

《體育論壇》

邁向21世紀

我國體育發展應有的作為(上)

/ 黃金柱

●我國未來的體育運動發展，識者以為不應再過於偏重運動選手訓練比賽或學生對運動技能的學習，亦須顧及社會大眾對運動比賽觀賞、健身與適能和運動保健等的需要。這些需要能否得到適當的滿足，實有賴於新觀念和新方法的採行。如何針對我國過去體育運動發展的缺失，參酌美國體育運動事業經營的成功經驗，慎擬可行之道，積極準備，實為我國邁向21世紀之前，亟應正視的課題。

一、經營理念與觀念的創新

一項事業之所以未能日日新，往往因舊有觀念與運作方法的束縛，體育運動事業的推動亦如是。為迎合新世紀體育運動經營，經營理念與觀念的創新，乃勢在必行。這種創新廣涉下列三大範疇：1.體育運動事業的經營，應採行一般事業經營的哲學與理念，側重「成本效益」與「經營績效」評量標準的訂定與評量的實施；2.經營者應具有策略性遠見，從長期發展的眼光，胸懷「綜觀與洞見」，從事體育運動發展的策略性規劃；3.行銷策略（包含產品、通路、訂價和促銷等策略）的有效應用，適時激勵民眾對運動、健康、休閒與適能等的熱潮。

二、體育建設應列為國家重大建設之一

體育運動推展的成敗，攸關全民身心的健康，故應屬全民的事務，而非只是體育從業人員所關心的課題而已。因為運動文化的塑造，有賴於全民體育運動的普及，民眾因享樂運動的參與並因運動而得到身心健康，故視運動為其每日生活的一部分。再者，政府計畫於民國83年正式推行全民健康保險，這項健保實施的效益，實與體育運動推展有密切關連。從積極觀點言，如何教導民眾健身或運動健康之道，有助減少疾病發生率，正是體育運動事業推廣的範疇。民眾如能因運動而經常保持身心的健康，則看病就醫的機會將大為降低，直接減少政府健保的支出。

三、體育運動經營與管理人才的有系統培育

早期和國內現有體育專門學校或科系所所培育的體育人才，大多以體育教學師資和運動訓練的教練人才為主，復因師資與教練人才培養機構提供的課程，少有與經營管理能力之培育有關者，導致現有國內現職體育專業人員中，普遍缺乏行政管理與領導的素養。這種情形，我國體育運動企業化經營的主要絆腳石。為有系統和有計畫性培養體育運動經營與管理人才，下列不失為可行之策略：1.調整或整合國內現有體育人力培育機構之設置目標，側重課程分化、多元化和專門化，才能真正培育各類專門的管理與經營人才，並減少人力資源的浪費；2.從體育運動長期經營的角度而言，運動行政管理人才的培養，實刻不容緩，亟應設置此類學門或系所；3.從體育運動經營短期需求而言，針對現有政府單位、民間體育機構和學校體育教師等，施予短期在職行政管理能力訓練，解決短期管理人力缺乏的現象。

四、新興運動產品（含比賽、計畫和節目）的開發與評估

為提供社會大眾適宜且適時的運動產品（含運動比賽、運動計畫或節目等），以滿足民眾真正的運動需要，並提高民眾的滿足感，須針對現有的運動產品，作評估，以決定是否增加、刪減，甚或終止原提供的產品；同時，評估新運動產品（例如，職業籃球）開發的可行性。這種新舊運動產品評估應注意的重點有：1.依現有或將有的運動產品之市場吸引力、競爭的優點（是否具競爭優勢）和目標市場等因素，客觀加以評量。例如，某一項運動比賽的辦理，如只有少數選手或代表隊參加，則投資的人力或物力、財力等，形同浪費，主管機關就應決定是否終止或刪減該項比賽。2.市場的區隔，有助於運動產品的經營。常見國內許多比賽的辦理，因未顧及季節性且因計畫的同質性或重疊性過大，主辦人員和球隊或選手，疲於奔命，導致比賽水準不高或表現不好，而降低產品品質，觀眾少或低票房，就是意料中之事。所以，比賽或節目辦理之前，首應進行市場的區隔和市場調查，有效區隔不同的目標觀眾或設計更符合觀眾或球迷需求的節目和有關連的活動。3.透過行銷策略與技術（例如，教育性健身與運動健康宣傳手冊或職業運動節目或比賽計畫的宣導資訊等），適時激勵社會大眾親自參與運動、適能與體育活動，以及購票觀賞運動比賽的意願，以提高觀賞性運動觀眾和參與者運動參加人數。

(本文作者為國立體育學院圖書館館長)