



ระดับของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ทางการกีฬา

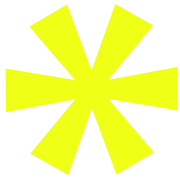
ดร.เอกรัฐ ไชยโชติช่วง

ระดับของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ทางการกีฬา

(Levels of Strategic Planning in Sport)

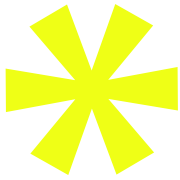
การวางแผนเชิงกลยุทธ์ในกีฬาแบ่งออกเป็น 3 ระดับหลัก ซึ่งแต่ละระดับมีเป้าหมาย เนื้อหา และความรับผิดชอบเฉพาะด้านเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกันในองค์กรกีฬา ตั้งแต่ระดับองค์กรไปจนถึงการปฏิบัติการในระดับสนาม

1. การวางแผนเชิงกลยุทธ์ระดับองค์กร
(Corporate Level Strategy)
2. ระดับธุรกิจ
(Business Level Strategy)
3. ระดับหน้าที่หรือการปฏิบัติการ
(Operational Level Strategy)



ระดับของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ทางการกีฬา

1. ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)
 - เป็นระดับสูงสุดของการวางแผนกลยุทธ์ในองค์กรกีฬา
 - กำหนดทิศทางและเป้าหมายระยะยาวขององค์กรทั้งหมด
 - เน้นเรื่องภาพรวมขององค์กร เช่น การขยายตลาด การลงทุนในกีฬาใหม่ หรือ การตัดสินใจเกี่ยวกับธุรกิจที่องค์กรควรทำ

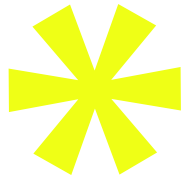


ระดับของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ทางการกีฬา

1. ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

ตัวอย่างในวงการกีฬา:

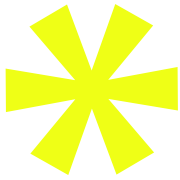
- การตัดสินใจว่าลีกกีฬาระดับประเทศควรเพิ่มประเภทกีฬาใหม่เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย
- การกำหนดเป้าหมายของสโมสรฟุตบอลในการขยายธุรกิจ เช่น เปิดตัวสินค้าลิขสิทธิ์หรือสร้างพันธมิตรกับแบรนด์ระดับโลก



ระดับของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ทางการกีฬา

2. ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)

- มุ่งเน้นการกำหนดกลยุทธ์เฉพาะสำหรับแต่ละหน่วยธุรกิจหรือโปรแกรมกีฬา
- มุ่งสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในตลาดเฉพาะ เช่น การแข่งขันระหว่างทีมในลีกเดียวกัน หรือการดึงดูดผู้สนับสนุน
- เน้นการกำหนดว่าองค์กรจะสร้างความแตกต่างหรือความได้เปรียบในกลุ่มเป้าหมายเฉพาะอย่างไร



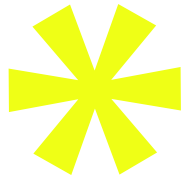
ระดับของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ทางการกีฬา

2. ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)

ตัวอย่างในวงการกีฬา:

- ทีมบาสเกตบอลในลีกอาจมุ่งเน้นการสร้างชื่อเสียงผ่านนักกีฬาชื่อดัง และการส่งเสริมภาพลักษณ์ของทีม
- การพัฒนากีฬาเฉพาะกลุ่ม เช่น การแข่งขันกีฬาอีสปอร์ต (eSports) โดยมุ่งสร้างฐานแฟนคลับที่ชื่นชอบเทคโนโลยี





ระดับของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ทางการกีฬา

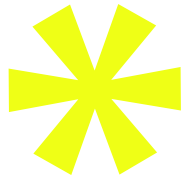
⋮

3. ระดับหน้าที่หรือการปฏิบัติการ (Functional/Operational Level Strategy)

- เป็นระดับที่มุ่งเน้นการปฏิบัติการในหน่วยงานย่อยหรือส่วนงานเฉพาะ เช่น การตลาด การเงิน การจัดการแข่งขัน หรือการฝึกซ้อมนักกีฬา
- เป็นแผนปฏิบัติที่สนับสนุนให้กลยุทธ์ในระดับธุรกิจและองค์กรประสบความสำเร็จ
- เน้นการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

|





ระดับของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ทางการกีฬา

⋮

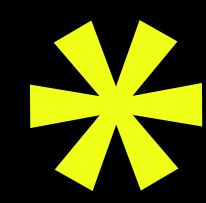
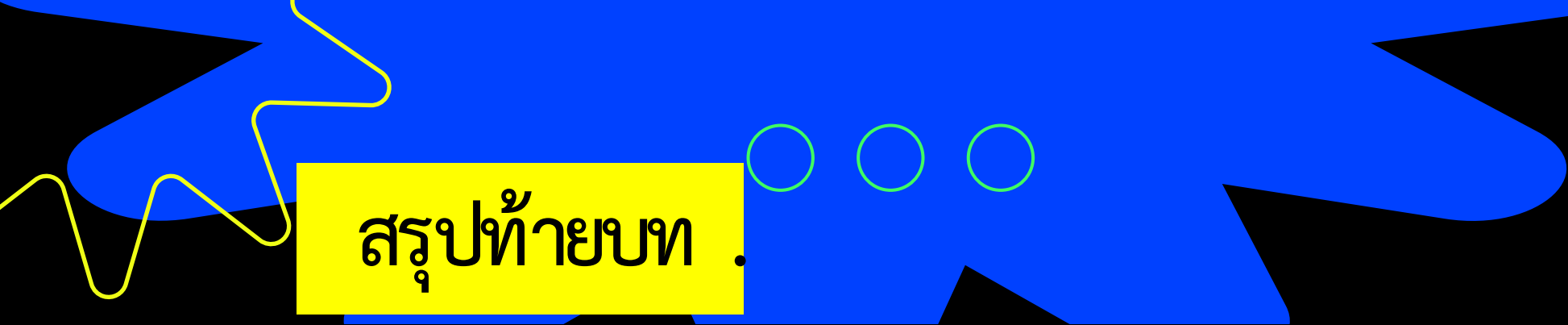
3. ระดับหน้าที่หรือการปฏิบัติการ (Functional/Operational Level Strategy)

ตัวอย่างในวงการกีฬา:

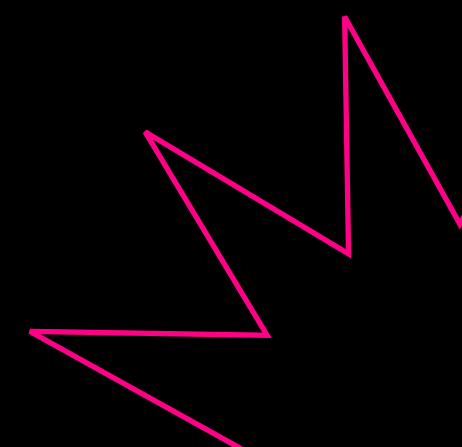
- การวางแผนการตลาดเพื่อโปรโมตการแข่งขัน เช่น การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์
- การวางตารางฝึกซ้อมของนักกีฬาเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการแข่งขันระดับชาติ
- การจัดการงบประมาณสำหรับปรับปรุงสนามกีฬาหรือจัดซื้ออุปกรณ์

|





สรุปท้ายบท

- การวางแผนเชิงกลยุทธ์ในกีฬาแบ่งออกเป็น 3 ระดับที่สัมพันธ์กัน โดยเริ่มจากการกำหนดทิศทางภาพรวมในระดับองค์กร ระดับธุรกิจ ไปจนถึงการดำเนินงานในระดับปฏิบัติการ ทั้งหมดนี้ช่วยให้องค์กรกีฬาเติบโตอย่างยั่งยืน และสามารถตอบสนองต่อความต้องการในตลาดกีฬาได้อย่างมีประสิทธิภาพ.
- 
- 

ขั้นตอนการทำแผนกลยุทธ์ทางการกีฬา STEPS FOR DEVELOPING A STRATEGIC SPORTS PLAN



ดร.เอกรัฐ ไชยโชติช่วง

ขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ทางการกีฬา

Steps for Developing a Strategic Sports Plan

1. การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situational Analysis)
2. การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (Vision, Mission & Goals)วิสัยทัศน์ (Vision)
3. การกำหนดกลยุทธ์หลัก (Strategic Planning)
4. การกำหนดแผนปฏิบัติการ (Action Plan)
5. การดำเนินการและการติดตามผล (Implementation & Monitoring)
6. การประเมินผลและการปรับปรุงแผน (Evaluation & Adjustment)

●ระบุ วิสัยทัศน์ (Vision):

"เป็นศูนย์กลางการพัฒนากีฬาในภูมิภาคเอเชีย"

●กำหนด ภารกิจ (Mission):

"ส่งเสริมการเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพและพัฒนาความสามารถของนักกีฬาเยาวชน"

●ตั้ง เป้าหมาย (Goals):

"เพิ่มจำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโปรแกรมกีฬา 20% ภายใน 3ปี"



1. การกำหนดเป้าหมายและวิสัยทัศน์
(DEFINING GOALS AND VISION)



2. การวิเคราะห์สถานการณ์ (SITUATIONAL ANALYSIS)

- จุดแข็ง (Strengths): เช่น ความเชี่ยวชาญของโค้ช
- จุดอ่อน (Weaknesses): เช่น ขาดแคลนอุปกรณ์กีฬา
- โอกาส (Opportunities): เช่น นโยบายส่งเสริมกีฬาในชุมชน
- ภัยคุกคาม (Threats): เช่น การแข่งขันจากองค์กรกีฬารองอื่น

PESTEL ANALYSIS: วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

เช่น การเมือง (POLITICAL)

เศรษฐกิจ (ECONOMIC)

สังคม (SOCIAL)

เทคโนโลยี (TECHNOLOGICAL)

สิ่งแวดล้อม (ENVIRONMENTAL)

กฎหมาย (LEGAL)

เช่น สำหรับสโมสรฟุตบอลท้องถิ่น อาจพบว่าความนิยมของฟุตบอลกำลังเพิ่มขึ้น แต่ต้องเผชิญกับความท้าทายในการดึงดูดผู้สนับสนุนทางการเงิน



3. การกำหนดกลยุทธ์

(STRATEGY FORMULATION)

- เลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสม เช่น:

- กลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Strategy): ใช้การตลาดเชิงสร้างสรรค์ดึงดูดผู้สนับสนุน
- กลยุทธ์การพัฒนา (Development Strategy): ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานกีฬา
- กลยุทธ์ความยั่งยืน (Sustainability Strategy): ลดการใช้พลังงานในสนามกีฬา

การตั้งแผนจัดงานวิ่งมาราธอนในชุมชน
เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและประชาสัมพันธ์



4. การวางแผนการดำเนินการ

(PLANNING FOR IMPLEMENTATION)

แปลงกลยุทธ์ให้เป็นแผนการปฏิบัติที่ชัดเจน

- กำหนด กิจกรรม: เช่น การจัดอบรมโค้ช การสร้างสนามกีฬาใหม่
- ระบุ ทรัพยากร: เช่น งบประมาณ ทีมงาน ผู้สนับสนุน
- ตั้ง กรอบเวลา: ระบุช่วงเวลาแต่ละกิจกรรมต้องเสร็จสมบูรณ์
- กำหนด ผู้รับผิดชอบ: มอบหมายหน้าที่ชัดเจน เช่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการจัดการกีฬา

ในแผนการส่งเสริมนักกีฬาเยาวชน อาจ
จัดตั้งโปรแกรมการฝึกอบรมรายเดือน



5. การดำเนินการตามแผน (IMPLEMENTATION)

ดำเนินงานตามแผนที่วางไว้และติดตามความก้าวหน้า

- จัดการทรัพยากร: เช่น การจัดซื้ออุปกรณ์กีฬา การจ้างผู้เชี่ยวชาญ
- สื่อสารกับทีมงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: เพื่อให้ทุกฝ่ายเข้าใจเป้าหมายและแผนปฏิบัติการ
- จัดการโครงการอย่างต่อเนื่อง: ตรวจสอบความคืบหน้าในแต่ละระยะ

จัดการแข่งขันกีฬาในชุมชนตาม
ตารางเวลาที่กำหนด พร้อมใช้โซเชียล
มีเดียในการประชาสัมพันธ์



6. การประเมินผลและปรับปรุง

(EVALUATION AND ADJUSTMENT)

วิเคราะห์ความสำเร็จของแผนและปรับปรุงให้เหมาะสมกับสถานการณ์

- ติดตามผลด้วยตัวชี้วัด (KPIs): เช่น จำนวนผู้เข้าร่วม, รายได้จากกิจกรรมกีฬา
- เก็บข้อมูลจากความคิดเห็นผู้เข้าร่วมและทีมงาน
- ปรับปรุงแผนกลยุทธ์: หากพบว่ามีปัญหาหรือแนวทางที่ดีกว่า

หลังจากกิจกรรมกีฬาเสร็จสิ้น อาจใช้
แบบสอบถามออนไลน์เก็บข้อมูลจาก
ผู้เข้าร่วมเพื่อวางแผนครั้งถัดไป

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ขั้นตอนในการทำแผนกลยุทธ์กีฬา

โครงการ: ส่งเสริมฟุตบอลเยาวชนในชุมชน

- 1.กำหนดเป้าหมาย: เพิ่มเยาวชนที่เข้าร่วมฝึกซ้อมฟุตบอล 30% ภายในปีหน้า
- 2.วิเคราะห์สถานการณ์: พบว่าเยาวชนสนใจกีฬา แต่ขาดสนามและโค้ชที่มีคุณภาพ
- 3.กำหนดกลยุทธ์: สร้างโปรแกรมฝึกซ้อมในวันหยุดและหาผู้สนับสนุนจัดหาสนาม
4. วางแผนดำเนินการ: จัดตั้งทีมโค้ช กำหนดตารางฝึกซ้อม จัดงบประมาณ
5. ดำเนินการ: เริ่มโปรแกรมฝึกซ้อมในสนามชุมชน
ประชาสัมพันธ์ผ่านโรงเรียน
6. ประเมินผล: วิเคราะห์การเข้าร่วมและความพึงพอใจจาก
เยาวชนและผู้ปกครอง

สรุป

ขั้นตอนการทำแผนกลยุทธ์ทางการกีฬาเป็นกระบวนการที่เป็นระบบเริ่มจากการวิเคราะห์สถานการณ์ไปจนถึงการประเมินผลและปรับปรุงการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้องค์กรกีฬาไปถึงเป้าหมายและสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืน



การนำแผนเชิงกลยุทธ์ ทางการกีฬาไปปฏิบัติ

(Strategic Plan Implementation in Sport)

ดร.เอกรัฐ ไชยโชติช่วง



การนำแผนเชิงกลยุทธ์ทางการกีฬาไป
ปฏิบัติเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยเปลี่ยน
วิสัยทัศน์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผน
กลยุทธ์ให้กลายเป็นผลลัพธ์จริง
กระบวนการนี้เน้นการบริหารจัดการ
ทรัพยากร การประสานงาน และการ
ดำเนินการตามที่วางไว้ในแผน โดยต้อง
คำนึงถึงความท้าทายและการปรับตัวใน
สถานการณ์จริง



ขั้นตอนการนำแผนเชิงกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

1. การจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation)

- บุคลากร (Human Resources):

มอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบให้ชัดเจน

เช่น โค้ช ผู้จัดการ นักกายภาพ

- งบประมาณ (Financial Resources):

จัดสรรเงินทุนตามลำดับความสำคัญ

เช่น การสร้างสนาม การจัดโปรแกรมฝึกอบรม

- อุปกรณ์และโครงสร้างพื้นฐาน (Physical Resources):

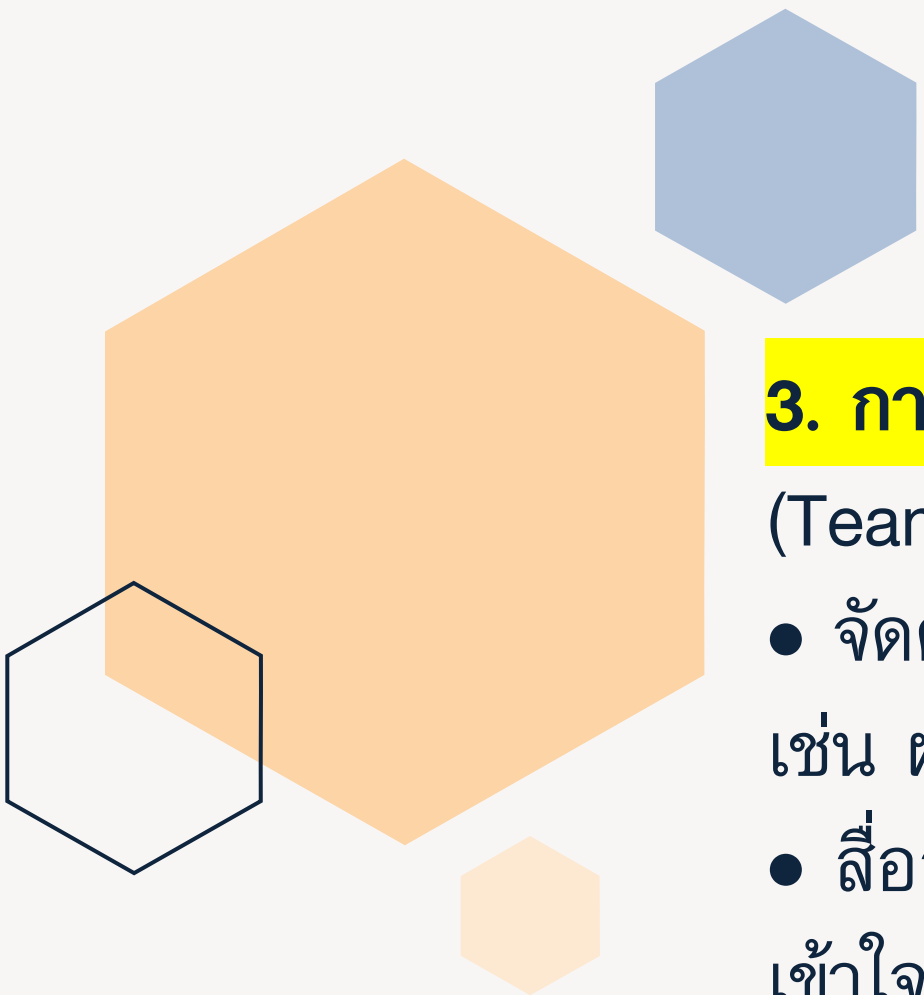
จัดหาสนามกีฬา อุปกรณ์ฝึกซ้อม และเครื่องมือสนับสนุน



2. การวางแผนการดำเนินงาน (Operational Planning)

- แปลงกลยุทธ์หลักเป็นแผนย่อยที่ปฏิบัติได้จริง
เช่น กำหนดกิจกรรมรายเดือนหรือรายไตรมาส
- ตั้งเป้าหมายระยะสั้นที่วัดผลได้ (KPIs)
เช่น เพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬา 10%
ภายใน 3 เดือน
- สร้างแผนงานที่มีกรอบเวลาชัดเจน (Timeline)
และจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรม





3. การสร้างทีมและการสื่อสาร

(Team Building and Communication)

- จัดตั้งทีมงานที่เหมาะสมในแต่ละแผนก
เช่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายจัดการกิจกรรม ฝ่ายกีฬา
- สื่อสารแผนงานและเป้าหมายให้ทีมงานทุกคน
เข้าใจ

4. การดำเนินการตามแผน (Execution)

- ลงมือทำตามแผนที่วางไว้ในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดแข่งขัน การฝึกซ้อม หรือการประชาสัมพันธ์
- จัดการกับความท้าทายที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินการ เช่น การจัดการปัญหาการขาดแคลนอุปกรณ์
- ตรวจสอบความก้าวหน้าของงานอย่างต่อเนื่อง



5. การติดตามและควบคุม (Monitoring and Controlling)

- ใช้ตัวชี้วัด (KPIs) เพื่อตรวจสอบว่าการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายหรือไม่
- ติดตามความคืบหน้าเป็นระยะ เช่น รายงานรายเดือนหรือการประชุมทีม
- หากพบปัญหาหรือผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ให้ปรับปรุงแผนหรือกระบวนการ



6. การแก้ไขและปรับปรุง (Problem-Solving and Adjustment)

- วิเคราะห์ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบ
เช่น งบประมาณที่ไม่เพียงพอ หรือความล่าช้าในงาน
- ปรับแผนงานหรือวิธีการดำเนินการให้เหมาะสม
เช่น เพิ่มทรัพยากร หรือปรับตารางเวลา
- ใช้ข้อมูลเชิงลึกจากการติดตามผลมาปรับปรุง
กระบวนการ



7. การสรุปผลและเรียนรู้ (Evaluation and Learning)

- สรุปผลการดำเนินงานทั้งในเชิงตัวเลขและคุณภาพ เช่น รายได้ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วม
- นำบทเรียนจากการดำเนินงานมาปรับใช้ในการวางแผนครั้งถัดไป
- รายงานผลการดำเนินงานให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ผู้บริหาร หรือผู้สนับสนุน



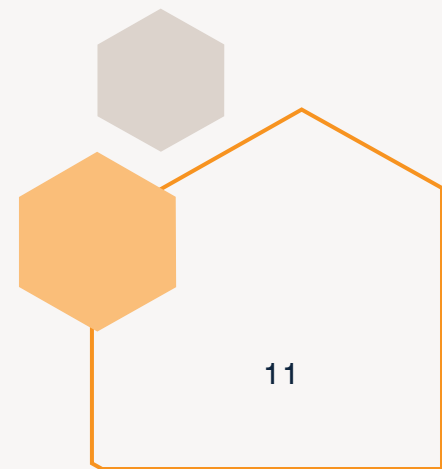
โครงการ: จัดการแข่งขันฟุตบอลเยาวชนระดับจังหวัด

- 1.จัดสรรทรัพยากร:
 - o ว่าจ้างผู้ตัดสิน 10 คน
 - o จัดงบประมาณ 500,000 บาท สำหรับรางวัลและการจัดงาน
- 2.วางแผนการดำเนินงาน:
 - o กำหนดวันแข่งขัน 5 วัน
 - o ประสานงานกับโรงเรียนและชมรมกีฬา
- 3.สร้างทีมงาน :
 - o ทีมจัดการแข่งขัน
 - o ทีมดูแลความปลอดภัยในสนาม
- 4.ดำเนินการ:
 - o จัดการแข่งขันตามตาราง
 - o ประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุท้องถิ่นและโซเชียลมีเดีย
- 5.ติดตามผล:
 - o ตรวจสอบความเรียบร้อยของสนามและความพึงพอใจของผู้ชม
- 6.ปรับปรุง:
 - o หากมีปัญหา เช่น การไม่มาตามกำหนดของทีม อาจปรับเปลี่ยนตาราง
- 7.สรุปผล:
 - o เก็บข้อมูลทีมที่ชนะ ผู้เข้าชม และความคุ้มค่าเชิงงบประมาณ

สรุปท้ายบท

การนำแผนเชิงกลยุทธ์ทางการกีฬาไปปฏิบัติต้อง

อาศัยการจัดการที่มีระบบและประสานงานกันระหว่าง
ทีมงานทุกฝ่าย การสื่อสารที่ชัดเจน การติดตามผลอย่าง
ต่อเนื่อง และการปรับตัวตามสถานการณ์ เป็นสิ่งสำคัญ
ที่จะทำให้องค์กรกีฬาประสบความสำเร็จในการบรรลุ
เป้าหมายและเติบโตอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมกีฬา.





บทที่ 6

การประเมินผลการจัดการ เชิงกลยุทธ์ทางการกีฬา (Evaluation of Strategic Management in Sport)

ดร.เอกรัฐ ไชยโชติช่วง

วัตถุประสงค์ของการประเมินผล

1.วัดผลสำเร็จ: เพื่อดูว่าองค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้หรือไม่

2.ปรับปรุงกระบวนการ: เพื่อเรียนรู้จากความสำเร็จและความล้มเหลว

3.เพิ่มประสิทธิภาพ: ใช้ข้อมูลที่ได้มาพัฒนาแผนกลยุทธ์ในอนาคต

4.สร้างความโปร่งใส: ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ผู้สนับสนุนหรือผู้บริหาร เห็นถึงผลลัพธ์ที่ชัดเจน



ขั้นตอนการประเมินผล

1. กำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (Key Performance Indicators - KPIs)

- ตัวชี้วัดต้องสอดคล้องกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ในแผนกลยุทธ์
- ตัวชี้วัดอาจแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก:
 - ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ:
 - ☐ จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม
 - ☐ รายได้จากการจัดงาน
 - ☐ จำนวนผู้ติดตามบนสื่อโซเชียลมีเดีย
 - ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ:
 - ☐ ความพึงพอใจของผู้ชม
 - ☐ ความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วม

ขั้นตอนการประเมินผล

2. เก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

- เก็บข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น:

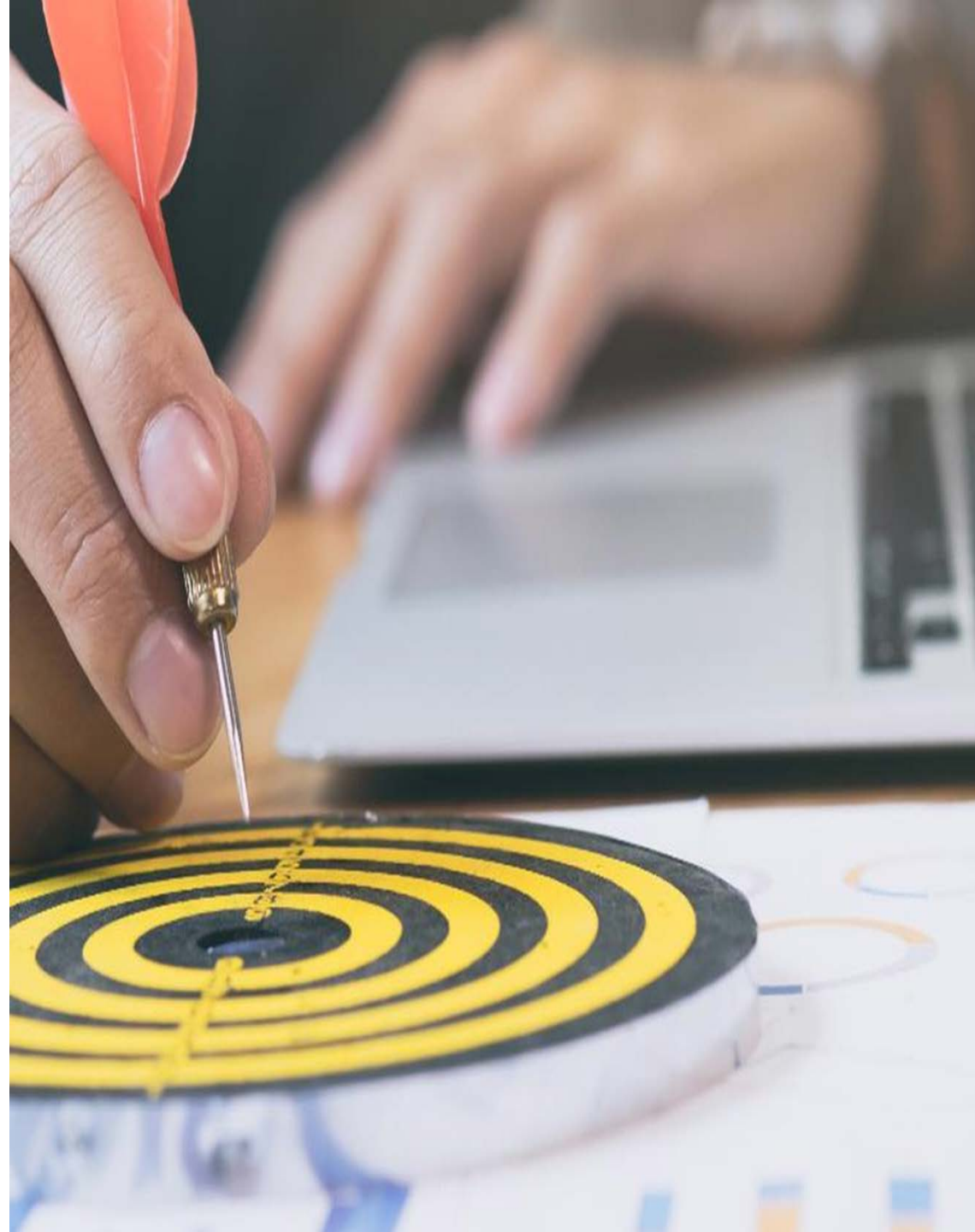
- แบบสอบถามออนไลน์สำหรับผู้เข้าร่วม
- ข้อมูลการขายบัตรเข้าชม
- ข้อมูลรายได้และค่าใช้จ่าย
- การวิเคราะห์ความคิดเห็นในโซเชียลมีเดีย



ขั้นตอนการประเมินผล

3. เปรียบเทียบผลลัพธ์กับเป้าหมาย (Comparison with Goals)

- นำผลลัพธ์ที่ได้มาเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้
- วิเคราะห์ว่าสิ่งใดที่ประสบความสำเร็จและสิ่งใดที่ล้มเหลว



ขั้นตอนการประเมินผล

4. วิเคราะห์ผลลัพธ์ (Result Analysis)

- แยกแยะผลลัพธ์เชิงบวกและปัญหาที่พบ:
 - ผลลัพธ์เชิงบวก: จุดเด่นที่ควรนำไปต่อยอด
 - ปัญหา: อุปสรรคที่เกิดขึ้นในกระบวนการดำเนินงาน
- ใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ เช่น SWOT Analysis หรือ Gap Analysis



ขั้นตอนการประเมินผล

5. นำเสนอรายงานผล (Report Presentation)

- จัดทำรายงานที่สรุปข้อมูลสำคัญ เช่น:
 - เป้าหมายที่บรรลุและไม่บรรลุ
 - ข้อมูลทางการเงิน
 - ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุง
- นำเสนอผลให้ผู้บริหาร ผู้สนับสนุน

หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อการตัดสินใจในอนาคต

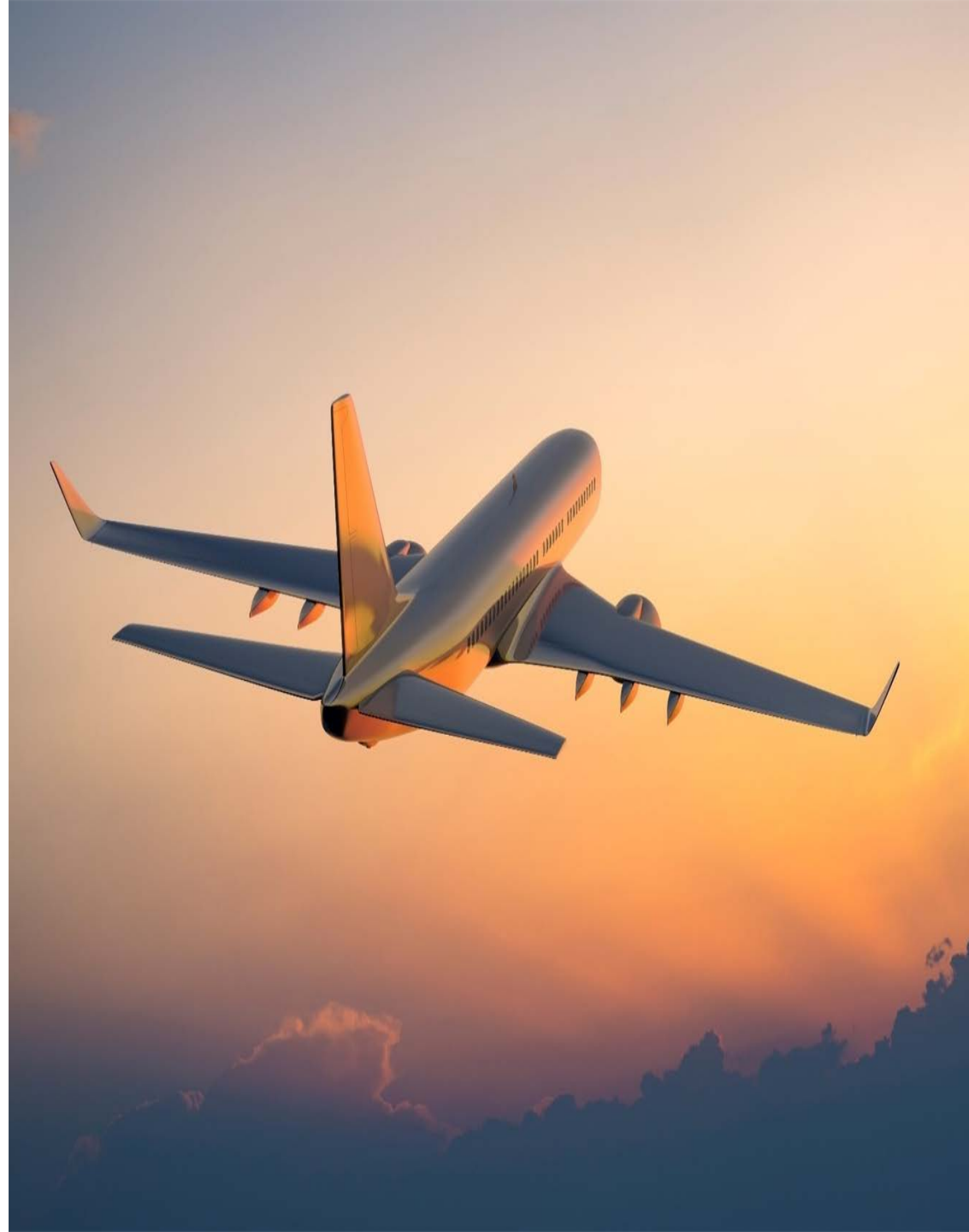


ขั้นตอนการประเมินผล

6. ปรับปรุงแผนกลยุทธ์

(Strategic Adjustment)

- ปรับปรุงแผนตามบทเรียนที่ได้จากการประเมินผล
- หากมีกลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสม อาจยกเลิกหรือปรับเปลี่ยน เช่น การเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมให้ตรงกับความสนใจของผู้เข้าร่วมมากขึ้น



กรณีศึกษา: การจัดงานวิ่งมาราธอนระดับจังหวัด

- เป้าหมาย:
 - เพิ่มจำนวนผู้สมัครวิ่งจาก 1,000 คน เป็น 1,500 คน
 - เพิ่มรายได้จากการขายสินค้าที่ระลึก 20%
- ผลลัพธ์:
 - ผู้สมัครวิ่ง 1,200 คน (ต่ำกว่าเป้าหมาย)

- รายได้จากสินค้าที่ระลึกเพิ่มขึ้น 25% (เกินเป้าหมาย)

- วิเคราะห์: การประชาสัมพันธ์ดี แต่ค่าธรรมเนียมการสมัครอาจสูงเกินไป
- ปรับปรุง: ลดค่าธรรมเนียมและเพิ่มช่องทางสมัครในปีถัดไป

สรุปท้ายบท

การประเมินผลการจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการกีฬา เป็นกระบวนการที่ช่วยให้องค์กรกีฬาเข้าใจ ความสำเร็จและข้อบกพร่องของแผนงานที่ผ่านมา เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นไปพัฒนากลยุทธ์ใหม่ที่มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งเสริมให้องค์กรเติบโต อย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมกีฬา.



กรณีศึกษา: การพัฒนาแผนกลยุทธ์ของสโมสรฟุตบอล S SPORT

สโมสรฟุตบอล S SPORT เป็นทีมระดับกลางในลีกอาชีพของประเทศที่มีประวัติการก่อตั้งมากกว่า 20 ปี โดยมีฐานแฟนบอลที่ภักดีในระดับภูมิภาค อย่างไรก็ตาม ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา สโมสรประสบปัญหาหลายด้าน ทั้งในเชิงกีฬาที่ไม่สามารถแข่งขันกับทีมระดับหัวตารางได้ และในเชิงธุรกิจที่รายได้จากการขายตั๋วและสปอนเซอร์ลดลง

ปัจจุบันสโมสร S SPORT มีอันดับอยู่ในครึ่งล่างของตารางลีก ผลการแข่งขันขึ้นๆ ลงๆ ไม่มีความสม่ำเสมอ ส่งผลให้แฟนบอลบางส่วนเริ่มลดความสนใจในการเข้าชมเกม นอกจากนี้ รายได้จากการจำหน่ายบัตรเข้าชมการแข่งขันลดลงกว่า 30% ในช่วงสามฤดูกาลที่ผ่านมา ทำให้สโมสรต้องเผชิญกับความท้าทายในการบริหารงบประมาณ

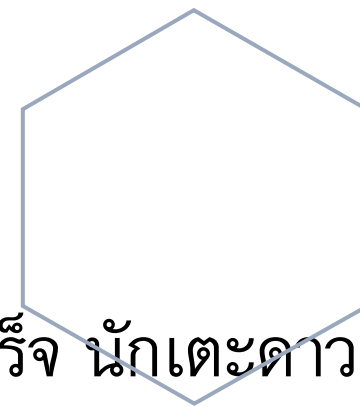
■ ปัญหาที่สโมสรเผชิญ

ด้านกีฬา: ทีมขาดผู้เล่นระดับคุณภาพที่สามารถพาทีมไปสู่ความสำเร็จ นักเตะดาวรุ่งหลายคนเลือกย้ายออกไปทีมอื่นที่ให้ข้อเสนอที่ดีกว่า

ด้านการตลาดและแฟนบอล: ความนิยมของทีมลดลงเมื่อเทียบกับอดีต แฟนบอลบางส่วนหันไปสนับสนุนทีมอื่น

ด้านการเงินและสปอนเซอร์: รายได้จากสปอนเซอร์ลดลงเนื่องจากบริษัทต่างๆ ไม่มั่นใจในการเติบโตของทีม

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน: สนามซ้อมและสนามแข่งขันยังไม่ได้รับการพัฒนาให้ทันสมัย ทำให้เป็นข้อจำกัดในการดึงดูดผู้เล่นและแฟนบอล



■ คำถาม

1. การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis)

o ให้นักศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของสโมสร S SPORT โดยใช้ข้อมูลที่ให้มา

2. การกำหนดเป้าหมายทางกลยุทธ์ (Strategic Objectives)

o จากการวิเคราะห์ SWOT นักศึกษาควรกำหนด เป้าหมายระยะสั้น และ เป้าหมายระยะยาว ที่ สโมสร SPORT ควรมุ่งเน้น พร้อมให้เหตุผลสนับสนุน

3. การพัฒนากลยุทธ์ (Strategy Development)

o ให้นักศึกษาออกแบบ 3 กลยุทธ์หลัก เพื่อช่วยให้สโมสร SPORT บรรลุเป้าหมายที่กำหนด โดยแต่ละกลยุทธ์ควรระบุแนวทางดำเนินการที่เป็นรูปธรรม



■ คำถาม

4. การดำเนินการ (Implementation Plan)

- o ให้นักศึกษาเสนอแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับหนึ่งในกลยุทธ์ที่ออกแบบมา พร้อมระบุระยะเวลางบประมาณ และหน่วยงานที่รับผิดชอบ

5. การวัดผลและประเมินผล (Performance Measurement & Evaluation)

- o นักศึกษาควรเสนอวิธีการวัดผลและตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) สำหรับแผนกลยุทธ์ของสโมสร SPORT พร้อมอธิบายเหตุผลที่เลือกใช้ตัวชี้วัดเหล่านั้น

