

Số Quý I năm 2026

**CHUYÊN ĐỀ:
KINH TẾ THỂ THAO VÀ CHÍNH SÁCH PHÁT
TRIỂN Ở KHU VỰC ĐÔNG NAM Á**

Hà Nội, tháng 3 năm 2026

LỜI NÓI ĐẦU

Trong những năm gần đây, kinh tế thể thao đã nổi lên như một lĩnh vực giàu tiềm năng và ngày càng giữ vị trí quan trọng trong chiến lược phát triển của nhiều quốc gia Đông Nam Á. Thể thao không còn được nhìn nhận đơn thuần là hoạt động phong trào hay thành tích thi đấu, mà đã trở thành một cấu phần của nền kinh tế hiện đại, gắn với hệ sinh thái đa ngành gồm tổ chức sự kiện, bản quyền truyền thông, tài trợ thương mại, sản xuất trang thiết bị, du lịch thể thao và dịch vụ chăm sóc sức khỏe. Sự phát triển này phản ánh quá trình chuyển dịch mô hình tăng trưởng theo hướng dịch vụ, sáng tạo và hội nhập quốc tế của khu vực.

Thực tiễn những năm gần đây cho thấy nhiều quốc gia Đông Nam Á đã đạt được các kết quả tích cực trong phát triển kinh tế thể thao. Hệ thống giải đấu chuyên nghiệp được mở rộng, thu hút dòng vốn đầu tư tư nhân ngày càng lớn; cơ sở hạ tầng thể thao được nâng cấp theo tiêu chuẩn khu vực và quốc tế; các sự kiện thể thao lớn không chỉ góp phần nâng cao hình ảnh quốc gia mà còn tạo động lực cho du lịch, thương mại và dịch vụ. Cùng với đó, các mô hình hợp tác công – tư (PPP), chính sách ưu đãi đầu tư, chuyển đổi số trong quản lý và khai thác bản quyền truyền thông đang từng bước hình thành nền tảng cho một ngành công nghiệp thể thao có cấu trúc rõ ràng và khả năng tạo giá trị gia tăng bền vững.

Trong giai đoạn tới, nhiều quốc gia trong khu vực tiếp tục đặt mục tiêu hoàn thiện khung pháp lý, xây dựng chiến lược phát triển công nghiệp thể thao dài

hạn, thúc đẩy sản xuất trang thiết bị trong nước, phát triển du lịch gắn với sự kiện thể thao và nâng cao năng lực tổ chức các giải đấu tầm khu vực, châu lục. Trọng tâm không chỉ là gia tăng quy mô thị trường mà còn bảo đảm tính bền vững, hiệu quả đầu tư và sự lan tỏa lợi ích kinh tế – xã hội.

Trên cơ sở đó, bản Điểm tin Kinh tế Thể thao và Chính sách phát triển tại Đông Nam Á được biên soạn nhằm tổng hợp, hệ thống hóa những kết quả nổi bật và định hướng chính sách của các quốc gia trong khu vực, góp phần cung cấp nguồn tham khảo hữu ích cho công tác nghiên cứu, quản lý và hoạch định chiến lược trong thời gian tới.

Ban biên tập

KINH TẾ THỂ THAO: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ VAI TRÒ TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ HIỆN ĐẠI

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi mô hình tăng trưởng dựa trên sáng tạo, tri thức và dịch vụ, thể thao không còn chỉ là hoạt động rèn luyện sức khỏe hay thi đấu thuần túy, mà đã trở thành một ngành kinh tế quan trọng, có khả năng tạo ra giá trị gia tăng lớn, thúc đẩy việc làm và kích thích nhiều lĩnh vực liên quan. Khái niệm “kinh tế thể thao” vì thế ngày càng được nghiên cứu sâu trong học thuật và được nhiều chính phủ đưa vào chiến lược phát triển quốc gia.

Cơ sở lý luận về kinh tế thể thao

Trong giới học thuật, kinh tế thể thao được định nghĩa là việc áp dụng các nguyên lý của kinh tế học vào phân tích hoạt động thể thao, từ hành vi của người tiêu dùng, vận động viên, câu lạc bộ đến các tổ chức quản lý và doanh nghiệp liên quan. Theo cuốn *The Economics of Sport* của Michael A. Leeds và Peter von Allmen, kinh tế thể thao là lĩnh vực nghiên cứu cách các nguồn lực khan hiếm được phân bổ trong ngành thể thao và cách thị trường thể thao vận hành theo quy luật cung – cầu.

Tương tự, trong *Handbook on the Economics of Sport*, hai học giả Wladimir Andreff và Stefan Szymanski cho rằng kinh tế thể thao bao gồm toàn bộ các hoạt động kinh tế liên quan đến sản xuất và tiêu dùng sản phẩm thể thao, từ thể thao chuyên nghiệp đến thể thao phong trào, cũng như các ngành công nghiệp phụ trợ.

Ở cấp độ chính sách quốc tế, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) xác định kinh tế thể thao là tổng giá trị gia tăng do các hoạt động liên quan đến thể thao tạo ra trong nền kinh tế, bao gồm sản xuất thiết bị, tổ chức sự kiện, truyền thông và dịch vụ giải trí thể thao. Trong khi đó,

European Commission trong tài liệu *White Paper on Sport* (2007) nhấn mạnh thể thao đóng góp trực tiếp và gián tiếp vào GDP, tạo việc làm và thúc đẩy hội nhập xã hội.

Từ các định nghĩa trên có thể khái quát: kinh tế thể thao là một bộ phận của nền kinh tế quốc dân, bao gồm toàn bộ hoạt động tạo ra giá trị kinh tế từ thể thao và có tác động lan tỏa sang các lĩnh vực khác.

Cấu trúc ngành của kinh tế thể thao

Kinh tế thể thao là một hệ sinh thái đa tầng, trong đó thể thao đóng vai trò hạt nhân, xung quanh là mạng lưới các ngành liên quan.

Trước hết là mảng tổ chức và kinh doanh sự kiện thể thao. Đây là trung tâm tạo doanh thu trực tiếp lớn nhất của ngành. Các giải đấu chuyên nghiệp, đại hội thể thao quốc tế hay các sự kiện marathon phong trào đều mang lại nguồn thu từ bán vé, tài trợ và bản quyền truyền hình. Theo báo cáo thường niên của Deloitte, bản quyền truyền thông và tài trợ hiện chiếm tỷ trọng lớn nhất trong doanh thu của các giải bóng đá hàng đầu châu Âu.

Thứ hai là lĩnh vực bản quyền truyền thông và nội dung số. Sự phát triển của các nền tảng OTT đã biến thể thao thành nội dung có giá trị thương mại cao và khả năng thu hút khán giả toàn cầu theo thời gian thực. PwC trong báo cáo *Sports Survey* cho biết bản quyền phát sóng hiện là nguồn thu chủ lực của nhiều giải đấu chuyên nghiệp, vượt xa doanh thu bán vé truyền thông.

Thứ ba là tài trợ và quảng cáo. Thể thao mang lại khả năng gắn kết cảm xúc mạnh mẽ với người hâm mộ, từ đó trở thành công cụ marketing hiệu quả. Theo thống kê của Statista, thị trường tài trợ thể thao toàn cầu đạt giá trị hàng chục tỷ USD mỗi năm, với các hình thức phổ biến như tài trợ áo đấu, đặt tên sân vận động và hợp đồng đại sứ thương hiệu.

Một mảng quan trọng khác là sản xuất và thương mại thiết bị thể thao. Bao gồm dụng cụ thi đấu, trang phục, giày thể thao, thiết

bị đeo thông minh và hàng hóa lưu niệm. Theo World Trade Organization, thương mại quốc tế các sản phẩm liên quan đến thể thao đạt giá trị hàng trăm tỷ USD mỗi năm, trở thành ngành xuất khẩu quan trọng của nhiều quốc gia.

Cơ sở hạ tầng và bất động sản thể thao cũng là thành tố then chốt. Các sân vận động, trung tâm huấn luyện và khu phức hợp thể thao – thương mại không chỉ phục vụ thi đấu mà còn kích thích phát triển đô thị. European Parliament từng ghi nhận đầu tư hạ tầng thể thao có tác động lan tỏa tích cực đến ngành xây dựng, dịch vụ và du lịch.

Du lịch thể thao là một phân khúc tăng trưởng nhanh. Theo UN World Tourism Organization (UNWTO), các sự kiện thể thao quốc tế là động lực thu hút khách du lịch, kéo theo tăng trưởng cho ngành khách sạn, vận tải và bán lẻ.

Bên cạnh đó, kinh tế vận động viên ngày càng được quan tâm. Vận động viên không chỉ là người thi đấu mà còn là thương hiệu cá nhân. Họ tạo ra doanh thu từ quảng cáo, kinh doanh hình ảnh và hợp đồng tài trợ. Theo phân tích trong *Handbook on the Economics of Sport*, vận động viên là trung tâm của chuỗi giá trị thương mại thể thao.

Cuối cùng là lĩnh vực thể thao phong trào và dịch vụ thể hình. Hệ thống phòng gym, yoga, trung tâm thể thao tư nhân và các giải chạy cộng đồng tạo ra thị trường dịch vụ chăm sóc sức khỏe quy mô lớn. OECD cho rằng đầu tư vào thể thao phong trào giúp giảm chi phí y tế và nâng cao năng suất lao động trong dài hạn.

Vai trò của kinh tế thể thao đối với nền kinh tế quốc dân

Thứ nhất, đóng góp vào GDP. Theo European Commission, thể thao đóng góp khoảng 2–3% GDP tại nhiều quốc gia EU khi tính cả tác động trực tiếp và gián tiếp. Con số này tương đương hoặc vượt một số ngành công nghiệp truyền thống.

Thứ hai, tạo việc làm. Kinh tế thể thao tạo việc làm trực tiếp cho huấn luyện viên, vận động viên, trọng tài, nhân viên tổ chức sự kiện và gián tiếp cho ngành xây dựng, truyền thông, sản xuất thiết bị. OECD nhấn mạnh đây là lĩnh vực có khả năng hấp thụ lao động lớn, đặc biệt là lao động trẻ.

Thứ ba, thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Sự phát triển của công nghệ thể thao, từ phân tích dữ liệu hiệu suất đến thiết bị đeo thông minh, đang thu hút nguồn vốn đầu tư mạo hiểm đáng kể. Theo PwC, sports tech là một trong những phân khúc tăng trưởng nhanh trong hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu.

Thứ tư, tác động xã hội và sức khỏe cộng đồng. Theo OECD, đầu tư vào thể thao giúp giảm chi phí chăm sóc y tế do cải thiện sức khỏe dân số, đồng thời tăng cường gắn kết xã hội và giảm bất bình đẳng.

Kết luận

Từ góc độ lý luận và thực tiễn, kinh tế thể thao đã vượt ra khỏi phạm vi của một ngành giải trí đơn thuần để trở thành một cấu phần quan trọng của nền kinh tế hiện đại. Với cấu trúc đa ngành gồm sự kiện, truyền thông, tài trợ, sản xuất, du lịch, hạ tầng và công nghệ, kinh tế thể thao tạo ra giá trị gia tăng lớn, việc làm bền vững và tác động xã hội tích cực.

Các nghiên cứu của OECD, European Commission và các học giả kinh tế thể thao đều cho thấy đây là lĩnh vực có tốc độ tăng trưởng cao và tiềm năng phát triển mạnh mẽ trong thế kỷ XXI. Đối với các quốc gia đang phát triển, việc xây dựng chiến lược phát triển kinh tế thể thao không chỉ mang lại lợi ích tài chính mà còn góp phần nâng cao sức khỏe cộng đồng, hình ảnh quốc gia và năng lực cạnh tranh toàn cầu.

Biên dịch Nguyễn Khang (Theo

<https://www.oecd.org/en/about/programmes/lead-programme.html>; <https://www.untourism.int/sports-tourism>)

TRÍ TUỆ NHÂN TẠO VÀ BƯỚC NGOẶT CÁ NHÂN HÓA TRONG KINH TẾ THỂ THAO

Sự giao thoa giữa thể thao và công nghệ đang bước vào giai đoạn tăng tốc mạnh mẽ, trong đó trí tuệ nhân tạo (AI) nổi lên như động lực trung tâm tái cấu trúc toàn bộ chuỗi giá trị của ngành. Từ sản xuất nội dung, tiếp thị, bán vé đến chăm sóc người hâm mộ, AI không còn là công cụ thử nghiệm mà đã trở thành nền tảng chiến lược trong quản trị kinh doanh thể thao hiện đại.

Tại Australia, các tổ chức thể thao lớn như Giải Bóng bầu dục Úc (AFL) với những câu lạc bộ tiêu biểu như Collingwood và Richmond, hay Cricket Australia, đang tích cực ứng dụng AI để tạo ra các bản xem trước trận đấu, video tóm tắt và bình luận tự động phù hợp với từng nhóm khán giả.

Đội tuyển bóng đá nữ quốc gia Matildas cũng tận dụng công nghệ này để xây dựng các câu chuyện hậu trường được cá nhân hóa, duy trì tương tác với người hâm mộ ngay cả ngoài mùa giải. Việc cung cấp nội dung đúng thời điểm, đúng sở thích không chỉ làm sâu sắc mối liên kết giữa vận động viên và khán giả mà còn mở ra các nguồn thu mới từ quảng cáo, tài trợ và thương mại điện tử.

Trọng tâm của làn sóng này là tiếp thị siêu cá nhân hóa. Nhờ các thuật toán học máy, tổ chức thể thao có thể phân tích khối lượng dữ liệu khổng lồ về hành vi người dùng để dự đoán nhu cầu mua sắm, xác định thời điểm tối ưu bán vé hoặc gợi ý sản phẩm phù hợp. Tuy nhiên, ranh giới giữa hỗ trợ trải nghiệm và thao túng hành vi đang trở nên mong manh.

Khi hệ thống có khả năng “đọc” sở thích và thói quen chi tiêu, nguy cơ người hâm mộ bị thúc đẩy tiêu dùng vượt ngoài dự định là điều không thể xem nhẹ. Câu hỏi đặt ra không chỉ là

hiệu quả kinh doanh, mà còn là mức độ tôn trọng quyền tự chủ của người tiêu dùng trong môi trường số.

Trong bối cảnh đó, dữ liệu người hâm mộ đã trở thành tài sản giá trị nhất của nền kinh tế thể thao. Nhiều câu lạc bộ châu Âu, trong đó có Feyenoord (Hà Lan), đã sử dụng AI để phân khúc khán giả tinh vi hơn, từ đó tối ưu hóa chiến lược tài trợ và áp dụng mô hình giá vé linh hoạt.

Tuy nhiên, giá trị thương mại của dữ liệu đi kèm với trách nhiệm pháp lý và đạo đức ngày càng cao. Người hâm mộ đòi hỏi sự minh bạch về cách thông tin cá nhân được thu thập, lưu trữ và khai thác. Nếu niềm tin bị xói mòn, lợi ích kinh tế ngắn hạn có thể phải trả giá bằng tổn thất thương hiệu lâu dài.

Một thách thức khác là nguy cơ đồng nhất hóa nội dung và hiệu ứng “buồng vọng” trong truyền thông thể thao. Khi AI tự động đề xuất nội dung dựa trên hành vi trước đó, hệ thống có thể vô tình thu hẹp góc nhìn của người dùng, làm giảm cơ hội tiếp cận những câu chuyện mới hoặc các môn thể thao ít phổ biến.

Đối với thể thao nữ, điều này đặc biệt nhạy cảm, bởi thuật toán nếu không được thiết kế công bằng có thể củng cố định kiến về mức độ quan tâm thấp hơn, từ đó ảnh hưởng đến khả năng thu hút tài trợ và khán giả.

Trước những cơ hội và thách thức song hành, yêu cầu về một kỷ nguyên AI có trách nhiệm trong thể thao trở nên cấp thiết. Công nghệ cần được định vị là công cụ nâng cao trải nghiệm, thay vì cơ chế khai thác hành vi. Các nguyên tắc minh bạch dữ liệu, quyền lựa chọn của người hâm mộ và tiêu chuẩn đạo đức trong tiếp thị phải được thiết lập rõ ràng, đồng thời tích hợp vào chiến lược quản trị của các tổ chức thể thao.

Tương lai của kinh tế thể thao số sẽ không chỉ được quyết định bởi khả năng xử lý dữ liệu hay độ chính xác của thuật toán, mà còn bởi mức độ tin cậy mà thương hiệu tạo dựng được. Trong kỷ nguyên

AI, lợi thế cạnh tranh bền vững không nằm ở việc sở hữu nhiều dữ liệu nhất, mà ở việc sử dụng dữ liệu một cách minh bạch, nhân văn và có trách nhiệm. Khi đó, trí tuệ nhân tạo mới thực sự trở thành động lực thúc đẩy tăng trưởng thay vì là thách thức đối với giá trị cốt lõi của thể thao.

Biên dịch Hà Phương (Theo

<https://www.hanswesterbeek.com/news/generative-ai-in-fan-engagement-and-personalisation-balancing-sport-business-innovation-with-integrity>)

TÁI ĐỊNH NGHĨA NỀN KINH TẾ THỂ THAO TRONG KỶ NGUYÊN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Nền kinh tế thể thao hiện đại không còn bó hẹp trong những sân vận động rực sáng ánh đèn của các kỳ World Cup hay Olympic, mà đã mở rộng thành một hệ sinh thái bao trùm từ thể thao đỉnh cao đến hoạt động vận động cộng đồng tại từng khu dân cư. Từ những giải đấu toàn cầu đến các công viên địa phương nơi trẻ em chơi cricket, bóng đá hay chạy bộ, thể thao đang trở thành một cấu phần quan trọng của đời sống kinh tế – xã hội. Với quy mô ước đạt khoảng 2,3 nghìn tỷ USD, tương đương gần 2% GDP toàn cầu, kinh tế thể thao đang bước vào một giai đoạn chuyển mình sâu sắc. Dự báo của Diễn đàn Kinh tế Thế giới cho thấy lĩnh vực này có thể đạt tới 8,8 nghìn tỷ USD vào năm 2050, mở ra triển vọng tăng trưởng chưa từng có.

Tuy nhiên, sự mở rộng này không chỉ phản ánh sự gia tăng về doanh thu, mà còn đặt ra yêu cầu định nghĩa lại khái niệm “thịnh vượng”. Thể thao ngày nay không chỉ tạo ra lợi nhuận tài chính mà còn đóng góp vào sức khỏe cộng đồng, sự gắn kết xã hội và chất lượng môi trường sống. Chính sự giao thoa giữa giá trị kinh tế và giá trị xã hội đã tạo nên bản sắc mới của nền kinh tế thể thao thế kỷ XXI.

Động lực tăng trưởng của ngành đang được thúc đẩy bởi bốn xu hướng chiến lược. Thứ nhất, thể thao nổi lên như một loại tài sản đầu tư hấp dẫn, thu hút dòng vốn tư nhân và các quỹ đầu tư lớn. Thứ hai, thể thao nữ đang chứng kiến sự bùng nổ về lượng khán giả, tài trợ và bản quyền truyền hình, tạo nên thị trường mới đầy tiềm năng. Thứ ba, tăng trưởng đang dịch chuyển mạnh mẽ sang các nền kinh tế mới nổi, nơi tầng lớp trung lưu mở rộng và nhu cầu giải trí ngày càng cao. Và cuối cùng, du lịch thể thao trở thành phân khúc phát triển nhanh nhất của ngành du lịch toàn cầu, kết nối các sự kiện thể thao với hệ sinh thái dịch vụ, khách sạn và vận tải.

Song song với cơ hội là những thách thức mang tính hệ thống. Một nghịch lý đang hình thành khi tỷ lệ ít vận động thể chất gia tăng ở quy mô toàn cầu – khoảng một phần ba người trưởng thành không đạt mức vận động khuyến nghị. Điều này không chỉ ảnh hưởng tới sức khỏe cộng đồng mà còn làm suy giảm tiềm năng tiêu dùng dài hạn của chính ngành thể thao. Bên cạnh đó, biến đổi khí hậu đang tạo ra những tác động trực tiếp và ngày càng nghiêm trọng. Hơn 2.000 sự kiện thể thao trên thế giới đã bị ảnh hưởng bởi các hiện tượng thời tiết cực đoan trong hai thập kỷ qua. Trong khi đó, bản thân ngành công nghiệp thể thao cũng phát thải khoảng 450 triệu tấn khí nhà kính mỗi năm, đặt ra bài toán cân bằng giữa tăng trưởng và trách nhiệm môi trường.

Trước bối cảnh đó, nhiều khuyến nghị chính sách đã được đưa ra nhằm bảo đảm tính bền vững và khả năng phục hồi của nền kinh tế thể thao. Một trong những hướng đi quan trọng là thúc đẩy quản lý tài nguyên hiệu quả. Khi nhân loại đang tiêu thụ tài nguyên với tốc độ vượt quá khả năng tái tạo của Trái đất khoảng 1,8 lần, ngành thể thao cần xem những giới hạn này như động lực đổi mới. Sự phát triển của thị trường thiết bị thể thao tuần hoàn, các chương trình tái sử dụng trang phục và nỗ lực tiết kiệm nước trong sản xuất là những tín hiệu tích cực. Các chính sách ưu đãi thuế cho sản phẩm thân thiện môi trường và khuyến khích tiêu dùng bền vững có thể tạo ra bước chuyển đáng kể.

Giải pháp thứ hai là đưa thể thao vào trung tâm quy hoạch đô thị. Khi phần lớn dân số thế giới dự kiến sống ở thành thị vào giữa thế kỷ này, thiết kế không gian sống sẽ quyết định mức độ vận động của người dân. Các thành phố cần mở rộng không gian xanh, phát triển hạ tầng đi bộ và xe đạp, đồng thời đảm bảo quyền tiếp cận công bằng với các cơ sở thể thao. Những sáng kiến như làm sạch sông Seine để phục vụ Olympic Paris, khuyến

khích khán giả đến các giải đua xe bằng phương tiện thân thiện môi trường, hay mở rộng làn đường xe đạp tại nhiều quốc gia châu Á đã cho thấy thể thao có thể trở thành chất xúc tác nâng cao chất lượng sống đô thị.

Giải pháp thứ ba liên quan đến định hướng lại dòng vốn đầu tư. Đầu tư trong thể thao không nên chỉ tìm kiếm lợi nhuận ngắn hạn mà cần hướng tới giá trị xã hội và môi trường dài hạn. Các sân vận động thế hệ mới được thiết kế đa chức năng, có thể phục vụ cộng đồng, tổ chức sự kiện văn hóa và thậm chí trở thành điểm trú ẩn khi xảy ra thiên tai. Các quan hệ đối tác giữa doanh nghiệp, chính quyền và tổ chức thể thao đang thúc đẩy việc sử dụng năng lượng tái tạo, nhiên liệu sinh học và giải pháp logistics giảm phát thải. Sự kết hợp giữa quản trị minh bạch, lãnh đạo chiến lược và hợp tác đa bên sẽ quyết định khả năng chuyển đổi của toàn ngành.

Tái định nghĩa nền kinh tế thể thao vì thế không chỉ là câu chuyện mở rộng quy mô thị trường, mà còn là quá trình tái cấu trúc giá trị. Khi thể thao gắn chặt với sức khỏe con người và sức khỏe hành tinh, tăng trưởng kinh tế sẽ không còn tách rời khỏi trách nhiệm xã hội. Trong một thế giới đối mặt với biến đổi khí hậu, bất bình đẳng và áp lực y tế, thể thao có thể trở thành cầu nối giữa phát triển kinh tế và phát triển bền vững – nếu được dẫn dắt bằng tầm nhìn dài hạn và hành động nhất quán.

Biên dịch Anh Thu (Theo

<https://www.weforum.org/stories/2026/01/what-is-the-sports-economy-improve-health-livelihoods/>)

THỂ THAO VÀ LỘ TRÌNH KHAI PHÁ ĐỘNG LỰC KINH TẾ TẠI CÁC QUỐC GIA ĐANG PHÁT TRIỂN

Trong bức tranh kinh tế toàn cầu hiện đại, thể thao không còn đơn thuần là hoạt động giải trí hay phong trào xã hội mà đã trở thành một ngành công nghiệp mang lại giá trị gia tăng lớn. Theo phân tích của Giáo sư Jean-Loup Chappelet (Trường Cao học Quản trị Công IDHEAP, Thụy Sĩ), tại nhiều quốc gia công nghiệp phát triển, thể thao hiện đóng góp khoảng 2% GDP – một con số cho thấy sức nặng đáng kể của lĩnh vực này trong cấu trúc kinh tế quốc dân. Tuy nhiên, thách thức đặt ra với các quốc gia đang phát triển là làm thế nào để chuyển hóa tiềm năng ấy thành động lực tăng trưởng bền vững, thay vì chỉ dừng lại ở những thành tích thi đấu mang tính biểu tượng.

Một trong những chiến lược được nhấn mạnh là tận dụng các sự kiện thể thao quy mô lớn như một “cú hích” phát triển. Việc Nam Phi đăng cai World Cup 2010 không chỉ là câu chuyện bóng đá mà còn là chiến dịch quảng bá hình ảnh quốc gia ra toàn cầu. Dù vẫn tồn tại những tranh luận về chi phí và hiệu quả dài hạn, song không thể phủ nhận rằng các sự kiện tầm cỡ quốc tế có thể thu hút truyền thông, khách du lịch và nguồn đầu tư đáng kể. Nhật Bản, Hàn Quốc hay Trung Quốc từng khai thác hiệu quả cơ hội này để nâng cấp hạ tầng, kích thích tiêu dùng và mở rộng thị trường lao động liên quan đến xây dựng, dịch vụ, truyền thông và du lịch.

Theo Giáo sư Chappelet, để kinh tế thể thao vận hành hiệu quả, cần hình thành mối liên kết chặt chẽ giữa ba trụ cột: tổ chức sự kiện, phong trào thể thao quần chúng và thị trường trang thiết bị – dịch vụ. Khi các sự kiện lớn tạo ra thần tượng và cảm hứng, người dân – đặc biệt là giới trẻ – sẽ gia tăng nhu cầu tham gia luyện tập. Từ đó, thị trường giày dép, trang phục, dụng cụ, trung

tâm thể thao và HLV phát triển theo. Tuy nhiên, tại nhiều quốc gia nghèo, vòng quay này thường bị gián đoạn do thiếu kinh phí công, cơ sở vật chất hạn chế và đội ngũ giáo viên thể chất còn mỏng. Trong bối cảnh đó, vai trò của các quỹ hỗ trợ quốc tế và tổ chức phi chính phủ trở nên quan trọng. Những chương trình xây dựng cơ sở thể thao cơ bản, đào tạo HLV và tạo việc làm tại chỗ có thể giúp hình thành hệ sinh thái kinh tế địa phương gắn với thể thao. Đây không chỉ là đầu tư cho phong trào mà còn là đầu tư cho nguồn nhân lực và phát triển cộng đồng.

Một yếu tố then chốt khác được nhấn mạnh là tính bền vững. Thể thao chỉ thực sự trở thành động lực kinh tế khi được xây dựng trên nền tảng quản trị minh bạch, công bằng và đạo đức. Bên cạnh lợi ích trực tiếp, thể thao còn tạo ra giá trị gián tiếp thông qua việc nâng cao sức khỏe cộng đồng, giảm chi phí y tế và tăng năng suất lao động.

Dù vậy, những thách thức vẫn hiện hữu. Tình trạng “chảy máu chất xám” khi các vận động viên tài năng chuyển ra nước ngoài thi đấu khiến thị trường nội địa suy yếu. Các vấn đề về đạo đức sản xuất hàng hóa thể thao và sự chênh lệch nguồn lực giữa các quốc gia cũng đặt ra bài toán công bằng. Để vượt qua, các nước đang phát triển cần một chiến lược dài hạn: đầu tư có chọn lọc, gắn thể thao với quy hoạch đô thị, giáo dục và công nghiệp dịch vụ, đồng thời xây dựng thương hiệu quốc gia thông qua những giá trị văn hóa đặc sắc.

Trong kỷ nguyên toàn cầu hóa, thể thao có thể trở thành “cầu nối mềm” giữa kinh tế và bản sắc dân tộc. Nếu được hoạch định đúng đắn, niềm đam mê trên sân cỏ hoàn toàn có thể chuyển hóa thành nguồn lực tăng trưởng thiết thực, mở ra lộ trình phát triển mới cho nhiều quốc gia đang tìm kiếm động lực bứt phá.

Biên dịch Anh Thu (Theo

https://www.sportanddev.org/sites/default/files/downloads/sport_economic_development_in_english.pdf)

THỂ THAO GIẢI TRÍ: TRỤ CỘT CHIẾN LƯỢC MỚI CỦA TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ TOÀN CẦU

Thể thao giải trí đang nổi lên như một trong những động lực tăng trưởng kinh tế năng động nhất của thế kỷ XXI. Tại hội nghị thượng đỉnh “Động lực kinh tế: Thể thao, Giải trí và Tăng trưởng dựa trên Chính sách” do Phòng Thương mại Hoa Kỳ tổ chức, các nhà hoạch định chính sách, lãnh đạo doanh nghiệp cùng nhiều biểu tượng thể thao và nghệ thuật đã cùng thống nhất một nhận định: đây không còn đơn thuần là lĩnh vực văn hóa – xã hội, mà đã trở thành ngành công nghiệp chiến lược, đóng góp hàng tỷ USD vào GDP và tạo ra hàng triệu việc làm trên phạm vi toàn cầu.

Phát biểu tại hội nghị, ông Neil Bradley, Phó Chủ tịch điều hành của Phòng Thương mại Hoa Kỳ, nhấn mạnh đã đến lúc cộng đồng chính sách nhìn nhận thể thao ngang tầm với các ngành sản xuất, bán lẻ hay chăm sóc sức khỏe. Theo ông, việc xây dựng khung chính sách phù hợp sẽ không chỉ thúc đẩy tăng trưởng cho ngành mà còn mở rộng cơ hội việc làm, tạo thêm nguồn thu thuế và gia tăng sức cạnh tranh của nền kinh tế. Đồng quan điểm, Nghị sĩ Gregory W. Meeks cho rằng thể thao ngày nay là một “thế lực kinh tế” thực thụ, đồng thời đóng vai trò như một ngôn ngữ toàn cầu giúp kết nối cộng đồng và truyền cảm hứng cho thế hệ trẻ.

Trong bối cảnh Hoa Kỳ chuẩn bị đăng cai hàng loạt sự kiện thể thao lớn như FIFA World Cup 2026 và Olympic Games Los Angeles 2028, ngành thể thao được kỳ vọng sẽ tạo cú hích đáng kể cho đầu tư hạ tầng, du lịch, dịch vụ và truyền thông. Các chuyên gia tại hội nghị nhận định rằng hiệu ứng lan tỏa của những sự kiện này vượt xa khuôn khổ sân vận động, tác động trực tiếp đến thị trường lao động, bất động sản và cả đời mới

công nghệ.

Một điểm nhấn quan trọng của hội nghị là câu chuyện chuyển mình từ sân đấu sang thương trường của các vận động viên. Huyền thoại bóng rổ Isiah Thomas, cựu ngôi sao của Detroit Pistons, chia sẻ rằng tính kỷ luật, tinh thần đồng đội và sự hy sinh – những yếu tố làm nên chức vô địch NBA – cũng chính là nền tảng cho thành công trong kinh doanh. Các vận động viên thế hệ mới như CJ McCollum và Josh Norman lại nhấn mạnh vai trò của sự tò mò, khả năng thích ứng và quản trị thời gian trong môi trường đầu tư hiện đại.

Thực tế cho thấy, ngày càng nhiều vận động viên xây dựng doanh nghiệp riêng trong các lĩnh vực cà phê, truyền thông kỹ thuật số, công nghệ và đầu tư mạo hiểm. Họ không chỉ tận dụng thương hiệu cá nhân mà còn chủ động tham gia vào hệ sinh thái kinh doanh, tạo ra làn sóng khởi nghiệp mới gắn với thể thao và giải trí. Xu hướng này góp phần mở rộng chuỗi giá trị của ngành, từ bản quyền truyền hình, quảng cáo, thương mại điện tử cho tới sản xuất nội dung số.

Song song với đó, công nghệ đang trở thành “nhiên liệu” thúc đẩy sự bứt phá. Đại diện Hiệp hội Phần mềm Giải trí cho biết trí tuệ nhân tạo (AI) đang thay đổi cách người hâm mộ tiếp cận trò chơi điện tử và các sản phẩm giải trí tương tác, trong đó có việc hỗ trợ người khiếm thị trải nghiệm nội dung một cách bình đẳng hơn. Ở lĩnh vực điện ảnh và phát trực tuyến, các chuyên gia cảnh báo sự phát triển nóng của công nghệ cũng đặt ra yêu cầu cấp thiết về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, dữ liệu cá nhân và sự hài hòa trong quy định pháp lý giữa các bang.

Hội nghị cũng dành sự quan tâm đặc biệt tới những thị trường tăng trưởng mới nổi. Thể thao nữ được đánh giá là một trong những động lực mạnh mẽ nhất hiện nay, khi lượng người xem, giá trị tài trợ và định giá thương hiệu liên tục lập kỷ lục. Các chuyên gia dự báo trong tương lai gần sẽ xuất hiện những đội thể thao nữ có giá trị

lên tới hàng tỷ USD, phản ánh sự thay đổi trong cấu trúc tiêu dùng và nhận thức xã hội. Nữ vận động viên ngày nay không còn phụ thuộc hoàn toàn vào hệ thống giải đấu truyền thống mà chủ động xây dựng thương hiệu cá nhân thông qua mạng xã hội và các nền tảng số.

Bên cạnh đó, châu Phi được nhận định là khu vực giàu tiềm năng nhờ dân số trẻ, tầng lớp trung lưu gia tăng và tốc độ kết nối kỹ thuật số nhanh chóng. Diễn viên và nhà đầu tư Boris Kodjoe cho rằng lục địa này đang chuyển mình từ hình ảnh nhận viện trợ sang điểm đến của dòng vốn đầu tư vào âm nhạc, thời trang, điện ảnh và thể thao. Với hệ sinh thái sáng tạo ngày càng phát triển, châu Phi có thể trở thành trung tâm tăng trưởng mới của ngành công nghiệp giải trí toàn cầu.

Kết thúc hội nghị, các đại biểu thống nhất rằng tương lai của thể thao và giải trí phụ thuộc vào sự phối hợp chặt chẽ giữa chính sách công, đổi mới công nghệ và tinh thần sáng tạo của khu vực tư nhân. Khi được đặt trong chiến lược phát triển dài hạn, ngành công nghiệp này không chỉ mang lại lợi nhuận kinh tế mà còn góp phần nâng cao vị thế quốc gia, củng cố sức mạnh mềm và thúc đẩy hội nhập quốc tế.

Trong bức tranh kinh tế toàn cầu đầy biến động, thể thao và giải trí đang chứng minh vai trò của một ngành công nghiệp mũi nhọn – nơi đam mê, công nghệ và chính sách hội tụ để tạo ra giá trị bền vững cho cộng đồng và nền kinh tế thế giới.

Biên dịch Hà Phương (Theo

<https://www.uschamber.com/workforce/business-of-sports-and-entertainment>)

THỂ THAO CÓ THỰC SỰ LÀ ĐÒN BẦY PHÁT TRIỂN KINH TẾ?

Thể thao từ lâu đã được xem không chỉ là một hoạt động giải trí hay thi đấu đơn thuần, mà còn là một ngành kinh tế có quy mô ngày càng lớn, đặc biệt tại Hoa Kỳ. Với hệ thống các giải đấu chuyên nghiệp phát triển hàng đầu thế giới, thể thao Mỹ tạo ra nguồn doanh thu khổng lồ và thu hút sự quan tâm của các nhà hoạch định chính sách ở cả cấp liên bang, tiểu bang và địa phương về khả năng thúc đẩy phát triển kinh tế.

Các con số thống kê cho thấy quy mô ấn tượng của ngành thể thao chuyên nghiệp Hoa Kỳ. Năm 2023, tổng giá trị của tất cả các đội thuộc Giải Bóng bầu dục Quốc gia (NFL) được ước tính lên tới 163 tỷ USD, trong khi doanh thu của giải đấu này đạt mức kỷ lục 11,9 tỷ USD vào năm 2022, tăng 7% so với năm 2021. Tương tự, Giải Bóng chày Nhà nghề (MLB) cũng ghi nhận doanh thu kỷ lục 10,8 tỷ USD trong năm 2022. Những con số này phản ánh sức hấp dẫn thương mại to lớn của thể thao chuyên nghiệp, từ bản quyền truyền hình, tài trợ, bán vé đến các sản phẩm lưu niệm và dịch vụ liên quan.

Chính quy mô doanh thu và lượng người hâm mộ đông đảo đã khiến nhiều nhà hoạch định chính sách đặt câu hỏi: liệu thể thao có thể trở thành động lực thúc đẩy phát triển kinh tế cho một khu vực cụ thể hay không? Tại bang Virginia, Thống đốc Glenn Youngkin từng tuyên bố rằng việc xây dựng một sân vận động mới cùng dự án tái phát triển khu vực xung quanh có thể tạo ra tổng tác động kinh tế lên tới 12 tỷ USD cho bang và thành phố Alexandria, đồng thời tạo ra khoảng 30.000 việc làm trong vài thập kỷ tới. Những tuyên bố như vậy thường được sử dụng để biện minh cho các khoản đầu tư công lớn vào cơ sở hạ tầng thể thao.

Ở cấp liên bang, mối liên hệ giữa thể thao và phát triển kinh tế

cũng được quan tâm. Trong Quốc hội khóa 118, Tiểu ban Du lịch, Thương mại và Xúc tiến Xuất khẩu thuộc Ủy ban Thương mại, Khoa học và Giao thông vận tải Thượng viện đã tổ chức phiên điều trần vào tháng 8/2023 về tác động kinh tế của nền kinh tế thể thao và giải trí Hoa Kỳ, đặc biệt tập trung vào thành phố Las Vegas – một trung tâm mới nổi của các sự kiện thể thao lớn. Trước đó, Chiến lược Du lịch và Lữ hành Quốc gia do Bộ Thương mại công bố vào tháng 6/2022 cũng xác định việc tận dụng các sự kiện thể thao quy mô lớn, như FIFA World Cup 2026 và Thế vận hội Olympic Los Angeles 2028, là một trong bốn chiến lược nhằm tăng cường lượng khách du lịch quốc tế đến Hoa Kỳ. Mục tiêu được đặt ra là nâng số lượt khách quốc tế hàng năm lên 90 triệu vào năm 2027, so với 51 triệu vào năm 2022.

Tuy nhiên, bên cạnh những kỳ vọng tích cực, giới nghiên cứu kinh tế đã phân tích khá sâu về tác động thực sự của thể thao đối với tăng trưởng kinh tế địa phương. Phần lớn các nghiên cứu tập trung vào việc liệu tài trợ công cho xây dựng hoặc cải tạo sân vận động – thông qua trái phiếu đô thị miễn thuế hoặc ngân sách trực tiếp – có mang lại lợi nhuận đầu tư đáng kể hay không. Một nghiên cứu có ảnh hưởng của Viện Brookings năm 1997 đã tổng hợp các lập luận thường được đưa ra để ủng hộ tài trợ công cho sân vận động: tạo việc làm trong ngành xây dựng; gia tăng chi tiêu địa phương từ khán giả; thu hút khách du lịch và doanh nghiệp từ bên ngoài; và tạo hiệu ứng lan tỏa (multiplier effect) cho nền kinh tế địa phương.

Tuy nhiên, nhiều nghiên cứu sau đó cho thấy các tác động kinh tế thực tế thường khiêm tốn hơn so với kỳ vọng. Theo phân tích của Ngân hàng Dự trữ Liên bang St. Louis, việc làm tạo ra từ xây dựng sân vận động thường mang tính tạm thời và không dẫn đến gia tăng ròng đáng kể về việc làm, bởi lao động có thể

được chuyển dịch từ các dự án khác trong khu vực. Các công việc tại sân vận động sau khi đi vào hoạt động thường có mức lương thấp và bán thời gian, do đó đóng góp hạn chế vào thu nhập dài hạn của người lao động địa phương.

Ngoài ra, phần lớn doanh thu của các đội thể thao chuyên nghiệp được chi trả cho chi phí lao động, đặc biệt là lương vận động viên. Những vận động viên này có thể không sinh sống chủ yếu tại địa phương, dẫn đến việc thu nhập của họ không tiếp tục được tái đầu tư hoặc chi tiêu trong khu vực đó. Điều này làm giảm hiệu ứng lan tỏa kinh tế mà các nhà hoạch định chính sách kỳ vọng.

Một vấn đề quan trọng khác là chi phí cơ hội. Khi chính quyền tiểu bang hoặc địa phương quyết định phát hành trái phiếu để tài trợ xây dựng sân vận động, họ đồng thời từ bỏ khả năng sử dụng nguồn lực đó cho các mục tiêu khác như cải thiện cơ sở hạ tầng giao thông, giáo dục hoặc y tế. Một số nghiên cứu cho rằng đầu tư vào hạ tầng cơ bản có thể mang lại tiềm năng tăng trưởng kinh tế dài hạn lớn hơn so với đầu tư vào sân vận động thể thao.

Ở góc độ tài chính công, chính phủ liên bang Hoa Kỳ hỗ trợ gián tiếp cho xây dựng sân vận động thông qua cơ chế miễn thuế thu nhập liên bang đối với lãi suất từ trái phiếu đô thị dùng để tài trợ các dự án này. Theo một nghiên cứu năm 2020 của các nhà nghiên cứu tại Đại học Arizona và Viện Brookings, 43 trong số 57 sân vận động được xây dựng từ năm 2000 đến đầu năm 2020 đã được tài trợ ít nhất một phần bằng trái phiếu đô thị miễn thuế. Tổng thiệt hại doanh thu của chính phủ liên bang do cơ chế miễn thuế này được ước tính khoảng 4,3 tỷ USD.

Vấn đề này đã nhiều lần được đưa ra thảo luận tại Quốc hội. Đề xuất ngân sách năm tài chính 2016 của chính quyền Tổng thống Barack Obama từng bao gồm điều khoản bãi bỏ việc tài trợ trái phiếu miễn thuế cho các cơ sở thể thao chuyên nghiệp. Tại Quốc hội khóa 118, Đạo luật Không trợ cấp thuế cho sân vận động năm 2023 (được

trình dưới các mã H.R. 993 và S. 392) đề xuất đưa các trái phiếu tài trợ xây dựng sân vận động chuyên nghiệp vào danh sách không đủ điều kiện miễn thuế. Dù vậy, các nỗ lực trước đây nhằm hạn chế ưu đãi thuế này, kể cả trong Đạo luật Cắt giảm Thuế và Việc làm năm 2017, đều chưa được thông qua ở phiên bản cuối cùng.

Mặc dù tác động kinh tế trực tiếp của sân vận động mới có thể hạn chế, thể thao vẫn có thể đóng vai trò quan trọng trong chiến lược thu hút du lịch quốc tế, đặc biệt thông qua các sự kiện lớn. Các sự kiện như World Cup hay Olympic thường tạo ra làn sóng khách quốc tế, gia tăng chi tiêu cho khách sạn, nhà hàng, vận tải và bán lẻ. Tuy nhiên, tác động này thường mang tính ngắn hạn và phụ thuộc nhiều vào khả năng tận dụng cơ hội quảng bá hình ảnh quốc gia sau sự kiện.

Trong bối cảnh đó, Quốc hội có thể cân nhắc vai trò phù hợp của chính phủ liên bang. Một hướng tiếp cận là hỗ trợ phát triển và tiếp thị các sự kiện thể thao như công cụ thúc đẩy du lịch, thông qua việc phối hợp giữa Văn phòng Du lịch và Lữ hành Quốc gia thuộc Bộ Thương mại và tổ chức công – tư Brand USA với các cơ quan du lịch tiểu bang. Ngược lại, Quốc hội cũng có thể lựa chọn cách tiếp cận hạn chế hơn, tập trung vào việc tạo môi trường kinh tế thuận lợi chung và để các quyết định đầu tư cụ thể do tiểu bang và địa phương đảm nhiệm.

Tóm lại, thể thao có tiềm năng đóng góp vào phát triển kinh tế, đặc biệt thông qua du lịch và hoạt động thương mại quy mô lớn. Tuy nhiên, bằng chứng nghiên cứu cho thấy việc tài trợ công cho sân vận động và các dự án thể thao không phải lúc nào cũng mang lại lợi ích kinh tế ròng đáng kể như kỳ vọng. Do đó, các quyết định chính sách liên quan đến đầu tư công cho thể thao cần được cân nhắc kỹ lưỡng, dựa trên phân tích chi phí – lợi ích toàn diện và tính đến chi phí cơ hội. Trong khi thể thao

có thể là chất xúc tác cho hình ảnh và tinh thần cộng đồng, vai trò của nó như một động lực phát triển kinh tế bền vững vẫn là vấn đề đòi hỏi đánh giá thận trọng và dựa trên bằng chứng thực nghiệm.

Biên dịch Anh Thu (Theo [Can Sports Drive Economic Development?](#) | [Congress.gov](#) | [Library of Congress](#))

SINGAPORE: ĐỊNH HÌNH KINH TẾ THỂ THAO NHƯ MỘT TRỤ CỘT TĂNG TRƯỞNG QUỐC GIA

Singapore đang nổi lên như một trong những mô hình tiêu biểu về phát triển kinh tế thể thao tại châu Á, với cách tiếp cận bài bản, gắn kết chặt chẽ giữa thể thao thành tích cao, thể thao quần chúng, công nghiệp sự kiện, du lịch và đổi mới sáng tạo. Không chỉ xem thể thao là hoạt động xã hội hay công cụ nâng cao sức khỏe cộng đồng, quốc đảo này đã định vị thể thao như một ngành kinh tế có giá trị gia tăng cao, góp phần thúc đẩy tăng trưởng, thu hút đầu tư và gia tăng sức cạnh tranh quốc gia trong bối cảnh toàn cầu hóa.

Trung tâm trong chiến lược này là vai trò điều phối của Sport Singapore (SportSG) – cơ quan trực thuộc Bộ Văn hóa, Cộng đồng và Thanh niên Singapore. SportSG không chỉ quản lý hệ thống thể thao quốc gia mà còn giữ vai trò kiến tạo chính sách, phát triển hệ sinh thái sự kiện và kết nối khu vực công – tư trong lĩnh vực kinh tế thể thao. Thông qua tầm nhìn dài hạn “Vision 2030”, Singapore hướng tới xây dựng một quốc gia thể thao năng động, nơi thể thao vừa là lối sống, vừa là ngành công nghiệp đóng góp trực tiếp cho GDP.

Một trong những công cụ chính sách nổi bật thúc đẩy kinh tế thể thao Singapore là Quỹ Sự kiện Thể thao Lớn (Major Sports Events Fund – MSEF). Theo thông tin từ SportSG, MSEF được triển khai với ngân sách 165 triệu đô la Singapore trong chu kỳ bốn năm nhằm thu hút, hỗ trợ và đồng tài trợ cho các sự kiện thể thao quốc tế quy mô lớn tổ chức tại Singapore. Mục tiêu của quỹ không chỉ là nâng cao hình ảnh quốc gia, mà còn tạo ra tác động kinh tế lan tỏa thông qua thu hút khách du lịch, gia tăng chi tiêu trong các ngành khách sạn, hàng không, bán lẻ và dịch vụ.

Tác động của chiến lược lấy sự kiện làm động lực phát triển được thể hiện khá rõ nét trong các số liệu gần đây. Theo báo cáo *Singapore Sports Events Market Forecast Analysis (2025–2033)* của Deep Market Insights (DMI), quy mô thị trường sự kiện thể thao Singapore đạt 1.701,03 triệu USD năm 2024 và được dự báo sẽ tăng lên 2.989,64 triệu USD vào năm 2033, tương ứng tốc độ tăng trưởng kép hằng năm (CAGR) 6,5% trong giai đoạn 2026–2033. Báo cáo cũng cho biết Singapore hiện chiếm khoảng 0,39% thị phần thị trường sự kiện thể thao toàn cầu. Đây là con số đáng chú ý đối với một quốc gia có diện tích và dân số khiêm tốn, cho thấy mức độ tập trung và hiệu quả cao trong khai thác ngành công nghiệp sự kiện thể thao.

Trong cơ cấu thị trường, các giải đấu chuyên nghiệp chiếm tỷ trọng lớn nhất về doanh thu, nhờ vào hệ thống tài trợ, quảng cáo và bản quyền truyền hình phát triển. Tuy nhiên, phân khúc các sự kiện quốc tế quy mô lớn – đặc biệt là những sự kiện có yếu tố kết hợp giữa thể thao, giải trí và công nghệ – được dự báo là nhóm tăng trưởng nhanh nhất trong giai đoạn tới. Điều này phản ánh định hướng chiến lược của Singapore: không cạnh tranh bằng số lượng giải đấu nội địa, mà tập trung vào việc trở thành “điểm đến sự kiện” của khu vực và thế giới.

Những năm gần đây, Singapore liên tục đăng cai các sự kiện thể thao tầm cỡ, tạo hiệu ứng truyền thông và kinh tế rõ rệt. Năm 2023, quốc đảo này tổ chức Tuần lễ Olympic Esports đầu tiên, đánh dấu bước tiến trong việc kết hợp thể thao truyền thống với công nghệ số và thể thao điện tử. Cùng năm, Urban Sports & Fitness Festival thu hút hơn 70.000 người tham gia ngay trong lần tổ chức đầu tiên, cho thấy sức hấp dẫn của mô hình sự kiện đa trải nghiệm, hướng đến giới trẻ và cộng đồng yêu thích lối sống năng động. Theo SportSG, số ngày tổ chức các sự kiện thể thao, giải trí và phong cách sống năm 2023 đã tăng khoảng 30% so với thời điểm trước đại dịch năm

2019 – một minh chứng cho khả năng phục hồi và tăng trưởng mạnh mẽ của ngành.

Bên cạnh yếu tố sự kiện, Singapore còn chú trọng phát triển cơ sở hạ tầng hiện đại và linh hoạt, đóng vai trò nền tảng cho kinh tế thể thao. Các tổ hợp thể thao tích hợp được thiết kế đa chức năng, có thể chuyển đổi linh hoạt giữa thi đấu, biểu diễn nghệ thuật và hội nghị – triển lãm, giúp tối ưu hóa hiệu suất sử dụng và tăng khả năng thu hồi vốn đầu tư. Mô hình hợp tác công – tư (PPP) được áp dụng trong xây dựng và vận hành các công trình này, giảm gánh nặng ngân sách và khuyến khích sự tham gia của doanh nghiệp.

Đáng chú ý, chiến lược phát triển kinh tế thể thao của Singapore không chỉ tập trung vào thị trường nội địa mà còn định hướng khu vực và toàn cầu. Quốc đảo này xây dựng thương hiệu là “Sporting Hub of Asia”, tận dụng vị trí địa lý, hạ tầng hàng không – logistics phát triển và môi trường kinh doanh minh bạch để thu hút các liên đoàn quốc tế, doanh nghiệp thể thao và nhà tổ chức sự kiện đặt trụ sở hoặc văn phòng đại diện. Việc thu hút các giải đấu quốc tế giúp Singapore gia tăng doanh thu trực tiếp từ bán vé, tài trợ, bản quyền truyền hình, đồng thời kích thích chi tiêu của du khách quốc tế.

Theo phân tích của DMI, nguồn thu chính của thị trường sự kiện thể thao Singapore bao gồm bán vé, tài trợ – quảng cáo và bản quyền truyền hình/kỹ thuật số. Đặc biệt, xu hướng tổ chức sự kiện theo mô hình kết hợp (hybrid) và phát trực tuyến mở ra thêm kênh doanh thu mới, mở rộng phạm vi khán giả ra ngoài biên giới quốc gia. Đây là lợi thế lớn của Singapore trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ của ngành công nghiệp thể thao toàn cầu.

Việc Singapore chuẩn bị đăng cai SEA Games 2029 tiếp tục được xem là cơ hội chiến lược nhằm gia tăng hiệu ứng lan tỏa

kinh tế. Các kỳ đại hội thể thao khu vực thường kéo theo đầu tư nâng cấp hạ tầng, mở rộng dịch vụ lưu trú, gia tăng lượng khách quốc tế và thúc đẩy quảng bá hình ảnh quốc gia. Với kinh nghiệm tổ chức sự kiện chuyên nghiệp, Singapore kỳ vọng tận dụng tối đa chuỗi giá trị từ khâu chuẩn bị, vận hành đến khai thác di sản sau đại hội.

Có thể thấy, mô hình phát triển kinh tế thể thao của Singapore dựa trên ba trụ cột chính: (1) chính sách và cơ chế tài trợ rõ ràng, linh hoạt; (2) hạ tầng hiện đại, đa chức năng; và (3) chiến lược thu hút sự kiện quốc tế kết hợp đổi mới sáng tạo. Sự phối hợp đồng bộ giữa khu vực công và tư nhân, cùng môi trường quản trị minh bạch, giúp Singapore giảm thiểu rủi ro và tối ưu hóa hiệu quả đầu tư trong lĩnh vực thể thao.

Đến năm 2025, những kết quả đạt được cho thấy kinh tế thể thao tại Singapore đã vượt ra khỏi phạm vi một ngành phụ trợ, trở thành cấu phần quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế quốc gia. Quy mô thị trường tăng trưởng ổn định, vị thế quốc tế được củng cố, và hệ sinh thái doanh nghiệp thể thao ngày càng đa dạng là những minh chứng rõ nét. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các trung tâm sự kiện của khu vực, Singapore vẫn duy trì lợi thế nhờ tầm nhìn dài hạn, khả năng thích ứng nhanh với xu thế mới và sự đầu tư chiến lược vào chất lượng thay vì số lượng.

Kinh nghiệm của Singapore cho thấy, phát triển kinh tế thể thao không chỉ là tổ chức nhiều giải đấu, mà là xây dựng một hệ sinh thái hoàn chỉnh, nơi thể thao được tích hợp vào chiến lược kinh tế, du lịch, công nghệ và thương hiệu quốc gia. Đây cũng là gợi mở quan trọng cho các quốc gia trong khu vực khi xem xét khai thác thể thao như một động lực tăng trưởng mới trong giai đoạn tới.

Biên dịch HY (Theo

<https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/sports-global-market-report>)

CHIẾN LƯỢC THỂ THAO SINGAPORE 2030: CỤ THỂ HÓA TRỤ CỘT KINH TẾ THỂ THAO TRONG TẦM NHÌN QUỐC GIA

Trong tiến trình xây dựng Singapore trở thành một xã hội năng động, gắn kết và có năng lực cạnh tranh toàn cầu, thể thao được xác định không chỉ là công cụ nâng cao sức khỏe cộng đồng mà còn là một lĩnh vực kinh tế có tiềm năng tăng trưởng dài hạn. Điều này được thể hiện rõ trong chiến lược phát triển thể thao đến năm 2030 do Sport Singapore (SportSG) khởi xướng – một định hướng phát triển toàn diện, trong đó kinh tế thể thao được lồng ghép như một cấu phần quan trọng của hệ sinh thái quốc gia.

Khác với cách tiếp cận truyền thống coi thể thao chủ yếu phục vụ phong trào và thành tích đỉnh cao, chiến lược phát triển thể thao đến năm 2030 đặt mục tiêu khai thác giá trị kinh tế của thể thao thông qua nhiều cấu phần cụ thể.

Thứ nhất, phát triển ngành sự kiện thể thao như một động lực tăng trưởng kinh tế. Trong các khuyến nghị chiến lược ban đầu, SportSG nhấn mạnh việc xây dựng một chiến lược sự kiện thể thao quốc gia (Sports Events Strategy) nhằm thu hút và tổ chức các giải đấu quốc tế, khu vực và cộng đồng với quy mô ngày càng lớn. Mục tiêu không chỉ là nâng cao trình độ thi đấu của vận động viên Singapore mà còn tạo ra giá trị kinh tế thông qua doanh thu bán vé, tài trợ, quảng cáo, bản quyền truyền hình và chi tiêu du lịch. Các sự kiện thể thao lớn được xem là “đòn bẩy kép”: vừa thúc đẩy hình ảnh quốc gia, vừa tạo hiệu ứng lan tỏa tới các ngành khách sạn, hàng không, bán lẻ và dịch vụ.

Thứ hai, phát triển cơ sở hạ tầng thể thao theo hướng đa chức năng và khai thác thương mại hiệu quả. Thông qua đó, Singapore triển khai nâng cấp và xây dựng các tổ hợp thể thao

hiện đại, có khả năng tổ chức sự kiện quốc tế và phục vụ cộng đồng song song. Các cơ sở này không chỉ là không gian tập luyện mà còn là tài sản kinh tế có thể khai thác thông qua cho thuê địa điểm, tổ chức hội nghị – triển lãm, sự kiện giải trí và các hoạt động thương mại liên quan. Cách tiếp cận này cho thấy Singapore coi hạ tầng thể thao như một phần của tài sản công có khả năng tạo doanh thu và đóng góp vào tăng trưởng.

Thứ ba, thúc đẩy ngành công nghiệp dịch vụ và sản phẩm liên quan đến thể thao. Chiến lược đề cập đến việc phát triển hệ sinh thái thể thao toàn diện, bao gồm quản lý sự kiện, marketing thể thao, truyền thông – sản xuất nội dung, khoa học thể thao và các dịch vụ chuyên môn khác. Điều này mở rộng khái niệm kinh tế thể thao vượt ra ngoài sân thi đấu, hướng tới một chuỗi giá trị gồm nhiều ngành nghề chuyên biệt. Khi nhu cầu tổ chức sự kiện và tham gia thể thao tăng lên, các doanh nghiệp cung cấp thiết bị, công nghệ, giải pháp kỹ thuật số và dịch vụ tư vấn cũng có cơ hội phát triển.

Thứ tư, ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số để gia tăng giá trị thương mại. Trong bối cảnh kinh tế số phát triển mạnh, Singapore khuyến khích đổi mới sáng tạo trong tổ chức sự kiện, bao gồm mô hình trực tuyến và kết hợp (hybrid). Việc khai thác bản quyền kỹ thuật số, nội dung phát trực tuyến và nền tảng tương tác mở ra nguồn doanh thu mới, đồng thời mở rộng thị trường ra ngoài biên giới quốc gia. Đây là bước đi quan trọng giúp kinh tế thể thao không bị giới hạn bởi quy mô dân số trong nước.

Thứ năm, phát triển nguồn nhân lực và nghề nghiệp trong lĩnh vực thể thao. Chiến lược nhấn mạnh việc xây dựng năng lực chuyên môn thông qua đào tạo, chứng nhận và nâng cao tiêu chuẩn nghề nghiệp trong các lĩnh vực như quản trị thể thao, huấn luyện, khoa học thể thao và tổ chức sự kiện. Khi lực lượng lao động được chuyên nghiệp hóa, ngành thể thao có thể vận hành theo hướng thị trường, tăng năng suất và tạo thêm việc làm chất lượng cao. Điều này góp

phần củng cố vai trò của thể thao như một ngành kinh tế chính thức thay vì chỉ là hoạt động xã hội.

Thứ sáu, thúc đẩy hợp tác công – tư và thu hút đầu tư. Trong chiến lược đến năm 2030, chính phủ đóng vai trò kiến tạo môi trường chính sách minh bạch và thuận lợi, trong khi khu vực tư nhân được khuyến khích tham gia đầu tư, tài trợ và đồng tổ chức sự kiện. Mô hình hợp tác này giúp chia sẻ rủi ro tài chính, nâng cao tính chuyên nghiệp và mở rộng quy mô thị trường. Đây cũng là cơ chế quan trọng để thể thao hòa nhập vào hệ sinh thái kinh tế rộng lớn của Singapore.

Nhìn tổng thể, các nội dung về kinh tế thể thao trong Chiến lược phát triển thể thao đến năm 2030 không được tách rời thành một chương riêng, nhưng được lồng ghép xuyên suốt trong các khuyến nghị chiến lược. Thể thao được định vị là công cụ tạo giá trị kinh tế thông qua sự kiện, hạ tầng, dịch vụ, công nghệ và nguồn nhân lực. Cách tiếp cận này phản ánh tư duy phát triển dài hạn của Singapore: mọi lĩnh vực xã hội đều có thể trở thành nguồn lực kinh tế nếu được quy hoạch bài bản và vận hành theo nguyên tắc thị trường.

Đến năm 2030, Singapore đặt mục tiêu không chỉ là quốc gia có tỷ lệ người dân tham gia thể thao cao, mà còn là trung tâm tổ chức sự kiện thể thao và dịch vụ thể thao có năng lực cạnh tranh trong khu vực. Chiến lược này cho thấy kinh tế thể thao không còn là khái niệm phụ trợ mà đã trở thành một thành tố chiến lược trong cấu trúc phát triển quốc gia của đảo quốc sư tử.

Biên dịch Phương Anh (theo <https://isomer-user-content.by.gov.sg/46/5ef983e7-f9c8-4bad-90af-add3c5c5f712/Vision%202030%20Recharged.pdf>)

THỰC TRẠNG VÀ KẾT QUẢ PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỂ THAO CỦA SINGAPORE TRONG NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY

Trong chiến lược phát triển quốc gia của Singapore, thể thao không chỉ được nhìn nhận như một công cụ nâng cao sức khỏe cộng đồng hay xây dựng bản sắc dân tộc, mà còn được định vị là một lĩnh vực kinh tế có tiềm năng tăng trưởng dài hạn. Từ định hướng trong Chiến lược phát triển TDTT đến năm 2030 do Sport Singapore (SportSG) khởi xướng, đến việc triển khai các quỹ hỗ trợ sự kiện quy mô lớn và phát triển hạ tầng hiện đại, kinh tế thể thao đã và đang trở thành một cấu phần quan trọng trong hệ sinh thái tăng trưởng của đảo quốc sư tử.

Theo dữ liệu từ Statista Market Insights (2025), doanh thu thị trường thể thao Singapore năm 2025 ước đạt khoảng 53,92 triệu USD và dự kiến tăng trưởng bình quân khoảng 2,13%/năm trong giai đoạn 2025–2029. Dù quy mô không quá lớn do dân số hạn chế, nhưng mức chi tiêu bình quân đầu người cao và xu hướng số hóa dịch vụ thể thao giúp thị trường duy trì tăng trưởng ổn định (Statista Market Insights, Sports Market – Singapore, 2025).

Ở quy mô rộng hơn, lĩnh vực sự kiện thể thao đang đóng vai trò đầu tàu. Báo cáo của Deep Market Insights cho biết thị trường sự kiện thể thao Singapore đạt 1.701,03 triệu USD năm 2024 và được dự báo tăng lên 2.989,64 triệu USD vào năm 2033, tương ứng tốc độ tăng trưởng kép (CAGR) khoảng 6,5% giai đoạn 2026–2033 (Deep Market Insights, Singapore Sports Events Market Forecast 2025–2033). Phân khúc giải đấu chuyên nghiệp chiếm tỷ trọng lớn nhất về doanh thu, trong khi các giải quốc tế và những sự kiện có quy mô rất lớn, tầm ảnh hưởng quốc tế có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất nhờ khả năng thu hút tài trợ, bản quyền truyền hình và du lịch.

Hiệu quả kinh tế của các sự kiện lớn thể hiện rõ qua tác động lan tỏa. Theo ước tính ngành sự kiện Singapore, các sự kiện thể thao đóng góp khoảng 1,8 tỷ SGD năm 2023 và có thể đạt khoảng 2,2 tỷ SGD mỗi năm vào năm 2026, bao gồm chi tiêu trực tiếp và gián tiếp từ khách quốc tế, tài trợ, quảng cáo và dịch vụ phụ trợ. Riêng Giải đua xe Công thức 1 Singapore Grand Prix đóng góp khoảng 600 triệu SGD trong năm 2023, trở thành một trong những sự kiện mang lại giá trị kinh tế cao nhất cho quốc gia (Singapore Tourism Board, F1 Economic Impact Brief, 2023).

Cơ chế tài chính quan trọng thúc đẩy sự phát triển này là Quỹ tài trợ của Chính phủ Singapore (MSEF) do Sport Singapore (SportSG) quản lý. Theo thông tin chính thức từ SportSG, MSEF được phân bổ khoảng 165 triệu SGD trong giai đoạn bốn năm nhằm thu hút và hỗ trợ các sự kiện thể thao tầm cỡ quốc tế, đồng thời tạo cơ hội cho vận động viên quốc gia thi đấu trên sân nhà (SportSG, Major Sports Events Fund Overview, cập nhật 2025). Quỹ này không chỉ hỗ trợ tài chính mà còn tạo nền tảng để Singapore xây dựng thương hiệu trung tâm tổ chức sự kiện thể thao khu vực.

Hạ tầng hiện đại là một trụ cột khác của kinh tế thể thao Singapore. Tổ hợp Singapore Sports Hub, bao gồm Sân vận động Quốc gia và các nhà thi đấu đa năng, là minh chứng tiêu biểu. Theo báo cáo vận hành năm 2024, lượng người tham dự sự kiện tại Sports Hub tăng khoảng 50% so với năm trước, phản ánh nhu cầu phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch. Ngoài ra, cơ sở này phục vụ hàng chục nghìn giờ tập luyện cho vận động viên thành tích cao mỗi năm, cho thấy mô hình khai thác song song giữa mục tiêu thành tích và thương mại.

Bên cạnh đó, thị trường thiết bị và công nghệ thể dục cũng ghi nhận mức tăng trưởng đáng kể. Theo Ken Research (2024),

thị trường thiết bị thể thao và công nghệ fitness tại Singapore ước đạt khoảng 1,2 tỷ USD, nhờ nhu cầu cao về thiết bị tập luyện tại nhà, thiết bị đeo thông minh và nền tảng huấn luyện trực tuyến. Sự phát triển của các ứng dụng theo dõi sức khỏe và dữ liệu vận động giúp mở rộng chuỗi giá trị từ bán thiết bị sang cung cấp dịch vụ số và phân tích dữ liệu.

Du lịch thể thao là một nhánh quan trọng khác. Theo cơ quan quản lý Du lịch Singapore, các sự kiện thể thao quốc tế như F1, các giải golf LPGA, các giải marathon quốc tế và các giải vô địch thể giới đã thu hút hàng chục nghìn lượt khách quốc tế mỗi năm, đóng góp đáng kể vào doanh thu khách sạn, hàng không và bán lẻ. Ví dụ, các giải vô địch bơi lội thế giới tổ chức tại Singapore được ước tính thu hút khoảng 40.000 lượt khách quốc tế và tạo doanh thu du lịch khoảng 60 triệu SGD (STB Event Impact Estimates, 2023–2024).

Không chỉ dừng ở thể thao truyền thống, Singapore còn đẩy mạnh thể thao điện tử và sự kiện số. Olympic Esports Week 2023 tổ chức tại Singapore được đánh giá là sự kiện tiên phong kết hợp thể thao và công nghệ, thu hút hàng nghìn vận động viên và khán giả quốc tế (International Olympic Committee, Olympic Esports Week Report 2023). Đây là bước đi chiến lược nhằm tận dụng lợi thế công nghệ và hạ tầng số của quốc gia.

Một yếu tố quan trọng tạo nền tảng cho kinh tế thể thao là mức độ tham gia thể thao của người dân. Theo National Sports Participation Survey của SportSG, tỷ lệ người dân Singapore tham gia hoạt động thể chất thường xuyên duy trì ở mức cao, góp phần tạo thị trường tiêu dùng ổn định cho dịch vụ thể thao, phòng gym, huấn luyện cá nhân và sản phẩm dinh dưỡng (SportSG, National Sports Participation Survey 2023). Nhu cầu nội địa ổn định giúp ngành ít phụ thuộc hơn vào dòng khách quốc tế.

Về dài hạn, định hướng Chiến lược đến năm 2030 của SportSG nhấn mạnh phát triển hệ sinh thái thể thao toàn diện, bao gồm sự

kiện, hạ tầng, nguồn nhân lực và công nghệ. Thể thao được coi là một ngành có thể tạo việc làm chất lượng cao trong quản trị sự kiện, marketing thể thao, khoa học thể thao và truyền thông số.

Nhìn tổng thể, những kết quả đạt được trong kinh tế thể thao Singapore thể hiện qua ba cấp độ: (1) quy mô thị trường tăng trưởng ổn định với doanh thu hàng tỷ USD trong lĩnh vực sự kiện; (2) hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ sang du lịch, bán lẻ và dịch vụ; (3) hình thành hệ sinh thái thể thao – công nghệ – giải trí tích hợp. Sự kết hợp giữa chính sách công dài hạn, quỹ hỗ trợ tài chính chuyên biệt và môi trường kinh doanh minh bạch giúp Singapore duy trì lợi thế cạnh tranh trong khu vực.

Trong bối cảnh các quốc gia Đông Nam Á cạnh tranh thu hút sự kiện quốc tế, Singapore cho thấy mô hình phát triển dựa trên chất lượng tổ chức, hạ tầng chuẩn quốc tế và năng lực khai thác thương mại bền vững. Với dự báo tăng trưởng 6,5%/năm của thị trường sự kiện thể thao đến năm 2033 và các khoản đầu tư liên tục vào hạ tầng và công nghệ, kinh tế thể thao được kỳ vọng tiếp tục đóng góp ngày càng lớn vào GDP và củng cố vị thế Singapore như một trung tâm thể thao – giải trí hàng đầu châu Á.

Biên dịch Phương Anh (Theo

<https://deepmarketinsights.com/vista/insights/sports-events-market/singapore>;
<https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/sports-nutrition-market/singapore>;
<https://www.thekallang.com.sg/who-we-are/media-centre/news/singapore-sports-hub-celebrates-record-year>;
<https://www.mti.gov.sg/newsroom/written-reply-to-pq-on-impact-of-fl-singapore-grand-prix-on-businesses/>;
<https://www.travelandtourworld.com/news/article/explore->

NHỮNG KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC TRONG KINH TẾ THỂ THAO Ở THÁI LAN

Trong những năm gần đây, kinh tế thể thao tại Thái Lan nổi lên như một trong những lĩnh vực năng động, có khả năng tạo ra giá trị gia tăng lớn cho nền kinh tế quốc dân, đặc biệt thông qua tổ chức các sự kiện thể thao quốc tế, phát triển du lịch thể thao, thu hút đầu tư tư nhân và khai thác thương quyền truyền thông. Thay vì chỉ nhìn thể thao ở góc độ thành tích hay phong trào quần chúng, Thái Lan ngày càng coi thể thao là một “công cụ kinh tế” có khả năng kích hoạt chi tiêu xã hội, thúc đẩy du lịch, tạo việc làm và gia tăng giá trị thương hiệu quốc gia. Những kết quả đạt được trong thời gian qua cho thấy hướng đi này đang mang lại hiệu quả rõ rệt với các con số cụ thể.

Một trong những minh chứng tiêu biểu là tác động kinh tế của Đại hội Thể thao Đông Nam Á lần thứ 33 – SEA Games 2025 – do Thái Lan đăng cai tổ chức. Theo thông tin đăng tải trên Thairath, Thống đốc Cơ quan Thể thao Thái Lan (SAT) Kongsak Yodmanee cho biết tổng giá trị kinh tế mà đại hội tạo ra trong giai đoạn tổ chức ước tính đạt hơn 12 tỷ baht và có thể tăng lên khoảng 14 tỷ baht khi tính đủ hiệu ứng lan tỏa sau sự kiện. Con số này bao gồm chi tiêu trực tiếp của vận động viên, quan chức, du khách quốc tế và nội địa cho lưu trú, ăn uống, vận chuyển, mua sắm và giải trí, cùng với giá trị truyền thông và quảng bá hình ảnh quốc gia. Cũng theo nguồn tin này, SEA Games 33 đã thu hút hàng trăm nghìn lượt khán giả đến các địa điểm thi đấu, tạo ra hiệu ứng kích cầu mạnh đối với ngành dịch vụ tại Bangkok và các tỉnh đăng cai.

Không chỉ dừng lại ở các đại hội đa môn khu vực, Thái Lan còn thu được lợi ích kinh tế lớn từ các sự kiện thể thao chuyên nghiệp

mang tầm quốc tế. Báo The Nation Thailand dẫn báo cáo tác động kinh tế cho thấy các sự kiện của ONE Championship tổ chức tại Bangkok mang lại giá trị kinh tế khoảng 470 triệu USD mỗi năm cho Thái Lan. Báo cáo này chỉ ra rằng phần lớn du khách quốc tế tham dự các sự kiện của ONE lưu trú nhiều ngày, chi tiêu cho khách sạn, nhà hàng, mua sắm và các dịch vụ giải trí, qua đó tạo hiệu ứng lan tỏa lớn cho nền kinh tế đô thị. Riêng mỗi sự kiện lớn có thể tạo ra khoảng 21 triệu USD giá trị kinh tế địa. Điều này cho thấy mô hình kết hợp thể thao giải trí – du lịch – truyền thông đang được khai thác hiệu quả, giúp Thái Lan trở thành một trung tâm võ thuật và sự kiện thể thao trong khu vực châu Á.

Ở cấp độ địa phương, các nghiên cứu học thuật cũng chứng minh tác động tích cực của thể thao đối với kinh tế cộng đồng. Một nghiên cứu đăng trên tạp chí Humanities and Social Sciences Communications của Nhà xuất bản Nature Portfolio đã phân tích tác động kinh tế của giải chạy Bangsaen21 Half Marathon tại tỉnh Chonburi. Kết quả cho thấy 97,43% người tham gia có chi tiêu tại địa phương và 67,2% chi tiêu này liên quan trực tiếp đến các hoạt động du lịch thể thao như lưu trú, ẩm thực và tham quan. Nghiên cứu kết luận rằng sự kiện đã tạo ra dòng tiền đáng kể cho kinh tế địa phương, đồng thời góp phần nâng cao hình ảnh điểm đến của Chonburi. Điều này khẳng định ngay cả các sự kiện quy mô vừa và nhỏ cũng có thể đóng góp tích cực vào phát triển kinh tế nếu được tổ chức bài bản và gắn kết với chiến lược du lịch.

Một ví dụ khác là Giải vô địch bóng bàn lão tướng châu Á – Thái Bình Dương 2023 tổ chức tại Bangkok. Nghiên cứu đăng trên hệ thống TCI của Thái Lan cho biết sự kiện này đã tạo ra giá trị kinh tế hơn 110 triệu baht cho du lịch thể thao và cộng đồng địa phương, đồng thời tạo thêm cơ hội việc làm và thu

nhập cho người dân. Mặc dù không phải là sự kiện mang tầm cỡ như SEA Games, nhưng giải đấu vẫn cho thấy hiệu quả kinh tế rõ rệt nhờ lượng vận động viên, quan chức và cổ động viên quốc tế đến tham dự.

Ở góc độ nhận thức xã hội, khảo sát của Suan Dusit Poll được đăng tải trên The Nation Thailand cho thấy 68,85% người được hỏi tin rằng việc đăng cai các sự kiện thể thao lớn nên được xem là công cụ thúc đẩy kinh tế và du lịch, chứ không chỉ nhằm mục tiêu thành tích thể thao. Nhận thức này phản ánh sự chuyển biến trong cách nhìn của xã hội Thái Lan đối với thể thao, đồng thời tạo nền tảng chính trị – xã hội thuận lợi cho việc đầu tư vào hạ tầng và sự kiện thể thao như một ngành kinh tế.

Về quy mô tổng thể của ngành, theo dữ liệu tổng hợp của Statista, ngành thể thao và các dịch vụ liên quan tại Thái Lan có giá trị đóng góp lớn cho nền kinh tế, với tổng giá trị sản lượng và đóng góp GDP ước tính lên tới hàng trăm tỷ baht. Một số thống kê cho thấy tổng giá trị đóng góp của lĩnh vực thể thao vào nền kinh tế có thể đạt khoảng 483,1 tỷ baht trong những năm gần đây. Dù phương pháp tính có thể bao gồm cả các ngành liên quan như truyền thông, cá cược hợp pháp ở nước ngoài và dịch vụ giải trí, nhưng con số này vẫn cho thấy quy mô đáng kể của kinh tế thể thao trong cấu trúc kinh tế quốc gia.

Bên cạnh tác động trực tiếp về doanh thu và chi tiêu, thể thao còn mang lại lợi ích dài hạn thông qua quảng bá hình ảnh và thu hút đầu tư. Việc tổ chức thành công các sự kiện quốc tế giúp Thái Lan củng cố vị thế là điểm đến sự kiện (event destination) trong khu vực, tạo lợi thế cạnh tranh so với các quốc gia ASEAN khác. Hạ tầng thi đấu được nâng cấp, các nhà tài trợ quốc tế tham gia thị trường, và năng lực tổ chức sự kiện của nguồn nhân lực địa phương được cải thiện. Những yếu tố này góp phần xây dựng một hệ sinh thái kinh tế thể thao bền vững, nơi các sự kiện lớn – vừa – nhỏ hỗ trợ cho nhau,

tạo dòng doanh thu ổn định và đa dạng.

Có thể thấy, từ SEA Games 2025 với giá trị kinh tế 12–14 tỷ baht, đến các sự kiện võ thuật của ONE Championship với hàng trăm triệu USD mỗi năm, hay các giải chạy và giải đấu chuyên đề mang lại hàng trăm triệu baht cho địa phương, kinh tế thể thao ở Thái Lan đã chứng minh được tính hiệu quả và tiềm năng tăng trưởng. Các số liệu được công bố bởi Thairath, The Nation Thailand, Nature Portfolio và Statista cho thấy thể thao không còn là lĩnh vực phụ trợ, mà đã trở thành một cấu phần quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế – du lịch của quốc gia này.

Trong bối cảnh cạnh tranh khu vực ngày càng gay gắt, việc Thái Lan tiếp tục đầu tư vào hạ tầng, chuyên nghiệp hóa công tác tổ chức sự kiện và mở rộng mô hình hợp tác công – tư trong lĩnh vực thể thao được dự báo sẽ giúp kinh tế thể thao đóng góp ngày càng lớn hơn cho GDP, tạo việc làm và nâng cao vị thế quốc gia. Những kết quả đạt được trong thời gian qua là minh chứng rõ ràng rằng khi được hoạch định và quản trị đúng hướng, thể thao hoàn toàn có thể trở thành một “ngành công nghiệp mềm” mang lại lợi ích kinh tế thực chất và bền vững.

Biên dịch Hải Yến (Theo

<https://en.thairath.co.th/sport/others/2902956>;

<https://www.nationthailand.com/blogs/news/sport/40050237>;

<https://www.nature.com/articles/s41599-025-05494-4>;

[https://so01.tci-](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/272868)

[thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/272868](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/272868);

<https://www.nationthailand.com/news/asean/40058324>;

<https://www.statista.com/topics/12948/professional-sports-in-thailand>)

PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỂ THAO Ở THÁI LAN: TỪ TẦM NHÌN CHIẾN LƯỢC ĐẾN THỂ CHẾ HÓA NGÀNH CÔNG NGHIỆP THỂ THAO

Trong hai thập niên gần đây, thể thao đã chuyển mình từ một lĩnh vực thiên về phúc lợi xã hội sang một ngành công nghiệp toàn cầu có tốc độ tăng trưởng nhanh, đóng góp đáng kể vào GDP, tạo việc làm và thúc đẩy thương mại quốc tế. Tại Đông Nam Á, Thái Lan nổi lên như một quốc gia có định hướng rõ ràng trong việc khai thác thể thao như một động lực tăng trưởng kinh tế mới. Các văn kiện chính sách được ban hành trong giai đoạn 2023–2026 cho thấy nước này không chỉ tập trung vào thành tích thi đấu mà còn chủ động xây dựng hệ sinh thái kinh tế thể thao toàn diện, bao gồm du lịch thể thao, tổ chức sự kiện quốc tế, phát triển giải đấu chuyên nghiệp, thương mại hóa bản quyền và thu hút đầu tư tư nhân.

Ba trụ cột chính định hình chiến lược phát triển kinh tế thể thao của Thái Lan hiện nay gồm: chính sách định hướng chiến lược quốc gia về phát triển thể thao 2026 do Cơ quan Thể thao Quốc gia của Thái Lan công bố; Kế hoạch phát triển thể thao quốc gia lần thứ 7 do Chính phủ ban hành; và định hướng chính trị – kinh tế về thể thao được các đảng phái, đặc biệt là Đảng Nhân dân Thái Lan, đưa vào chương trình nghị sự quốc gia. Tổng thể các chính sách này cho thấy một bước chuyển căn bản: thể thao được định vị là ngành kinh tế chiến lược gắn với tăng trưởng, sức mạnh mềm và năng lực cạnh tranh quốc gia.

Chiến lược quốc gia về phát triển thể thao 2026: Đặt nền tảng cho kinh tế thể thao như một chiến lược sức mạnh mềm

Ngày 25/9/2025, Cơ quan thể thao quốc gia (SAT) công bố Chiến lược quốc gia về phát triển thể thao 2026. Đây không đơn thuần là một kế hoạch phát triển chuyên môn thể thao mà là văn bản định hướng chiến lược tổng thể, trong đó kinh tế thể thao được đặt ở vị trí trung tâm của chiến lược tăng trưởng quốc gia.

Điểm nổi bật đầu tiên của chính sách là việc xác định thể thao như một động lực thúc đẩy không chỉ thành tích mà còn tăng trưởng kinh tế và nâng cao hình ảnh quốc gia. Từ góc độ kinh tế, chính sách này tập trung vào ba nhiệm vụ chính: mở rộng thị trường thể thao trong nước, phát triển chuỗi giá trị thể thao và thu hút nguồn thu từ sự kiện thể thao quốc tế.

Thứ nhất, việc thúc đẩy thể thao cho mọi người không chỉ mang ý nghĩa xã hội mà còn tạo nền tảng cho thị trường tiêu dùng thể thao nội địa. Khi người dân tham gia thể thao nhiều hơn, nhu cầu về trang thiết bị, dịch vụ huấn luyện, trung tâm thể hình, dinh dưỡng thể thao và bảo hiểm tăng theo. Điều này kích thích các ngành sản xuất và dịch vụ liên quan, hình thành chuỗi cung ứng nội địa có giá trị gia tăng cao.

Thứ hai, chính sách nhấn mạnh phát triển nhân lực và khoa học thể thao. Đây là yếu tố cốt lõi để nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ trong ngành. Đầu tư vào phân tích dữ liệu, công nghệ huấn luyện, y sinh học thể thao và quản trị sự kiện giúp Thái Lan gia tăng năng lực cạnh tranh khi đăng cai các giải đấu quốc tế. Năng lực tổ chức chuyên nghiệp là yếu tố then chốt để thu hút các liên đoàn thể thao toàn cầu lựa chọn Thái Lan làm điểm đến.

Thứ ba, trụ cột “Sự kiện quốc tế và Du lịch thể thao” thể hiện rõ nhất mục tiêu kinh tế. Thái Lan định vị mình là trung tâm tổ chức sự kiện thể thao quốc tế trong khu vực, tận dụng lợi thế hạ tầng du lịch sẵn có. Khi một sự kiện quốc tế được tổ chức, dòng tiền không chỉ đến từ vé bán ra mà còn từ lưu trú, ẩm thực,

vận tải, mua sắm và quảng bá thương hiệu. Hiệu ứng lan tỏa này có thể đóng góp đáng kể vào GDP địa phương.

Chính sách cũng nhấn mạnh xây dựng con đường nghề nghiệp chuyên nghiệp cho vận động viên. Khi hệ thống giải đấu chuyên nghiệp được củng cố, thị trường chuyên nhượng, tài trợ và bản quyền truyền hình phát triển, thể thao trở thành một ngành kinh doanh thực thụ. Điều này giúp giảm phụ thuộc vào ngân sách nhà nước và tạo nguồn thu bền vững từ khu vực tư nhân.

Có thể thấy, Chiến lược phát triển thể thao quốc gia 2026 không chỉ là một chương trình phát triển thể thao thành tích cao mà là một chiến lược tái cấu trúc vai trò của thể thao trong nền kinh tế. Thể thao được tích hợp vào chiến lược thương hiệu quốc gia, phát triển du lịch và thu hút đầu tư, từ đó trở thành công cụ tăng trưởng dài hạn.

2. Kế hoạch Phát triển Thể thao Quốc gia lần thứ 7 (2023–2027): Thể chế hóa ngành công nghiệp thể thao

Nếu chính sách của SAT mang tính định hướng chiến lược thì Kế hoạch Phát triển Thể thao Quốc gia lần thứ 7 là văn bản thể chế hóa chiến lược đó trong khuôn khổ quản lý nhà nước. Kế hoạch này xác định rõ mục tiêu phát triển “ngành công nghiệp thể thao” như một phần của cấu trúc kinh tế quốc gia.

Khái niệm “công nghiệp thể thao” trong văn kiện không chỉ bao gồm thi đấu mà còn mở rộng sang sản xuất thiết bị, thương mại, truyền thông, dịch vụ và du lịch. Đây là cách tiếp cận chuỗi giá trị (value chain approach), trong đó mỗi mắt xích – từ đào tạo vận động viên, tổ chức giải đấu, khai thác bản quyền đến tiêu dùng của khán giả – đều tạo ra giá trị kinh tế.

Một điểm nhấn quan trọng là việc khuyến khích khu vực tư nhân tham gia sâu hơn vào tổ chức sự kiện và phát triển giải đấu. Thay vì nhà nước bao cấp toàn bộ, Thái Lan thúc đẩy mô hình đối tác công – tư (PPP). Điều này giúp huy động vốn đầu tư xã hội, giảm gánh

nặng ngân sách và nâng cao hiệu quả quản trị. Các doanh nghiệp có động lực tối ưu hóa doanh thu từ tài trợ, quảng cáo và truyền hình, qua đó nâng cao tính thương mại của sự kiện.

Kế hoạch cũng nhấn mạnh vai trò của địa phương trong phát triển du lịch thể thao. Các tỉnh được khuyến khích xây dựng thương hiệu riêng thông qua các giải marathon, giải golf, đua xe đạp hoặc các môn thể thao biển. Khi địa phương chủ động tổ chức sự kiện, nguồn thu được giữ lại và tái đầu tư cho hạ tầng. Đây là cách phân bổ lợi ích kinh tế đồng đều hơn, tránh tình trạng tập trung tại Bangkok.

Ngoài ra, kế hoạch 2023–2027 còn đề cập đến việc nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế thông qua đăng cai sự kiện lớn. Để làm được điều này, Thái Lan phải đầu tư vào sân vận động, trung tâm huấn luyện và hệ thống quản trị chuyên nghiệp. Những khoản đầu tư này không chỉ phục vụ một sự kiện cụ thể mà còn tạo tài sản hạ tầng lâu dài, có thể khai thác cho nhiều mục đích thương mại khác.

Từ góc độ kinh tế vĩ mô, việc thể chế hóa ngành công nghiệp thể thao giúp Thái Lan có cơ sở pháp lý để xây dựng cơ chế ưu đãi thuế, chính sách đầu tư và quy định bản quyền rõ ràng. Khi khung pháp lý minh bạch, nhà đầu tư trong và ngoài nước có niềm tin để tham gia vào thị trường thể thao.

Như vậy, Kế hoạch Phát triển Thể thao Quốc gia lần thứ 7 đóng vai trò cầu nối giữa tầm nhìn chiến lược và thực thi chính sách. Nó biến khái niệm “kinh tế thể thao” thành một cấu trúc quản lý cụ thể, có mục tiêu, chỉ tiêu và cơ chế thực hiện.

3. Định hướng chính trị về thể thao và tăng trưởng kinh tế:
Thể thao trong chiến lược quốc gia

Một dấu hiệu cho thấy thể thao đã trở thành ngành kinh tế chiến lược là việc nội dung này xuất hiện trong các chương trình nghị sự chính trị. Trong bối cảnh bầu cử 2026, Đảng Nhân dân

Thái Lan đưa ra đề xuất phát triển thể thao chuyên nghiệp như một công cụ tăng trưởng kinh tế.

Các nội dung được nhấn mạnh bao gồm khai thác bản quyền truyền hình, thu hút đầu tư quốc tế, phát triển giải đấu chuyên nghiệp và liên kết thể thao với du lịch. Điều này phản ánh nhận thức ngày càng rõ ràng của giới hoạch định chính sách rằng thể thao có thể tạo ra dòng doanh thu đáng kể nếu được quản lý theo mô hình kinh tế thị trường.

Việc thể thao được đưa vào tranh luận chính trị cho thấy lĩnh vực này không còn là vấn đề chuyên môn thuần túy mà đã trở thành thành tố của chiến lược phát triển quốc gia. Khi có sự đồng thuận chính trị rộng rãi, các chính sách ưu đãi, cải cách pháp lý và đầu tư ngân sách cho thể thao sẽ được triển khai mạnh mẽ hơn.

Ở cấp độ quốc gia, điều này tạo ra môi trường chính sách ổn định cho nhà đầu tư. Khi thể thao được xác định là ngành ưu tiên, các doanh nghiệp truyền thông, tập đoàn tài trợ và nhà tổ chức sự kiện quốc tế có cơ sở để hợp tác dài hạn với Thái Lan.

Sự kết hợp giữa tầm nhìn chiến lược của cơ quan quản lý, kế hoạch thể chế hóa của chính phủ và sự ủng hộ từ giới chính trị tạo thành một cấu trúc chính sách đồng bộ. Đây chính là yếu tố giúp kinh tế thể thao Thái Lan có nền tảng vững chắc thay vì phát triển tự phát.

Tổng hợp ba nhóm chính sách lớn cho thấy Thái Lan đang triển khai một chiến lược phát triển kinh tế thể thao toàn diện và có hệ thống. Điểm cốt lõi trong cách tiếp cận của Thái Lan là xem thể thao như một hệ sinh thái kinh tế hoàn chỉnh. Đầu tư không chỉ tập trung vào vận động viên mà còn vào hạ tầng, nhân lực, công nghệ, truyền thông và thương mại hóa. Sự kiện quốc tế được coi là công cụ kích hoạt tăng trưởng, trong khi giải đấu chuyên nghiệp và bản quyền truyền hình tạo nguồn thu bền vững.

Trong bối cảnh cạnh tranh khu vực ngày càng gay gắt, mô hình

của Thái Lan cho thấy cách một quốc gia có thể chuyển hóa thể thao từ lĩnh vực tiêu dùng ngân sách thành động lực tăng trưởng kinh tế dài hạn. Đây là kinh nghiệm có giá trị tham khảo đối với các quốc gia đang tìm kiếm động lực phát triển mới trong nền kinh tế dịch vụ và sáng tạo.

Biên dịch Nguyễn Khang (Theo

<https://sportsfocusthailand.com/sats-bid-to-elevate-thai->

sports;<https://so08.tci->

[thaijo.org/index.php/JournalMSM/article/view/375;](https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JournalMSM/article/view/375;)

[https://en.thairath.co.th/sport/others/2911689\)](https://en.thairath.co.th/sport/others/2911689)

KINH TẾ THỂ THAO MALAYSIA 2025: ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG MỚI TỪ DU LỊCH THỂ THAO VÀ CÔNG NGHIỆP SỰ KIỆN QUỐC TẾ

Năm 2025 đánh dấu bước phát triển nổi bật của kinh tế thể thao Malaysia khi quốc gia này không chỉ duy trì mục tiêu thành tích thi đấu mà còn chủ động khai thác thể thao như một ngành kinh tế chiến lược, có khả năng tạo tăng trưởng, thu hút đầu tư và mở rộng chuỗi giá trị công nghiệp dịch vụ. Thể thao ngày càng được tích hợp vào cấu trúc phát triển quốc gia, gắn với du lịch, thương mại, công nghệ, sản xuất và xúc tiến đầu tư. Những kết quả đạt được trong năm cho thấy Malaysia đang từng bước chuyển dịch từ mô hình “thể thao phong trào và thành tích” sang mô hình “kinh tế thể thao” mang tính hệ sinh thái.

Một trong những dấu ấn quan trọng nhất trong năm 2025 là việc Malaysia công khai định hướng trở thành trung tâm công nghiệp thể thao của khu vực ASEAN. Tại ASEAN Sports Industry Expo 2025 tổ chức vào tháng 10/2025, Phó Thủ tướng Datuk Seri Ahmad Zahid Hamidi nhấn mạnh Malaysia có tiềm năng trở thành “regional hub of sports industry” nếu tận dụng hiệu quả hệ sinh thái bao gồm tổ chức sự kiện, sản xuất thiết bị thể thao, công nghệ, marketing, du lịch và dịch vụ chuyên nghiệp. Ông khẳng định thể thao là một lĩnh vực kinh tế toàn diện, có khả năng tạo việc làm và thu hút đầu tư dài hạn (The Star, 17/10/2025, “Malaysia can be the regional hub of sports industry”). Đáng chú ý, tại sự kiện này đã có bốn biên bản ghi nhớ hợp tác được ký kết với tổng giá trị hơn 36,1 tỷ RM, phản ánh niềm tin của khu vực doanh nghiệp đối với tiềm năng của ngành thể thao Malaysia trong giai đoạn tới. Quy mô cam kết đầu tư này cho thấy thể thao không còn là lĩnh vực chi tiêu công thuần túy mà đang

trở thành không gian kinh tế có khả năng sinh lời.

Song song với định hướng chiến lược ở cấp quốc gia, kết quả thực tiễn rõ ràng nhất của kinh tế thể thao Malaysia năm 2025 thể hiện qua tăng trưởng mạnh của du lịch thể thao. Theo dữ liệu công bố trên Travel Media (11/2025), dựa trên phân tích của nền tảng Agoda, các sự kiện thể thao lớn tại Malaysia đã ghi nhận mức tăng đáng kể về lượt tìm kiếm và quan tâm quốc tế. Kuala Lumpur Standard Chartered Marathon diễn ra ngày 4–5/10/2025 ghi nhận mức tăng 24% lượt tìm kiếm nội địa và 7% quốc tế so với năm trước. IRONMAN 70.3 Langkawi tổ chức ngày 1/11/2025 thu hút sự quan tâm mạnh từ Singapore, Ấn Độ, Hàn Quốc, Bangladesh và Nhật Bản. Đặc biệt, Mt. Kinabalu International Climbathon ghi nhận mức tăng tìm kiếm từ Singapore lên tới 84% (Travel Media, 11/2025, “Malaysia’s Sporting Events Draw International Attention, Agoda Data Shows”). Những con số này phản ánh xu hướng dịch chuyển rõ rệt: thể thao đang trở thành động lực kích thích nhu cầu du lịch, kéo theo tăng trưởng lưu trú, vận tải, ăn uống và chi tiêu dịch vụ địa phương.

Theo các đánh giá trước đó của cơ quan xúc tiến đầu tư Malaysia, du lịch thể thao đóng góp khoảng 5 tỷ RM mỗi năm cho ngành du lịch quốc gia, thông qua nguồn thu từ lưu trú, thực phẩm – đồ uống, bán vé, tài trợ, bản quyền truyền thông và hàng lưu niệm. Cơ quan Phát triển Đầu tư Malaysia (MIDA) khẳng định du lịch thể thao là một phân khúc có tiềm năng kinh tế lớn, đặc biệt khi kết hợp giữa sự kiện thi đấu và nghỉ dưỡng (MIDA, “Sports Tourism Has Significant Economic Potential”). Điều này cho thấy nền tảng của tăng trưởng năm 2025 không phải là hiện tượng nhất thời mà dựa trên một quá trình tích lũy dài hạn.

Bang Selangor trong năm 2025 ghi nhận khoảng 8 triệu lượt khách, mức cao nhất trong những năm gần đây. Chính quyền

bang cho rằng các giải đấu thể thao quốc tế như Selangor International Junior Golf Championship và PKNS Selangor Masters đã góp phần thúc đẩy tăng trưởng du lịch và tiêu dùng dịch vụ (Media Selangor, 01/2026). Những sự kiện này không chỉ mang lại hình ảnh thương hiệu mà còn tạo ra dòng tiền trực tiếp từ vận động viên, ban tổ chức và người hâm mộ.

Johor là ví dụ điển hình về hiệu ứng lan tỏa của thể thao đối với kinh tế địa phương trong năm 2025. Giải Sultan of Johor Cup – giải khúc côn cầu U21 quốc tế – tổ chức tháng 10/2025 tiếp tục thu hút các đội tuyển hàng đầu. Chủ tịch Hiệp hội Khúc côn cầu Johor cho biết mỗi đoàn lưu trú từ 8–10 ngày tại bang, mang lại lợi ích kinh tế đáng kể cho khách sạn, nhà hàng và doanh nghiệp nhỏ (The Star, 23/10/2025, “Sporting events help Johor score economic benefits”). Thời gian lưu trú dài giúp gia tăng công suất phòng và doanh thu dịch vụ.

Ngoài khúc côn cầu, Johor còn đăng cai Malaysia Super 100 thuộc hệ thống BWF World Tour tại Educity Sports Complex ở Iskandar Puteri. Đây là lần hiếm hoi giải đấu chuyên nghiệp quốc tế được tổ chức ngoài khu vực Klang Valley trong những năm gần đây, cho thấy sự phân bổ lợi ích kinh tế rộng hơn giữa các địa phương (The Star, 23/10/2025). Cũng tại Johor, Ironman 70.3 Desaru thu hút hơn 1.000 vận động viên từ 45 quốc gia, góp phần đưa khu vực này lên bản đồ thể thao quốc tế.

Bên cạnh các sự kiện quy mô lớn, các giải chạy địa hình như Rimba X Trail Run, Trans Mount Lambak Trail và TerraTropic Adventure Race tại Mersing cũng thu hút cộng đồng yêu thể thao mạo hiểm. Mô hình kết hợp thể thao với trải nghiệm thiên nhiên gia tăng thời gian lưu trú và chi tiêu của du khách, phù hợp với xu hướng du lịch bền vững.

Về dài hạn, Malaysia không chỉ dừng ở tổ chức sự kiện mà còn thúc đẩy phát triển công nghệ và đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực thể

thao. Theo Bernama ASEAN (2025), chính phủ đang khuyến khích ứng dụng công nghệ thể thao như phân tích dữ liệu, phát sóng kỹ thuật số và dịch vụ chuyên nghiệp nhằm nâng cao giá trị chuỗi cung ứng. Xu hướng này phù hợp với bối cảnh toàn cầu khi ngành công nghiệp thể thao thế giới được dự báo đạt hơn 600 tỷ USD vào năm 2025.

Lịch sử phát triển du lịch thể thao Malaysia cho thấy nền tảng tăng trưởng hiện nay được xây dựng từ các sự kiện lớn trước đây. Commonwealth Games 1998 tại Kuala Lumpur thu hút 6.670 vận động viên và quan chức; một du khách quốc tế chi tiêu trung bình 3.800 RM trong 12,5 đêm lưu trú. F1 Grand Prix tại Sepang đóng góp hơn 500 triệu RM cho nền kinh tế quốc gia và duy trì suốt 19 năm. Các sự kiện như MotoGP (từ 1991), Le Tour de Langkawi (từ 1996), Royal Langkawi International Regatta (từ 2003) và SEA Games đã tạo ra chuỗi giá trị kinh tế cho khách sạn, nhà hàng, sản xuất thủ công và dịch vụ kỹ thuật (MIDA).

Trong bối cảnh đó, vai trò của khu vực tư nhân ngày càng quan trọng. Hiệp hội Khách sạn Malaysia (MAH) chi nhánh Johor nhận định hạ tầng và logistics của bang đủ khả năng tổ chức nhiều sự kiện lớn đồng thời, song cần tăng cường kết nối quốc tế và xây dựng kế hoạch dài hạn (The Star, 23/10/2025). Điều này cho thấy kinh tế thể thao muốn phát triển bền vững phải dựa trên chiến lược liên ngành, thay vì phụ thuộc vào các sự kiện đơn lẻ.

Tổng thể năm 2025 cho thấy kinh tế thể thao Malaysia đạt được kết quả tích cực trên ba phương diện. Thứ nhất, ở cấp chiến lược, chính phủ đã xác lập rõ thể thao là lĩnh vực kinh tế ưu tiên, thể hiện qua các cam kết đầu tư lớn. Thứ hai, ở cấp thực tiễn, các sự kiện thể thao đã tạo ra gia tăng đáng kể về du lịch và dịch vụ tại nhiều địa phương. Thứ ba, về dài hạn, Malaysia đang

chuyển dịch sang mô hình kinh tế thể thao tích hợp công nghệ, thương mại và đổi mới sáng tạo.

Những thành tựu năm 2025 cho thấy Malaysia đã khai thác hiệu quả tiềm năng kinh tế của thể thao và tạo nền tảng để tiếp tục phát triển lĩnh vực này như một ngành kinh tế mũi nhọn trong khu vực ASEAN.

Biên dịch Hồng Hạnh (Theo

<https://www.thestar.com.my/news/nation/2025/10/17/malaysia-can-be-the-regional-hub-of-sports-industry-says-ahmad-zahid>;

<https://travelmedia.in/2025/november/malaysias-sporting-events-draw-international-attention-agoda-data-shows.html>;

<https://mediaselangor.com/en/2026/01/341388>;

<https://www.thestar.com.my/metro/metro-news/2025/10/23/sporting-events-help-johor-score-economic-benefits>

[benefits](#))

MALAYSIA ĐỊNH HÌNH KINH TẾ THỂ THAO NHƯ MỘT TRỤ CỘT TĂNG TRƯỞNG QUỐC GIA TRONG GIAI ĐOẠN MỚI

Trong những năm gần đây, Malaysia từng bước định vị thể thao không chỉ là lĩnh vực thành tích hay phong trào xã hội, mà còn là một ngành kinh tế có giá trị gia tăng cao, có khả năng tạo việc làm, thúc đẩy du lịch và đóng góp vào tăng trưởng quốc gia. Các chính sách và quy định được ban hành cho thấy cách tiếp cận ngày càng rõ ràng của Chính phủ Malaysia trong việc phát triển kinh tế thể thao như một cấu phần quan trọng của chiến lược phát triển quốc gia.

Một trong những định hướng chiến lược quan trọng là việc xây dựng Kế hoạch phát triển công nghiệp thể thao quốc gia. Theo thông tin từ Malay Mail, Phó Thủ tướng Datuk Seri Dr Ahmad Zahid Hamidi cho biết kế hoạch này đang ở giai đoạn hoàn thiện và sẽ tập trung vào việc biến thể thao thành một ngành công nghiệp giá trị cao, mang lại lợi ích kinh tế bền vững cho đất nước. Ông nhấn mạnh rằng thể thao không chỉ dừng lại ở thi đấu hay tổ chức sự kiện, mà cần được nhìn nhận như một hệ sinh thái bao gồm sản xuất thiết bị, marketing, công nghệ, quản lý sự kiện, truyền thông và du lịch.

Việc xây dựng Sports Industry Plan cho thấy Malaysia đang chuyển từ cách tiếp cận hành chính sang tư duy phát triển ngành, trong đó thể thao được tích hợp vào chuỗi giá trị kinh tế. Theo Bernama, kế hoạch này sẽ giúp thiết lập các chiến lược cụ thể nhằm gia tăng đóng góp của ngành thể thao vào GDP, đồng thời thúc đẩy hợp tác công – tư trong đầu tư cơ sở vật chất và phát

triển dịch vụ chuyên nghiệp. Điều này phản ánh sự thay đổi quan trọng trong tư duy chính sách: từ việc Nhà nước tài trợ phần lớn cho thể thao sang mô hình huy động nguồn lực xã hội hóa.

Song song với Kế hoạch phát triển công nghiệp thể thao quốc gia, Malaysia triển khai Chiến lược Thể thao Quốc gia đến năm 2030. Chiến lược đặt mục tiêu xây dựng một “Quốc gia Thể thao” toàn diện, trong đó ngành công nghiệp thể thao được xác định là một trụ cột quan trọng. Chiến lược này nhấn mạnh phát triển doanh nghiệp thể thao, thúc đẩy du lịch thể thao, hỗ trợ khởi nghiệp và nâng cao năng lực nguồn nhân lực trong lĩnh vực quản lý, khoa học và công nghệ thể thao.

Trong khuôn khổ Chiến lược, thể thao được nhìn nhận như một động lực kinh tế liên ngành. Du lịch thể thao, sự kiện quốc tế, bản quyền truyền thông, tài trợ thương mại và sản xuất hàng hóa thể thao đều được coi là các phân khúc có tiềm năng tăng trưởng. Việc tích hợp thể thao vào chiến lược phát triển kinh tế quốc gia cho thấy Malaysia đang từng bước chính thức hóa vị thế của kinh tế thể thao trong cấu trúc chính sách vĩ mô.

Một công cụ quan trọng hỗ trợ hoạch định chính sách là Tài khoản vệ tinh thể thao (SSA) – một công cụ thống kê kinh tế dùng để đo lường quy mô và đóng góp của ngành thể thao trong nền kinh tế quốc gia. Theo Bernama, Malaysia là quốc gia ASEAN đầu tiên xây dựng hệ thống tài khoản vệ tinh thể thao nhằm đo lường đóng góp kinh tế của ngành thể thao một cách chính thức. SSA cho phép tính toán giá trị gia tăng, việc làm và đóng góp của các phân ngành như dịch vụ thể thao, sản xuất thiết bị, đào tạo và tổ chức sự kiện. Việc áp dụng SSA có ý nghĩa quan trọng vì nó giúp định lượng chính xác vai trò của thể thao trong nền kinh tế, từ đó tạo cơ sở cho việc phân bổ ngân sách và thiết kế chính sách hỗ trợ.

Theo số liệu được công bố trước đó, ngành thể thao Malaysia từng ghi nhận giá trị gia tăng gần 20 tỷ RM trong các giai đoạn trước,

cho thấy tiềm năng lớn nếu được đầu tư và khai thác hiệu quả. SSA không chỉ là công cụ thống kê mà còn là nền tảng pháp lý – kỹ thuật để thể thao được công nhận như một ngành kinh tế chính thức trong hệ thống tài khoản quốc gia.

Bên cạnh đó, du lịch thể thao được xác định là một lĩnh vực trọng tâm trong chiến lược kinh tế thể thao. Theo Cơ quan Phát triển Đầu tư Malaysia (MIDA), du lịch thể thao đóng góp khoảng 5 tỷ RM mỗi năm cho nền kinh tế quốc gia. Các nguồn thu chủ yếu bao gồm lưu trú, ăn uống, bán vé, tài trợ, bản quyền truyền thông và kinh doanh hàng lưu niệm. Điều này cho thấy tác động lan tỏa mạnh mẽ của sự kiện thể thao tới ngành khách sạn, vận tải, dịch vụ và thương mại.

Malaysia có lịch sử đăng cai nhiều sự kiện thể thao quốc tế lớn như Commonwealth Games 1998 tại Kuala Lumpur và Giải đua xe Công thức 1 (F1 Grand Prix) tại Sepang. Theo MIDA, riêng F1 Grand Prix từng đóng góp hơn 500 triệu RM cho nền kinh tế quốc gia và duy trì hiệu ứng lan tỏa trong nhiều năm sau đó. Các sự kiện này không chỉ mang lại doanh thu trực tiếp mà còn nâng cao năng lực tổ chức, quản lý và quảng bá hình ảnh quốc gia.

Trong bối cảnh mới, Chính phủ Malaysia cũng đặt mục tiêu xây dựng quốc gia trở thành trung tâm công nghiệp thể thao khu vực ASEAN. Tại Triển lãm công nghệ thể thao khu vực Đông Nam Á 2025, Phó Thủ tướng Ahmad Zahid Hamidi khẳng định Malaysia có tiềm năng trở thành trung tâm của ngành công nghiệp thể thao trong khu vực nếu tận dụng tốt hệ sinh thái sẵn có. Ông nhấn mạnh sự cần thiết của việc phát triển công nghệ thể thao, đổi mới sáng tạo, đào tạo kỹ năng và thu hút đầu tư nước ngoài.

Định hướng này bao gồm phát triển các lĩnh vực như công nghệ thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), phân tích dữ liệu

lớn (big data) trong thể thao, cũng như mở rộng hoạt động của các doanh nghiệp sản xuất thiết bị và hàng hóa thể thao. Việc liên kết giữa thể thao và giáo dục kỹ thuật (TVET) được coi là giải pháp quan trọng nhằm đảm bảo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành công nghiệp mới nổi này.

Ở cấp độ pháp lý, Malaysia chưa ban hành một đạo luật riêng biệt về “kinh tế thể thao”. Tuy nhiên, các quy định và chính sách hiện hành đã tích hợp yếu tố kinh tế trong khuôn khổ quản lý thể thao quốc gia. Các chương trình khuyến khích xã hội hóa đầu tư cơ sở vật chất, hợp tác công – tư trong tổ chức sự kiện, và chính sách xúc tiến đầu tư thông qua MIDA đều tạo môi trường thuận lợi cho phát triển kinh tế thể thao.

MIDA cho biết cơ quan này sẵn sàng hỗ trợ thành lập văn phòng đại diện của các tổ chức thể thao quốc tế, cơ sở sản xuất sản phẩm thể thao, trung tâm R&D và doanh nghiệp công nghệ thể thao tại Malaysia. Điều này cho thấy Nhà nước không chỉ tập trung vào tổ chức sự kiện mà còn thúc đẩy sản xuất và đổi mới sáng tạo – hai yếu tố cốt lõi của một ngành công nghiệp bền vững.

Nhìn tổng thể, hệ thống chính sách của Malaysia về kinh tế thể thao có thể được phân tích qua ba trục chính. Thứ nhất là trục chiến lược quốc gia, bao gồm Kế hoạch phát triển công nghiệp thể thao và Chiến lược phát triển thể thao đến năm 2030, xác lập vị thế của thể thao trong cấu trúc phát triển kinh tế. Thứ hai là trục công cụ kỹ thuật với Tài khoản vệ tinh thể thao, cho phép đo lường và quản lý hiệu quả đóng góp kinh tế của ngành. Thứ ba là trục triển khai thực tiễn thông qua du lịch thể thao, xúc tiến đầu tư và phát triển công nghệ.

Những chính sách và sáng kiến này cho thấy Malaysia đang tiến hành một quá trình chuyển đổi quan trọng: từ mô hình thể thao dựa chủ yếu vào ngân sách nhà nước sang mô hình kinh tế thể thao đa dạng nguồn lực, gắn với thị trường và khu vực tư nhân. Dù vẫn còn

thách thức về cạnh tranh khu vực và thu hút đầu tư dài hạn, nền tảng chính sách hiện nay đã tạo điều kiện thuận lợi để thể thao trở thành một ngành kinh tế chiến lược trong tương lai gần.

Có thể khẳng định rằng kinh tế thể thao tại Malaysia không còn là khái niệm mang tính học thuật, mà đã được thể chế hóa thông qua các chiến lược quốc gia, công cụ thống kê chính thức và cơ chế khuyến khích đầu tư cụ thể. Với định hướng trở thành trung tâm công nghiệp thể thao khu vực ASEAN, Malaysia đang xây dựng một hệ sinh thái trong đó thể thao đóng vai trò là động lực tăng trưởng mới, góp phần đa dạng hóa cơ cấu kinh tế và nâng cao vị thế quốc gia trên trường quốc tế.

Biên dịch Hải Yến (Theo

<https://www.malaymail.com/news/malaysia/2024/04/18/dpm-zahid-sports-industry-plan-in-final-phase-of-development/129467>; <https://vsn2030.my/visi-sukan-negara-2030>; <https://www.dosm.gov.my/portal-main/release-content/preliminary-report-sport-satellite-account-2022>)

KINH TẾ THỂ THAO PHILIPPINES 2025: ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG MỚI TỪ CHIẾN LƯỢC DU LỊCH VÀ SỰ KIẾN QUỐC TẾ

Một trong những bước đi đáng chú ý nhất trong năm 2025 là việc Chính phủ Philippines chính thức củng cố cơ chế điều phối phát triển du lịch thể thao thông qua việc ban hành Sắc lệnh Hành chính số 38, thành lập Ủy ban liên ngành về Du lịch Thể thao Quốc gia. Theo thông tin đăng tải trên Philstar, cơ chế này nhằm tăng cường phối hợp giữa Ủy ban Thể thao Philippines, Bộ Du lịch, Bộ Ngân sách và Quản lý cùng các cơ quan liên quan để xây dựng chiến lược dài hạn phát triển thể thao du lịch như một ngành kinh tế thực thụ. Lãnh đạo PSC nhấn mạnh rằng du lịch thể thao có khả năng tạo ra việc làm, kích thích chi tiêu địa phương và nâng cao vị thế quốc gia trên trường quốc tế.

Trên thực tế, năm 2025 chứng kiến Philippines trở thành điểm đến của nhiều sự kiện thể thao quốc tế có tầm vóc lớn. Trong đó nổi bật là Giải vô địch bóng chuyền nam thế giới FIVB Volleyball Men's World Championship với sự tham dự của 31 đội tuyển hàng đầu. Bên cạnh đó, quốc gia này còn đăng cai Giải vô địch futsal nữ thế giới FIFA Women's Futsal World Cup, Giải vô địch thể dục dụng cụ trẻ thế giới của Liên đoàn Thể dục quốc tế và các chặng thi đấu thuộc hệ thống World Surf League. Theo Philstar, việc đăng cai liên tiếp các sự kiện tầm cỡ đã khẳng định vị thế của Philippines như một “điểm đến thể thao mới nổi” trong khu vực châu Á – Thái Bình Dương.

Tác động kinh tế của việc đăng cai không chỉ dừng lại ở doanh

thu bán vé hay tài trợ. Các sự kiện quốc tế luôn kéo theo dòng di chuyển lớn của vận động viên, ban huấn luyện, quan chức thể thao, truyền thông quốc tế và người hâm mộ. Mỗi đoàn thể thao lưu trú nhiều ngày tại địa phương đồng nghĩa với nhu cầu tăng cao về khách sạn, ăn uống, vận tải, hậu cần, bảo hiểm và các dịch vụ hỗ trợ. Theo phân tích trên Philstar, kinh nghiệm từ FIBA World Cup 2023 tổ chức tại Manila cho thấy 90% khách quốc tế được khảo sát nhận định sự kiện đã cải thiện hình ảnh thành phố trong mắt họ, và hơn 70% bày tỏ khả năng quay trở lại du lịch. Điều này chứng minh rằng lợi ích kinh tế của sự kiện thể thao mang tính lan tỏa dài hạn, vượt ra ngoài thời gian diễn ra giải đấu.

Bức tranh chung của ngành du lịch Philippines trong năm 2025 càng cho thấy vai trò ngày càng lớn của thể thao trong cơ cấu tăng trưởng. Theo dự báo của World Travel & Tourism Council (WTTC), tổng đóng góp của ngành du lịch vào nền kinh tế Philippines năm 2025 có thể đạt khoảng 5.9 nghìn tỷ peso, tăng 13.5% so với mức trước đại dịch năm 2019. Du lịch hiện đóng góp hơn 20% GDP quốc gia và tạo ra hàng triệu việc làm trực tiếp và gián tiếp. Trong bối cảnh đó, thể thao du lịch được xác định là một phân khúc tăng trưởng nhanh, có khả năng kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu bình quân của du khách.

Điểm đáng chú ý là Philippines không chỉ tập trung vào các sự kiện thể thao đỉnh cao mà còn chú trọng phát triển hệ thống sự kiện ở nhiều cấp độ khác nhau. Từ các giải chạy marathon cộng đồng, giải đấu cấp thành phố, cho đến các giải quốc gia và quốc tế, hệ thống sự kiện được tổ chức theo cấu trúc phân tầng rõ rệt. Mỗi cấp độ đóng góp một phần vào nền kinh tế địa phương: sự kiện cộng đồng kích thích tiêu dùng nội địa và thúc đẩy phong trào rèn luyện sức khỏe; sự kiện quốc gia thu hút tài

trợ và truyền thông; còn sự kiện quốc tế tạo ra dòng khách du lịch và nâng tầm thương hiệu quốc gia.

Việc thành lập Ủy ban liên ngành về Du lịch Thể thao không chỉ nhằm quảng bá hình ảnh mà còn hướng tới xây dựng hệ sinh thái kinh tế bền vững xung quanh thể thao. Điều này bao gồm phát triển nguồn nhân lực tổ chức sự kiện, chuyên gia tiếp thị thể thao, dịch vụ hậu cần, cũng như nâng cấp cơ sở hạ tầng thi đấu đạt chuẩn quốc tế. Khi các thành phố đăng cai buộc phải đầu tư vào giao thông, hệ thống chiếu sáng, an ninh và tiện ích công cộng, di sản hạ tầng này sẽ tiếp tục phục vụ cộng đồng và các sự kiện trong tương lai.

Một kết quả quan trọng khác trong năm 2025 là sự gia tăng niềm tin của khu vực tư nhân vào tiềm năng kinh tế của thể thao. Các nhà tài trợ, tập đoàn truyền thông và doanh nghiệp dịch vụ đã tích cực tham gia vào chuỗi giá trị thể thao, từ tài trợ giải đấu đến cung cấp nền tảng phát sóng và quảng cáo. Khi sự kiện thể thao được truyền hình rộng rãi, hình ảnh điếm đến và thương hiệu quốc gia được lan tỏa trên quy mô toàn cầu, tạo ra giá trị truyền thông khó có thể đo đếm hoàn toàn bằng các chỉ số tài chính ngắn hạn.

Ngoài ra, kinh tế thể thao còn góp phần thúc đẩy phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ tại địa phương. Các nhà hàng, cửa hàng lưu niệm, đơn vị vận tải, công ty tổ chức sự kiện, dịch vụ in ấn và cung ứng thiết bị đều được hưởng lợi từ lượng khách tăng cao trong mùa giải. Đối với nhiều địa phương, một giải đấu quốc tế có thể tạo ra doanh thu tương đương nhiều tháng hoạt động du lịch thông thường. Chính vì vậy, thể thao ngày càng được coi là công cụ kích cầu kinh tế hiệu quả, đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh thu hút du khách giữa các quốc gia trong khu vực Đông Nam Á ngày càng gay gắt.

Nhìn tổng thể, năm 2025 cho thấy sự chuyển biến rõ nét của Philippines từ cách tiếp cận “thể thao vì thành tích” sang “thể thao vì phát triển”. Việc tích hợp thể thao vào chiến lược tăng trưởng kinh

tế quốc gia giúp tạo ra một nền tảng đa ngành, nơi du lịch, truyền thông, xây dựng, dịch vụ và thương mại cùng được hưởng lợi. Các sự kiện thể thao không còn là hoạt động riêng lẻ mà trở thành mắt xích trong chuỗi giá trị kinh tế rộng lớn.

Dù vậy, thách thức vẫn tồn tại. Để duy trì đà tăng trưởng, Philippines cần tiếp tục đầu tư vào cơ sở hạ tầng đạt chuẩn quốc tế, bảo đảm tính bền vững tài chính của các sự kiện và tránh tình trạng phụ thuộc quá mức vào ngân sách công. Đồng thời, việc đo lường chính xác đóng góp của kinh tế thể thao thông qua các công cụ thống kê chuyên biệt sẽ giúp hoạch định chính sách hiệu quả hơn trong tương lai.

Có thể khẳng định rằng, năm 2025 đánh dấu bước tiến quan trọng của kinh tế thể thao Philippines. Từ việc hoàn thiện cơ chế điều phối liên ngành, đăng cai thành công nhiều sự kiện quốc tế, đến việc gắn kết chặt chẽ với chiến lược phát triển du lịch và tạo việc làm, thể thao đã trở thành một động lực tăng trưởng mới của nền kinh tế. Trong bối cảnh khu vực Đông Nam Á đang cạnh tranh mạnh mẽ để thu hút đầu tư và du khách, Philippines đang cho thấy quyết tâm biến thể thao thành một lợi thế chiến lược, góp phần nâng cao vị thế quốc gia trên bản đồ kinh tế và thể thao toàn cầu.

Biên dịch Vân Anh (Theo <https://www.philstar.com/lifestyle/travel-and-tourism/2026/01/25/2503412/national-sports-tourism-committee-charts-bold-strategy-economic-growth>; <https://tribune.net.ph/2026/01/25/sports-tourism-body-aims-to-boost-economic-growth>; <https://tribune.net.ph/2025/09/26/philippines-rising-as-global-sports-tourism-powerhouse>; [58](https://www.philstar.com/lifestyle/travel-and-tourism/2026/01/25/2503412/national-sports-tourism-committee-</i></p></div><div data-bbox=)

[charts-bold-strategy-economic-growth;
https://www.philstar.com/about-
us/sports/2025/09/17/2473506/sports-tourism-crucial-national-
growth-psc-chief#google_vignette\)](https://www.philstar.com/about-us/sports/2025/09/17/2473506/sports-tourism-crucial-national-growth-psc-chief#google_vignette)

CÁC CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỂ THAO Ở PHILIPPINES

Trong những năm gần đây, Philippines đã xác định thể thao không chỉ là hoạt động văn hóa – xã hội, mà còn là một mảnh ghép chiến lược trong định hướng phát triển kinh tế quốc gia giai đoạn 2023–2028. Việt Nam và nhiều quốc gia khác đã chứng kiến thể thao trở thành một bộ phận quan trọng của GDP; Philippines cũng đang xây dựng nền tảng chính sách, thể chế để khuếch tán giá trị kinh tế từ thể thao, đặc biệt ở mảng du lịch thể thao — một lĩnh vực phát triển nhanh nhất trong toàn cầu hiện nay.

1. Cơ sở pháp lý và chiến lược quốc gia

Mặc dù Philippines chưa có một luật riêng biệt về “kinh tế thể thao”, các chính sách quan trọng đã và đang tạo thành xương sống thể chế cho việc phát triển thể thao toàn ngành, bao gồm cả định hướng kinh tế.

Republic Act No. 6847 – Philippine Sports Commission Act: Đây là pháp lệnh đặt ra nhiệm vụ trọng tâm của Ủy ban thể thao Philippines (PSC) trong việc xây dựng và điều phối các chương trình thể thao quốc gia, với mục tiêu thúc đẩy thể thao từ cấp cơ sở đến trình độ cao. PSC theo luật được giao “đặt ưu tiên và định hướng cho phát triển thể thao toàn quốc” và phối hợp với các hội thể thao quốc gia.

Chiến lược phát triển thể thao 2023–2028: PSC đang triển khai Chiến lược phát triển thể thao giai đoạn 2023–2028 với trọng tâm mở rộng quy mô thể thao toàn dân, phát triển vận động viên ưu tú, nâng cấp cơ sở vật chất và thúc đẩy liên kết các tổ chức công–tư,

đặc biệt là với mục tiêu biến thể thao thành tài sản kinh tế và công cụ thúc đẩy du lịch.

Kế hoạch phát triển Philippines 2023–2028: Kế hoạch phát triển kinh tế – xã hội quốc gia đặt thể thao là một trong các trụ cột chiến lược để tăng cường tham gia vào các sự kiện quốc tế, thu hút đầu tư và nâng cao nhận thức về Philippines trên trường quốc tế.

Các văn bản này định hướng việc thể thao không chỉ dừng lại ở thành tích quốc tế hay phong trào quần chúng, mà trở thành một phần của nền kinh tế không khói, tạo việc làm, thu hút đầu tư nước ngoài và kích thích tiêu dùng dịch vụ.

2. Tạo thể chế thúc đẩy du lịch thể thao

Một trong những chính sách quan trọng nhất được ban hành tháng 10/2025 là Sắc lệnh hành chính số 38 (AO 38), do Tổng thống Ferdinand R. Marcos Jr. ký, tạo nên một chương mới trong chiến lược kinh tế thể thao của Philippines. Văn bản này đã: Thành lập Ủy ban liên ngành về Du lịch Thể thao Quốc gia (NST-IAC) để phối hợp các cơ quan chính phủ, địa phương và khu vực tư nhân triển khai các sáng kiến phát triển du lịch thể thao.

Ủy ban NST-IAC có vai trò: Tư vấn cho Tổng thống về chính sách, kế hoạch và chương trình phát triển du lịch thể thao; Đề xuất, huy động và phân bổ nguồn lực tài chính để đăng ký tổ chức và đăng cai các sự kiện thể thao quốc tế có tầm ảnh hưởng lớn, đồng thời thúc đẩy các hoạt động thể thao nội địa quy mô lớn. Lên kế hoạch chiến lược chuyên nghiệp hóa thể thao du lịch, đảm bảo hạ tầng phù hợp các tiêu chí quốc tế, và phát triển ngành theo hướng bền vững kinh tế – xã hội. NST-IAC do PSC làm chủ tịch và phối hợp với Bộ Du lịch (DOT), Bộ Nội vụ và Chính quyền địa phương (DILG), Bộ Ngân sách và Quản lý (DBM), cùng các tổ chức như PAGCOR và TIEZA tham gia.

Điều này cho thấy chính phủ Philippines đã bước sang một giai đoạn tiếp cận thể thao tích hợp đa ngành, không chỉ trong lĩnh vực thể thao thuần túy mà bao gồm cả du lịch, phát triển địa phương và xúc tiến đầu tư. Theo PSC và các lãnh đạo liên quan, thể thao du lịch được kỳ vọng góp phần tạo việc làm, thu hút vốn đầu tư và nâng cao giá trị hạ tầng, giúp các địa phương tăng trưởng kinh tế gắn với thương hiệu sự kiện quốc tế.

3. Các chương trình trọng tâm phát triển thể thao toàn dân và kinh tế cộng đồng

Bên cạnh chiến lược lớn về thể thao du lịch, Philippines triển khai nhiều chương trình nhằm xây dựng nền tảng thể thao từ cơ sở – nơi thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương, sức khỏe cộng đồng và giáo dục thể chất:

Grassroots and Sports For All Development Program: Mục tiêu tạo điều kiện để mọi người dân tiếp cận thể thao, từ các hoạt động phong trào đến các giải đấu địa phương như Batang Pinoy, Philippines National Games, góp phần hình thành thị trường thể thao rộng khắp. Các chương trình này khuyến khích sự tham gia của cộng đồng và là bước đầu cho việc phát triển kinh tế nhỏ như dịch vụ luyện tập, cung cấp thiết bị thể thao và hội nghị – sự kiện địa phương.

High-Performance Sports Development Program: Đây là chương trình tập trung nguồn lực để phát triển các vận động viên đẳng cấp quốc tế. Việc đầu tư cho đội tuyển quốc gia, vận động viên ưu tú và trình độ chuyên nghiệp không chỉ nâng cao vị thế thể thao quốc gia mà còn góp phần thu hút các giải đấu chuyên nghiệp, từ đó đưa đến những lợi ích kinh tế thông qua bản quyền, tài trợ và du lịch.

Hợp tác công – tư (Public-Private Partnerships – PPP) trong xây dựng cơ sở vật chất: PSC cùng các đối tác đang thúc đẩy mô hình PPP để cung cấp các cơ sở thể thao đạt tiêu chuẩn quốc tế, giảm

gánh nặng tài chính cho ngân sách nhà nước đồng thời thu hút đầu tư tư nhân vào lĩnh vực này.

Các chiến lược này vừa tạo sân chơi cho người dân, vừa phát triển thị trường thiết bị thể thao, dịch vụ vận động viên và khai thác nhu cầu du lịch thể thao tại địa phương – những nhân tố gia tăng GDP vòng quay kinh tế.

4. Sự tham gia của khu vực tư nhân và nâng cao năng lực thể thao:

Chính phủ Philippines đã mở rộng không gian hợp tác với khu vực tư nhân để huy động vốn, không chỉ trong lĩnh vực thể thao du lịch mà cả các hoạt động thể thao nội địa khác. Phần này được thể hiện qua: Việc mời gọi doanh nghiệp tư nhân và các tổ chức du lịch tham gia vào NST-IAC, đưa vào Ủy ban các đại diện từ ngành du lịch và thể thao. Điều này tạo điều kiện cho khu vực tư nhân cùng thiết kế chiến lược, chương trình và đầu tư vào các sự kiện quốc tế nhằm tối ưu hóa nguồn lực có sẵn. Chính sách kêu gọi tài trợ cho các chương trình diễn ra trong nước, khuyến khích các doanh nghiệp tham gia quảng bá thương hiệu thông qua sự kiện thể thao, giúp gia tăng doanh thu không chỉ cho ngành thể thao mà còn cho các ngành dịch vụ liên quan như khách sạn, giải trí, quảng cáo và bán lẻ. Hệ thống PPP trong xây dựng và quản lý cơ sở vật chất: Thay vì chỉ trông chờ ngân sách nhà nước, Philippines đang khuyến khích các tập đoàn và doanh nghiệp đầu tư vào các cơ sở thể thao đạt tiêu chuẩn quốc tế, từ sân vận động đến trung tâm huấn luyện, giảm áp lực tài chính và đồng thời kích hoạt dòng vốn lớn hơn vào nền kinh tế thể thao.

5. Tác động kinh tế và ký kết kế hoạch giữa các ngành

Mặc dù chưa có số liệu GDP chi tiết về “kế hoạch kinh tế thể thao Philippines 2026,” các nhà phân tích và lãnh đạo PSC đã nhấn mạnh rằng thể thao du lịch được xem là động lực tăng

trường kinh tế đặc biệt hiệu quả trong thời đại mới: Trong bối cảnh toàn cầu, thể thao du lịch chiếm một phần lớn trong chỉ tiêu du lịch quốc tế và phát triển kinh tế – theo các báo cáo phân tích toàn cầu, du lịch thể thao chiếm tới 10% chỉ tiêu du lịch trên thế giới. Tại Philippines, việc thu hút các sự kiện thể thao quốc tế giúp thúc đẩy du lịch quốc tế, đóng góp vào doanh thu dịch vụ lưu trú, vận tải và tiêu dùng địa phương. Các nhà hoạch định chính sách kỳ vọng rằng việc định vị Philippines là điểm đến thể thao quốc tế sẽ kéo theo hiệu ứng kinh tế lan tỏa, tạo hàng nghìn việc làm, thúc đẩy nâng cấp cơ sở vật chất và mở rộng khu vực dịch vụ gắn với thể thao và du lịch.

6. Thách thức và triển vọng

Dù Philippines đã có những bước tiến rõ rệt trong việc thể chế hóa thể thao như một động lực kinh tế, vẫn tồn tại nhiều thách thức: Hạ tầng hiện tại ở nhiều địa phương chưa đồng đều, cần đầu tư lớn để đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế muốn cạnh tranh với các nước trong khu vực ASEAN. Số liệu và công cụ đo lường về đóng góp GDP trực tiếp của thể thao trong nền kinh tế Philippines vẫn còn hạn chế, khiến việc hoạch định chính sách dựa trên dữ liệu chưa hoàn chỉnh. Cần tăng cường tuyên truyền để người dân và doanh nghiệp hiểu thể thao không chỉ là phong trào mà còn là lĩnh vực kinh tế có giá trị gia tăng lớn.

Tuy nhiên, với các văn bản pháp lý mạnh mẽ như Sắc lệnh 38, chiến lược phát triển của PSC và hợp tác đa ngành, Philippines đang trên đà chuyển thể thao từ một hoạt động văn hóa – xã hội sang một phần quan trọng của chiến lược phát triển kinh tế quốc gia trong giai đoạn 2026–2030 – đặc biệt đối với lĩnh vực du lịch thể thao, sự kiện quốc tế và phát triển cơ sở hạ tầng thể thao toàn diện.

Biên dịch Vân Anh (Theo

<https://elibrary.judiciary.gov.ph/thebookshelf/showdocs/6/100204>;
<https://pia.gov.ph/news/pbbm-creates-national-sports-tourism->

inter-agency-committee-to-boost-countrys-sports-tourism;
https://psc.gov.ph/psc_site/wp-
content/uploads/2023/12/ProgramsandProjects.pdf;
https://businessmirror.com.ph/2026/01/26/sports-tourism-
leads-to-economic-growth)

THÔNG TIN TỔNG HỢP

TRUNG TÂM THÔNG TIN - TRUYỀN THÔNG THỂ DỤC
THỂ THAO

5 Trịnh Hoài Đức – Phường Ô Chợ Dừa – Hà Nội

ĐT: 024.3747.2958 – 024.3747.5254; Fax:

024.37471981

Email: banbientap@tdtt.gov.vn Website:

www.tdtt.gov.vn

Chịu trách nhiệm xuất bản và nội dung:
**Giám đốc Trung tâm Thông tin – Truyền thông
TDTT**

ThS. LÝ ĐỨC THÙY

Biên tập:

Vũ Vân Anh

Biên dịch:

Hồng Hạnh, Nguyễn Khang, Hà Phương, Hải Yến,
Anh Thu, Thanh Hiền

Trình bày:

Khánh Chi