

台灣運動產業就業市場分析 31-36

■ 蘇維杉



▲運動產業的發展需要專業的人力資源投入。(圖／中興健身俱樂部提供)

運動產業是國家經濟發展重要的一環，運動產業的蓬勃發展可以活絡經濟，提升競技水準，同時創造廣大的就業市場，然而從另一個角度思考，運動產業的發展需要專業的人力資源，同時人力與市場的供需必須均衡，運動產業才能健全發展，究竟國內運動產業的定義與範疇為何？我們所定義的運動產業是否真正提供了就業市場與就業機會？另一方面運動產業不同的就業市場需要什麼專業能力？不同運動產業的就業市場的發展潛力為何？這些問題是運動產業專業人力資源的培育機構，甚至每一個運動休閒相關科系學生都必須認真思考的問題，我們必須知道什麼是台灣的運動產業，同時必須進一步了解運動產業發展的現況及趨勢，清楚運動產業市場的就業機會以及專業人才供給現況，並推估未來的人力需求，因此本文主要的目的在於思索與分析目前學術界對運動產業的定義與範疇是否合適？藉此來思考運動產業的夢幻與現實，並陳述目前運動休閒相關科系學生的就業市場，最後讓大家共同思索運動休閒專業人力資源培育與市場供需的問題。

■ 學院派的運動產業與其內涵

運動產業的發展，受到許多歐美國家的重視，因此國內外許多的學者也嘗試為運動產業下定義與分類，這些學者所做的研究為運動產業的發展奠定了理論的基礎，同時也讓更多人認識運動產業，但是值得思考的問題是我們為運動產業所下的定義與內涵，提供了多少就業機會給運動休閒相關科系的學生，當我們探討就業市場與機會時，還是要先認識什麼是運動產業，以下列舉幾個學術界較為人引用的研究與分類，作為本文就業市場分析的立論依據：

呂家騏、劉榮聰（2000）認為運動產業（sport industry）乃由提供顧客體適能、運動、娛樂與休閒相關產品的市場所組成，其產業型態大致可區隔成運動商品（sport goods）及運動服務（sport service）兩大類。運動商品市場包括了運動服飾、運動鞋及運動健身器材等子市場，而運動服務則包括了兩部分：參與型運動及觀賞型運動。

黃煜、林房儼（2000）將運動產業分為參與性運動商品、觀賞性運動商品、運動技術產品及運動贊助服務等四大類別，說明如下：

- 一、**參與性運動商品**：提供消費者參與的機會。如運動旅遊、各項運動組織所提供的運動參與機會。
- 二、**觀賞性運動商品**：是參與性運動商品的延伸，提供消費者觀賞的機會。如職業運動比賽、運動觀光旅遊。
- 三、**運動技術產品**：改善運動環境以提升參與者的運動技術水準。如運動場館建築、醫療服務與器具、運動設備、器材與服裝、體適能諮詢服務。



▲美津濃贊助奧運選手服裝。（攝影／李天助）

四、運動贊助服務：企業投入資源促銷運動，以提倡運動風氣及促銷企業的產品或服務。如廣告、轉播權利金、運動卡及飾品、名人堂、促銷商品、促銷活動、運動贊助、運動員贊助、賭博、授權品、出版刊物/錄影帶、網際網路。

葉公鼎（2001）將運動產業分為運動核心產業及運動周邊產業兩者：

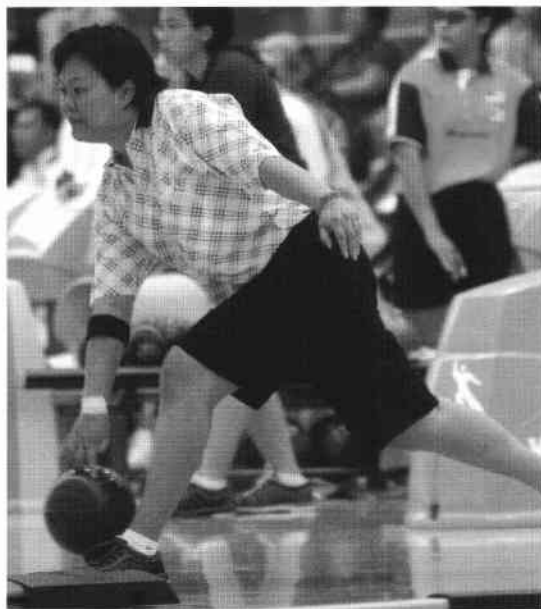
- 一、**運動核心產業**：可視為運動行為發生的基礎產業，若缺乏這些產業的發生，則運動行為無從做起。運動核心產業可分為參與性運動服務業、觀賞性運動服務業、運動專業證照服務業、運動設施建築業、運動設施營建業、體育用品製造業、運動用品販售業及其他等。
- 二、**運動周邊產業**：因為運動核心產業刺激帶動，進而產生的相關產業。包括授權商品銷售業、運動促銷服務業、運動大眾傳播業、

運動資訊出版業、體育運動行政組織服務業、運動管理服務產業、合法性運動博奕業、運動旅遊業、運動歷史文物業及其他等。

在國外學者部分：Pitts & Stotlar (1994) 的研究以產品和消費者為區隔基礎，將運動產業加以劃分，歸納出三種產業區隔：運動表現產業區隔、運動產品產業區隔、運動促銷產業區隔。

Meek (1997) 亦將運動產業依照產品內容分成三大類，包括：

- 一、運動休閒娛樂類：著重於觀賞性運動競賽、運動隊伍、運動明星、運動媒體，或者為參與性運動活動，如健身、慢跑、撞球、保齡球、高爾夫。以及兼具兩者的運動設施場館，如職業球場、社區運動公園或場館等。
- 二、運動產品商品類：運動用具，如服裝、設備與器材；或是運動衍生商品，如印有職業球隊Logo的紀念品，以及國際運動賽會的標



▲打保齡球是民眾常選擇的運動項目之一。
(攝影／李天助)

誌或吉祥物的物品，或是印有運動明星的肖像產品和代言的商品。

- 三、運動支援組織類：規劃與協助舉辦運動活動，或是作為後援的組織與企業，如運動組織、運動經紀與仲介，或為受職業球隊與個人委託的律師事務所，甚至是運動教育單位或研究中心等。

由上述分類可以得知，運動產業的內容相當廣泛，包括各種運動導向的產品與消費者，這些產品所提供的包括體育活動、體適能、娛樂或休閒活動及相關產品與服務，不過在上述的分類中，許多類別在國內並不存在或是產業規模極小，並未提供太多的就業機會來容納近年來成立的運動與休閒相關科系的畢業生，例如：在美國各項運動的專業裁判，提供許多高報酬的就業機會，在台灣除了少數職業運動外，以運動裁判為主要工作的就業人口並不多，同時在國內運動博奕業、運動歷史文物業、名人堂或者是社區運動公園及場館，並沒有提供真正的就業市場，此外上述的分類中也並不必然提供就業機會給運動與休閒相關科系的學生，例如：在台灣運動用品是屬於製造業，運動服裝是屬於紡織業，運動建築與設施是屬於建築業，上述的企業及人力需求上，或許並不需要運動或休閒的專業人力資源，就算將其廣義的歸類到運動產業，對於體育相關科系的學生並沒有提供太多的就業機會，是值得我們深思的議題。

■ 運動產業就業市場分析

產業的發展本身就會隨著社會變遷而有興衰過程，同時不同的運動產業項目也會有不同的產業規模和就業市場，不過根據上述學者對運動產業的分類，必然有其理論和學術價值，因此未來體育或休

間運動相關科系學生的就業市場和就業機會或許可以從上述運動產業的分類中發現一些端倪，究竟上述運動產業的分類中有哪些是可以提供我們就業市

場與機會，市場的規模與變遷的趨勢為何？表1則是整理了目前國內現有較為人所熟知的運動產業市場及其就業機會加以簡略的分析和評估：

表1：國內運動產業及其就業市場

就業機會	產業市場描述	專業能力分析	市場規模	發展潛力
體育教師與體育行政人員	根據歷史的資料顯示（邱金松，民90），大部分體育或其相關科系的畢業生皆投入這個產業市場，因為其工作較為穩定與保障，然而這個產業隨著出生率的下降，已呈現飽和的狀態，競爭也相當激烈，未來已經無法再提供大量的就業機會。	需具備相當的學科基礎，擔任體育教師者需要專業能力與教學能力，並取得教師資格，體育行政人員則需公務人員考試及格。	市場規模大，但已經呈現飽和的狀態。	因競爭激烈，因此短期已無發展潛力。
運動教練（網球、高爾夫、游泳、跆拳道、有氧舞蹈、瑜珈、伯拉提斯技巧...）	早期的運動教練通常指的是學校運動團隊的指導教練，如此就業市場就有限，然而隨著運動產業的興起，各項運動與俱樂部皆有運動教練的需求，以運動項目來計算的話，所提供的就業機會是相當龐大的。	擔任運動教練需要比較專業的術科能力，同時必須不斷的學習與進修，同時最好具備運動教練的專業證照。	市場規模龐大，隨著運動產業的發展，未來將可提供更多的就業機會。	短中期觀察具有相當大的發展潛力。
休閒運動指導員（浮潛、泛舟、獨木舟、攀岩、戶外探索、飛行傘、風浪板、帆船、極限運動）	浮潛與泛舟在過去有一定的產業市場與經濟規模，然而其專業素養與服務品質仍有提升的空間，此外許多新興的休閒運動也逐漸創造出經濟價值並提供相當多的就業機會，例如攀岩或是戶外探索學校、飛行傘基地等等。	擔任休閒運動指導員必須兼具專業能力與教學熱忱，此外，也需要具備行銷管理的能力。	市場規模隨著參與人口的增加而逐漸擴大，提供相當規模的就業機會。	受到地域性的限制，不同地區特性會發展出不同的休閒運動項目。
職業運動市場（球員、教練、經紀人、防護員、球評、裁判）	目前國內的職業運動市場發展受限於職業運動項目，就業市場以球員與裁判為主，其他與職業運動相關之就業機會較少。	職業運動因為競技的水準較高，因此其就業市場需要最高的專業能力。	就業機會會隨著職業運動市場的發展而有所起伏。	國內職業運動產業市場，短期內較難評估。
運動場館經營管理人才	產業市場的就業機會包括了運動健身俱樂部、游泳池、高爾夫球場、各類球館、育樂中心、公、民營企業之活動中心。	需具備管理、企劃與溝通之基本能力。	隨著場館的增加，對於管理人才的需求也逐漸增加。	發展潛力隨各類場館的興建而有不同的發展潛力。
運動行銷市場	就業機會包括各運動行銷公司例如悍創行銷公司或是平實行銷等企劃或行政人才。	需要行銷企劃或業務等基本能力。	目前國內市場規模仍有限。	未來視運動賽會與職業運動發展來評估潛力。

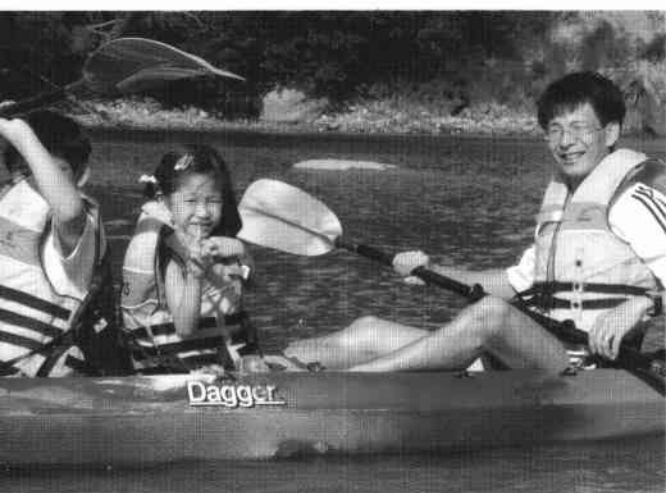
就業機會	產業市場描述	專業能力分析	市場規模	發展潛力
運動媒體市場	產業市場的就業機會包括了運動主播、文字或攝影記者、代言人或模特兒、資訊管理人才。	需具備媒體的專業知能。	市場規模及資本較大。	隨著運動風氣與人口的增加，具有較大的發展潛力。
大型運動企業及其就業市場	連鎖運動健身俱樂部、運動行銷公司、職業運動聯盟或球團、運動育樂公司、運動用品製造與研發、運動媒體公司等等。		市場經濟規模較大，同時提供較多以及更多元的不同就業機會。	
小型運動企業及其就業市場	各單項運動教練、休閒運動之指導人員、各項運動場館管理人員、運動資訊公司、運動觀光及導遊、運動用品販售。		產業規模較小，屬於中小型企业，種類較多，不過所提供的就業人數較少。	

上述所列舉運動產業相關的就業機會，並非要侷限運動產業的就業市場，也無法涵蓋所有的運動產業，事實上運動產業與就業機會是需要更多人去開發的，例如在過去並沒有運動行銷公司（例如：悍創），也沒有攀岩學校或是戶外探索學校（例如：小鬍子冒險學校、光合作用戶外探索學校），然而國內在近年來卻蓬勃發展，由此也可以發現產業變遷的現實，甚至相同的一項運動產業，也會演變出不同的產業型態，以國內經營獨木舟事業的舟

游天下公司為例，其成立之初是一群愛好獨木舟的同好組成，逐漸發展出獨木舟相關設備的進出口貿易，而後同時經營獨木舟的體驗與訓練課程與教學，接著又經營獨木舟旅遊與觀光，甚至發展到國外的運動觀光業務，顯示出運動產業是會隨著社會環境的改變而會有不同的發展。因此我們可以發現運動產業仍然存在著夢幻與現實色彩，未來可能會出現各種大型或小型的運動產業公司，大型企業如運動仲介公司（與運動相關產品或服務的仲介工作）、運動研發公司（開發各種課程、教材、運動器材）、大型的連鎖品牌的運動育樂公司、幼兒體能教室或補習班，小型的企業如各項新興休閒運動的指導人員、小型的運動表演團隊、各項運動器材租賃或專賣店等等，都能夠為不同的專業人才提供相當龐大的就業市場與就業機會。

■ 運動產業就業五部曲

運動產業隨著社會變遷而誕生與發展，國內高等教育的人力資源培育機構也因應這個產業的發展而增設了許多休閒運動相關科系，希望能夠培育更



▲新興休閒運動逐漸在國內發展。
（圖／蘇維杉提供）

多的專業人力資源來投入市場，然而就運動產業和就業市場而言，我們更應該思考的是什麼是台灣的運動產業，這些運動產業有哪些就業機會與市場（第一部曲），投入運動產業市場需要什麼專業能力（第二部曲）？然後高等教育再依據專業能力的需求來規劃師資與課程（第三部曲），同時建立完善的證照制度，確認投入產業市場的人才真正具有專

業能力（第四部曲），此外高等教育更需要提供產業在職進修與回流教育，讓產業界具有創新的能量（第五部曲），如此才能讓運動產業長遠的發展。近年來國內雖然成立了相當多的運動休閒相關系所，然而這些系所之間的區隔並不明顯，換言之，不同系所所培育出的專業人力資源，應該依據其專業領域類別，規劃不同的專業課程，所訓練出的專業人力資源應該投入不同的運動產業及就業市場，例如：運動競技相關科系的畢業生應該就其專業投入職業運動或是運動教練的行業，運動教育相關科系的學生可以從事體育教師、幼兒體能教學，休閒運動管理相關科系可以從事休閒運動指導員及場館經營管理等工作。然而目前專業人力投入運動產業的困境依然存在許多問題，諸如：對於運動產業的定義無法建立共識，我們所定義的運動產業並無法提供就業機會給休閒與運動相關科系的畢業生、我們的專業人力不具備產業界所需要的專業能力，甚至培育專業人力的科系，其課程規劃本身就無法滿足產業界的需求，當然我們真心期望運動產業就業的五部曲，能夠真正受到所有老師與學生的重視，如此對於運動產業的發展才有正面的助益。（作者為國立台東大學體育學系助理教授）



▲現代人健康意識抬頭，逐漸重視休閒運動。
（圖／蘇維杉提供）

參考文獻

- ◎ 邱金松（2001）：我國體育專業人力政策之探討。國家政策論壇，1（5）。50-54。
- ◎ 咎家騏、劉榮聰（2000）：運動產業的市場區隔與其對運動行銷的涵義。大專體育，50期，165-171。
- ◎ 黃煜、林房儼（2000）：臺灣運動產業之範疇與分類研究。2000年國際體育運動管理研討會論文。台中：國立臺灣體育學院。
- ◎ 葉公鼎（2001）：論第一屆運動休閒產業博覽會的價值。運動管理季刊，2期，97。
- ◎ Meek, A. (1997). An Estimate of the Size and Supported Economic Activity of the Sports Industry in the United States. Sport Marketing Quarterly, 6(4), 15-21.
- ◎ Pitts, B. G., Fielding, L. W., & Miller, L. K. (1994). Industry segmentation theory and the sport industry: Developing a sport industry segment model. Sport Marketing Quarterly, 3 (1), 15-24.