สรุปผลการเสวนา

Sports Economy: Opportunities for Business in Russia & Thailand

ภายในงาน Russian-Thai Investment Forum 2026

การเสวนามุ่งเน้นโอกาสความร่วมมือระหว่างไทยและรัสเซียในการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬา ทั้งด้านการฝึกสอน การแพทย์กีฬา การบริหารจัดการนักกีฬา โครงสร้างพื้นฐาน และธุรกิจกีฬา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนานักกีฬาสู่ระดับสากล ควบคู่กับการส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงกีฬาและสร้างรายได้ให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน สรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. ศักยภาพกีฬาน้ำแข็งและแนวโน้มตลาดในประเทศไทย

ประชาชนไทยและรัสเซียมีความสนใจด้านสุขภาพและการออกกำลังกายคล้ายคลึงกัน จึงมีโอกาสต่อยอดกีฬารูปแบบใหม่ โดยเฉพาะฮอกกี้น้ำแข็ง ซึ่งผสมผสานความแข็งแกร่งและการต่อสู้คล้ายมวยไทย พร้อมใช้กลยุทธ์และไหวพริบเสมือนหมากรุกบนลานน้ำแข็ง ปัจจุบันการแข่งขันฮอกกี้ระดับเยาวชนและสมัครเล่นในไทยมีแนวโน้มเติบโต โดย Rookie League มีทีมเข้าร่วมถึง 65 ทีมในปีที่ผ่านมา สะท้อนถึงความสนใจที่เพิ่มขึ้นของเยาวชนและผู้ปกครอง

2. การพัฒนา Red Machine Academy และความร่วมมือกับ Warrix

การพัฒนากีฬาฮอกกี้ภายใต้ Red Machine Academy นำแนวคิดจากสโมสร FC Barcelona มาใช้ โดยเน้นการเล่นเป็นทีม การส่งลูกอย่างมีประสิทธิภาพ และการสร้างรูปแบบการเล่นที่สวยงาม พร้อมมองกีฬาน้ำแข็งเป็นทั้งกีฬา ศิลปวัฒนธรรม และธุรกิจบันเทิง

ความร่วมมือกับบริษัท วอริกซ์ สปอร์ต จำกัด (มหาชน) หรือ Warrix มีเป้าหมายจัดตั้ง Red Machine Academy และโรงเรียนสอนสเก็ตลีลาในกรุงเทพฯ โดยนำโค้ชผู้เชี่ยวชาญจากรัสเซียมาพัฒนาเยาวชนโดยตรง ทั้งนี้ Warrix มีประสบการณ์สนับสนุนทีมชาติและสโมสรหลายประเภทกีฬา รวมถึงมีนักเรียนทุนในระบบพัฒนาฟุตบอล 162 คน และมีแผนต่อยอดรูปแบบการพัฒนาดังกล่าวสู่กีฬาฮอกกี้

นอกจากนี้ การใช้กีฬาและผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงยังเป็นแนวทางส่งเสริมภาพลักษณ์ของรัสเซียในหมู่นักธุรกิจไทย และสร้างโอกาสทางธุรกิจผ่านเครือข่ายภาคเอกชนและสภาธุรกิจไทย-รัสเซีย

3. ข้อจำกัดด้านสนามฝึกซ้อมและการจัดสรรเวลาลานน้ำแข็งอุปสรรคสำคัญของการพัฒนากีฬาฮอกกี้ในไทยคือการจัดสรรเวลาลานน้ำแข็ง เนื่องจากสเก็ตลีลาต้องการเวลาฝึกซ้อมประมาณ 6–7 ชั่วโมงต่อวัน ขณะที่ฮอกกี้ต้องการเวลาอย่างน้อย 2 ชั่วโมงต่อวันต่อกลุ่มฝึกซ้อม เพื่อพัฒนาทั้งทักษะการเล่นเป็นทีมและการสเก็ตพื้นฐาน

บทเรียนจากความสำเร็จของทีมฮอกกี้สหภาพโซเวียตในปี 1972 ที่เอาชนะแคนาดา สะท้อนให้เห็นว่าทักษะการสเก็ตที่แข็งแกร่งจากการฝึกฝนอย่างต่อเนื่องเป็นปัจจัยสำคัญ จึงควรพัฒนาศูนย์ฝึกและลานน้ำแข็งให้เพียงพอ เพื่อให้ฮอกกี้และสเก็ตลีลาสามารถเติบโตควบคู่กันได้

4. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโมเดลธุรกิจกีฬา

โครงสร้างพื้นฐานด้านกีฬาของไทยยังมีข้อจำกัด โดยลานน้ำแข็งขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ รองรับผู้ชมได้ประมาณ 1,500 คน ขณะที่ St. Petersburg Arena ของรัสเซียรองรับผู้ชมได้ถึง 21,500 คนสำหรับการแข่งขันฮอกกี้ และ 23,000 คนสำหรับคอนเสิร์ต

การลงทุนสร้างสนามกีฬาขนาดใหญ่จึงไม่ควรพึ่งพารายได้จากการแข่งขันกีฬาเพียงอย่างเดียว แต่ควรใช้โมเดลที่รายได้ประมาณ 70% มาจากกิจกรรมบันเทิง เช่น คอนเสิร์ต การแสดงสเก็ตลีลา บัลเลต์ และโอเปรา โดยมีตัวอย่างจากสหรัฐฯ ที่สามารถปรับเปลี่ยนสนามเพื่อรองรับกิจกรรมได้ถึง 360 งานต่อปี

นอกจากนี้ รูปแบบศูนย์ฝึกซ้อมในพื้นที่รอบกรุงมอสโก ซึ่งมีลานน้ำแข็งอย่างน้อย 3 ลาน และอัฒจันทร์ขนาดเล็กประมาณ 1,000 ที่นั่ง เป็นอีกแนวทางที่ไทยสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อรองรับนักกีฬาและผู้ปกครอง

5. การสนับสนุนเยาวชนและแนวทางดำเนินงานในประเทศไทย

Red Machine ให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้เยาวชนเข้าถึงกีฬา โดยจัดสรรงบประมาณ CSR ประมาณ 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี เพื่อสนับสนุนการฝึกฮอกกี้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ขณะที่ต้นทุนพัฒนานักกีฬาหนึ่งคนอยู่ที่ประมาณ 1 ล้านรูเบิลต่อปี หรือราว 10,000–11,000 ดอลลาร์สหรัฐ

เพื่อให้ระบบดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีรายได้จากสปอนเซอร์ คอนเสิร์ต การจำหน่ายสินค้า และสื่อกีฬา มาช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายและลดภาระผู้ปกครอง เพื่อให้กีฬาน้ำแข็งเข้าถึงเยาวชนได้อย่างทั่วถึง

สำหรับประเทศไทย สามารถเริ่มโครงการได้ทันทีโดยใช้ลานน้ำแข็งที่มีอยู่เดิมในกรุงเทพฯ ร่วมมือกับผู้ประกอบการสนาม นำโค้ชจาก Red Machine เข้ามาพัฒนา Academy ร่วมกับ Warrix ควบคู่กับการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการลงทุน การเงิน และการตลาด ก่อนพิจารณาขยายโครงสร้างพื้นฐานในระยะยาว