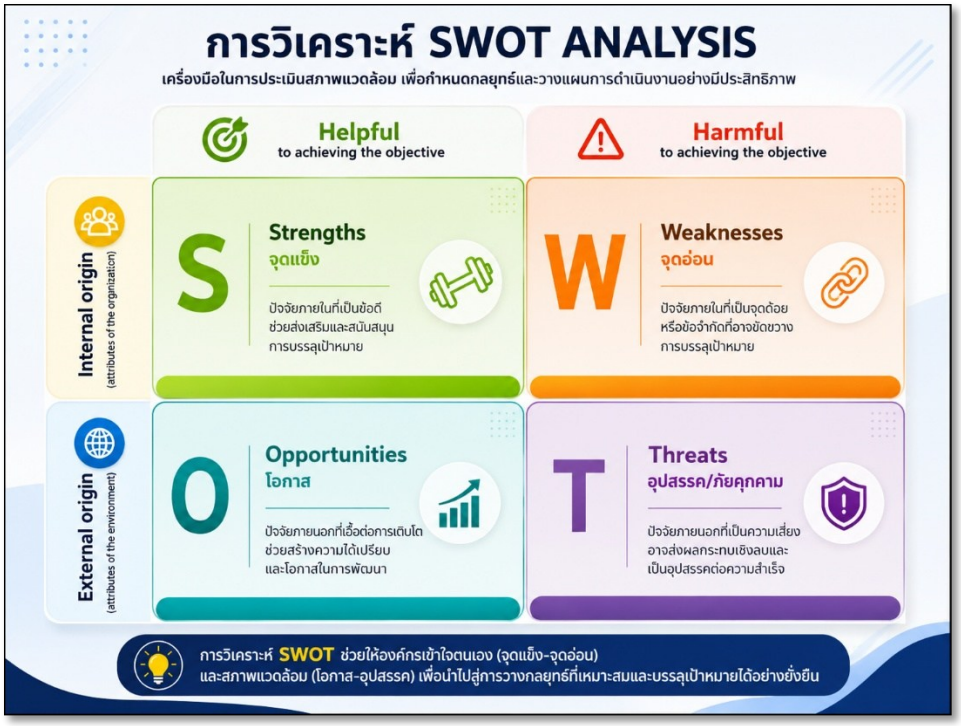
จากแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการลูกค้า และหลักเกณฑ์ประเมินรัฐวิสาหกิจด้านการมุ่งเน้นลูกค้า จะเห็นได้ว่าการบริหารจัดการลูกค้านั้นเป็นการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อปัญหา และประเด็นสำคัญที่ลูกค้าให้ความสำคัญ และก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างลูกค้ากับองค์กร ซึ่งจะสนับสนุนต่อการบรรลุวิสัยทัศน์และความยั่งยืนขององค์กรในอนาคต ดังนั้น การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าจึงมีความสำคัญในการกำหนดทิศทางแผนงาน ตลอดจนเป้าหมายด้านการบริหารจัดการลูกค้าขององค์กรให้มีความชัดเจนและบูรณาการกันทั้งในระดับองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านลูกค้าควรกำหนดอย่างเป็นระบบเพื่อให้การบริหารจัดการด้านลูกค้าสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและได้รับการ ปรับปรุง ให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

4.1 การรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศ

การรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการจัดทำแผนวิสาหกิจ (ระยะยาว) ด้านลูกค้าที่ต้องสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กรอย่างครอบคลุมข้อมูลที่สำคัญ ระดับองค์กร ระดับสายงานและระดับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก รายละเอียดตามข้อมูลในบทที่ 2

4.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรได้นำ SWOT Analysis มาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์หาจุดแข็ง และจุดอ่อน รวมถึงสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ โอกาส และอุปสรรค ที่จะมีผลต่อการดำเนินการซึ่งช่วยให้องค์กรเข้าใจสถานะ การบริหารจัดการลูกค้าขององค์กรได้ดียิ่งขึ้น และสามารถวางแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องเหมาะสมกับปัจจัยทั้งภายในและภายนอก เพื่อที่องค์กรจะได้ประสบผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมาย



รูปแสดง : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง) ของ กกท.

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง และ จุดอ่อน)

	Strengths (จุดแข็ง)	แหล่งข้อมูลอ้างอิง Fact Base
S1	องค์กรหลักด้านกีฬาของประเทศ ที่มีกฎหมายรองรับการดำเนินงานตามภารกิจที่ชัดเจน	S,I
S2	โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งการบริการด้านสถานที่ อุปกรณ์กีฬา และวิทยาศาสตร์การกีฬา ครอบคลุมส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	S,I
S3	มีลิขสิทธิ์รายการแข่งขันกีฬาระดับประเทศ และการส่งเสริมสนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬาระดับชาติ และนานาชาติ	S,I
S4	มีแหล่งงบประมาณจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ทำให้มีงบประมาณในสนับสนุนการพัฒนากีฬาเพิ่มขึ้น จากงบประมาณประจำปี	S,I
S5	มีบุคลากร และเครือข่ายในการสนับสนุนด้านการพัฒนานักกีฬา และให้บริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาทั้งใน และต่างประเทศ	S

ตารางแสดง : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง) ของ กกท.

	Weaknesses (จุดอ่อน)	Fact Base
W1	การกำหนดกระบวนการ แนวทาง และกลไกการกำกับติดตามการปฏิบัติงานตามวงจรชีวิตของลูกค้าเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายยังไม่ครบถ้วน	R
W2	การบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศด้านการรายงานผลการประเมินความพึงพอใจต่อทั้งคู่แข่งและคู่เทียบ ยังขาดการนำมาสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร	R
W3	การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรเพื่อนำมาตอบสนองความต้องการของลูกค้า ยังไม่มีกระบวนการที่เป็นระบบ	R
W4	กกท. ยังขาดการจัดเก็บข้อมูลเสียงของลูกค้าที่ครบถ้วนทุกช่องทางที่จะช่วยให้สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	R
W5	ยังไม่มีกระบวนการเตรียมความพร้อมด้านการจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณสำหรับโครงการเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้า)	R

ตารางแสดง : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (จุดอ่อน) ของ กกท.

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (โอกาส และ อุปสรรค)

Opportunities (โอกาส)		Fact Base
O1	รัฐบาลและหน่วยงานที่กำกับดูแล มีนโยบายและเป้าหมายการพัฒนากีฬาที่ชัดเจน และให้การสนับสนุนด้านกีฬาอย่างต่อเนื่อง เช่น แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านศักยภาพการกีฬา การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยกีฬา	S,P
O2	รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ	S,P
O3	สังคมตื่นตัวในการดูแลรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง โดยการออกกำลังกายและเล่นกีฬาเพิ่มมากขึ้น	S,I
O4	ความสำเร็จของนักกีฬาไทยในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติหรือกีฬาอาชีพรายการต่างๆ เป็นการสร้างความสุข ความนิยม และเป็นแรงจูงใจให้คนไทยหันมาออกกำลังกายและเล่นกีฬา	S,I
O5	มีเทคโนโลยีที่ช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและติดตามกีฬาได้หลากหลายช่องทาง	S
O6	เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคในการฝึกซ้อมและแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ โดยมีโครงสร้างพื้นฐานและนโยบายภาครัฐในการจัดกิจกรรมกีฬาระดับโลก สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม เหมาะสำหรับการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และการจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว	S

ตารางแสดง : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (โอกาส) ของ กกท.

Threats (อุปสรรค)		Fact Base
T1	นโยบายรัฐบาลในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนตามมาตรฐานสากล (Sustainable Development Goals : SDGs) ส่งผลให้การบริหารจัดการ และการจัดการแข่งขันกีฬาต้องมีการปรับตัว โดยนำกรอบมิติความยั่งยืน ได้แก่ มิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้บรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืน	S,I
T2	ภาวะความผันผวนทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้การสนับสนุนทางการกีฬาจากภาคเอกชนมีแนวโน้มลดลง	S
T3	พฤติกรรมและแนวโน้มความสนใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาของประชาชนลดลง	S,I
T4	อัตราการเกิดของประชากรไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง	S
T5	Climate change หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลกระทบทางตรงและทางอ้อมต่อการพัฒนากีฬาและเศรษฐกิจของประเทศไทย	S,I

ตารางแสดง : การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (อุปสรรค) ของ กกท.

แหล่งที่มาของข้อมูล ในการวิเคราะห์ SWOT (Fact Base)

R = รายงานผลการดำเนินงานด้าน Core Business Enablers ด้าน SCM ประจำปี 2568
S = แผนวิสาหกิจ กกท. พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)
I = องค์ความรู้/ฐานข้อมูลทั่วไป - การจัดการแข่งขันกีฬาระดับชาติ (กีฬาแห่งชาติ, กีฬาเยาวชนแห่งชาติ, กีฬาคนพิการ และกีฬาอาวุโส) - การจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬา (วิ่งเทรล, มาราธอน, MotoGP และมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ เป็นต้น - สำนักงาน กกท. (ส่วนกลาง, ภาค 1-5 และจังหวัด) - ข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ - ข้อมูลสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ - ข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
P = นโยบายภาครัฐ - ยุทธศาสตร์ 20 ปี - แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านศักยภาพทางกีฬา - แผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7
L = กฎ ระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง - พ.ร.บ. กกท. พ.ศ. 2560 - พ.ร.บ. ส่งเสริมกีฬาอาชีพ พ.ศ. 2556 - พ.ร.บ. กีฬามวย พ.ศ. 2542 - พ.ร.บ. ควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬาฯ - ข้อบังคับ กกท. ต่างๆ เป็นต้น

4.3 ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ และสมรรถนะหลัก

การระบุความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage: SA) และความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenge: SC) ด้านลูกค้าผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix ซึ่งจะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับอุปสรรค ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่สามารถสรุปเป็นความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ และความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ขององค์กร และทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถ แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

- กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกันเพื่อที่จะนามากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก
- กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีจุดแข็ง ขณะเดียวกันองค์กรต้องพบกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคจากภายนอกที่องค์กรควบคุมไม่ได้ แต่องค์กรสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันอุปสรรคที่มาจากภายนอกได้
- กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีโอกาสที่จะนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์กรมีอยู่
- กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคมาพิจารณาร่วมกันเพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและอุปสรรคภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้

กกท. ยังคงได้รับการยอมรับว่ามีความเชี่ยวชาญในด้านกีฬาซึ่งถือว่าเป็นความสามารถพิเศษ และเป็นจุดแข็งที่เป็นสมรรถนะหลักขององคกรที่สามารถนำมาใช้สร้างความได้เปรียบในการแขงขันและในการใช้การกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์ขององค์กร โดยใช้หลัก VRIO FRAMEWORK ประกอบด้วย

สมรรถนะหลักขององค์กร (Core Competency : CC)	
CC1	เป็นองค์กรหลักในการบูรณาการนโยบาย และกลยุทธ์ด้านกีฬา ของประเทศ
CC2	การบริหารจัดการการแข่งขันกีฬาระดับชาติและนานาชาติ ตามรายการที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือได้รับสิทธิ์ในการจัดการแข่งขัน
CC3	การบริหารจัดการสนามกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวก และเครื่องมือวิทยาศาสตร์การกีฬาที่ได้มาตรฐาน ทั้งส่วนกลาง และภูมิภาค

ตารางแสดง : สมรรถนะหลักของ กกท.

การวิเคราะห์สมรรถนะหลัก (Core Competency)การวิเคราะห์สมรรถนะหลัก (Core Competency)

จากการวิเคราะห์สมรรถนะหลักของ กกท. ตามกรอบ VRIO Framework ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย คือ

V = Value คือ คุณค่าของทรัพยากรที่มี ทำให้ได้เปรียบคู่แข่งหรือไม่

R = Rareness คือ ความหายากของทรัพยากรนั้น คู่แข่งอื่นมีหรือหาได้ง่ายหรือไม่

I = Imitability คือ การลอกเลียนแบบทรัพยากรนั้น ทำได้ง่ายหรือไม่

O = Organization คือ การที่องค์กรสามารถนำทรัพยากรนั้นมาใช้ประโยชน์ได้หรือไม่

สามารถสรุปได้

ทรัพยากร	Value	Rare	Imitate	Organized	ความได้เปรียบ	คำอธิบาย
CC1 เป็นองค์กรหลักในการบูรณาการนโยบายและกลยุทธ์ด้านกีฬาของประเทศ	✓	✓	✓	✓	มีความได้เปรียบที่ยั่งยืน	กกท. เป็นองค์กรหลักด้านการกีฬาที่ถูกจัดตั้งตาม พรบ. การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 โดยมีภารกิจในการส่งเสริม สนับสนุนการกีฬาในทุกมิติ ได้แก่การพัฒนากีฬาขั้นพื้นฐาน กีฬาเพื่อมวลชน กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ การพัฒนาบุคลากรการกีฬา และการส่งเสริมอุตสาหกรรมการกีฬา ทั้งนี้ กกท. ถูกกำหนดให้ดำเนินการ ตาม พรบ. เพื่อส่งเสริมด้านกีฬา ประกอบด้วย 1. พรบ.การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ.2558 2. พรบ.กีฬามวย พ.ศ 2542 3. พรบ.ควบคุมการใช้สารต้องห้ามฯ พ.ศ. 2555 4. พรบ.ส่งเสริมกีฬาอาชีพ พ.ศ 2556 การเป็นตัวกลาง (Facilitator) ที่สามารถเชื่อมต่อ บังคับใช้มาตรฐาน และกำกับดูแลระบบนิเวศด้านการกีฬาของชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ
CC2 การบริหารจัดการการแข่งขันกีฬาระดับชาติและนานาชาติตามรายการที่ กกท. เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือได้รับสิทธิ์ในการจัดการแข่งขัน	✓	✕	✕	✓	มีความได้เปรียบชั่วคราว	การกีฬาแห่งประเทศไทยมีความสามารถในการบริหารจัดการทางการกีฬาทั้งในทางด้านการจัดการแข่งขันและสนับสนุนกีฬาทั้งกีฬาระดับชาติ (กีฬาแห่งชาติ กีฬาเยาวชนแห่งชาติ กีฬาคนพิการแห่งชาติ กีฬาผู้อาวุโสแห่งชาติ) และกีฬาระดับนานาชาติ เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวและกีฬาให้กับประเทศ
CC3 การบริหารจัดการสนามกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวก และเครื่องมือวิทยาศาสตร์การกีฬาที่ได้มาตรฐานทั้งส่วนกลาง และภูมิภาค	✓	✕	✓	✓	มีความได้เปรียบชั่วคราว	กกท.มีโครงสร้างพื้นฐานที่ครบถ้วน และครอบคลุมตั้งแต่สนามกีฬา อุปกรณ์ฝึกซ้อม ห้องปฏิบัติการ ที่พัก และองค์ความรู้และบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านกีฬา ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า แต่ในขณะเดียวกันทรัพยากรบุคคลเหล่านี้ก็มีตามมหาวิทยาลัยอยู่ด้วย ซึ่งทำให้ทรัพยากรบุคคลไม่ได้เป็นที่หายากหรือยากในการเลียนแบบ ดังนั้น กกท.ควรแสวงหาความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตนเองมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น

TOWS Matrix

	Strengths	Weaknesses
Opportunities	<u>กลยุทธ์เชิงรุก</u> SA1 พัฒนา กกท. เป็นศูนย์กลางการพัฒนากีฬาและวิทยาศาสตร์การกีฬาระดับภูมิภาค (S1,S2,S5 + O1,O6) SA2 ขยายอุตสาหกรรมกีฬาและการจัดมหกรรมกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ (S3,S4+ O2,O6) SA3 ยกระดับบริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาผ่าน Digital Platform (S2,S5 + O3,O5) SA4 ใช้ความสำเร็จของนักกีฬาไทยสร้างแรงบันดาลใจและเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชน (S3,S5 + O4,O5) SA5 พัฒนาระบบสนับสนุนการพัฒนากีฬาแบบครบวงจรตลอด Value Chain (S1,S4,S5 + O1,O2,O3)	<u>กลยุทธ์เชิงแก้ไข</u> SC6 พัฒนาระบบกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ (CRM) และการรับฟังเสียงลูกค้า (W1,W4 + O5) SC7 พัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อใช้ข้อมูลพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ (W2,W3 + O5) SC8 พัฒนานวัตกรรมบริการกีฬาเพื่อตอบโจทย์ผู้ใช้บริการ (W3 + O3,O4) SC9 พัฒนาระบบบริหารทรัพยากรและงบประมาณด้วยเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ (W5 + O1,O2) SC10 พัฒนาระบบฐานข้อมูลกีฬาแห่งชาติ Big Data (W2,W4 + O6)
Threats	<u>กลยุทธ์เชิงป้องกัน</u> SC1 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและบริการกีฬาให้สอดคล้องมาตรฐาน ESG และความยั่งยืน (S2,S5 + T1,T5) SC2 พัฒนารูปแบบการหารายได้ใหม่เพื่อลดผลกระทบจากภาครัฐและสภาพเศรษฐกิจ (S3,S4 + T2) SC3 เพิ่มความนิยมกีฬาและสร้างฐานผู้ชมเยาวชนรุ่นใหม่ (S3,S5 + T3) SC4 พัฒนาฐานนักกีฬาและประชาชนทุกช่วงวัยรองรับโครงสร้างประชากรที่มีการเปลี่ยนแปลง (S2,S5 + T4) SC5 พัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงด้านภัยพิบัติและภัยธรรมชาติ (S1,S2 + T5)	<u>กลยุทธ์เชิงรับ</u> SC11 เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงบประมาณและทรัพยากรภายใต้ข้อจำกัดทางภาครัฐและสภาพเศรษฐกิจ (W1,W5 + T2) SC12 พัฒนาระบบข้อมูลลูกค้าเพื่อรักษาฐานผู้ใช้บริการกีฬา (W2,W4 + T3) SC13 พัฒนานวัตกรรมบริการที่คำนึงถึง ESG และความยั่งยืน (W3 + T1,T5) SC14 พัฒนาผลิตภัณฑ์กีฬาให้ตอบโจทย์สังคมทุกช่วงวัย (W4 + T4) SC15 ยกระดับองค์กรสู่ Data-driven Organization เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต (W2,W3,W4 + T1-T5)

ตารางแสดง : การระบุความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage: SA) และความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenge: SC) โดยใช้เครื่องมือ TOWS Matrix ของ กกท.

สรุปประเด็นความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenge : SC) และความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage: SA) พร้อมกำหนดแนวทางการดำเนินงาน ของ กกท.

ประเด็น	แนวทางการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงการให้บริการของ กกท.
SA1 พัฒนา กกท. เป็นศูนย์กลางการพัฒนากีฬาและวิทยาศาสตร์การกีฬาระดับภูมิภาค	- ยกระดับศูนย์ฝึกกีฬาและศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬาให้ได้มาตรฐานสากล - ดึงการแข่งขันระดับนานาชาติเข้ามาจัดในประเทศไทย - เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
SA2 ขยายอุตสาหกรรมกีฬาและการจัดมหกรรมกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ	- เพิ่มสิทธิ์การจัดการแข่งขันระดับนานาชาติ - พัฒนาระบบ Sport Event Business - ส่งเสริม Sports Economy
SA3 ยกระดับบริการด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาผ่าน Digital Platform	- Sports Science Online - Tele Sports Science - Digital Coach
SA4 ใช้ความสำเร็จของนักกีฬาไทยสร้างแรงบันดาลใจและเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชน	- นำนักกีฬาที่ประสบความสำเร็จสร้างแรงบันดาลใจ - ส่งเสริมอินฟูลเอนเซอร์สายกีฬาบนโลกออนไลน์
SA5 พัฒนาระบบสนับสนุนการพัฒนากีฬาแบบครบวงจรตลอด Value Chain	- สนับสนุนสมาคมกีฬา - สนับสนุนเยาวชน - สนับสนุนกีฬาอาชีพ
SC1 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและบริการกีฬาให้สอดคล้องมาตรฐาน ESG และความยั่งยืน	- การบริหารจัดการสนามกีฬา และการจัดกิจกรรมกีฬาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมความยั่งยืน
SC2 พัฒนารูปแบบการหารายได้ใหม่เพื่อลดผลกระทบจากภาครัฐและสภาพเศรษฐกิจ	- การขอรับการสนับสนุนจากสปอร์เซอร์/เอกชน - ส่งเสริมการพัฒนากีฬาเชิงพาณิชย์และอุตสาหกรรมกีฬา
SC3 เพิ่มความนิยมกีฬาและสร้างฐานผู้ชมเยาวชนรุ่นใหม่	- การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสร้างความผูกพันและประสบการณ์ทางการกีฬา
SC4 พัฒนาฐานนักกีฬาและประชาชนทุกช่วงวัยรองรับโครงสร้างประชากรที่มีการเปลี่ยนแปลง	- ส่งเสริมกิจกรรมกีฬาสำหรับผู้สูงวัยและเยาวชน
SC5 พัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงด้านภัยพิบัติและภัยธรรมชาติ	- จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) และแผนบริหารความเสี่ยงด้านการเงิน เพื่อรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจ
SC6 พัฒนาระบบกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ (CRM) และการรับฟังเสียงลูกค้า	- พัฒนาระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลผู้ใช้บริการทุกช่องทางให้เป็นฐานข้อมูลเดียวกัน - พัฒนาระบบรวบรวมและวิเคราะห์เสียงของลูกค้า (VOC) เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าอย่างเป็นระบบ - พัฒนาระบบติดตามเส้นทางการใช้บริการของลูกค้า (Customer Journey) เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงการบริการในทุกจุดสัมผัส
SC7 พัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อใช้ข้อมูลพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ	- พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร (Dashboard) สำหรับติดตามผลการดำเนินงานและข้อมูลลูกค้าแบบ Real-time - การ เพื่อคาดการณ์แนวโน้มความต้องการของลูกค้า - จัดทำข้อมูลเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการ คู่แข่งขัน และแนวโน้มอุตสาหกรรมกีฬา เพื่อสนับสนุนการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

ประเด็น	แนวทางการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงการให้บริการของ กกท.
SC8 พัฒนานวัตกรรมบริการกีฬาเพื่อตอบโจทย์ผู้ใช้บริการ	- พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านกีฬาและการออกกำลังกายรูปแบบใหม่ หรือผ่านช่องทางดิจิทัลที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนทุกช่วงวัย - พัฒนาโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพและการออกกำลังกาย (Wellness Program) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน - ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมร่วมกับเครือข่ายด้านกีฬา
SC9 พัฒนาระบบบริหารทรัพยากรและงบประมาณด้วยเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	- การจัดลำดับความสำคัญของโครงการตามยุทธศาสตร์องค์กร ให้สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์และความต้องการ - พัฒนาระบบการจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation) ให้เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด - ติดตามและประเมินผลการใช้ทรัพยากรและงบประมาณอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าและความโปร่งใสในการบริหารจัดการ
SC10 พัฒนาระบบฐานข้อมูลกีฬาแห่งชาติ Big Data	- พัฒนาระบบฐานข้อมูลกีฬาแห่งชาติ (National Sports Database) เพื่อบูรณาการข้อมูลด้านนักกีฬา สนามกีฬา การแข่งขัน ผู้ใช้บริการ และหน่วยงานเครือข่ายไว้ในฐานข้อมูลกลางของ กกท.
SC11 เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงบประมาณและทรัพยากรภายใต้ข้อจำกัดทางภาครัฐและสภาพเศรษฐกิจ	- พัฒนาระบบบริหารงบประมาณและทรัพยากรแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Performance-based Budgeting) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของโครงการและการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด - ส่งเสริมการระดมทุนจากภาคเอกชน กองทุน และความร่วมมือแบบ Public-Private Partnership (PPP) เพื่อลดการพึ่งพางบประมาณภาครัฐ
SC12 พัฒนาระบบข้อมูลลูกค้าเพื่อรักษาฐานผู้ใช้บริการกีฬา	- พัฒนาระบบฐานข้อมูลลูกค้าแบบบูรณาการ และระบบ CRM เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลผู้ใช้บริการทุกช่องทาง - จัดเก็บและวิเคราะห์เสียงและเส้นทางเดินของลูกค้า เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้า
SC13 พัฒนานวัตกรรมบริการที่คำนึงถึง ESG และความยั่งยืน	- พัฒนานวัตกรรมบริการกีฬาและการจัดการแข่งขันที่คำนึงถึงหลัก ESG และความยั่งยืน - นำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการสนามกีฬาและการจัดกิจกรรมกีฬา
SC14 พัฒนาผลิตภัณฑ์กีฬาให้ตอบโจทย์สังคมทุกช่วงวัย	- ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก สนามกีฬา และอุปกรณ์กีฬาให้เป็น Universal Design รองรับทุกช่วงวัยและผู้พิการ - ส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานด้านสาธารณสุข การศึกษา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อขยายการเข้าถึงบริการกีฬาในทุกพื้นที่
SC15 ยกระดับองค์กรสู่ Data-driven Organization เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	- พัฒนา Big Data เพื่อบูรณาการข้อมูลด้านลูกค้า นักกีฬา การแข่งขัน สนามกีฬา และผลการดำเนินงานไว้ในฐานข้อมูลกลางของ กกท. - พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านทักษะดิจิทัล เพื่อใช้ในการบริหารงาน องค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-driven)

ตารางแสดง : ประเด็นความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenge : SC) และความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage: SA) พร้อมกำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงการให้บริการของ กกท.

4.4 การจัดการความสัมพันธ์ฯ

การเสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองประเด็นของลูกค้าโดย กกท. ต้องพิจารณาความสามารถและข้อจำกัดในมุมมองต่างๆ ตลอดจนความสามารถและความพร้อมขององค์กร ได้แก่ การจัดสรรทรัพยากรขององค์กร ความรู้ความเข้าใจของหน่วยงาน/ บุคลากรที่รับผิดชอบ ทักษะความสามารถที่จำเป็น รวมถึงการรวบรวมข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เพื่อนำมาวิเคราะห์ผลการดำเนินงานในอดีตที่ผ่านมา เพื่อกำหนดปัญหาหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานรวมถึงอาศัยข้อมูลสารสนเทศฯ (ความต้องการ – ความคาดหวัง) และผลการประเมินความพึงพอใจในการให้บริการ (Gaps) สำหรับใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงการทำงานของ กกท.

กกท. จึงได้ดำเนินการวิเคราะห์แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า ประเด็นความได้เปรียบและประเด็นความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนากระบวนการออกแบบและปรับปรุงการให้บริการ ของ กกท. พร้อมเชื่อมโยงสู่การพัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์/บริการ สู่การจัดทำแผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์ประจำปี โดยบูรณาการการเชื่อมโยงกับแผนวิสาหกิจ กกท. ตัวชี้วัดที่สำคัญสู่กระบวนการทำงานระดับสายงานครอบคลุมทุกฝ่ายและสำนัก ดังต่อไปนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประกอบด้วย	ลักษณะความสัมพันธ์	ลักษณะการสื่อสาร	วิธีการสร้างความสัมพันธ์	เป้าหมาย
กลุ่มลูกค้าและผู้ใช้บริการ	- นักกีฬา - บุคลากรกีฬา - ผู้ใช้บริการ	การให้คำปรึกษาและรับฟังความคิดเห็น (Consult)	การตอบแบบสอบถาม การร่วมกิจกรรมสัมมนาหรือ Workshop	การทำแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ หรือการจัด Workshop เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะโดยตรง นอกจากนี้ยังอาจมีการจัดประชุมหรือการจัดกิจกรรมต่างๆ	การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการใช้บริการต่าง ๆ ของ กกท.

ตารางแสดง : รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า กกท.

บทที่ 5
แผนวิสาหกิจด้านการบริหารจัดการลูกค้า กกท.

จากการพิจารณาแผนวิสาหกิจขององค์กรตลอดจนวิเคราะห์ประเด็นความต้องการความคาดหวังของลูกค้า พบว่าองค์กรควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงบทบาทของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มลูกค้ามีอิทธิพลมากขึ้นต่อความสำเร็จและการดำเนินงานขององค์กรจึงให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันกับลูกค้าโดยคำนึงถึงความต้องการ ความคาดหวังของกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่มตลอดจนมีกระบวนการติดตามและประเมินผลของการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นระบบเพื่อให้องค์กรเกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและนำไปบูรณาการทำงานให้เกิดการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนจึงนำไปสู่การจัดทำแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและแผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์ด้านลูกค้าได้ ดังนี้

5.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

"มุ่งเน้นการขับเคลื่อนโดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อสร้างคุณค่า และความสำเร็จตามเป้าหมายของ กกท. อย่างยั่งยืน"

5.2 พันธกิจ (Mission)

1. มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างผลสำเร็จตามเป้าหมายองค์กร
2. สร้างความพึงพอใจ และความผูกพันในการบริการให้มีมาตรฐาน
3. พัฒนาการเข้าถึง และสร้างประสบการณ์ใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. ด้วยนวัตกรรม



ตารางแสดง : ค่านิยม วิสัยทัศน์ และพันธกิจ ตามแผนวิสาหกิจด้านลูกค้า กกท. 2569 - 2573 (ทบทวนปี 2570)

5.3 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objective)

1. การพัฒนานักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ
2. การพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพและกีฬามวย
3. การพัฒนากิจกรรมกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับลูกค้าขององค์กร
4. การพัฒนาการให้บริการเพื่อเพิ่มศักยภาพศูนย์บริการทางการกีฬา
5. การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เพื่อตอบสนองทุกกลุ่มลูกค้าขององค์กร

5.4 เป้าประสงค์ (Goal)

1. ความสำเร็จในเรื่องพัฒนานักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ
2. ความสำเร็จในเรื่องพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬาเพื่อการอาชีพ
3. มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากการแข่งขันและการจัดกิจกรรมกีฬาทั้งประเทศ
4. สร้างรายได้จากสถานที่และศูนย์บริการทางการกีฬาของ กกท.
5. ผลการประเมินตามเกณฑ์ Core Business Enabler ด้านการมุ่งเน้นการบริหารจัดการลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



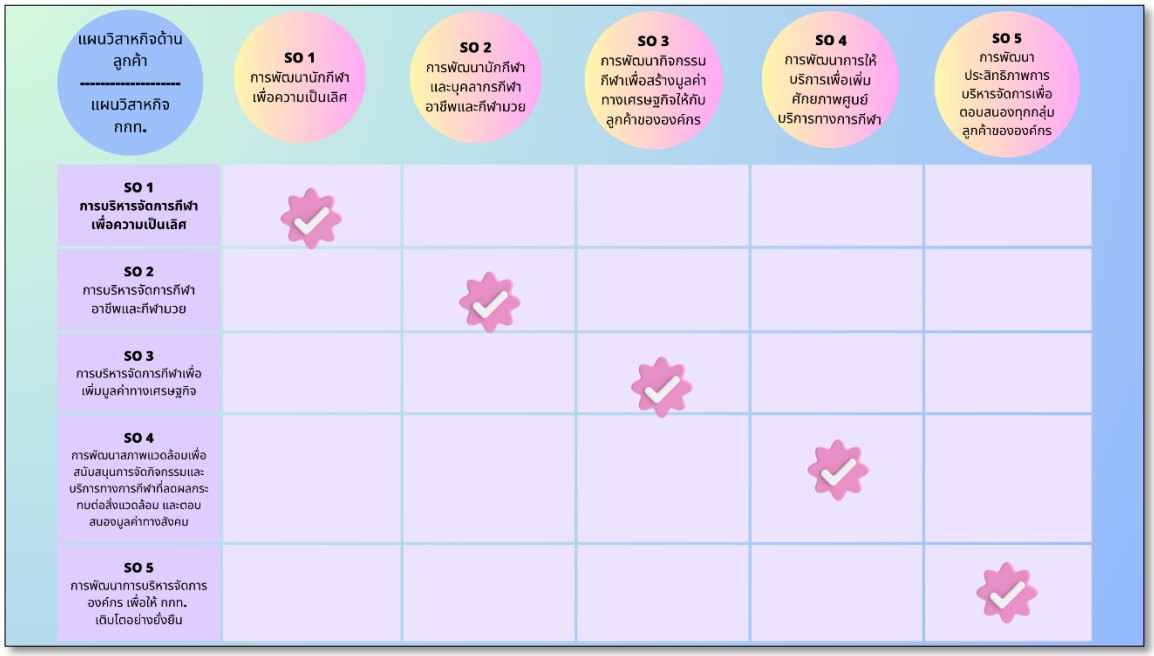
ตารางแสดง : วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ และเป้าประสงค์ แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า กกท. พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)



ตารางแสดง : วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ จำนวน 5 ข้อ ของแผนวิสาหกิจด้านลูกค้า กกท. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)

5.5 ความสอดคล้องแผนวิสาหกิจการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570) และแผนวิสาหกิจด้านการบริหารจัดการลูกค้า กกท. พ.ศ. 2569 – 2573 (ทบทวนปี 2570)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ของแผนวิสาหกิจด้านการบริหารจัดการลูกค้า ของ กกท. มีความสอดคล้อง/เชื่อมโยงกับแผนวิสาหกิจการกีฬาแห่งประเทศไทย โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ตารางแสดง : ความสอดคล้องแผนวิสาหกิจ กกท. และแผนวิสาหกิจด้านลูกค้า กกท.

5.6 ความเชื่อมโยงวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ กับรายละเอียดตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย ตามแผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

5.6.1 แผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ประจำปี 2570

แผนการปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การกีฬาแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

1. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและองค์ความรู้ด้านกีฬา

Objective

เพื่อยกระดับศักยภาพบุคลากรกีฬา บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา และบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีสมรรถนะตามมาตรฐานสากล สามารถให้บริการ สนับสนุน และพัฒนาระบบกีฬาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นแก่สมาคมกีฬา หน่วยงานกำกับดูแล และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อคุณภาพการให้บริการของ กกท.

Active	KPI	Owner/ Supporter*	Customer	Output	Outcome	Quarter			
						1	2	3	4
1.1 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรกีฬาเป็นเลิศ	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมตามมาตรฐาน (คน)	ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (บุคลากรกีฬา)	- หลักสูตรพัฒนาสมาคมกีฬา, ผู้จัดการแข่งขัน,บุคลากรกีฬา - บุคลากรที่ผ่านการอบรมมีศักยภาพเพิ่มขึ้น และนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน - ฐานข้อมูลบุคลากรกีฬา	- ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ผ่านการอบรมไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน สร้างการยอมรับและความเชื่อมั่น		★	★	★
1.2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรวิทยาศาสตร์การกีฬา	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมตามมาตรฐาน (คน)	ฝ่ายวิทยาศาสตร์การกีฬา	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักวิทยาศาสตร์การกีฬา, นักโภชนาการกีฬา, นักจิตวิทยาการกีฬา)	- หลักสูตรพัฒนาบุคลากรวิทยาศาสตร์การกีฬา - บุคลากรที่ผ่านการอบรมมีศักยภาพเพิ่มขึ้น และนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน - ฐานข้อมูลบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา	- ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ผ่านการอบรมไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน สร้างการยอมรับและความเชื่อมั่น		★	★	★
1.3 การพัฒนาความรู้ด้านสารต้องห้ามทางการกีฬา	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมตามมาตรฐาน (คน)	สำนักงานควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬา	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักกีฬา, บุคลากรกีฬา)	- หลักสูตรอบรม - สื่อความรู้ - ระบบ e-Learning - บุคลากรที่ผ่านการอบรมที่มีมาตรฐาน	- ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ผ่านการอบรมไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน สร้างการยอมรับและความเชื่อมั่น	★	★	★	★
1.4 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรกีฬาอาชีพ	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมตามมาตรฐาน (คน)	สำนักงานคณะกรรมการกีฬาอาชีพ	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (บุคลากรกีฬา)	- หลักสูตรพัฒนาสมาคมกีฬา, ผู้จัดการแข่งขัน,บุคลากรกีฬา - บุคลากรที่ผ่านการอบรมมีศักยภาพเพิ่มขึ้น และนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน - ฐานข้อมูลบุคลากรกีฬา	- ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ผ่านการอบรมไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน สร้างการยอมรับและความเชื่อมั่น		★	★	★

แผนการปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การกีฬาแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

2. โครงการยกระดับ NTC สู่มาตรฐานสากล

Objective

เพื่อพัฒนาศักยภาพนักกีฬาไทยด้วยระบบการเตรียมความพร้อมแบบบูรณาการ ทั้งด้านสมรรถภาพร่างกาย วิทยาศาสตร์การกีฬา โภชนาการ จิตวิทยา และเทคนิคกีฬา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ และสร้างความเชื่อมั่นแก่สมาคมกีฬา ผู้ฝึกสอน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อระบบการพัฒนานักกีฬาเป็นเลิศของ กกท.

Active	KPI	Owner/ Supporter*	Customer	Output	Outcome	Quarter			
						1	2	3	4
2.1 การพัฒนากระบวนการเตรียมความพร้อมนักกีฬาเป็นเลิศ	- ร้อยละ 80 ของนักกีฬากลุ่มเป้าหมายสามารถทำผลงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนดร่วมกับสมาคมกีฬา	ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักกีฬา)	- แผนพัฒนานักกีฬารายบุคคล (Individual Athlete Development Plan) - แผนการเก็บตัวและฝึกซ้อม - รายงานประเมินสมรรถนะนักกีฬา	- นักกีฬามีความพร้อมและผลสำเร็จจากการแข่งขัน		★	★	★
2.2 การพัฒนากระบวนการสนับสนุนวิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อเพิ่มศักยภาพนักกีฬา	- รายงานผลด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาที่นำไปพัฒนาศักยภาพนักกีฬาด้านการฝึกซ้อมและการแข่งขัน 1 เรื่อง - ระดับความพึงพอใจผู้ใช้บริการ (4.00)	ฝ่ายวิทยาศาสตร์การกีฬา	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักกีฬา)	- รายงานผลการทดสอบสมรรถภาพ - โปรแกรมพัฒนานักกีฬารายบุคคล - ฐานข้อมูลวิทยาศาสตร์การกีฬา - รายงานวิเคราะห์สมรรถนะ - แผนพัฒนานักกีฬาด้วยวิทยาศาสตร์การกีฬารายบุคคล	- นักกีฬาได้รับการพัฒนาตามหลักวิทยาศาสตร์ ผู้ฝึกสอนและสมาคมกีฬาสามารถใช้ข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการฝึกซ้อมและการแข่งขัน		★	★	★

แผนการปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การกีฬาแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

3. โครงการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและบริการสถานกีฬา

Objective

เพื่อยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริหารจัดการสถานกีฬาของ กกท. ให้มีมาตรฐานสากล ปลอดภัย ทันสมัย และสามารถให้บริการแก่ประชาชน นักกีฬา สมาคมกีฬา และผู้จัดการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้ประโยชน์สถานกีฬาอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

Active	KPI	Owner/ Supporter*	Customer	Output	Outcome	Quarter			
						1	2	3	4
3.1 การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานกีฬา	- ร้อยละความสามารถในการเบิกจ่ายตามแผนงบลงทุน (ร้อยละ 100)	ฝ่ายวิศวกรรมกีฬา	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักกีฬา, ประชาชน)	- สนามกีฬาและศูนย์ฝึกกีฬาที่ได้รับการก่อสร้างหรือปรับปรุง - สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน พร้อมใช้งาน	- สถานกีฬามีมาตรฐานสากลรองรับการแข่งขันและการให้บริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการและหน่วยงานกำกับ		★	★	★
3.2 การพัฒนาระบบบริหารจัดการและการให้บริการสถานกีฬาอัจฉริยะ	- มีระบบจองใช้สนามกีฬา 1 ระบบ	ฝ่ายธุรกิจกีฬา /ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ*	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (ประชาชน)	- ระบบบริหารสถานกีฬาอัจฉริยะ (Smart Stadium Management System) - ระบบจองใช้สนามออนไลน์ - Dashboard การใช้ประโยชน์สถานกีฬา - รายงานสถิติการใช้บริการ	- ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากขึ้น ขณะที่ กกท. สามารถบริหารจัดการสถานกีฬาโดยใช้ข้อมูล (Data-driven Management) เพิ่มอัตราการใช้ประโยชน์และประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์	★	★		

แผนการปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การกีฬาแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

4. โครงการยกระดับการให้บริการกิจกรรมกีฬาและการใช้ประโยชน์สถานกีฬา

Objective

เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการกิจกรรมกีฬาและการใช้ประโยชน์สถานกีฬาของ กกท. ให้ประชาชน นักกีฬา และผู้จัดการแข่งขันสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึง สะดวก ปลอดภัย และมีคุณภาพ พร้อมทั้งสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนและการใช้ประโยชน์จากสถานกีฬาของ กกท. อย่างคุ้มค่า

Active	KPI	Owner/ Supporter*	Customer	Output	Outcome	Quarter			
						1	2	3	4
4.1 การพัฒนาการจัดกิจกรรมกีฬาและกิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกาย (SAT Sport Event)	- รายได้จากการจัดกิจกรรมหรือการใช้สถานกีฬา (ล้านบาท) - มูลค่าเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น (ล้านบาท) - จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม/ออกกำลังกาย (คน)	ฝ่ายธุรกิจกีฬา	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (ประชาชน, นักกีฬา, ผู้เข้าร่วมกิจกรรม)	- กิจกรรม SAT Sport Event - แผนประชาสัมพันธ์กิจกรรม - รายงานผลการจัดกิจกรรม	- ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง และภาคีเครือข่ายมีความร่วมมือกับ กกท. มากขึ้น		★	★	★
4.2 การพัฒนาการจัดกิจกรรมกีฬาในภูมิภาค (Regional Sport Event)	- รายได้จากการจัดกิจกรรมหรือการใช้สถานกีฬา (ล้านบาท) - มูลค่าเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น (ล้านบาท) - จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม/ออกกำลังกาย (คน)	ฝ่ายกีฬาภูมิภาค	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (ประชาชน, นักกีฬา, ผู้เข้าร่วมกิจกรรม)	- กิจกรรมกีฬาในภูมิภาค - เครือข่ายการจัดกิจกรรมระดับจังหวัด - รายงานผลการดำเนินงาน	- ประชาชนในภูมิภาคเข้าถึงกิจกรรมกีฬาเพิ่มขึ้น เกิดเครือข่ายความร่วมมือด้านกีฬาในระดับพื้นที่ และเพิ่มการใช้ประโยชน์สถานกีฬาในภูมิภาค		★	★	★

แผนการปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การกีฬาแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

5. โครงการพัฒนาระบบนิเวศกีฬาและเครือข่ายความร่วมมือด้านกีฬา

Objective

เพื่อพัฒนาระบบนิเวศกีฬา (Sports Ecosystem) ของประเทศไทยให้ครอบคลุมการพัฒนาเยาวชน กีฬาอาชีพ และกีฬามวย ผ่านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง กกท. สมาคมกีฬา สถานศึกษา ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างโอกาสทางการกีฬา พัฒนาศักยภาพบุคลากร และยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน

Active	KPI	Owner/ Supporter*	Customer	Output	Outcome	Quarter			
						1	2	3	4
5.1 การพัฒนาระบบสร้างโอกาสทางการกีฬาและเส้นทางนักกีฬา (Youth Development Pathway)	- สร้างนักกีฬาระดับเยาวชน (คน)	ฝ่ายกีฬาภูมิภาค	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (เด็กและเยาวชน, นักกีฬาเยาวชน, โรงเรียนและสถานศึกษา)	- โครงการ Youth Development - Talent Identification Program - เครือข่ายโรงเรียนและสถานศึกษา	- เยาวชนเข้าถึงโอกาสทางการกีฬาเพิ่มขึ้น และเกิดระบบพัฒนานักกีฬาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับฐานราก		★	★	★
5.2 การพัฒนาระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Professional Sports Ecosystem)	- มูลค่าเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาอาชีพ (ล้านบาท)	สำนักงานคณะกรรมการกีฬาอาชีพ	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักกีฬาอาชีพ, ผู้จัดการแข่งขันกีฬาอาชีพ)	- แผนพัฒนากีฬาอาชีพ - โครงการสนับสนุนสมาคมกีฬาอาชีพ - เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ - มาตรฐานการแข่งขันกีฬาอาชีพ	- ระบบกีฬาอาชีพมีความเข้มแข็ง เกิดการลงทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมกีฬาไทย			★	★
5.3 การยกระดับมาตรฐานการแข่งขันและบุคลากรกีฬามวย	- จำนวนค่ายมวยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (จากปีที่ผ่านมา) - ร้อยละของบุคคลากรกีฬามวยที่ผ่านการอบรมตามเกณฑ์มาตรฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (630 คน)	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักมวย, ค่ายมวย, ผู้จัดการแข่งขันกีฬามวย, บุคลากรกีฬามวย)	- ระบบทะเบียนค่ายมวยและบุคลากรมวย - ฐานข้อมูลดิจิทัล - มาตรฐานการแข่งขันกีฬามวย	- ระบบกีฬามวยมีมาตรฐานโปร่งใส และสามารถใช้ข้อมูลสนับสนุนการกำกับดูแลและการพัฒนาวงการมวยไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ		★	★	★

ตารางแสดง : แผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า กกท. ประจำปี 2570

บทที่ 6
การสื่อสาร ถ่ายทอดแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กกท. และแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ

6.1 แนวทางการสื่อสาร ถ่ายทอด อบรมให้ความรู้ และการติดตามประเมินผล

กกท. ยึดหลักการมีส่วนร่วมเพื่อนำไปสู่การดำเนินงาน การสร้างความรู้ความเข้าใจ การสื่อสารตามแผนวิสาหกิจฯ แผนปฏิบัติการและการติดตามประเมินผล ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสรุปรายงานผลการดำเนินงานเสนอต่อผู้บริหาร คณะทำงานฯ และคณะกรรมการฯ ที่เกี่ยวข้องในการเสนอให้ข้อคิดเห็น และการพิจารณากำหนดแนวทางพัฒนา/ ปรับปรุงการทำงานให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การถ่ายทอด สื่อสาร

กำหนดให้มีการสื่อสารเล่มแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กกท. แผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์ฯ และการทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เป็นต้น ทั้งระดับหน่วยงานจนถึงระดับบุคลากร (ภายใน - ภายนอก) ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างการรับรู้ และความเข้าใจแผนวิสาหกิจฯ และแผนปฏิบัติการสร้างความสัมพันธ์ฯ ดังกล่าว

การอบรมให้ความรู้

กำหนดให้มีการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการฯ เพื่อรับฟังความคิดเห็นแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กกท. การให้ความรู้เรื่องแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ และเข้าใจลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยกระบวนการ Design Thinking, กิจกรรมสัมมนาออนไลน์ เรื่อง บริหารจัดการด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมแนวทางการสร้างความผูกพันของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน และการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลประเด็นฯ ของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น ทั้งระดับหน่วยงานจนถึงระดับบุคลากร (ภายใน – ภายนอก) ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน

การติดตามและประเมินผล

เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนวิสาหกิจฯ และแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ โดยมีกระบวนการติดตามและประเมินผล การสื่อสาร ถ่ายทอด และการให้ความรู้ โดยดำเนินการสำรวจแบบสอบถามอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เพื่อนำมาแก้ไข พัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง

การกำหนดระยะเวลาการติดตามและประเมินผล

พิจารณาผลการดำเนินงานฯ เมื่อสิ้นสุดกิจกรรมหรือโครงการฯ รายไตรมาส และช่วงสิ้นปีงบประมาณ เพื่อเป็นการกำหนดขอบเขต ระยะเวลาที่ชัดเจน อีกทั้งให้บรรลุตามเป้าหมายตามที่วางไว้ ของ กกท.

ทั้งนี้ กำหนดให้มีการทบทวนแนวทางการสื่อสาร ถ่ายทอด อบรมให้ความรู้และการติดตามประเมินผลแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ ของ กกท. อย่างต่อเนื่องและเป็นประจำทุกปีเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ปรับปรุงและพัฒนา ต่อไป

6.2 การรายงานผลการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ ของ กกท.

กกท. กำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจด้านลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ ของ กกท. ที่กำหนดให้มีการบูรณาการร่วมกับฝ่ายและสำนักต่างๆ เช่น สำนักผู้ว่าการ, ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ, สำนักงานคณะกรรมการกีฬาอาชีพ, ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ เป็นต้น ที่มีการรวบรวมผลการดำเนินงานด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า เพื่อเป็นการติดตามผลการดำเนินงานพร้อมเสนอรายงานผลฯ ต่อสาธารณะชนอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ขององค์กร เช่น ทีวี, วิทยุ, เว็บไซต์, สื่อ Social Media, เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการรายงานไว้ในรายงานประจำปี (ซึ่งมีสำนักผู้ว่าการ, ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นผู้รับผิดชอบหลัก โดยมีรายละเอียดการรายงานผล ประกอบด้วย

- การติดตามรายงานผลแผนปฏิบัติการการสร้างความสัมพันธ์ฯ ของ กกท.
- การติดตามผลการดำเนินงานการกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร (ในส่วนบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการจัดการเรื่องร้องเรียน)
- รายงานผลการสำรวจประเด็นของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของ กกท.
- รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ ต่อการให้บริการ ของ กกท.
- การประกาศ กกท. เรื่อง นโยบายด้านการกำกับดูแลที่ดี
- การประกาศ กกท. เรื่อง นโยบายด้านบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูล และรายงานผลมาพัฒนา และปรับปรุงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง กกท. กับ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อไป

6.3 การมีส่วนร่วมของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กกท. กำหนดให้มีช่องทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร โดยอาศัยรูปแบบและกลไกการติดต่อสื่อสาร และช่องทางการรับฟัง ผ่านช่องทางต่างๆ ประกอบด้วย

- การให้บริการข้อมูล/ ข่าวสาร/ประชาสัมพันธ์/ สร้างการรับรู้ผ่านสื่อฯ
- การให้คำปรึกษา
- การอบรม/ สัมมนา/ การให้ความรู้
- กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม หรือ มีการทำงานร่วมกัน (การติดตาม/ ตรวจเยี่ยม/ การประชุมหารือร่วมกัน)
- การประชุมเพื่อกำหนดทรัพยากร ค่าเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จของ กกท. และ ลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกัน
- การสำรวจความพึงพอใจ, ความไม่พึงพอใจ, ความผูกพัน
- ผลการดำเนินงาน Core Business Enablers ด้านการมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า
- ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน หรือ กล่องรับเรื่องร้องเรียน
- โทรศัพท์
- เว็บไซต์
- Social Media ประกอบด้วย Facebook, Instagram, Tik Tok เป็นต้น
- E-mail (contact@sat.or.th)
- จดหมายที่ส่งทางไปรษณีย์ เป็นต้น

ทั้งนี้ กกท. จะได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำเสนอข้อมูลดังกล่าวให้กับส่วนงานที่เกี่ยวข้องรวมไปถึงผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการที่กำกับดูแลได้ทราบ เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อตอบสนองประเด็นความต้องการ สร้างความเชื่อมั่น และความผูกพันของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ กกท.

6.4 แนวทางการจัดการข้อร้องเรียน

กกท. มีการกำหนดช่องทางการในการรับข้อร้องเรียนและการชดเชย กรณีคู่แข่งและเจ้าหนี้ถูกละเมิดสิทธิตามกฎหมาย โดยเริ่มต้นจากการรับเรื่องและลงทะเบียนจากช่องทางต่างๆ นำมาจัดระดับความสำคัญของข้อร้องเรียนและการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ทั้งนี้ แนวทางการจัดการข้อร้องเรียนเป็นไปตามคู่มือการจัดการข้อร้องเรียนที่มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ทราบทั้งภายใน และภายนอกองค์กร หรือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฯ กกท.

กกท. มีกระบวนการเรื่องจัดการข้อร้องเรียน เริ่มตั้งแต่จำแนกช่องทางของการรับข้อร้องเรียนที่หลากหลาย การกำหนดหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานที่รับผิดชอบ มีการกำหนดนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติในการจัดการข้อร้องเรียน โดยการจัดทำประกาศการกีฬาแห่งประเทศไทย เรื่องมาตรการการจัดการเรื่องร้องเรียนการทุจริต พร้อมการจัดทำคู่มือการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียนของ กกท. และได้ผ่านความเห็นชอบจากคณะอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ กกท. อย่างเป็นทางการ

ทั้งนี้ ในการจัดทำคู่มือการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียนของ กกท. ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ขอบเขต คำนิยาม ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ระดับความสำคัญของข้อร้องเรียน แนวทางการบริหารจัดการข้อร้องเรียน ระยะเวลาตอบสนองต่อข้อร้องเรียน การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้สำหรับ ระบบการจัดเก็บและการนำส่งข้อมูลให้ส่วนงานที่เกี่ยวข้อง การติดตามและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อดำเนินการเผยแพร่ประกาศฯ และคู่มือการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียนของ กกท. ให้บุคลากรภายในและภายนอกองค์กรได้ทราบ พร้อมนำไปใช้ในการกำกับ ติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการจัดการข้อร้องเรียนที่กำหนด



รูปแสดง : กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนของ กกท.

ภาคผนวก

ตารางแสดงแผนวิสาหกิจของ กกท. ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) แผนปฏิบัติงานและเป้าหมายที่สำคัญของ กกท. ประจำปี 2570
ความเชื่อมโยงความสำเร็จสู่แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) และตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2570

No.	Project	Ocjective	Strategic Alignment		Activity	Customers	Customer KPI	Output	Outcome	Owner	Supporter
			Customer Strategy Plan	Corporate Plan							
1	โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านองค์ความรู้ทางการกีฬา	เพื่อยกระดับศักยภาพบุคลากรกีฬา บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา และบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีสมรรถนะตามมาตรฐานสากล สามารถให้บริการสนับสนุน และพัฒนาระบบกีฬาไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นแก่สมาคมกีฬา หน่วยงานกำกับดูแล และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อคุณภาพการให้บริการของ กกท.	CUS-SO1 การพัฒนานักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ตัวชี้วัด CUS-01 อันดับการแข่งขันในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ (ปี 2570 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ (ผลปี 2568 SG อันดับ 1 และ ASPG อันดับ 1) (มาเลเซีย)) CUS-SO2 การพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพและกีฬามวย ตัวชี้วัด CUS-02 จำนวนชนิดกีฬาอาชีพ และกีฬามวยที่มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) (ปี 2570 กีฬาอาชีพจำนวน 2 ชนิดกีฬา และกีฬามวย (เกณฑ์องค์ประกอบ Ecosystem)) CUS-SO5 การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองทุกกลุ่มลูกค้าขององค์กรอย่างยั่งยืน ตัวชี้วัด CUS-06 ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนปรับปรุง Core Business Enablers (ร้อยละ 90)	SO1 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ (G1) ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ SAT - 1 อันดับการแข่งขันกีฬาในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ KPI : ปี 2570 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ SAT - 2 ความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ KPI : ชนิดกีฬาเป้าหมายในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ และเอเชียนพาราเกมส์ มีผลการแข่งขันเฉพาะชนิดกีฬา (Single Sports) เป็นไปตามเป้าหมาย (ร้อยละ 90) SO2 การบริหารจัดการกีฬาอาชีพ และกีฬามวย (G2) พัฒนากีฬาอาชีพ และกีฬามวยให้มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) SAT – 3 จำนวนชนิดกีฬาอาชีพ และกีฬามวยที่มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) KPI : ปี 2570 กีฬาอาชีพจำนวน 2 ชนิดกีฬา และกีฬามวย (เกณฑ์องค์ประกอบ Ecosystem) SO5 การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้ กกท.เติบโตอย่างยั่งยืน (G5) การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน SAT – 6 ผลการประเมินด้าน Core Business Enablers (8 ด้าน) KPI : ปี 2570 คะแนนประเมินเท่ากับ 2.50	1.1 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรกีฬา	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (บุคลากรกีฬาเป้าหมาย)	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมความรู้ตามมาตรฐาน...คน	- หลักสูตรพัฒนาสมาคมกีฬา, ผู้จัดการแข่งขัน,บุคลากรกีฬา - บุคลากรที่ผ่านการอบรม ที่มีมาตรฐาน - ฐานข้อมูลบุคลากรกีฬา	- ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ผ่านการอบรมไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน สร้างการยอมรับและความเชื่อมั่น	ฝ่ายพัฒนากีฬาเป้าหมาย	
					1.2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรวิทยาศาสตร์การกีฬา	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักวิทยาศาสตร์การกีฬา, นักโภชนาการกีฬา, นักจิตวิทยาการกีฬา)	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมความรู้ตามมาตรฐาน...คน	- หลักสูตรพัฒนาบุคลากรวิทยาศาสตร์การกีฬา - บุคลากรผ่านการรับรองมาตรฐาน - ฐานข้อมูลบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา	- ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ผ่านการอบรมไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน สร้างการยอมรับและความเชื่อมั่น	ฝ่ายวิทยาศาสตร์การกีฬา	
					1.3 การพัฒนาความรู้ด้านสารต้องห้ามทางการกีฬา	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักกีฬา, บุคลากรกีฬา)	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมความรู้ตามมาตรฐาน...คน	- หลักสูตรอบรม - สื่อความรู้ - ระบบ e-Learning - บุคลากรที่ผ่านการอบรม ที่มีมาตรฐาน	- ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ผ่านการอบรมไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน สร้างการยอมรับและความเชื่อมั่น	สำนักงานควบคุมการใช้สารต้องห้ามทางการกีฬา	
					1.4 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรกีฬาอาชีพ	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (บุคลากรกีฬา)	- จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมความรู้ตามมาตรฐาน...คน	- หลักสูตรพัฒนาสมาคมกีฬา, ผู้จัดการแข่งขัน,บุคลากรกีฬา - บุคลากรที่ผ่านการอบรม ที่มีมาตรฐาน - ฐานข้อมูลบุคลากรกีฬา	- ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ผ่านการอบรมไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน สร้างการยอมรับและความเชื่อมั่น	สำนักงานคณะกรรมการกีฬาอาชีพ	

ตารางแสดง : ตารางแสดงแผนวิสาหกิจของ กกท. ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) แผนปฏิบัติงานและเป้าหมายที่สำคัญของ กกท. ประจำปี 2570
ความเชื่อมโยงความสำเร็จสู่แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) และตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2570

ตารางแสดงแผนวิสาหกิจของ กกท. ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) แผนปฏิบัติงานและเป้าหมายที่สำคัญของ กกท. ประจำปี 2570
ความเชื่อมโยงความสำเร็จสู่แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) และตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2570

No.	Project	Ocjective	Strategic Alignment		Activity	Customers	Customer KPI	Output	Outcome	Owner	Supporter
			Customer Strategy Plan	Corporate Plan							
2	โครงการยกระดับนักกีฬาเป็นเลิศสู่มาตรฐานสากล	เพื่อพัฒนาศักยภาพนักกีฬาไทยด้วยระบบการเตรียมความพร้อมแบบบูรณาการ ทั้งด้านสมรรถภาพร่างกาย วิทยาศาสตร์การกีฬา โภชนาการ จิตวิทยา และเทคนิคกีฬา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ และสร้างความเชื่อมั่นแก่สมาคมกีฬา ผู้ฝึกสอน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อระบบการพัฒนานักกีฬาเป็นเลิศของ กกท.	CUS-SO1 การพัฒนานักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ตัวชี้วัด CUS-01 อันดับการแข่งขันในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ (ปี 2570 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ (ผลปี 2568 SG อันดับ 1 และ ASPG อันดับ 1) (มาเลเซีย)) CUS-SO5 การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองทุกกลุ่มลูกค้าขององค์กรอย่างยั่งยืน ตัวชี้วัด CUS-06 ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนปรับปรุง Core Business Enablers (ร้อยละ 90)	SO1 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ (G1) ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ SAT - 1 อันดับการแข่งขันกีฬาในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ KPI : ปี 2570 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ SAT - 2 ความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ KPI : ชนิดกีฬาเป้าหมายในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ และเอเชียนพาราเกมส์ มีผลการแข่งขันเฉพาะชนิดกีฬา (Single Sports) เป็นไปตามเป้าหมาย (ร้อยละ 90) SO5 การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้ กกท.เติบโตอย่างยั่งยืน (G5) การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน SAT – 6 ผลการประเมินด้าน Core Business Enablers (8 ด้าน) KPI : ปี 2570 คะแนนประเมินเท่ากับ 2.50	2.1 การพัฒนากระบวนการเตรียมความพร้อมนักกีฬาเป็นเลิศ	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักกีฬา, บุคลากรกีฬา)	- ร้อยละ 80 ของนักกีฬากลุ่มเป้าหมายสามารถทำผลงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนดร่วมกับสมาคมกีฬา	- แผนพัฒนานักกีฬารายบุคคล (Individual Athlete Development Plan) - แผนการเก็บตัวและฝึกซ้อม - รายงานประเมินสมรรถนะนักกีฬา	- นักกีฬามีความพร้อมและผลสำเร็จจากการแข่งขัน	ฝ่ายพัฒนากีฬาเป็นเลิศ	
					2.2 การพัฒนากระบวนการสนับสนุนวิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อเพิ่มศักยภาพนักกีฬา	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักกีฬา, บุคลากรกีฬา)	- รายงานผลด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาที่นำไปพัฒนาศักยภาพนักกีฬาด้านการฝึกซ้อมและการแข่งขัน (ร้อยละ...) - ระดับความพึงพอใจผู้ใช้บริการ (4.00)	- รายงานผลการทดสอบสมรรถภาพ - โปรแกรมพัฒนานักกีฬารายบุคคล - ฐานข้อมูลวิทยาศาสตร์การกีฬา - รายงานวิเคราะห์สมรรถนะ - แผนพัฒนานักกีฬาด้วยวิทยาศาสตร์การกีฬารายบุคคล	- นักกีฬาได้รับการพัฒนาตามหลักวิทยาศาสตร์ ผู้ฝึกสอนและสมาคมกีฬาสามารถใช้ข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการฝึกซ้อมและการแข่งขัน	ฝ่ายวิทยาศาสตร์การกีฬา	
3	โครงการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและบริการสถานกีฬา	เพื่อยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริหารจัดการสถานกีฬาของ กกท. ให้มีมาตรฐานสากล ปลอดภัย ทันสมัย และสามารถให้บริการแก่ประชาชน นักกีฬา สมาคมกีฬา และผู้จัดการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้ประโยชน์สถานกีฬาอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน	CUS-SO1 การพัฒนานักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ตัวชี้วัด CUS-01 อันดับการแข่งขันในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ (ปี 2570 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ (ผลปี 2568 SG อันดับ 1 และ ASPG อันดับ 1) (มาเลเซีย)) CUS-SO3 การพัฒนากิจกรรมกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับลูกค้าขององค์กร ตัวชี้วัด CUS-03 มูลค่าทางเศรษฐกิจจากกิจกรรม และการแข่งขันกีฬา (กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ กีฬามวย และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10) CUS-SO5 การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองทุกกลุ่มลูกค้าขององค์กรอย่างยั่งยืน ตัวชี้วัด CUS-06 ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนปรับปรุง Core Business Enablers (ร้อยละ 90)	SO4 การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมและบริการทางการกีฬาที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และตอบสนองมูลค่าทางสังคม (G4) สร้างมูลค่าเพิ่มทางสังคมและพาณิชย์จากการจัดกิจกรรม การแข่งขันกีฬา และการบริการทางการกีฬา SAT – 5 มูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการสนับสนุนการจัดกิจกรรม การแข่งขันกีฬา และการบริการทางการกีฬา KPI : ปี 2570 = ไม่น้อยกว่า 1.22 เท่า SO3 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ (G3) เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรม และการแข่งขันกีฬา SAT – 4 มูลค่าทางเศรษฐกิจจากกิจกรรม และการแข่งขันกีฬา (กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ กีฬามวย และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) KPI : เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี (แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่ 5 การท่องเที่ยว กำหนด ร้อยละ 10) SO5 การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้ กกท.เติบโตอย่างยั่งยืน (G5) การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน SAT – 6 ผลการประเมินด้าน Core Business Enablers (8 ด้าน) KPI : ปี 2570 คะแนนประเมินเท่ากับ 2.50	3.1 การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานกีฬา	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักกีฬา, ประชาชน)	- ร้อยละ 100 ของโครงการก่อสร้างและปรับปรุงสถานกีฬาแล้วเสร็จตามแผนงานและงบประมาณ - ร้อยละความสามารถในการเบิกจ่ายตามแผนงบลงทุน (ร้อยละ 100)	- สนามกีฬาและศูนย์ฝึกกีฬาที่ได้รับการก่อสร้างหรือปรับปรุง - สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานพร้อมใช้งาน	- สถานกีฬามีมาตรฐานสากล รองรับการแข่งขันและการให้บริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการและหน่วยงานกำกับ	ฝ่ายวิศวกรรมกีฬา	
					3.2 การพัฒนาระบบบริหารจัดการและการให้บริการสถานกีฬาอัจฉริยะ	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (ประชาชน)	- มีระบบจองใช้สนามกีฬา 1 ระบบ	- ระบบบริหารสถานกีฬาอัจฉริยะ (Smart Stadium Management System) - ระบบจองใช้สนามออนไลน์ - Dashboard การใช้ประโยชน์สถานกีฬา - รายงานสถิติการใช้บริการ	- ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากขึ้น ขณะที่ กกท. สามารถบริหารจัดการสถานกีฬาโดยใช้ข้อมูล (Data-driven Management) เพิ่มอัตราการใช้ประโยชน์และประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์	ฝ่ายธุรกิจกีฬา	ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตารางแสดง : ตารางแสดงแผนวิสาหกิจของ กกท. ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) แผนปฏิบัติงานและเป้าหมายที่สำคัญของ กกท. ประจำปี 2570
ความเชื่อมโยงความสำเร็จสู่แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) และตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2570

ตารางแสดงแผนวิสาหกิจของ กกท. ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) แผนปฏิบัติงานและเป้าหมายที่สำคัญของ กกท. ประจำปี 2570
ความเชื่อมโยงความสำเร็จสู่แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) และตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2570

No.	Project	Ocjective	Strategic Alignment		Activity	Customers	Customer KPI	Output	Outcome	Owner	Supporter
			Customer Strategy Plan	Corporate Plan							
4	โครงการยกระดับการให้บริการกิจกรรมกีฬาและการใช้ประโยชน์สถานกีฬา	เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการกิจกรรมกีฬาและการใช้ประโยชน์สถานกีฬาของ กกท. ให้ประชาชน นักกีฬา และผู้จัดการแข่งขันสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึง สะดวก ปลอดภัย และมีคุณภาพ พร้อมทั้งสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนและการใช้ประโยชน์จากสถานกีฬาของ กกท. อย่างคุ้มค่า	CUS-SO1 การพัฒนานักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ตัวชี้วัด CUS-01 อันดับการแข่งขันในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ (ปี 2570 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ (ผลปี 2568 SG อันดับ 1 และ ASPG อันดับ 1) (มาเลเซีย)) CUS-SO2 การพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพและกีฬามวย ตัวชี้วัด CUS-02 จำนวนชนิดกีฬาอาชีพ และกีฬามวยที่มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) (ปี 2570 กีฬาอาชีพจำนวน 2 ชนิดกีฬา และกีฬามวย (เกณฑ์องค์ประกอบ Ecosystem)) CUS-SO3 การพัฒนากิจกรรมกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับลูกค้าขององค์กร ตัวชี้วัด CUS-03 มูลค่าทางเศรษฐกิจจากกิจกรรม และการแข่งขันกีฬา (กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ กีฬามวย และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10) CUS-SO4 การพัฒนาการให้บริการเพื่อเพิ่มศักยภาพศูนย์บริการทางการกีฬา ตัวชี้วัด CUS-04 จำนวนผู้ใช้บริการทางการกีฬา และผู้ร่วมกิจกรรม (ผู้ใช้บริการ ผู้ออกกำลังกายและเล่นกีฬา) (ไม่น้อยกว่า 8.7 ล้านคน) ตัวชี้วัด CUS-05 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านการบริการและสถานที่ (ไม่ต่ำกว่า 4.00) CUS-SO5 การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองทุกกลุ่มลูกค้าขององค์กรอย่างยั่งยืน ตัวชี้วัด CUS-06 ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนปรับปรุง Core Business Enablers (ร้อยละ 90)	SO3 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ (G3) เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรม และการแข่งขันกีฬา SAT – 4 มูลค่าทางเศรษฐกิจจากกิจกรรม และการแข่งขันกีฬา (กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ กีฬามวย และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) KPI : เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี (แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่ 5 การท่องเที่ยว กำหนด ร้อยละ 10) SO4 การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมและบริการทางการกีฬาที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และตอบสนองมูลค่าทางสังคม (G4) สร้างมูลค่าเพิ่มทางสังคมและพาณิชย์จากการจัดกิจกรรม การแข่งขันกีฬา และการบริการทางการกีฬา SAT – 5 มูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการสนับสนุนการจัดกิจกรรม การแข่งขันกีฬา และการบริการทางการกีฬา KPI : ปี 2570 = ไม่น้อยกว่า 1.22 เท่า SO1 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ (G1) ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ SAT - 1 อันดับการแข่งขันกีฬาในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ KPI : ปี 2570 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ SAT - 2 ความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ KPI : ชนิดกีฬาเป้าหมายในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ และเอเชียนพาราเกมส์ มีผลการแข่งขันเฉพาะชนิดกีฬา (Single Sports) เป็นไปตามเป้าหมาย (ร้อยละ 90) SO2 การบริหารจัดการกีฬาอาชีพ และกีฬามวย (G2) พัฒนากีฬาอาชีพ และกีฬามวยให้มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) SAT – 3 จำนวนชนิดกีฬาอาชีพ และกีฬามวยที่มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) KPI : ปี 2570 กีฬาอาชีพจำนวน 2 ชนิดกีฬา และกีฬามวย (เกณฑ์องค์ประกอบ Ecosystem) SO5 การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้ กกท.เติบโตอย่างยั่งยืน (G5) การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน SAT – 6 ผลการประเมินด้าน Core Business Enablers (8 ด้าน) KPI : ปี 2570 คะแนนประเมินเท่ากับ 2.50	4.1 การพัฒนาการจัดกิจกรรมกีฬาและกิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกาย (SAT Sport Event)	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (ประชาชน, นักกีฬา, ผู้เข้าร่วมกิจกรรม)	- รายได้จากการจัดกิจกรรมหรือการใช้สถานกีฬา (ล้านบาท) - มูลค่าเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น - จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม/ออกกำลังกาย (...คน)	- กิจกรรม SAT Sport Event - แผนประชาสัมพันธ์กิจกรรม - รายงานผลการจัดกิจกรรม	- ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง และภาคีเครือข่ายมีความร่วมมือกับ กกท. มากขึ้น	ฝ่ายธุรกิจกีฬา	
					4.2 การพัฒนาการจัดกิจกรรมกีฬาในภูมิภาค (Regional Sport Event)	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (ประชาชน, นักกีฬา, ผู้เข้าร่วมกิจกรรม)	- รายได้จากการจัดกิจกรรมหรือการใช้สถานกีฬา (ล้านบาท) - มูลค่าเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น - จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม/ออกกำลังกาย (...คน)	- กิจกรรมกีฬาในภูมิภาค - เครือข่ายการจัดกิจกรรมระดับจังหวัด - รายงานผลการดำเนินงาน	- ประชาชนในภูมิภาคเข้าถึงกิจกรรมกีฬาเพิ่มขึ้น เกิดเครือข่ายความร่วมมือด้านกีฬาในระดับพื้นที่ และเพิ่มการใช้ประโยชน์สถานกีฬาในภูมิภาค	ฝ่ายกีฬาภูมิภาค	

ตารางแสดง : ตารางแสดงแผนวิสาหกิจของ กกท. ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) แผนปฏิบัติงานและเป้าหมายที่สำคัญของ กกท. ประจำปี 2570
ความเชื่อมโยงความสำเร็จสู่แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) และตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2570

ตารางแสดงแผนวิสาหกิจของ กกท. ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) แผนปฏิบัติงานและเป้าหมายที่สำคัญของ กกท. ประจำปี 2570
ความเชื่อมโยงความสำเร็จสู่แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) และตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2570

No.	Project	Ocjective	Strategic Alignment		Activity	Customers	Customer KPI	Output	Outcome	Owner	Supporter
			Customer Strategy Plan	Corporate Plan							
5	โครงการพัฒนาระบบนิเวศกีฬาและเครือข่ายความร่วมมือด้านกีฬา	เพื่อพัฒนาระบบนิเวศกีฬา (Sports Ecosystem) ของประเทศไทยให้ครอบคลุมการพัฒนาเยาวชน กีฬาอาชีพ และกีฬามวย ผ่านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง กกท. สมาคมกีฬา สถานศึกษา ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างโอกาสทางการกีฬา พัฒนาศักยภาพบุคลากร และยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน	CUS-SO1 การพัฒนานักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ตัวชี้วัด CUS-01 อันดับการแข่งขันในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ (ปี 2570 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ (ผลปี 2568 SG อันดับ 1 และ ASPG อันดับ 1) (มาเลเซีย)) CUS-SO2 การพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพและกีฬามวย ตัวชี้วัด CUS-02 จำนวนชนิดกีฬาอาชีพ และกีฬามวยที่มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) (ปี 2570 กีฬาอาชีพจำนวน 2 ชนิดกีฬา และกีฬามวย (เกณฑ์องค์ประกอบ Ecosystem)) CUS-SO3 การพัฒนากิจกรรมกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับลูกค้าขององค์กร ตัวชี้วัด CUS-03 มูลค่าทางเศรษฐกิจจากกิจกรรม และการแข่งขันกีฬา (กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ กีฬามวย และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10) CUS-SO4 การพัฒนาการให้บริการเพื่อเพิ่มศักยภาพสนับสนุนการกีฬา ตัวชี้วัด CUS-04 จำนวนผู้ใช้บริการทางการกีฬา และผู้ร่วมกิจกรรม (ผู้ใช้บริการ ผู้ออกกำลังกายและเล่นกีฬา) (ไม่น้อยกว่า 8.7 ล้านคน) ตัวชี้วัด CUS-05 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านการบริการและสถานที่ (ไม่ต่ำกว่า 4.00) CUS-SO5 การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองทุกกลุ่มลูกค้าขององค์กรอย่างยั่งยืน ตัวชี้วัด CUS-06 ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนปรับปรุง Core Business Enablers (ร้อยละ 90)	SO1 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ (G1) ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ SAT - 1 อันดับการแข่งขันกีฬาในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ KPI : ปี 2570 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ SAT - 2 ความสำเร็จในการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ KPI : ชนิดกีฬาเป้าหมายในการแข่งขันกีฬาอเซียนเกมส์ และอเซียนพาราเกมส์ มีผลการแข่งขันเฉพาะชนิดกีฬา (Single Sports) เป็นไปตามเป้าหมาย (ร้อยละ 90) SO2 การบริหารจัดการกีฬาอาชีพ และกีฬามวย (G2) พัฒนากีฬาอาชีพ และกีฬามวยให้มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) SAT – 3 จำนวนชนิดกีฬาอาชีพ และกีฬามวยที่มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) KPI : ปี 2570 กีฬาอาชีพจำนวน 2 ชนิดกีฬา และกีฬามวย (เกณฑ์องค์ประกอบ Ecosystem) SO3 การบริหารจัดการกีฬาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ (G3) เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรม และการแข่งขันกีฬา SAT – 4 มูลค่าทางเศรษฐกิจจากกิจกรรม และการแข่งขันกีฬา (กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ กีฬามวย และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) KPI : เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี (แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่ 5 การท่องเที่ยว กำหนด ร้อยละ 10) SO4 การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมและบริการทางการกีฬาที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และตอบสนองมูลค่าทางสังคม (G4) สร้างมูลค่าเพิ่มทางสังคมและพาณิชย์จากการจัดกิจกรรม การแข่งขันกีฬา และการบริการทางการกีฬา SAT – 5 มูลค่าผลตอบแทนทางสังคมจากการสนับสนุนการจัดกิจกรรม การแข่งขันกีฬา และการบริการทางการกีฬา KPI : ปี 2570 = ไม่น้อยกว่า 1.22 เท่า SO5 การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้ กกท.เติบโตอย่างยั่งยืน (G5) การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน SAT – 6 ผลการประเมินด้าน Core Business Enablers (8 ด้าน) KPI : ปี 2570 คะแนนประเมินเท่ากับ 2.50	5.1 การพัฒนาระบบสร้างโอกาสทางการกีฬาและเส้นทางนักกีฬา (Youth Development Pathway)	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (เด็กและเยาวชน, นักกีฬาเยาวชน, โรงเรียนและสถานศึกษา)	- สร้างนักกีฬาระดับเยาวชน (คน)	- โครงการ Youth Development - Talent Identification Program - เครือข่ายโรงเรียนและสถานศึกษา	- เยาวชนเข้าถึงโอกาสทางการกีฬาเพิ่มขึ้น และเกิดระบบพัฒนานักกีฬาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับฐานราก	ฝ่ายกีฬาภูมิภาค	
					5.2 การพัฒนาระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Professional Sports Ecosystem)	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักกีฬาอาชีพ, ผู้จัดการแข่งขันกีฬาอาชีพ)	- มูลค่าเศรษฐกิจจากการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาอาชีพ (ล้านบาท)	- แผนพัฒนากีฬาอาชีพ - โครงการสนับสนุนสมาคมกีฬาอาชีพ - เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ - มาตรฐานการแข่งขันกีฬาอาชีพ	- ระบบกีฬาอาชีพมีความเข้มแข็ง เกิดการลงทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมกีฬาไทย	สำนักงานคณะกรรมการกีฬาอาชีพ	
					5.3 การยกระดับมาตรฐานการแข่งขันและบุคลากรกีฬามวย	- ลูกค้าและผู้ใช้บริการ (นักมวย, ค่ายมวย, ผู้จัดการแข่งขันกีฬามวย, บุคลากรกีฬามวย)	- จำนวนค่ายมวยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (จากปีที่ผ่านมา) - ร้อยละของบุคลากรกีฬามวยที่ผ่านการอบรมตามเกณฑ์มาตรฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (630 คน)	- ระบบทะเบียนค่ายมวยและบุคลากรมวย - ฐานข้อมูลดิจิทัล - มาตรฐานการแข่งขันกีฬามวย	- ระบบกีฬามวยมีมาตรฐาน โปร่งใส และสามารถใช้ข้อมูลสนับสนุนการกำกับดูแลและการพัฒนาวงการมวยไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย	

* หมายเหตุ : SO5 เป็นวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาศักยภาพองค์กร (Enterprise Enabler) ที่สนับสนุนการดำเนินงานของโครงการที่ 1, 2, 7 และ 9 โดยเฉพาะโครงการที่ 1 และ 9 ซึ่งเป็นกลไกหลักในการยกระดับระบบบริหารจัดการ ธรรมาภิบาล และดิจิทัลของ กกท. เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

ตารางแสดง : ตารางแสดงแผนวิสาหกิจของ กกท. ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) แผนปฏิบัติงานและเป้าหมายที่สำคัญของ กกท. ประจำปี 2570
ความเชื่อมโยงความสำเร็จสู่แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า ปี 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570) และตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ปี 2570

แผนยุทธศาสตร์ : แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า กกท. 2569 - 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570)

วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งเน้นการขับเคลื่อนโดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อสร้างคุณค่า และความสำเร็จตามเป้าหมายของ กกท. อย่างยั่งยืน

พันธกิจ (Mission)	1. มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างผลสำเร็จตามเป้าหมายองค์กร 2. สร้างความพึงพอใจ และความผูกพันในการบริการให้มีมาตรฐาน 3. พัฒนาการเข้าถึง และสร้างประสบการณ์ใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการของ กกท. ด้วยนวัตกรรม	
วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	(SO1) การพัฒนานักกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ	(SO2) การพัฒนานักกีฬาและบุคลากรกีฬาอาชีพและกีฬามวย
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	CUS-01 อันดับการแข่งขันในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ ปี 2570 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ (ผลปี 2568 SG อันดับ 1 และ ASPG อันดับ 1) (มาเลเซีย) ปี 2571 อันดับ 5 ของเอเชียในการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์ และการแข่งขันกีฬาพาราลิมปิกเกมส์ (ผลปี 2567 OG อันดับ 12 และ PG อันดับ 6) (สหรัฐ) ปี 2572 อันดับ 1 ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ (ชนิดกีฬาสากล) และการแข่งขันกีฬาอาเซียนพาราเกมส์ (สิงคโปร์) ปี 2573 อันดับ 5 ในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ และเอเชียนพาราเกมส์ (กาตาร์)	CUS-02 จำนวนชนิดกีฬาอาชีพ และกีฬามวยที่มีศักยภาพตามระบบนิเวศกีฬาอาชีพ (Ecosystem) ปี 2570 กีฬาอาชีพจำนวน 2 ชนิดกีฬา และกีฬามวย (เกณฑ์องค์ประกอบ Ecosystem)
แผนปฏิบัติการ	• โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและองค์ความรู้ด้านกีฬา (1) • โครงการยกระดับ NTC สู่มาตรฐานสากล (2) • โครงการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและบริการสถานกีฬา (3) • โครงการยกระดับการให้บริการกิจกรรมกีฬาและการใช้ประโยชน์สถานกีฬา (4) • โครงการพัฒนาระบบนิเวศกีฬาและเครือข่ายความร่วมมือด้านกีฬา (5)	• โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและองค์ความรู้ด้านกีฬา (1) • โครงการยกระดับการให้บริการกิจกรรมกีฬาและการใช้ประโยชน์สถานกีฬา (4) • โครงการพัฒนาระบบนิเวศกีฬาและเครือข่ายความร่วมมือด้านกีฬา (5)

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์	(SO3) การพัฒนากิจกรรมกีฬา เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับลูกค้าขององค์กร	(SO4) การพัฒนาการให้บริการ เพื่อเพิ่มศักยภาพศูนย์บริการทางการกีฬา	(SO5) การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เพื่อตอบสนองทุกกลุ่มลูกค้าขององค์กรอย่างยั่งยืน
เป้าหมาย/ตัวชี้วัด	CUS-03 มูลค่าทางเศรษฐกิจจากกิจกรรม และการแข่งขันกีฬา (กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ กีฬาอาชีพ กีฬามวย และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว) (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10)	CUS-04 จำนวนผู้ใช้บริการทางการกีฬา และผู้ร่วมกิจกรรม (ผู้ใช้บริการ ผู้ออกกำลังกายและเล่นกีฬา) (ไม่น้อยกว่า 8.7 ล้านคน) CUS-05 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านการบริการ และสถานที่ (ไม่ต่ำกว่า 4.00)	CUS-06 ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนปรับปรุง Core Business Enablers (ร้อยละ 90)
แผนปฏิบัติการ	• โครงการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและบริการสถานกีฬา (3) • โครงการยกระดับการให้บริการกิจกรรมกีฬาและการใช้ประโยชน์สถานกีฬา (4) • โครงการพัฒนาระบบนิเวศกีฬาและเครือข่ายความร่วมมือด้านกีฬา (5)	• โครงการยกระดับการให้บริการกิจกรรมกีฬาและการใช้ประโยชน์สถานกีฬา (4) • โครงการพัฒนาระบบนิเวศกีฬาและเครือข่ายความร่วมมือด้านกีฬา (5)	• โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและองค์ความรู้ด้านกีฬา (1) • โครงการยกระดับ NTC สู่มาตรฐานสากล (2) • โครงการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและบริการสถานกีฬา (3) • โครงการยกระดับการให้บริการกิจกรรมกีฬาและการใช้ประโยชน์สถานกีฬา (4) • โครงการพัฒนาระบบนิเวศกีฬาและเครือข่ายความร่วมมือด้านกีฬา (5)

ตารางแสดง : แผนยุทธศาสตร์ แผนวิสาหกิจด้านลูกค้า 2569 – 2573 (ฉบับทบทวนปี 2570)

คิดถึงกีฬา คิดถึง กกท.

งานพัฒนาและบริหารผู้มีส่วนได้เสียและลูกค้า
ฝ่ายนโยบายและแผน การกีฬาแห่งประเทศไทย

286 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ
โทร 02-186-7111 ต่อ 7912
www.sat.or.th

