

甘肃省高校体育产业的发展现状及对策

刘翔

摘要:我国高校体育产业正在迅速的发展,但是在发展中也出现了很多问题,通过笔者对地处西部地区甘肃省高校体育产业的理论和实践活动的研究,分析了甘肃省高校体育产业的发展现状,指出了高校体育产业发展的问题,提出了发展高校体育产业的措施。

关键词:甘肃高校;体育产业;发展现状

1. 甘肃省高校体育产业的发展现状

1.1 创新不足

随着社会的发展,健康也越来越收到人们的重视,通过体育活动来锻炼身体也成为人们生活的重要内容。高校拥有相对较多的体育资源,如何充分利用这些体育资源发展体育产业已经引起了学校有关部门的重视,也采取一系列的发展措施。但是,目前我省高校体育产业思想还不够开放,而且还受整个国家体育产业发展水平的制约,所以整个高校体育产业的发展尚处于起步阶段。

1.2 体制不完善

发展高校体育产业的体制主要是管理体制和运营体制。学校把体育设施和场馆一般都安排给体育部门进行管理,在管理过程中学校就相关管理体制和运营方案进行过细致的讨论,也形成了一定的书面文件和制度,并安排有专门的负责人进行管理和运营,但是这些只是在实践中发展体育经济经验的总结,理论上并没形成一套完整的体育产业制度来规范高校体育市场。

1.3 缺乏专业人才

随着我国提出大力发展体育产业后,高校体育经济学得到快速发展,培养了大批的体育经济人才,为体育产业的快速发展打下了坚实的基础,但是从理论知识的学习到实践经营的应用还有待提高,到目前为止,我省高校的体育产业人才无论在数量上还是在质量上都难以满足培育和发展高校体育产业的需要。

1.4 市场没有完全开放

随着市场经济的深入,开发高校体育产业市场越来越受到重视,高校体育产业也不断利用自己在体育资源、体育受众、体育人才的优势迅速的发展着。但是由于高校体育产业还没有完全按照市场经济规律运行,也未形成规范的管理体制和运营机制,其发展的主要方面

也仅在体育健身和培训、体育比赛、场馆的出租方面,使得高校体育产业经营范围偏小,相关配套服务跟不上,高校体育应有的经济效益和社会效益得不到更好的体现。

1.5 没有形成规模化的商业赞助

甘肃高校体育在体育产业发展的大环境的影响下,已经开始通过体育赞助来促进高校的体育运动的发展,依靠商业规律和市场经济寻找到一定的商业赞助,如,以企业和品牌的名称命名比赛,由赞助商提供印有企业和品牌名字的比赛服装,在比赛场地周围张贴赞助商的横幅等,但是,这些赞助仅仅是一小部分,企业还没有真正把高校体育运动作为提高企业知名度一个窗口,没有把校园体育运动作为企业文化来发展。学校领导层和管理层不仅要懂得体育知识,还要有企业、市场、科学管理、经济管理等方面的知识。要想办法广泛吸取社会资金,弥补学校资金不足的问题,从而加快发展高校体育产业。

2. 发展甘肃高校体育产业的对策和建议

2.1 树立发展高校体育产业的理念

体育产业是现代市场经济的重要组成部分。知识经济的快速发展给高校体育产业发展带来了新的机遇。在市场经济浪潮的冲击下,需要我们转变观念,全面理解高校体育产业发展的内涵,充分吸收现代企业管理中的最新成果,有关部门及教育机构不仅需要转变观念,利用现有优势发展体育产业,而且高校体育产业的经营者,要建立市场意识、服务意识,最大限度地提高资源的利用率,多渠道、多形式地发展体育产业。

2.2 建立发展高校体育产业的体制

高校体育产业发展的良性运作,需要有良好有序的管理体制和机制。学校要逐步改变原有的管理体制和运行机制,以便经营管理高效、快速、透明、规范,以适

作者简介:刘翔(1981-),男,陕西梅县人,兰州理工大学,硕士在读,研究方向:社会体育。

应市场经济变化的需求。成立专门的体育产业管理委员会,选拔高素质的体育产业负责人,制定完善的体育产业管理和运营制度,明确管理体育场地设施的责、权、利,建立层层负责的管理模式和层层评估的检查机制,保证管理、运营、监督三方协调配合,从而加强经营性资产的投资、增值保值和收益的经营和监督。对于市场化的运营要建立指导性规范,建立双方合作组织,制定实施计划,通过规范来指导协调高校体育资源市场化的工作。

2.3 开发发展高校体育产业的市场

产业的发展有赖于市场的开发和培育,我省高校体育产业要发展,仅仅进行场馆设施开放是不够的,应充分挖掘自身的优势,实现多元化发展与特色经营相结合,积极开拓市场,扩大经营。进一步的开发体育竞赛市场,这也是高校体育经济的主战场,带动高校体育服务市场和体育广告市场的发展,使得学校体育场馆在不影响学校正常体育教学工作条件下对外有偿提供场地和人员服务,同时吸引企业参与广告投资,利用冠名方式吸引赞助商赞助;另外加强体育培训市场的开发,全民健身意识在提高,但体育指导人员相对不足,高校有相对较强的场地和人力的资源优势,充分利用这些优势提供有偿咨询、训练和比赛指导服务,进行各级各类体育人才培养。

2.4 推行发展高校体育产业的社团和俱乐部

目前高校体育课程时间已不能满足学生的体育锻炼的需求,同时经过体育课程的学习,更多的同学加入体育运动的行列中,部分学生课外的锻炼和运动项目不

但需要场地设施的保证,更需要有专业老师的辅导,如羽毛球、网球、体育舞蹈、散打等。实行会员制的收费管理制度的体育社团和俱乐部的成立,不仅指导学生对自己爱好的运动项目进行提高和训练,而且利用俱乐部活动可以有偿使用场馆和器材,开展各种课外有偿辅导训练和活动,举办各种竞赛和以娱乐休闲为主的体育活动等;另外,我国社区体育在不断发展,而目前社区体育设施和体育指导员的数量还远远不能满足需要,因此,高校体育健身俱乐部为社区居民提供了锻炼身体的平台,而且有经济收入的居民加入俱乐部也使得俱乐部创造较好的盈利,进一步扩大了体育产业的收入。

2.5 培养发展高校体育产业的人才

目前我省高校具有一定的发展体育产业的资源优势,而且人们的体育消费意识大大加强,但体育经济与管理人才的缺乏是当前制约高校体育产业发展的最主要因素。经营者的经营决策与管理,决定着高校体育产业化发展水平,发展高校体育产业化市场需要有高水平市场经营管理人才。一方面学校利用利益机制和工作条件引进优秀的体育产业人才;另一方面,学校建立培养机制,加快培养速度,安排部分对体育经济感兴趣的优秀教师外出学习和交流。培养体育产业经营人才,必须注重培养知识能力素质协调发展的人才,不仅要懂得体育功能及发展规律,而且还要具有市场运作规律的知识 and 强烈的体育市场的创新和竞争意识,从复杂的体育市场现象中洞察市场消费者潜在消费意识,能够适时地抓住机遇,积极开拓高校体育市场。

参考文献:

- [1] 卢元镇. 中国体育社会学评说[M]. 北京: 北京体育大学出版社, 2003.
- [2] 赵桂银, 王正欧. 体育人才学[M]. 北京: 人民体育出版社, 1993.
- [3] 李明. 体育产业学导论[M]. 北京: 北京体育大学出版社, 2001.