

行銷研究對於提昇游泳運動人口 的重要性之探討

許家榮

前言

台灣四面環海，又位在亞熱帶氣候地區，而且除南投縣外，幾乎每一個縣市都有濱海之天然水域，因此水上運動是國民相當容易接觸的休閒活動。不過，根據國內學者游芝亭、王榮德（民 84）的研究指出，台灣人民溺水死亡的累積死亡率約為千分六至千分之七之間，即在台灣一個人從出生到七十五歲如果沒有死於其他疾病，則死於溺水的機率為千分之七。雖然在近年間溺水死亡的機率略有下降，但跟其他國家比起，仍處於前幾名。

另外，游泳也具有提昇健康體適能的效果，對於老年人、孕婦或雙腿無法負重者而言更是合適的休閒運動。因此，游泳除了是生理價值極高且為有益身心之休閒運動而值得提倡外，就溺水死亡的機率而言，更是有普及的必要。

如何利用行銷管理的功能將游泳這一項運動引導到國民的日常生活中，對於提昇國民會游泳的機率及增加游泳運動人口來說，是相當重要的課題。

壹、為何要提昇參與游泳運動之人口

提昇國內參與游泳運動之人口的原因有二，一為游泳運動的益處與重要性，另一則是提高游泳設施的獲利性。

一、游泳的益處與重要性：

在前言中提及因地理環境因素，游泳為國人經常接觸且受歡迎的休閒運動外，它還有（高文龍，民 83）：促進新陳代謝、增強循環系統、增強心肺適能、強化消化功能、增強皮膚的耐寒力、增強肌力和肌耐力、增進柔軟度並減少失眠等生理價值；另外，還有減少體脂肪、減少地心引力所形成之重力因素（適合老年人、孕婦、肥胖者或雙腿無法負重者）、預防慢性疾病（如：

高血壓和糖尿病等)的發生等益處。

另外，再從表 1-1 中華民國水上救生協會台北市北區分會所提供的溺水死亡的生理機制來看，若是在溺水時能支持或掙扎的時間越久，相對能延長待援的時間，如此獲救及存活機率就越大。

因此，除了從休閒運動、健康和溺水機率來了解游泳運動的重要性外，更要我們注意的是有游泳能力者在落水時能有效的延長待援的黃金時間及增加被救活的機率。

從上述的各個觀點中可以證明，游泳已經不只是有益健康的運動，更是求生自救的必備能力，這樣的重要性是不容我們忽視的。

表 1-1 溺水死亡的生理機制

階段	時間	呼吸	心跳	血壓	肌肉知覺	知覺	恢復機會
一	1 分內	閉氣	加快	160	緊張	昏迷	自動恢復
二	1 分	咳嗽、肺部進水、嘔吐	加快	180	肌肉緊張掙扎	知覺昏迷	可救活
三	1~2 分	停止	心肌顫抖	80	反應消失	失去知覺	可救活
四	5~8 分	無	停止	無	無	臨床死亡	存活率低
五	15 分以上	無	無	無	無	死亡生理開始	不可恢復

資料來源：中華民國水上救生協會北區分會網

二、游泳設施獲利的重要性：

「經費乃庶政之母」，然而在政府預算短絀的情況下，自民國八十八年二月公佈國立大學校院均應實施校務基金制度，許多學校也將原本屬於耗費性的游泳設施開始對外經營，將其轉型成為籌措經費來源的設施以加以營運(劉照金，民 86)。

近年來公立動設施也開放民營化，有些原本是要耗費大筆設施維護費用的游泳池也因為經由民間的經營，讓政府不僅省下經營設施的費用，反倒是有了營收。民營泳池為了吸引廣大客源，也將原本的老舊設施改建為設施多

元的游泳池。能增加國庫的收入，民眾又有好的設施可用（如：台南市 B.O.T 泳池—台南水都游泳池），因此，若能吸引更多投資者以 B.O.T 的方式來經營泳池，可說是國家與人民的福音。

再者，運動休閒健身行業這幾年的成長是可期的（高俊雄，民 85），其中以室內溫水游泳池的前景看好。陳和睦（1993）指出游泳是最好的全身運動，運動人口日漸增多，值得投資經營，特別是可供全年使用的室內溫水游泳池前途看好。近年來國內的游泳池在設備上的提供越來越多元化而且泳池的數量也一直不斷的增加中。

因此，若是有廣大的游泳人口，或是開發更多潛在的游泳需求，那麼游泳設施將會因為有較大的市場來間接獲益。

貳、行銷的整體觀念與管理步驟

根據美國行銷協會（American Marketing Association）對行銷所做的定義如下：「行銷乃是一種商業活動，主要的目的在於把生產者所提供的產品或服務，引導到消費者手中。」所以，行銷的任務是在於把社會需求轉成具獲利性的機會（高登第譯，2000）。而 Philip Kotler（1999）也特別強調行銷是屬於一種需求管理（demand management）的過程。也就是必須在公司追求目標之時，對需求的程度、時機與組成要素發揮影響力。

因此，可以運用行銷的功能來了解民眾對游泳的需求、喜好哪些游泳設施，並進而開發更多潛在的需求。

一、行銷的整體觀念：

榮泰生（民 88）指出，行銷者（market，包括有廠商、政府機構、非營利組織、其他消費者團體）必須透過環境分析來了解影響消費者的因素，以及必須透過行銷研究來了解消費者如何購買、組織如何採購。在了解環境因素之後，組織就要發展行銷策略來滿足消費者的需求，並獲得競爭優勢。行銷策略包括了市場區隔策略、目標選擇策略、行銷組合策略、及定位策略。而行銷者（賣方）與採購單位（買方）是透過交換過程來滿足雙方的需要。

二、行銷管理的主要步驟：

行銷管理的步驟分別是（高登第譯，2000）：研究、行銷策略、行銷組合、執行、控制。有效的行銷始自於研究；對某市場的調查與研究有助於找出不同的區隔；而區隔是由不同需求的買方所組合而成，公司應該具備有訂定目標的能力，而這些目標是公司可以以一種優異的方式來加以滿足的區隔；對

於每個目標區隔而言，公司必須對本身所提供的產品做出定位，以使目標消費者能了解該公司與競爭者之間的差異。「區隔、訂定目標、定位」代表公司的策略性行銷思維，在公司發展出包括有產品、價格、通路及推廣決策的策略性行銷組合之後，接著便要著手加以執行。最後公司運用控制的措施，來對結果進行評估，並依評估所得之回饋來加以改善「區隔、訂定目標、定位」的策略與「行銷組合」的戰術。

參、何謂行銷研究：

有效的行銷始自於研究。行銷研究的目的是在於適時的提供給行銷決策者所需的資訊，協助決策者制定合適的行銷決策（黃俊英，民 88）。而行銷決策的產生，是在經過調查與資料的收集後，經由數學與統計、決策科學及管理經濟學等的基本分析，將數字或某些訊息做解釋，並轉換為有意義的資訊來擬定所謂的行銷策略，接著再將這些行銷策略提供給決策者，選出一個最適選案或行銷組合來加以執行。

一、行銷研究的定義：

黃俊英（民 88）在行銷研究管理與技術一書中將行銷研究定義為：運用科學的方法，有系統的去收集、分析和提供行銷管理決策過程所需的資訊，以協助解決行銷管理決策的問題。

從定義中可以得知行銷決策時所需的資訊是相當重要的，這些資訊是所有行銷管理過程的起點，也可以說是行銷策略與行銷組合的根本。

二、行銷研究的範圍：

美國行銷協會在 1994 年所提供的美國公司行銷研究活動的調查中，將行銷研究的種類分成下列六大項（方世榮，民 87）：

1、商業/經濟與公司研究：

在這方面的研究中，大部分為產業和市場之特徵與趨勢、市場佔有率、及內部員工研究等。

2、定價：

此類項有成本、利潤、需求、競爭性定價之分析及價格彈性等調查與分析研究。

3、產品：

產品的設計與測試、現有產品的改良、產品包裝設計、產品的競爭性及預測消費者的反應等研究。

4、配銷：

也就是跟通路有關的研究，包含有區位設置、通路績效、通路涵蓋範圍、出口與貿易等研究。

5、促銷：

測驗及評估各種促銷活動的效果之研究。促銷活動包括有媒體、文案、廣告、打折等。

6、購買行為：

研究內容有產品滿意度、品牌的偏好與態度、購買行為與市場區隔。

三、行銷研究的過程：

一般而言行銷研究包括五個步驟，首先是研究問題與目標的界定；並針對研究問題擬定研究計劃；接著收集研究所須之資訊；將資訊加以分析後；再陳述研究所發現的結果。

肆、行銷研究對於提昇游泳運動人口的重要性

行銷研究的主要功能即是在行銷決策時作資訊的提供，國內運動行銷的相關研究也逐步增加當中，但是就游泳池這一產業來講，基礎的調查研究還是相當少，若是要運用行銷的功能來提昇游泳運動的人口，那就得從行銷研究做起。

有關游泳運動的行銷研究，可以依照上述之行銷研究的類別，分別去進行調查，從較小範圍的購買行為、產品、價格的基本類項著手，接著在有足夠的市場，並漸漸形成了成熟的游泳運動產業後，再往市場的特徵與趨勢來做研究與分析。

在有這些行銷研究做基礎後，未來的游泳運動行銷會更趨成熟，如此一來，運用行銷策略與行銷組合來提昇游泳運動的參與人口，以及增加游泳設施的獲利，方能有實現的可能。

因此，不論市政府提倡游泳的政策，或亦是游泳設施的經營，增加游泳運動的參與人口和游泳市場的再開發，都是他們應該努力的方向，為了達成這些目標，就得從行銷研究做起。

伍、結論

從上述之游泳運動的重要性及泳池經營的益處來看，若是能有足夠的行

銷研究與適當之行銷策略的資訊提供，並以此點出發，應可提升游泳運動之人口與風氣，並從泳池報酬的增加來提昇現有游泳池的經營績效，以及吸引更多投資者的加入來增加游泳設施的數量，藉以達到提昇國人參與游泳運動的機率、紓解政府及學校的財務困難、充足的游泳設施的三贏效果。

陸、參考文獻

- 方世榮譯(民87)。行銷管理學 分析，計劃，執行與控制(Philip Kotler 原著)。台北：台灣東華。
- 高俊雄(民85)。台北市健康體適能俱樂部經營管理型態之研究。運動休閒管理論文集(一)
- 高登第譯(2000)。科特勒談行銷。(Philip Kotler 原著，1999年出版)。台北：遠流。
- 黃俊英(民88)。行銷研究--管理與技術。台北：華泰。
- 賴明政、汪志堅譯(民87)。管理經濟學。(Lila J. Truett 和 Dale B. Truett 原著，1995年出版)。台北：五南書局。
- 高文龍(民83)。游泳與慢跑對於健康的影響之研究。台灣體育，72，47-53。
- 陳和睦(民82)。游泳池的經營管理。國民體育季刊，22(1)，76-85。
- 游芝亭、王榮德(民84)。溺水之預防與急救。健康世界，114：234，6-11。
- 劉照金(民86)。國立屏東技術學院游泳池運動設施開放實例探討。國民體育季刊，26(1)，11-17。
- 中華明國水上救生協會台北市北區分會(2001.10.24)。溺水死亡之生理機制，2001.12.10，Web：<http://www2.seeder.net/tpwls/>