

ZHIYE TIYU JULEBU
HEXIN JINGZHENG
LILUN YU SHIWU

职业体育俱乐部核心竞争力

理论与实务

赵广涛 著



郑州大学出版社



职业体育俱乐部核心竞争力 理论与实务

赵广涛 著

郑州大学出版社
郑州

图书在版编目(CIP)数据

职业体育俱乐部核心竞争力理论与实务/赵广涛著. —郑州:
郑州大学出版社, 2013. 12

ISBN 978 - 7 - 5645 - 1611 - 6

I. ①职… II. ①赵… III. ①职业体育 - 俱乐部 - 核心
竞争力 - 研究 - 中国 IV. ①G812. 17

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 257839 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人: 王 锋

全国新华书店经销

河南地质彩色印刷厂印制

开本: 710 mm × 1 010 mm 1/16

印张: 18.75

字数: 346 千字

版次: 2013 年 12 月第 1 版

邮政编码: 450052

发行部电话: 0371 - 66966070

印次: 2013 年 12 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5645 - 1611 - 6 定价: 35.00 元

本书如有印装质量问题, 由本社负责调换



目录

第一章 概述	1
一、选题依据	3
二、文献综述	4
三、研究目的、意义和内容	11
第二章 研究对象与方法	13
一、研究对象	15
二、研究方法	15
三、研究整体思路与完成技术路线	16
四、研究数据的主要来源	18
第三章 研究的理论基础	19
一、战略管理、战略能力理论和竞争优势理论	21
二、核心竞争力理论与职业体育俱乐部的可持续发展	29
三、职业体育俱乐部的含义、基本特征及生存条件	33
四、职业体育俱乐部核心竞争力理论分析与评述	34
五、职业体育俱乐部核心竞争力的概念界定、含义与基本特征	35
本章小结	45
第四章 职业体育俱乐部核心竞争力及其来源分析	47
一、职业体育俱乐部竞争力战略环境和资源分析	49
二、职业体育俱乐部核心竞争力的来源分析及形成	57
三、组合范式和职业体育俱乐部核心竞争力的关联	70
本章小结	75

第五章 职业体育俱乐部核心竞争力构成要素间职能关系整合
分析及模型 77

一、职业体育俱乐部核心竞争力构成要素间职能关系整合分析 79

二、职业体育俱乐部核心竞争力模型分析 87

本章小结 105

第六章 职业体育俱乐部核心竞争力评价指标体系的构建 107

一、职业体育俱乐部核心竞争力指标体系基本分析 109

二、职业体育俱乐部竞争力评价指标的设计原则 111

三、职业体育俱乐部竞争力评价指标体系及指标解析 115

本章小结 150

第七章 职业体育俱乐部核心竞争力评价方法探索
及其应用分析 153

一、职业体育俱乐部核心竞争力评价的基本原则与框架 155

二、基于复杂系统的职业体育俱乐部核心竞争力评价思路 158

三、职业体育俱乐部核心竞争力的模糊综合评价 164

四、职业体育俱乐部核心竞争力评价结果检验方法探索 186

本章小结 188

第八章 职业体育俱乐部核心竞争力的动态培育与提升 189

一、职业体育俱乐部核心竞争力的增长机制 191

二、职业体育俱乐部核心竞争力的识别 193

三、职业体育俱乐部核心竞争力的培育关键因素 198

四、职业体育俱乐部组织学习与其核心竞争力提升的有效途径 ... 207

本章小结 232

第九章 职业体育俱乐部核心竞争力要素管理的流程再造 233

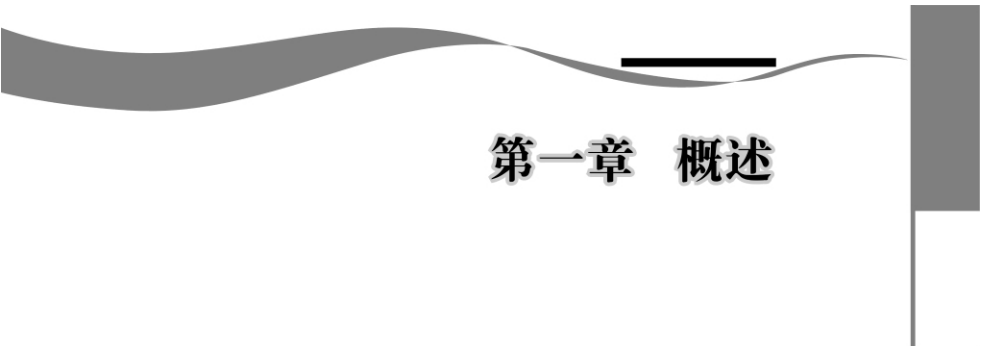
一、流程再造概述和职业体育俱乐部核心竞争力要素管理的流程再造
实施框架 235

二、职业体育俱乐部核心竞争力要素管理业务流程
再造项目的实施框架 239

三、职业体育俱乐部核心竞争力流程再造的分析与诊断 250

四、职业体育俱乐部核心竞争力要素管理业务流程再造设计方法和

组织实施路线选择	260
本章小结	278
第十章 结论与建议	281
一、结论	283
二、建议	284
参考文献	286

A decorative graphic element consisting of a thick, dark gray wavy line that starts on the left, dips down, and then rises to meet a vertical dark gray bar on the right. A short, thick black horizontal line is positioned just above the text.

第一章 概述

一、选题依据

随着世界体育运动日益广泛地开展和竞技水平的不断提高,竞技体育的战略性管理在世界竞技体育竞争中发挥着越来越重要的影响力,管理创新在竞技体育运动获取持续竞争优势中发挥着不可替代的作用。创新已成为 20 世纪末工业新的信仰(Nicholas Valery,1999),而且,创新已经成为一个生存与毁灭(innovation or die)的问题。因此,对于竞技体育的管理,同样也迫切需要创新。在市场化程度不断完善的条件下,如何推动竞技体育管理创新的效果,以提升竞技体育竞争力,已经成为各国体育行政部门在制定相应管理政策时考虑的重要因素。

竞技体育的可持续发展观是当今国际体育管理组织广泛认同的全新发展理念。我国已逐渐形成推动竞技体育发展的可持续发展战略。竞技体育作为体育事业的重要组成部分,担负着提高竞技水平、发展体育文化、提高国民素质的重任,这就决定竞技体育必将走上可持续发展的道路。而可持续发展动力的获取离不开资源的优化组合和竞争优势的不断获取与提升,就我国竞技体育的发展来看,一些俱乐部在经历了一段辉煌的发展历程后却丧失了竞争优势,在竞争中陷入困境;一些俱乐部通过多样化、重组策略、技战术改进寻求发展时也面临着在竞争中(尤其是在比赛中的排名)竞争优势逐渐削弱乃至丧失的问题。更为突出的是:在竞技体育管理模式和操作方法不断国际化和市场化的进程中,我国职业体育俱乐部面临的管理创新的压力在世界竞技体育竞技水平不断提高和多极化发展中日趋明显。一个国家竞技体育整体实力的强弱取决于该国国内竞技体育联赛开展水平的高低,而各个职业体育俱乐部是联赛的载体,职业体育俱乐部竞争力的强弱最终反映在国家体育的整体水平上。所以提升我国职业体育俱乐部的综合竞争力,获取竞争优势,是实现我国竞技体育可持续发展的重要任务。

然而,时至今日,核心竞争力的研究仍然存在一些亟待解决的问题。首先,关于核心竞争力的内涵和界定众说纷纭,彼此之间存在着分歧。其次,在统一的架构下对核心竞争力的来源、内在逻辑性、可持续性这三个问题进行阐释,目前还有许多工作需要进行。再次,在现有的研究当中,一个普遍存在的缺陷就是把技术和创新进行黑箱化,并且没有很好地考虑技术与组织之间的交互作用对组织的核心竞争力演化以及竞争优势的获取所带来的影响,因而关于竞争过程中核心竞争力的动态演化机制尚不清楚。

为了提升我国竞技体育整体水平,对职业体育俱乐部核心竞争力的研究就显得异常重要。对职业体育俱乐部核心竞争力的研究基于现代战略管

理理论,在统一的分析框架下对职业体育俱乐部核心竞争力的基本问题进行阐释,与此同时,为俱乐部核心竞争力分析和管理的提供相应的指导原则、策略和管理工具。

在核心竞争力研究领域,主要采用分析的方法从某一个侧面深入探讨系统竞争力的形成和演变。对于我国竞技体育核心竞争力的研究,也应当充分考虑俱乐部组织形式的特殊性以及市场环境的特征,采用综合系统的方法来揭示俱乐部核心竞争力的内在源泉和外在表现形式,以说明职业体育俱乐部本身就是竞技体育水平不断提高和市场环境不断完善以使竞技体育不断追求竞争力的产物。因此,俱乐部的核心竞争力不是单一因素所决定的,是一个复杂的层次系统,俱乐部核心竞争力的强弱在很大程度上取决于其在制度方面、组织方面和资源方面的内在优势的整合程度和发挥程度。

我国职业体育俱乐部的核心竞争力是一个多元有机组合系统,这个系统需要经合理整合后方能产生最大凝聚力,形成强有力的俱乐部核心竞争力,这也是俱乐部综合素质和综合实力的具体体现。我国竞技体育行政管理部门,应当从大局出发,着眼于我国竞技体育在国际上的综合竞争实力。当前国内职业体育俱乐部之间的竞技和竞争,不仅要求竞技水平的提高,更要求合作和交流式的竞争,最终目标是实现我国竞技体育整体水平获得可持续性的提高。

二、文献综述

(一) 核心竞争力理论综述

核心竞争力理论是当代管理学和经济学相互交融的最新成果。在这一交融过程中,经济学为其提供了坚实的基础,而战略管理研究更突出强调发展一种揭示企业内部本质的更加实用的理论,二者的完美结合提供一种全新的企业分析理论。

核心竞争力,又译为核心能力。然而论述以技能为基础的管理学文献所遇到的难题之一是作者们在描述这一领域的观点时所使用的一系列术语范畴。类似的一些术语——实力、技能、竞争力、能力、组织知识、无形资产等交替地被许多作者使用过。肯尼思·安德鲁斯使用独特竞争力不仅对一个组织做什么进行描述,而且描述它做什么做得非常好。C. K. 普拉海拉德和 G. 海默于 1990 年在《哈佛商业评论》发表了一篇具有标志性的文章,引入了核心竞争力一词。他们把核心竞争力定义为组织内的集体知识和集体学习,尤其是协调不同生产技术和整合各种各样技术流的能力。他们认为判断企业核心竞争力的标准有三个:①核心竞争力提供了通向多种多样市

场的潜在通道;②核心竞争力对最终产品的可见消费者的福利应做出巨大的贡献;③核心竞争力应是对对手难以模仿的。也就是核心竞争力的三个特征:延展性、价值性和独特性。随后,核心竞争力概念成为欧美企业界和管理学界的讨论热点,在 20 世纪 90 年代中期登陆中国。

有些研究人员希望重视公司内的集体性学习,他们选择了使用能力或核心能力来更好地表达其中的动态学习过程。这些术语普遍对那些独一无二的能力、知识和行为程度做出了界定,它们往往成为组织优势的潜在之源。

综合性内部能力对一个企业的成功至关重要的观点已不再新鲜。菲利普·塞滋尼克所著《行政管理中的领导艺术》一书,他是承认诸如人员和以前的经验是这些组织内重要因素的首批作家之一。这些因素关系到执行既定政策的成功机会。他认为,一个组织的发展历史造成它具有特殊的缺陷和能力,或者说是对构建执行期望政策的组织竞争力必然带来影响的自然出现的制度模式。塞滋尼克称这种组织的特殊特征为独特竞争力。他把成功管理的艺术界定为对一个组织中任务或战略的适用性做出实际评价的一种能力。他的结论是,影响一个组织的内部社会因素如果不是更能,至少与外部市场环境一样会同样影响到组织的成功机会。这个结构影响了许多研究企业政策的学者。然而,20 世纪 70 年代初期以后,关于独特竞争力或公司实力的研究停滞不前。其原因是公司经理很难切实确定什么是公司的优势或弱点。

竞争力理论在 20 世纪 70 年代和 80 年代初处于停滞不前的另一个原因是那些有影响的学者和咨询专家把注意力转向了其他战略分析法。在业务战略层次,以迈克尔·波特为代表的环境学派开发了一些分析框架,如帮助经理人员理解外部机会和竞争威胁的五种力量分析法。在公司层次,波士顿咨询集团与他人共同开发的资产组合规划法,帮助公司经理们按照竞争地位和产业吸引力分析公司资产组合中往往迥然不同的业务。资产组合管理为公司经理建立具备互补性增长和现金生成特点的业务组合提供了指南。对业务层次和公司层次战略的这些分析方法在 20 世纪 80 年代主宰了管理学的理论,但是着眼于企业内部竞争力的理论并未被完全遗忘。随着 20 世纪 80 年代资源依赖学派的出现,这种理论积聚了越来越强的力量。

资源依赖学派注重根据企业的内部特征来分析企业为什么追求具有不同产出的各种战略。其中心主张是,组织是可用来获得特许市场地位的各种专门化资源的积聚,是一种可持续的竞争优势。资源依赖学派承认,一个组织的历史和经历、特点和文化、优势和能力有助于它的战略,而且实际上对该战略的成功也是至关重要的。

这些概念对于业务单位战略和公司层次战略都是适用的。在业务层次,一个主要观点是竞争优势源于企业的特有资源和能力,而竞争对手很难模仿或购得它们。在公司层次,资源依赖理论家把企业看作具有不同适用性的各种资源的集合,即企业的资源可被安置于生产不同最终产品的各种业务内。一个成功的战略依赖于积累专门化的资源,并通过创造业务单位开发利用资源使资源与市场机会相匹配。对于业务层次和公司层次资源战略而言,资源依赖理论家们把内部特征和能力看作比反复无常的市场上可变的需求更稳定的靠山。这与早期的关注企业优势的理论家和关注竞争力与能力的著作有点类似。

美国学者杰伊·巴尼是资源依赖学派最著名的代表人之一。他的《从内部寻找竞争优势》一文探究了资源依赖学派的理论性概念如何帮助管理者理解业务和公司层次战略问题。巴尼认为企业的资源和能力如果具有价值、稀缺性和难以模仿性,那么它们对于竞争就显得非常重要。资源的价值是由可以得到的开发资源的机会决定的,这些机会有时会变化。例如,随着个人电脑变得更加高级、更加便宜,IBM 在大型计算机上的能力变得越来越无价值。关系到竞争的重要资源也具有稀缺性。如果许多竞争者具备了相同或相似的能力,那么没有哪一家企业能拥有竞争优势。

内维斯、古尔德和迪拜乐将学习过程划分为三个阶段:知识获得、知识共享和知识运用,但他们警告说,这些并非学习必须经过的阶段。他们对公司的研究揭示,企业可以通过各种途径学习。例如,某些企业着重从内部发展知识,而另一些企业更乐意接受来自外部的知识。知识传播在有的公司是非常正式的,而在别的公司知识却是通过网络或随意接触呈现非正式地传播。不同的公司致力于学习的领域也不同;工程公司可能重视生产或流程的改进,消费品公司则把更多的时间和精力投入到改善分销或服务系统。这些作者强调,不存在单一形式的成功的学习型组织,相反,存在许多不同的然而都有效率的学习系统。作者同时指出了能够使各种组织增进学习的各种促进因素和方法。对组织学习系统有贡献的因素包括对度量的关心、开放的气氛、胜利感和领导的参与。

内维斯与合作者还提出了改进组织学习的各种战略。一种战略选择是通过强化或修正企业的学习定位使现有的学习系统更为有效;另一种选择是改进各种促进性因素,如发展计量体系或鼓励更多的部门间沟通;第三种选择是尝试对学习定位和促进性因素进行变革。这将有助于经理们从改善或变革企业获得、分享和运用知识的途径中做出选择。

Y. 多兹吸收了资源依赖学派发展起来的许多概念,讨论了如何对核心竞争力进行管理。多兹识别了竞争力管理中的五个关键过程:竞争力的开

发过程、扩散过程、集中过程、影响过程和更新过程;列举了加速发展竞争力的有效管理手段,包括业务流程再造、质量管理、职业培训等。然而,使用这些手段也有风险。组织体重视改进或获得一种专门化竞争力会给现有权力结构带来挑战,或者会渐渐破坏自然出现的竞争力;管理人员也许还会识别不出理应受到鼓励的竞争力。类似的难题常发生于竞争力管理的每个关键过程。

然而,时至今日,核心竞争力的研究仍然存在一些亟待解决的问题。首先,关于核心竞争力的内涵和界定众说纷纭,彼此之间存在着分歧;其次,在统一的架构下对核心竞争力的来源、内在逻辑性、可持续性这三个问题进行阐释,目前还有许多工作需要进行;再次,在现有的研究当中,一个普遍存在的缺陷就是把技术和创新进行黑箱化,并且没有很好地考虑技术与组织之间的交互作用对组织的核心竞争力演化以及竞争优势的获取所带来的影响,因而关于竞争过程中核心竞争力的动态演化机制尚不清楚。

在一个充满高度竞争的商业环境里,开发和保护核心竞争力的能力将会使公司走在竞争的前头。而如何为实际操作中的管理人员提供实践上的指导仍将是竞争力理论学者今后需要进一步研究的领域。

(二) 核心竞争力的评价研究综述

核心竞争力具有广泛性、时效性、可持续性等特性,这些特性与职业体育俱乐部对资源需求的科学性、有限性和准确性之间存在着种种矛盾,这使得其核心竞争力评价成为必要和重要的工作;另一方面,核心竞争力具有的多样性、复杂性和无序性,又使得具体的核心竞争力评价方法多种多样、没有完全固定的模式可以套用,必须针对具体情况作具体分析。与此同时,新的评价思路和方法还在不断产生中。

在现有的关于核心竞争力的研究成果中,按照评价时所采用的分析途径,核心竞争力评价方法可以划分为定性方法、定量方法和综合方法三类。

1. 核心竞争力的定性评价方法

核心竞争力的定性评价方法是指根据评价标准和指标体系对核心竞争力进行评价的方法。研究成果所体现的基本步骤是:由评价工作的目的和服务对象的需求,依据一定的准则,研究确立评价标准,建立相关的评价指标体系对评价对象进行评价。确立评价标准和建立评价指标体系是定性方法最重要的一环,国内外学者对此进行了许多探讨,已经提出的各种评价标准和指标体系数目繁多。定性方法的研究成果较多,在评价实践中也多采用这种方法。定性方法的优点是可以对评价对象进行全面、细致和深入地分析,可以从多种思路、多种视角、多种观点来考察核心竞争力的质量。当然它的局限性也很明显,那就是主观性较大,有时可操作性较差,合理性和

可信性可能会引起争议,规范性、准确性和科学性有待进一步研究提高,时效性不强等。

2. 核心竞争力的定量评价方法

体育核心竞争力的定量评价方法是按照数量分析方法,利用对研究对象(俱乐部或竞技能力)的调查所获取的数量化的信息和搜集、整理的相关数据进行分析,从客观量化角度对核心竞争力进行的优选与评价。定量评价方法提供了一个系统、客观、规范、科学的数量分析方法,与定性分析方法相比,得出的结论更为直观和精确,有着较高的可信度。它的不足之处在于量化的标准过于简单化和表面化,往往无法对核心竞争力进行深层次的剖析和考察。例如,不同职业体育俱乐部之间的数据(融资途径、技战术创新投入等)往往不具备可比性;现阶段,定量方法的不确定性因素较多,技术手段还不成熟。

3. 核心竞争力的综合评价方法

在对核心竞争力的评价方法的研究中,由于定性方法和定量方法都存在各自的局限性,所以有为数不少的学者研究如何将二者有机地结合起来、相辅相成,既能发挥定性方法全面、细致、深入、成熟的优势,又能具备定量方法系统、客观、规范、科学的长处,从而达到综合完整地评价核心竞争力的目的。

综合学者们的研究成果认为,在有关职业体育俱乐部的核心竞争力评价的研究中,在以下几个方面进行一些探索是有必要的:一是提供一个分析俱乐部竞争力的一般性理论框架,并且将制度要素引入对俱乐部核心竞争力的分析中。二是从均衡竞争的观点出发对构成竞争力的要素间的相互作用进行系统分析,指出职业体育俱乐部核心竞争力的制度要素和资源要素是以组织要素为载体发挥作用的;因此,组织要素决定了现实中某一时点俱乐部的竞争力状况,制度要素和资源要素共同决定了该时点上竞争力上升的可能状态空间。

(三) 职业体育俱乐部核心竞争力研究综述

我国职业体育俱乐部所面临的这些国内外生存环境的全新变化,要求它们必须重新审视自己的战略战术,寻找新的竞争策略;我国职业体育俱乐部内外部的管理不善也制约了其在联赛上的竞争力;而一些竞技体育俱乐部经过几年的发展已经不再满足于简单的技战术竞争,它们也在寻求新的、能够维持长久竞争力的竞争策略,将理论研究的焦点集中到了职业体育俱乐部的核心竞争力上。

我国管理学界和企业界的专家从不同的视角和维度对企业的核心竞争

力进行了探讨,形成了各种各样的观点,但在以下几个方面有了大体一致的看法:首先,他们大多认为,核心竞争力是一种能力、技能或知识的集合体,是一个体系,单独的某项能力可能会为组织带来一时的利润或销售额,但不足以构成使组织获取持续竞争优势的核心竞争力;其次,他们认为,核心竞争力是获取和保持持久竞争优势的源泉;再次,他们在核心竞争力的一些基本特征方面达成了共识,它们是价值性、独特性、不易模仿性和延展性。

正如我国企业界对核心竞争力理论有一个渐进的认识过程一样,我国竞技体育引进核心竞争力概念也是近几年的事情。他们首先关注的视角并没有投向具体的项目,而是整体的竞技体育。

目前我国有关职业体育俱乐部核心竞争力的研究文献不多,没有形成专著。有些研究成果只是近似地阐述了职业体育俱乐部在国内外竞争环境中所面临的问题与解决对策,并没有鲜明地提出其竞争力的概念,更是缺乏深入的研究。

有些学者从某一体育俱乐部管理的经验和实际出发,描述或总结该俱乐部的核心竞争力。这样描述性的研究认为,核心竞争力是职业体育俱乐部开发培育竞赛品牌的能力和运用独特的营销手段把品牌推向观众的能力。与其他组织一样,俱乐部也要有自己的核心竞争力。它主要体现为俱乐部所生产的竞技文化,能否在坚持正确运用体育发展规律导向的前提下,具有创新(适应社会发展和竞技体育的规律的需要而不断改革创新)、竞争(适应项目竞争需要)和带动(带动体育产业增长能力)。还有人认为,对于我国职业体育俱乐部而言,核心竞争力=核心业务+核心团队。核心业务是指以俱乐部管理和技、战术创新为核心形成的产业、环境、文化等体育竞技经济和多元化经营,核心团队就是职业体育俱乐部的人力资源。这类观点无疑对实践中的一些俱乐部的核心竞争力进行了恰当的描述,对研究职业体育俱乐部的核心竞争力也提供了很好的案例,同时也为其他一些俱乐部提供了借鉴。然而根据核心竞争力理论,核心竞争力具有独特性、不易模仿性等特点,我国职业体育各个俱乐部在自身实力、战略、资源等方面都不尽相同,因此在核心竞争力的培育、提升途径以及最终所体现的核心竞争力也是完全不同的。显然,这类描述性的观点不能对职业体育俱乐部培育和提升核心竞争力提供普适性的解释和途径,其意义也仅止于借鉴。

随着对竞技体育核心竞争力研究的深入,越来越多的学者开始对如何提高我国职业体育俱乐部综合竞争水平进行研究,并提出相应的对策:他们大多为俱乐部如何构建核心竞争力提供了一系列的对策。有研究认为应当从优化俱乐部管理内容布局、全面覆盖细分竞技、变革管理体制等几个方面来培育俱乐部的核心竞争力。俱乐部应当在鉴别核心竞争力的基础上,从

下面三个方面打造核心竞争力:从识别核心专长入手,有意识地发掘核心竞争力;强化资源的整合能力,塑造核心竞争力;以维护和创新为支点,持续和提升核心竞争力。这类观点的优点是为如何打造俱乐部的核心竞争力提供很好的途径,但它们却回避了对其核心竞争力内涵、特征、形成机制等方面的界定。这不仅在理论上是不完善的,在实践中也有些舍本逐末。同时这些途径同样不具有普适性,无法为所有的俱乐部构建核心竞争力提供解释。

对于任何组织的竞争力的研究,其核心竞争力的提升和培育无疑是画龙点睛的。有些专家开始从理论上解释我国俱乐部的核心竞争力的内涵和培育途径。比如有一种观点认为,对俱乐部来说,核心竞争力就是以最低的管理、训练成本使竞争力最大化为目标,以竞赛成绩的提升为核心,通过整合各种内外环境因素与渠道资源的垂直型整合(vertical integration),从而产生协同效应(synergy),并转化为竞争优势的能力。核心竞争力不是联赛品牌或技术,而是一种“运用之妙,存乎一心”的能力。持续不断创新是核心竞争力的精髓。具体而言,职业体育俱乐部必须进行组织机制创新、技战术创新、管理创新等。其中技战术创新是核心,组织创新是保障,管理创新是基础;垂直型整合模式就是对内容与渠道资源进行整合,从而有效配置资源,形成核心竞争力,是俱乐部核心竞争力的培育和保持核心竞争力的必然选择。这类观点从理论上解释了什么是俱乐部的核心竞争力,而且这种解释具有一定的普适性。但遗憾的是没能解释实践中培育和提升核心竞争力的途径以及俱乐部如何利用核心竞争力来实施自己的战略规划以及核心竞争力与俱乐部整体水平提升的关系等,这是不够完善的。

通过对以上相关文献的检索,我们可以看出,我国目前关于职业俱乐部核心竞争力甚至是竞技体育核心竞争力的研究从数量上看还不充分,而且大都未能从理论上系统地阐述和解释什么是俱乐部的核心竞争力以及这种竞争力的打造方式,没能将核心竞争力理论很好地应用到俱乐部的实际运作之中。因此,无论是研究者还是俱乐部本身,都应当联系核心竞争力理论以及相关的管理理论,从基本概念出发,系统、科学地阐释职业俱乐部核心竞争力的内涵,进而研究如何打造俱乐部的核心竞争力和适合俱乐部运作的培育和提升方式。

(四) 职业体育俱乐部整体发展研究综述

有学者早在 1999 的研究中曾经对职业体育俱乐部在我国的发展历史作了一个全面的回顾。研究主要从体育运动精神、技战术风格、学习创新以及金牌效应等方面入手,分析职业体育整体竞争能力下滑的原因,认为体育运动的社会化、商业化、职业化是职业体育发展的方向。钟秉枢等人在《体育运动科学的发展及展望》的研究中指出:随着体育运动朝着群众性、娱乐性、

竞技性、多重性方向的发展,体育运动科学将朝着多学科结合、多领域开拓、向实用性发展的方向跨进。这项研究提及了体育运动从最初的娱乐思想到竞技思想过程的演变,由竞技思想的形成进而催化了职业体育的兴起,总结了体育运动技战术发展的规律,并认为:现代科学的进步和向体育的渗透,体育技战术水平的不断提高,使体育战术指导思想不断充实和发展,它将指导着体育运动朝着更加广阔、完善的方向挺进。

我国职业体育和运作模式的研究比较少,尤其是在健全法规制度,制定和出台俱乐部训练竞赛、经营管理、转会和人才选拔、运动员伤残医疗保险制度方面的科研成果更为匮乏。在管理的实际操作过程中,积极制定优秀体育俱乐部的评估体系,运用评价机制来激励俱乐部的建设,争取用较短的时间为中国体育俱乐部量身定做一套合适的竞争力水平评价指标体系的研究势在必行。1994年国家体委在北京老山召开会议,明确了体制改革是刻不容缓的,全国体育界一定要借改革开放的大好时机,精诚团结,同心同德,共同奋斗,重振体育雄风。1995年以赛制改革为先导,迈出了我国体育体制改革的第一步。

我国职业体育的长足发展与积极培育联赛市场休戚相关。球市培育主要包括多个方面的内容:如提高联赛产品质量。具体包括提高科学训练水平,不断提高俱乐部的竞技水平,增强比赛的技艺性和观赏性;培育球星、充分发挥名人效应等。再者是制定合适的营销策略。如与娱乐媒体合作,发挥宣传整合效应;俱乐部经常深入社区比赛、发展俱乐部训练营、面向传统项目学校巡回表演等;扩大体育运动的影响力,发展球迷队伍;加强赛事的宣传包装,塑造联赛品牌;实行激励措施。这些方面的研究有待深入。

龚德贵在研究中指出:后备人才的培养是竞技体育的战略问题,只有重视后备人才的梯队建设,我国的竞技体育才能持续发展。通过分析得出中国体育运动成绩下滑的原因之一是后备力量培养体制不完善及后备力量严重匮乏。靳小雨等在关于我国职业体育发展问题的研究中,从体育面临的形势和任务出发,阐述了体育运动体制改革的任务、目标和指导思想。进而提出以赛制改革带动体制改革;充分开发体育市场,健全社会保障等开创性的建议。

三、研究目的、意义和内容

(一) 研究目的

- (1) 初步明确职业体育俱乐部核心竞争力的概念。
- (2) 探索职业体育俱乐部核心竞争力形成的理论及实践根源,建构职业