

彰化師大舉辦暑期運動育樂營之探討

李仁佐 國立台中高級工業職業學校體育教師

前言

如何在漫長的暑假裡，過得充實又有意義，達到身心暫時放鬆，但也能有所成長，參加運動育樂營似乎是一項明智的選擇。所謂「暑期運動育樂營」，是在暑假中，針對特定對象推出有計畫、有組織的體育運動休閒類活動，一般可分成當日營（Daycamp），亦即當天來回，不住宿型，多屬位在都市區域交通便利者或專為某種項目設定之訓練研習活動。另一類則是過夜住宿型，國外多以週為單位，我國目前以趨向於2-5天型態為主（蔡俊賢，2000）。

運動育樂營的功能

洪煌佳（2002）指出一個有品質的運動育樂營是青少年成長與學習非常重要的關鍵，可確保青少年在安全、健康的運動情境中學習適當的價值與規範。至於為什麼要參加運動育樂營，以及運動育樂營具備何種功能，在家長

一窩蜂為子女報名的同時，讓人不免好奇。筆者認為，每個青少年在成長階段至少要參加一次體育運動相關之育樂營，因為育樂營除了有運動休閒和教育的功能外，更有訓練人際關係的助益（張少熙，2004）。一群來自不同生長環境的青少年齊聚，當離開家庭呵護的同時，在同一個活動中培養獨立性，鍛鍊自己的勇氣，這種經驗非關課本成績，而是真實生活的體認，對於人、事、物的機會教育，以及對大自然與人際的重新認識，影響成長發展甚鉅。而且經過緊繃的課業壓力後，確實需要運動休閒娛樂調劑身心，參加運動育樂營，可以脫離原來的生活，體會新的生活經驗，實為良性刺激。

彰化師大舉辦運動育樂營之SWOT分析

利用暑假承辦運動育樂營，計畫前期之工作可細分為：設定活動目標、決定活動項目、決定教學者、學員來源及參與對象、擬定活動計畫書與備案、工作備案、尋求廠商贊助

表1 彰化師大舉辦運動育樂營之SWOT分析

構面	內容
內部條件	優勢 (Strengths)
	1. 活動地點位居於彰化市區，地理位置優越，交通便利。
	2. 彰化師大辦學績效卓越，人才輩出，不勝枚舉，為彰化縣首屈學府，有傑出校友及名氣。
	3. 彰化師大校風純樸，校園清新優雅，利於學生學習
	4. 學校設有體育系、運科所及運健所等運動休閒相關科系，教練及師資來源不虞匱乏。
	5. 現有合格運動設施及場地，有利推動實務活動教學經驗。
	6. 中部地區氣候天氣穩定良好，適合舉辦戶外遊憩活動。
	劣勢 (Weaknesses)
	1. 校風稍嫌保守，缺乏創意活動包裝。
	2. 中部地區推廣品牌知名度成效不彰。
外部條件	機會 (Opportunities)
	1. 結合中部各大專院校，整合運動休閒娛樂相關資源，共同推廣體育、運動、休閒及娛樂的重要性。
	2. 提供社區居民及社會人士服務及活動參與機會。
	3. 接受地方政府補助經費辦理活動推廣教育。
	4. 與國內外大學及相關組織團體進行參訪交流。
	威脅 (Threats)
	1. 容易破壞校園及社區環境及設施。
	2. 增加工作人員工作量和自身休閒時間，影響家庭生活。
	3. 教育政策重文輕武，活動執行無法順利落實。
	4. 社會經濟結構不穩，休閒娛樂淪為少數人之活動，無法推廣落實。
	5. 緊臨台中市區，易造成城鄉差異，有彰化不如台中觀念。

或協辦單位、編列活動經費概算並呈報、建構危機處理方案、宣傳、招生通路、職前講習作業等十個項目（劉文禎、李健美，2002）。當中，可以很明顯地看出，大多數與運動行銷策略有關。因此，先瞭解活動所在地的環境因素、自身資源、使用者及競爭者的整體情勢後，再整合SWOT分析與4P行銷組合，進行分析與探討，據以決定招生之行銷策略。換言之，透過彰化師大內部及外在環境列出優勢（Strength）、劣勢（Weakness）、

機會（Opportunity）與威脅（Threat）之分析，並搭配產品（Product）、價格（Price）、通路（Place）、促銷（Promotion）四項行銷因素，來對運動育樂營做完善規劃及行銷策略。

所謂優勢係指運動育樂營籌辦單位內部較強的條件；劣勢為較弱的條件；外部機會為被社區認同或需求的機會；外部威脅為推展過程中，遇到危機或其他不利因素之影響，使活動

表2 彰化師範大學行銷組合「4P」應注意事項

行銷組合 「4P」	注意事項
產品 (Product)	1. 活動規劃過程嚴謹及多方向思考並注重體育專業。
	2. 詢問請益其他舉辦過相關活動的組織單位，提供改進方案。
	3. 以本校體育專長學生為教練師資本體，以利活動之進行，可節省人力資源成本，更可使教練群學以致用體育活動相關教學，增加教學經驗。
	4. 參加對象選定應視育樂營型式明確規定，年齡層、性別、激烈程度、危險性、活動範圍及基礎進階班別都應特別註明，以防止傷害發生。
	5. 活動行程規劃也應事先訂定並公布週知，提供給參與者作活動前之準備。
	6. 注重產品整體價值，使參與者獲得助益及紀念性。
	7. 訂定運動意外傷害處理程序，遇發生意外傷害時，依程序緊急處理。
	8. 訂定緊急事件應變處理程序。育樂營如遭逢天災（如颱風）、疾病（如H1N1）等，有訂定應變措施之必要性。
價格 (Price)	1. 參加費用合理適切。
	2. 規劃團體報名優惠方案，增加團體報名之意願。
	3. 活動之相關收入支出應由專人負責，並增加保險理賠相關服務事宜。
	4. 各項經費收支透明公開，設備器材需完善且經合理比價。
通路 (Place)	1. 廣設活動報名處，可委由各學校、社團、村里、組織機關等專人負責報名表之收發業務，並酌予車馬費用或其他獎勵。
	2. 簡化報名方式，可利用多種管道方便報名手續進行，如報名表、電話、傳真、e-mail等方式。
促銷 (Promotion)	1. 利用社區、正式非正式組織，如學校、政府機關、公司行號、婦女會、社區組織等增加活動曝光機會。
	2. 邀請相關知名學者、偶像明星、團體機關等以發表、簽名握手會、表演等方式，共同參與活動壯大活動聲勢。
	3. 邀請在地企業商家共同參與活動，並提供活動之贊助機會，活動單位可提供活動命名權、相關用品、贈品、海報看板、廣告標語及活動用設備器具等，來接受廠商金額或器材之贊助，除節省承辦單位成本支出，更為贊助單位帶來廣告機會，達成雙贏策略。

的推展遇到阻力。歸納彰化師大承辦運動育樂營之SWOT分析如表1所示。

彰化師大舉辦運動育樂營之行銷組合「4P」

了解及評估自身內部優勢與劣勢，與外部環境的機會與威脅後，若內部優勢與外部機

會，多於內部劣勢及能克服外在威脅，並能有效達到預期目標，就能考慮承辦活動。而於活動承辦前，承辦單位需依據自身的優弱勢，及外部環境的機會與威脅，混合運用這些可控制的因素，企劃活動執行之過程與內容，即為行銷組合「4P」。此外，拓展行銷網路以推廣運動，如利用網際網路提供最新活動訊息、或結



合地方媒體強力報導活動等策略，以提供多層次行銷管道，鼓勵民眾參與各項運動。

育樂營之舉辦，大都需要消費者付費，因此價格需因目的及對象而有不同的定價方式。育樂營報名地點的設立即為通路，設立的越多，有助於將育樂營服務全面落實送達至目標市場，以便利活動參與者購買及參與。促銷就是設法把產品、活動或服務，使消費者接受或參與各種活動，包括廣告、宣傳、銷售促進、人員銷售及公共報導。

根據彰化師大舉辦運動育樂營之SWOT分析，在育樂營活動設計上就必須注意到行銷組合「4P」的重要性。因此，筆者認為行銷組合「4P」應注意事項如表2所示。

結語

運動育樂營除了課程主體之運動技能訓練外，還必須設計許多的主題巧妙融在課程中，讓學員有更多的選擇，如結合休閒創意、融入運動美語情境、運動按摩結合SPA等不同體驗性的課程，以朝多元化發展。此外，舉辦活動之團隊素質也應不斷提升，有別於以往的土法煉鋼，朝著國際化、專業化的腳步邁進。我國相較於國外對運動育樂營的管理認證，尚處於討論學習中，仍未有具體制度，因此，確保國內相關運動休閒育樂營的安全性與素質提升，

正是身為體育運動專業人士必須努力的方向，不僅要運動的健康快樂，更需要舒適安全。

參考文獻

- 洪煌佳（2002）。突破休閒活動之休閒效益研究。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北市。
- 張少熙（2004）。體育活動規劃與管理。載於鄭志富（編），體育行政與管理（頁249-298）。台北市：師大書苑。
- 劉文禎、李健美（2002）。體育育樂營規劃與設計。大專體育，58，60-67。
- 蔡俊賢（2000）。青少年體育育樂營的規劃與實施。國民體育季刊，29（3），15-21。