

# CHỦ TRƯỞNG, CHÍNH SÁCH CỦA ĐẢNG VÀ NHÀ NƯỚC VỀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỂ THAO VÀ ĐẶC ĐIỂM KINH TẾ THỂ THAO HIỆN NAY TẠI VIỆT NAM

Đỗ Thị Liên Phương<sup>(1)</sup>

## Thông tin bài báo:

Ngày nhận bài: 12/04/2026  
Ngày phản biện: 18/05/2026  
Ngày đăng: 12/06/2026

## Tác giả liên hệ:

Đỗ Thị Liên Phương  
Email: dolienphuong77@gmail.com  
Tập 3, số 4 (2026), trang 122-125  
DOI: <https://doi.org/10.64024/upes14230>

Bản quyền © 2026. Bài báo này là công bố Truy cập Mở (Open Access) và được phân phối theo các điều khoản của Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Phát triển kinh tế thể thao là xu hướng tất yếu trong quá trình đổi mới quản lý thể dục, thể thao (TDTT) ở Việt Nam. Từ các chủ trương của Đảng đến hệ thống chính sách, pháp luật của Nhà nước, TDTT ngày càng được nhìn nhận không chỉ như một lĩnh vực góp phần nâng cao sức khỏe, giáo dục con người và làm phong phú đời sống văn hóa tinh thần, mà còn như một ngành dịch vụ có khả năng tạo giá trị kinh tế, việc làm, sản phẩm văn hóa, du lịch và truyền thông.

Trong bối cảnh phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, hội nhập quốc tế và chuyển đổi số, vai trò kinh tế của TDTT ngày càng được thể hiện rõ hơn. Thể dục thể thao đang từng bước trở thành một bộ phận của nền kinh tế dịch vụ, công nghiệp văn hóa, du lịch, truyền thông và tiêu dùng hiện đại. Kinh nghiệm quốc tế cho thấy thể thao vận hành như một hệ sinh thái kinh tế gồm tổ chức giải đấu, dịch vụ tập luyện, bán vé, bản quyền truyền thông, quảng cáo, tài trợ, chuyển nhượng vận động viên, sản xuất và phân phối trang thiết bị, du lịch thể thao, truyền thông thể thao, công nghệ và dữ liệu người hâm mộ [9], [10], [12]. Ở phạm vi toàn cầu, Báo cáo Kinh tế Thể thao Việt Nam 2026 cho thấy thị trường thể thao thế giới có quy mô rất lớn nhưng phân mảnh. Nếu chỉ tính các

## Article Information:

Received: 12/04/2026  
Review date: 18/05/2026  
Published: 12/06/2026

## Corresponding Author:

Do Thi Lien Phuong  
Email: dolienphuong77@gmail.com  
Vol.3, Issue 4 (2026), pp 122-125  
DOI: <https://doi.org/10.64024/upes14230>

Copyright © 2026. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

bộ phận cấu thành trực tiếp như bản quyền, tài trợ và bán vé, quy mô thị trường đã đạt khoảng 400 - 500 tỷ USD; nếu mở rộng sang thiết bị, du lịch thể thao, công nghệ và các lĩnh vực liên quan, quy mô nền kinh tế thể thao có thể vượt 600 tỷ USD, thậm chí một số ước tính tính cả hiệu ứng lan tỏa đưa ra con số trên 1 nghìn tỷ USD [12]. Các dòng doanh thu lớn gồm bản quyền truyền thông khoảng 80 - 90 tỷ USD/năm, tài trợ và quảng cáo thể thao khoảng 100 - 120 tỷ USD, thiết bị và thời trang thể thao khoảng 180 - 200 tỷ USD [12]. Những con số này cho thấy thể thao hiện đại không còn là hoạt động nằm bên lề nền kinh tế dịch vụ, mà đã trở thành một thành phần có khả năng tạo giá trị trực tiếp và lan tỏa mạnh sang du lịch, truyền thông, bán lẻ, công nghệ, y tế - sức khỏe và phát triển đô thị.

Trong nhiều năm qua, Đảng và Nhà nước đã ban hành nhiều chủ trương, chính sách quan trọng nhằm phát triển TDTT, trong đó nhấn mạnh định hướng đẩy mạnh xã hội hóa, huy động nguồn lực ngoài ngân sách, phát triển thị trường dịch vụ thể thao và từng bước hình thành kinh tế thể thao. Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 01/12/2011 của Bộ Chính trị xác định yêu cầu tăng cường sự lãnh đạo của Đảng, tạo bước phát triển mạnh mẽ về TDTT, đồng thời nhấn mạnh

<sup>(1)</sup>ThS Trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp

nhiệm vụ huy động các nguồn lực xã hội cho phát triển TDTT [1]. Luật Thể dục, thể thao năm 2006, Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thể dục, thể thao năm 2018, các nghị định hướng dẫn thi hành và chính sách khuyến khích xã hội hóa đã tạo hành lang pháp lý quan trọng cho tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp tham gia đầu tư, kinh doanh và cung ứng dịch vụ thể thao [2], [3], [4], [5]. Đặc biệt, Quyết định số 1189/QĐ-TTg ngày 15/10/2024 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển thể dục, thể thao Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã trực tiếp đặt vấn đề phát triển kinh tế thể thao như một định hướng quan trọng của ngành [6]. Đây là dấu hiệu cho thấy sự chuyển biến trong tư duy quản lý thể thao: từ mô hình chủ yếu dựa vào đầu tư công sang mô hình kết hợp vai trò kiến tạo của Nhà nước với sự tham gia ngày càng lớn của thị trường, doanh nghiệp, cộng đồng và các tổ chức xã hội.

Trong hệ thống chính sách đó, xã hội hóa có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với phát triển kinh tế thể thao. Nghị định số 69/2008/NĐ-CP ngày 30/5/2008 của Chính phủ xác định TDTT là một trong những lĩnh vực được khuyến khích xã hội hóa [4]. Nhìn từ góc độ kinh tế, xã hội hóa không chỉ là huy động thêm nguồn lực tài chính ngoài ngân sách, mà còn là quá trình mở rộng vai trò của doanh nghiệp, tổ chức xã hội, câu lạc bộ, hộ kinh doanh và cá nhân trong cung ứng dịch vụ thể thao. Tuy nhiên, xã hội hóa không đồng nghĩa với việc Nhà nước buông lỏng quản lý. Ngược lại, Nhà nước vẫn giữ vai trò kiến tạo thông qua việc ban hành tiêu chuẩn, quy chuẩn, cơ chế ưu đãi, công cụ kiểm tra, giám sát và mô hình hợp tác công - tư phù hợp [4], [5], [6].

Trên nền tảng chủ trương và hành lang pháp lý nêu trên, kinh tế thể thao Việt Nam đã bắt đầu hình thành các yếu tố thị trường rõ nét hơn. Báo cáo Kinh tế Thể thao Việt Nam 2026 ước tính quy mô kinh tế thể thao Việt Nam giai đoạn 2024 - 2025 đạt khoảng 1,5 - 2,5 tỷ USD, tương đương 0,3% - 0,5% GDP; trong đó ngành thể thao lõi đạt khoảng 0,7 - 1,2 tỷ USD, tương đương 0,15% - 0,25% GDP [12]. Tốc độ tăng trưởng ước tính của thị trường khoảng 8% - 15%/năm [12]. Các số liệu này cho thấy kinh tế

thể thao Việt Nam đã có nền tảng xã hội tương đối rộng, nhưng giá trị kinh tế tạo ra vẫn chưa tương xứng với quy mô người tham gia. Khoảng 30 - 35 triệu người có tham gia thể thao ở những mức độ khác nhau, nhưng chỉ khoảng 12 - 20 triệu người có chi tiêu thực sự và khoảng 3 - 6 triệu người thuộc nhóm chi tiêu cao [12]. Cấu trúc hành vi tiêu dùng cũng thể hiện sự phân tầng rõ rệt: 60% - 70% người tham gia có mức chi tiêu thấp hoặc gần như không chi tiêu; 20% - 30% chi tiêu trung bình; chỉ 5% - 10% chi tiêu cao nhưng lại đóng góp phần lớn giá trị thị trường [12]. Vì vậy, bài toán của kinh tế thể thao Việt Nam không chỉ là mở rộng số người tập luyện, mà quan trọng hơn là chuyển hóa nhu cầu tập luyện thành hành vi tiêu dùng có tổ chức, có chất lượng và có khả năng tạo dòng tiền bền vững. Trong các loại hình dịch vụ thì thể thao phong trào hiện là khu vực mang lại doanh thu lớn nhất, ước tính đạt 0,6 - 1,8 tỷ USD; dịch vụ tập luyện, bao gồm gym và fitness, đạt khoảng 0,3 - 0,6 tỷ USD; bán lẻ thể thao đạt khoảng 0,6 - 1,0 tỷ USD; du lịch thể thao đạt khoảng 0,2 - 0,4 tỷ USD; thể thao chuyên nghiệp đạt khoảng 0,1 - 0,2 tỷ USD; thể thao điện tử liên quan trực tiếp đạt khoảng 0,08 - 0,15 tỷ USD [12]. Cấu trúc này phản ánh một đặc điểm đáng chú ý: thị trường thể thao Việt Nam hiện chủ yếu do tiêu dùng cá nhân và thể thao phong trào dẫn dắt, trong khi thể thao chuyên nghiệp, bản quyền truyền thông, dữ liệu người hâm mộ và các mô hình kinh doanh giá trị cao vẫn còn ở giai đoạn sơ khai.

Từ đặc điểm trên có thể thấy, thực tiễn phát triển kinh tế thể thao ở Việt Nam đang diễn ra theo nhiều hướng khác nhau. Trước hết, nhu cầu tập luyện TDTT của nhân dân tăng lên rõ rệt, đặc biệt tại các đô thị lớn. Các loại hình dịch vụ tập luyện ngày càng đa dạng, từ trung tâm thể hình, sân Bóng đá mini, sân cầu lông, bể bơi, câu lạc bộ võ thuật, yoga, golf, pickleball, chạy bộ đến các nhóm thể thao cộng đồng. Bên cạnh đó, Báo cáo kinh tế thể thao 2026 cũng phản ánh, Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh chiếm khoảng 60% - 70% tổng giá trị thị trường cho thấy kinh tế thể thao hiện tập trung mạnh ở khu vực đô thị, nơi có mật độ dân cư cao, thu nhập tốt hơn, tầng lớp trung lưu gia

tăng và nhu cầu chỉ tiêu cho sức khỏe, trải nghiệm, giải trí ngày càng lớn [12].

Cùng với nhu cầu tập luyện, hoạt động tổ chức sự kiện thể thao cũng phát triển nhanh. Nhiều địa phương quan tâm hơn đến các giải chạy, giải đua xe đạp, giải golf, giải thể thao phong trào, ngày hội thể thao và các hoạt động thể thao gắn với du lịch. Các sự kiện này không chỉ có ý nghĩa rèn luyện sức khỏe, xây dựng đời sống văn hóa, mà còn góp phần thu hút khách du lịch, quảng bá hình ảnh địa phương, thúc đẩy tiêu dùng dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ẩm thực và thương mại [8], [12]. Đối với Việt Nam, du lịch thể thao có thể trở thành một hướng phát triển quan trọng nếu biết kết hợp các lợi thế về biển, núi, khí hậu, di sản văn hóa, đô thị du lịch, hệ thống sân golf và các sự kiện phong trào có khả năng thu hút đông người tham gia.

Trong lĩnh vực thể thao chuyên nghiệp, Bóng đá là môn thể thao có mức độ thị trường hóa tương đối rõ nét. Các câu lạc bộ Bóng đá chuyên nghiệp đã bước đầu khai thác tài trợ, quảng cáo, bản quyền truyền hình, bán vé, truyền thông số và thương mại hình ảnh. Một số môn thể thao khác như Bóng chày, Bóng rổ, Golf, Võ thuật và Marathon cũng bắt đầu có sự tham gia mạnh hơn của doanh nghiệp, nhà tài trợ và truyền thông. Tuy nhiên, với quy mô thể thao chuyên nghiệp ước chỉ khoảng 0,1 - 0,2 tỷ USD, có thể thấy khu vực này vẫn còn nhỏ so với tiềm năng [12]. Doanh thu của nhiều câu lạc bộ còn phụ thuộc vào nhà tài trợ hoặc ngân sách địa phương, trong khi đó, hoạt động khai thác bản quyền, dữ liệu người hâm mộ, sản phẩm lưu niệm, thương mại hình ảnh và trải nghiệm ngày thi đấu vẫn còn hạn chế [6], [10], [12].

Một hướng phát triển khác là xã hội hóa thể thao. Trong những năm gần đây, nhiều cơ sở thể thao ngoài công lập đã hình thành, đáp ứng nhu cầu tập luyện ngày càng đa dạng của nhân dân. Các doanh nghiệp, cá nhân, tổ chức xã hội đã đầu tư vào sân bãi, phòng tập, trung tâm đào tạo, câu lạc bộ, học viện thể thao và tổ chức sự kiện. Dù vậy, quá trình xã hội hóa vẫn gặp nhiều rào cản, nhất là trong tiếp cận đất đai, thủ tục đầu tư, cơ chế ưu đãi, khai thác công trình thể thao công lập, tiêu chuẩn dịch vụ và mô hình hợp tác công - tư [4], [6]. Nhiều công trình thể thao

được đầu tư bằng ngân sách nhưng khai thác chưa hiệu quả, trong khi khu vực tư nhân có nhu cầu đầu tư lại thiếu cơ chế tiếp cận thuận lợi. Đây là điểm nghẽn quan trọng, bởi hạ tầng thể thao vừa là điều kiện phục vụ tập luyện, vừa là hạt nhân tạo dòng tiền từ sự kiện, dịch vụ, truyền thông, thương mại và du lịch.

Bên cạnh hạ tầng và cơ chế đầu tư, nguồn nhân lực cũng là vấn đề cần được quan tâm. Kinh tế thể thao đòi hỏi đội ngũ nhân lực có khả năng vận hành các hoạt động như quản trị câu lạc bộ, tổ chức sự kiện, marketing thể thao, truyền thông thể thao, tài trợ, quản lý bản quyền, quản lý cơ sở thể thao, phân tích dữ liệu thể thao và phát triển sản phẩm thể thao. Đây là những hoạt động mang tính liên ngành giữa thể thao, kinh tế, quản trị, truyền thông, công nghệ và pháp luật [9], [10]. Tuy nhiên, công tác đào tạo nguồn nhân lực kinh tế thể thao ở Việt Nam mới đang ở giai đoạn đầu, chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu của thực tiễn.

Cùng với yêu cầu về nhân lực, chuyển đổi số đang trở thành điều kiện quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh của kinh tế thể thao. Một số ứng dụng đặt sân, quản lý hội viên, bán vé, truyền thông giải đấu, livestream và huấn luyện trực tuyến đã xuất hiện, nhưng còn phân tán, thiếu dữ liệu kết nối và chưa hình thành hệ sinh thái số hoàn chỉnh [6], [11]. Trong khi đó, các mô hình kinh tế thể thao hiện đại đang chuyển mạnh từ bán dịch vụ đơn lẻ sang khai thác hệ sinh thái người dùng, dữ liệu, nội dung và trải nghiệm. Vì vậy, phát triển dữ liệu người tập, dữ liệu cơ sở thể thao, dữ liệu sự kiện, dữ liệu người hâm mộ và nền tảng số là hướng đi quan trọng để nâng cao năng lực quản lý, mở rộng thị trường và tạo ra các mô hình kinh doanh mới.

Có thể thấy rằng, phát triển kinh tế thể thao là xu hướng tất yếu và là yêu cầu quan trọng trong quá trình đổi mới TDTT Việt Nam. Tuy nhiên, kinh tế thể thao vẫn đối mặt với không ít hạn chế như quy mô thị trường còn nhỏ, cơ chế xã hội hóa chưa đồng bộ, mô hình quản trị thể thao chuyên nghiệp còn yếu, khai thác công trình thể thao chưa hiệu quả, nguồn nhân lực chuyên sâu còn thiếu và dữ liệu thị trường chưa được thống kê đầy đủ. Để kinh tế thể thao trở thành động lực phát triển, đòi hỏi phải tiếp tục



**Chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đã tạo nền tảng thúc đẩy phát triển kinh tế thể thao, góp phần mở rộng thị trường, nâng cao hiệu quả đầu tư và phát triển bền vững**

hoàn thiện thể chế, phát triển thị trường dịch vụ thể thao, đẩy mạnh xã hội hóa và hợp tác công - tư, phát triển thể thao chuyên nghiệp, gắn thể thao với du lịch và công nghiệp văn hóa, thúc đẩy chuyển đổi số, xây dựng hệ thống thống kê kinh tế thể thao và nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực. Đây không chỉ là yêu cầu của ngành TDTT, mà còn là nhiệm vụ có ý nghĩa quan trọng trong phát triển con người, kinh tế - xã hội và nâng cao vị thế quốc gia trong giai đoạn mới./.

**Tài liệu tham khảo**

1. Bộ Chính trị. (2011). *Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 01/12/2011 về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng, tạo bước phát triển mạnh mẽ về thể dục, thể thao đến năm 2020.*
2. Quốc hội. (2006). *Luật Thể dục, thể thao số 77/2006/QH11 ngày 29/11/2006.*
3. Quốc hội. (2018). *Luật số 26/2018/QH14 ngày 14/6/2018 sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thể dục, thể thao.*
4. Chính phủ. (2008). *Nghị định số 69/2008/NĐ-CP ngày 30/5/2008 về chính sách khuyến khích xã hội hóa đối với các hoạt động trong lĩnh vực giáo dục, dạy nghề, y tế, văn hóa, thể thao, môi trường.*
5. Chính phủ. (2019). *Nghị định số 36/2019/NĐ-CP ngày 29/4/2019 quy định chi tiết một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thể dục, thể thao.*
6. Thủ tướng Chính phủ. (2024). *Quyết định số 1189/QĐ-TTg ngày 15/10/2024 phê duyệt*

*Chiến lược phát triển thể dục, thể thao Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.*

7. Thủ tướng Chính phủ. (2016). *Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.*
8. Thủ tướng Chính phủ. (2020). *Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030.*
9. Gratton, C., & Taylor, P. (2000). *Economics of Sport and Recreation.* London: E & FN Spon.
10. Li, M., Hofacre, S., & Mahony, D. (2001). *Economics of Sport.* Morgantown, WV: Fitness Information Technology.
11. Chính phủ. (2020). *Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 phê duyệt Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.*
12. WTT Insight - Vietcontent Group. (2026). *Báo cáo Kinh tế Thể thao Việt Nam 2026: Kiến tạo một nền kinh tế mới.* Diễn đàn Kinh tế Thể thao Việt Nam.