

Mc
Graw
Hill Education

体育管理学

基础与应用（第四版）

The Management of Sport:
Its Foundation and Application

[美] 伯尼·L·帕克豪斯 (Bonnie L. Parkhouse) 等 编著
裴立新 成琦等 编译



华东师范大学出版社

Mc
Graw
Hill

体育管理学

基础与应用 (第四版)

**The Management of Sport:
Its Foundation and Application**

[美] 伯尼·L·帕克豪斯 (Bonnie L. Parkhouse) 等 编著
裴立新 成琦等 编译



华东师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

体育管理学——基础与应用(第四版)/[美]帕克豪斯编著;裴立新,成琦编译. —上海:华东师范大学出版社,2008
ISBN 978-7-5617-6205-9

I. 体… II. ①帕…②裴…③成… III. 体育—管理学—高等学校—教材 IV. G80-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 101889 号

体育管理学——基础与应用(第四版)

编 著 (美)伯尼·L·帕克豪斯
编 译 裴立新 成 琦
责任编辑 赵建军
审读编辑 蒋 将
责任校对 乔惠文
装帧设计 卢晓红

出版发行 华东师范大学出版社
社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062
电话总机 021-62450163 转各部门 行政传真 021-62572105
客服电话 021-62865537(兼传真)
门市(邮购)电话 021-62869887
门市地址 上海市中山北路 3663 号华东师范大学校内先锋路口
网 址 www.ecnupress.com.cn

印 刷 者 常熟高专印刷有限公司
开 本 787×1092 16 开
印 张 22.5
字 数 489 千字
版 次 2009 年 10 月第 1 版
印 次 2009 年 10 月第 1 次
书 号 ISBN 978-7-5617-6205-9/G·3597
定 价 39.80 元

出 版 人 朱杰人

(如发现本版图书有印订质量问题,请寄回本社客服中心调换或电话 021-62865537 联系)

Bonnie L. Parkhouse

The Management of Sport: Its Foundation and Application, 4E

ISBN:007-123930-8

Copyright © 2005, 2001, 1996, 1991 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All Rights reserved.

No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and East China Normal University Press.

本书中文简体字翻译版由华东师范大学出版社与美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签,无标签者不得销售。

上海市版权局著作权合同登记 图字:09-2007-943 号

目 录

第一部分 基础知识

第一章 体育管理的发展史	3
一、体育管理的定义	3
二、体育管理的演变	5
三、体育管理的现在和未来	9
四、体育管理课程	10
五、我国体育管理的发展情况	11
六、体育管理课程的未来	12
第二章 科研和调查	14
一、体育管理的架构	15
二、调查与知识拓展	15
三、演绎法和归纳法	16
四、体育管理学的基础知识和理论	17
五、效度和信度	18
六、定性和定量范式	19
七、研究步骤	22
八、评价研究出版物	22
九、对出版资料来源的评价	23
十、调查研究的道德规范	23
十一、避免学术造假	25
十二、研究技术和能力	26
第三章 体育管理中的道德伦理	29
一、当前的道德环境	29
二、基本概念	30
三、个人的道德成长	30

四、道德理论	31
五、道德分析模式	32
六、个人道德和组织机构责任	33
七、道德与体育管理职业化	34
八、培养讲道德的体育管理者	36
九、对未来责任的分担	37
第四章 体育行业员工多样性的管理	41
一、体育行业工作环境的发展趋势	41
二、管理多样性	44
三、多样性管理的优点	44
四、多样性管理的成本	46
五、多样性管理的障碍	47
六、多样性管理的策略	47
七、多样性管理策略的执行	50

第二部分 结构与政策

第五章 管理职能	55
一、导言	55
二、管理理论	56
三、管理职能	57
四、管理层次	58
五、领导者风格	60
六、权力	62
七、对管理环境的理解	64
第六章 组织理论与体育研究	68
一、体育组织的结构	68
二、体育组织的设计	71
三、体育组织的效益	74
四、体育组织的战略管理	76
五、体育组织运营环境的影响	78
六、权力与政治	79
七、体育组织的决策	80
八、体育组织的变革	81

第七章 体育管理	86
一、概述	86
二、中学校际体育管理	86
三、大学校际体育管理	88
四、职业体育管理	93
五、中国体育管理	96
第八章 国际体育的管理体制	102
一、奥林匹克运动和奥林匹克主义	103
二、国际奥林匹克委员会	103
三、北美职业体育联盟的国际影响	111
第九章 体育场馆管理	114
一、管理者的类型	114
二、私营管理机构选择程序	115
三、运营	116
四、机构的运营范围	117
五、场馆的预定和时间安排	118
六、制定市场营销与促销策略	120
七、安全保障	120
八、酒类的管理	121
九、安全和医疗服务	122
十、后勤工作和场馆维护	124
十一、售票处	126
十二、特许经营的饮食摊点和新奇小商品的摊点	130
十三、交通和停车	134
十四、财务管理	136
十五、风险管理	140
第十章 适用于体育的基本法律	145
一、概述	145
二、过失	145
三、故意侵权行为	147
四、产品责任	148
五、合同	149
六、美国宪法和法规	149

第三部分 经济学和财务

第十一章 经济学与体育	161
一、什么是经济学	161
二、成本和选择的必要性	162
三、边际收益经营	163
四、供给和需求	164
五、比较优势和专业化的收益	169
六、市场失灵	170
第十二章 会计与预算	176
一、财务管理	176
二、财务管理方法的选择	178
三、会计的定义及功能	178
四、财务报表	179
五、会计小结	186
六、公共/非盈利组织会计—预算的编制	187
七、预算程序	188
八、公共/非盈利组织会计小结	195
第十三章 体育融资	198
一、概述	198
二、公共需求	198
三、体育中的现金流	203

第四部分 市场营销

第十四章 体育市场营销:战略和战术	213
一、什么是体育市场营销?	213
二、战略性体育市场营销	217
三、目标市场:有效达到营销目标	222
四、体育市场营销的要素:营销组合策划	225
五、价格	225
六、产品定位	228
七、促销	230
八、销售地点	235

九、市场营销计划	238
十、市场营销计划纲要	239
第十五章 赞助	244
一、概述	244
二、赞助的哲学基础	244
三、研究赞助的可能性	247
四、检查赞助目标	248
五、其他考虑因素	250
六、赞助协议	252
七、为赞助定价	254
八、实施	255
九、争议	255
十、趋势	256
十一、细节决定成败	257
第五部分 职业体育的相关问题	
第十六章 群决策与问题解决	263
一、群决策与问题解决的适用范围	263
二、群决策的使用时机	265
三、决策团队的组成	266
四、群决策的方法	266
五、如何促进群决策和问题解决	270
第十七章 体育人力资源管理	274
一、体育人力资源战略管理	274
二、人员配置	276
三、报酬	279
四、人力资源开发	281
第十八章 职业体育中的劳资关系	285
一、概述	285
二、经济背景	287
三、在运动员劳资关系中问题发生在哪里	287
四、劳资关系的组成部分	288

五、资方和劳方的基本要素·····	289
六、集体议价的内容·····	293
七、作为体育劳工关系模式的棒球·····	293
八、棒球的集体议价时期的劳工关系·····	294
九、新发展:其他职业体育项目的自由代理时代·····	297

第六部分 体育管理的实践经验和职业生涯

第十九章 通过实习经历获得实践知识 ·····	311
一、概念产生的背景·····	311
二、实习经历的益处·····	316
三、体育管理专业学生的实习机会·····	320
四、实习生应具备的能力·····	321
五、利用求职材料推销自己·····	322
六、把握实习机会·····	326
七、落实实习的目标·····	329
八、实习的阶段·····	332
第二十章 体育管理的范围和工作机会 ·····	336
一、体育管理的范围·····	336
二、体育产品和服务·····	337
三、生产和销售·····	340
四、作为协调的管理·····	341
五、职业规划·····	344
后记 ·····	350

第一部分 基础知识



第一章 体育管理的发展史

伯尼·L·帕克豪斯(Bonnie L. Parkhouse)

布兰达·G·匹茨(Brenda G. Pitts)

专有名词

体育管理 体育管理专业 体育行政管理 评审委员会

一、体育管理的定义

从实践的角度看,体育管理早在古希腊时期就已经存在了。那时,角斗士之间,以及角斗士与野兽之间的格斗吸引了大批观众。第十一届奥运会,就是由古朱迪亚^①国王——希律王(Herod)担任名誉主席,以盛大的开幕式拉开整个运动会的序幕,并通过各种体育竞技比赛来愉悦成千上万的观众(Frank, 1984)。帕克斯和奥拉夫森(Parks and Olafson, 1987)认为,要举办如此大规模的运动会,当时一定曾出现过食品和饮料的承办商、推销商、采购代理商、市场营销人员,以及经营管理决策人员。现在,体育管理不只是一门学科,同时也成为了一种专门的职业,它为很多人提供了全职工作和主要的收入来源(Soucie and Doherty, 1996)。今天,所有这些在体育管理实践领域工作的人员,都被称之为体育管理行业的从业人员。

尽管“体育管理”(sports management)和“体育行政管理”(sports administration)这两个名词经常被相互替代使用,但前者从普遍或全面的角度对这个学科进行了更为准确的描述。也就是说,“管理”一词完整地包括并代表了所有与体育相关的领域。德森希等人(DeSensi et al., 1990)将其范围界定为包括体育设施,宾馆和娱乐场所,公共和私人的健身和球类俱乐部,体育用品经营,高校和职业体育在内的相关领域。与此同时,他们把体育管理定义为:“生产或提供体育相关产品或服务的组织或部门所采用的,与计划制定、组织、指导、预算编制和控制、领导以及评估相关的所有技能的综合。”

尽管一些学者对上述两个术语进行了区分,认为行政管理(administration)的作用是制定各种目标和政策,而管理(management)的作用则是执行这些政策,但把这两个术语

^① 朱迪亚(Judaea):古巴勒斯坦的南部地区,包括今巴勒斯坦的南部地区和约旦的西南部地区。——译者注

当作同义词使用已经成为人们广为接受的事实。管理一词在体育管理领域中的运用最为广泛,例如:美国的体育管理专门组织就叫做北美体育管理协会(North American Society for Sport Management,简称 NASSM);而《体育管理期刊》(*Journal of Sport Management*,简称 JSM)也在较短的时间内取得了很高的学术成就(Weese, 1995),并已成为传播体育管理知识的一个主要平台(Parkhouse, 1996)。其他一些专业的体育组织的名称和简介详见表 1-1。

表 1-1 体育组织名称字母缩写及其简述

字母缩写	简 述
NASSM	北美体育管理协会。NASSM 成立于 1985 年,是全美第一个体育管理的学术团体,其目标是促进、鼓励体育管理理论和应用层面上的研究、调查,以及学术著作的撰写和专业发展。NASSM 不仅举办年度学术研讨会,还出版《体育管理期刊》这一专业学术杂志。
NASPE - NASSM	NASPE 是美国国家运动和体育协会,“旨在通过科学研究以及对其会员和公众传播基于调查研究和实践经验上的专业知识,寻求提升运动和体育活动的知识和专业实践”。由 NASPE 和 NASSM 两个机构的成员组成的联合特别工作组,制定了北美第一个体育管理课程标准。
JSM	《体育管理期刊》。JSM 是 NASSM 发行的官方杂志。该期刊发表的文章主要关注与运动、训练、舞蹈和比赛有关的管理理论和实践性研究。
EASM	欧洲体育管理协会。该协会的功能与 NASSM 相似,EASM 主要是为欧洲国家提供服务的体育管理学术机构。该协会在欧洲举办年度学术研讨会,并出版专业杂志——《欧洲体育管理季刊》。
ESMQ	《欧洲体育管理季刊》。该刊物是 EASM 发行的官方杂志。
SMAANZ	澳大利亚与新西兰体育管理协会。其功能与 NASSM 类似,SMAANZ 是澳大利亚及新西兰的体育管理学术机构。该协会举办年度学术研讨会,并出版专业杂志《体育管理评论》。
AAHPERD	美国健康、体育、娱乐及舞蹈联合会。AAHPERD 是为与各种健身和运动有关领域的人员设立的学术机构。这些领域包括体育、娱乐、体育管理和休闲研究等。
SMA	体育市场营销协会。SMA 成立于 2002 年 11 月,是最新成立的学术机构,并于 2003 年 11 月举办了其创办研讨会。
SRLA	体育与娱乐法律协会。SRLA 成立于 1987 年,该协会关注于体育管理中的体育法律范畴。SRLA 召开年度学术研讨会,并出版专业杂志——《法律视野下的运动及体育活动期刊》。

此外,体育(sport)和体育运动(sports)也经常被替换使用。帕克斯、臧格和夸特曼(Parks, Zanger and Quarterman, 1998)认为,体育运动在本质上是单一的,而体育则是一

个内涵更为丰富的概念。北美体育管理协会最终选择了集合名词“体育”(sport),并使其广泛运用。

正如前面所提到的,体育有若干个定义(Loy, 1968; Snyder and Spreitzer, 1989; Vander Zwaag, 1988)。由于当代体育管理已经成为一个独立的学术研究领域,因此现今的“体育”应具有更为广泛的内涵。另外,由于体育管理的学术领域包含了体育商业研究,“体育”一词也就应该包含与商业有关的内容,如体育用品、体育旅游,以及上文提到的其他领域。既然与学术领域有关,因此有必要给体育管理下一个更符合现代观念的定义。纵观当前的体育管理文献,对于体育管理的定义众说纷纭。然而,我们认为本书所选择的定义,能较好地反映出当前体育管理的广义概念。其内容如下:

体育管理是对在体育、健身及娱乐相关产品的生产、促销、推广或组织的过程中所涉及的人、活动、组织和商业活动进行的研究与实践;这些体育产品可以是商品、服务、人员、场所或创意(Parks, Zanger, and Quarterman, 1998; Pitts, Fielding and Miller, 1994; Pitts and Stotlar, 2002)。

由美国国家运动和体育协会(NASPE)与北美体育管理协会(NASSM)组成的专门负责体育管理课程和鉴定的联合工作组(2000)把体育管理定义为:为个人提供在体育行业中的众多分支领域寻求职业发展所必须的专门培训和教育的学科领域。

二、体育管理的演变

虽然“体育管理”在学术界中仍是一个相对较新的概念,但它作为一个被人们所接受的正式研究领域却在文献中早有记载(Crosset et al., 1998; Danylchuk and Boucher, 2003; Parkhouse and Ulrich, 1979; Parkhouse, 1987; Parks and Quarterman, 2003; Soucie and Doherty, 1996)。同时,体育商业信息也是无数出版物和媒体的主题卖点,这些信息大量地出现在如美国有线新闻网(CNN)的《体育》、《今日美国》和《时代周刊》这样的传统媒体,以及各类的互联网页面上。

尽管目前还没有史实性的研究来确定体育管理作为一门大学课程的历史,但俄亥俄大学声称其在1966年首次开设了这门课程。但事实上,早在十多年前,即1949至1959年间,南佛罗里达大学就开设了一个经佛罗里达州教育部批准的体育管理课程,课程的名称是“棒球经营管理”。它被看作是同类课程中最早的一个,也是当时唯一的一个体育管理类课程(Isaacs, 1964)。该课程包含9个方面的内容,其中一些与当前体育管理课程标准所要求的内容十分相似。当时的课程包括:票务和税法、法律责任与保险、促销与公共关系、运动场的维护,以及财务、会计和薪酬体系等。

首次提到体育管理工作或职业的书很可能是1964年出版的《体育中的职业与机会》(Isaacs, 1964)。书中列举了体育行业内的各类工作,具体内容详见表1-2。

俄亥俄大学的体育管理课程是一门硕士课程,但该课程的基础却来源于佛罗里达州珊瑚阁市的迈阿密大学。在后来成为布鲁克林道奇队(不久后更名为洛杉矶道奇队)主席的沃尔特·奥马利的鼓励下,迈阿密大学的体育学教授詹姆斯·G·梅森为体育管理编写了

表 1-2 1964 年斯坦·艾萨克斯的《体育中的职业与机会》
一书中所提到的体育管理工作和职业

体育收藏卡	体育主题餐厅	体育书籍	体育特许权
体育艺术	体育中介	体育促销员	体育统计机构
体育商品销售	体育新闻出版	体育用品	体育律师
体育记者	体育摄影师	体育会计师	
体育电视媒体	体育电台		

课程方案。1957 年,奥马利首次向梅森提出了开设体育管理课程的建议,尽管这个建议并未付诸实施,但它却成为俄亥俄大学体育管理专业课程的基础(Mason et al., 1981)。几年后,比斯坎湾^①学院(现称圣·托玛斯大学)和圣·约翰大学成为了最早授予体育管理学士学位的院校。而马萨诸塞大学则于 1971 年成为第二所开设体育管理硕士课程的大

学。到了 1980 年,全美有 20 所高校开设了体育管理的硕士研究生课程。1985 年,经国家运动和体育协会确认开设该专业的院校已达 83 所(其中 40 所设有本科专业,32 所设有硕士专业,11 所同时设有本科及硕士专业)。

根据 1988 年 5 月 23 日出版的《体育》杂志公布,全美有近 109 所高校开设了体育管理专业。在这 109 所院校中,51 所授予学士学位,33 所授予硕士学位,25 所可同时授予学士和硕士学位(Brassie, 1989)。1993 年由 NASPE 对美国大专院校进行的后续调查确认开设体育管理专业课程的院校已达 201 个,其中包括 6 个博士专业课程。

近期的调查显示,截止到 2000 年底,美国已有超过 200 所的大学开设了体育管理专业。这一数字在近 30 年间增长 50 倍。据体育管理专业审核注册表的显示,其中有已获准开设的体育管理专业 63 个,另有 8 个体育管理专业的开设申请正在审核之中(见表 1-3)。

表 1-3 当前体育管理专业课程审核注册表

	已通过审核的体育管理专业数	正在审核过程中的体育管理专业数
本科层次	33	6
硕士层次	26	2
博士层次	4	0
合 计	63	8

尽管首个体育管理专业早在 20 世纪 40—70 年代就建立了,但直到 80 年代中期,体育管理专业的数量才开始出现迅猛增长。因此,到 1988 年为止,仅有 10% 的体育管理专业设立时间超过 5 年以上。

与美国不同,在过去 20 年中,加拿大的体育管理专业数量并没有明显的变化。1980

① 比斯坎湾:地名,靠近美国佛罗里达州东南部。——译者注

年,伯戴其(Bedecki)和苏希(Soucic)的报告称加拿大共开设了10个本科专业、9个硕士专业和2个博士专业。8年后,苏希的报告显示,此时加拿大共有6个本科专业、9个硕士专业和2个博士专业。直至今日,加拿大共有10个本科专业、7个硕士专业和2个博士专业。大部分的加拿大院校开设有一到两门的体育管理课程。

目前,美国体育管理课程以实用为主,主要集中在校际体育、职业体育、设施管理,以及健康和健身俱乐部管理等几个方面。而加拿大的课程则理论性更强,更注重诸如体育和体育活动的历史和文化方面、心理学和社会学范畴,以及生理学和生物力学等方面的学科分支。

整体而言,全球的体育管理学术研究与北美地区相比,发展时间短且速度慢。国际社会可将体育管理在北美的发展作为范例,尤其是那些已经构成学科方法或理论基础的国家的国家。许多国家的体育管理系在确定课程方案、课程内容、教材、学会、研讨会、调研、期刊和课程标准时,均会以北美的模式为样板。

作为一个研究领域和学位课程,体育管理正在国际范围内迅速成长。在过去的十年间,许多国家和地区的高校均开设了体育管理的学位课程,包括:日本、中国、希腊、意大利、南非、法国、英国、瑞典、西班牙、韩国、新加坡、德国、马来西亚、爱尔兰、挪威、芬兰、印度、荷兰和苏格兰,中国台湾地区、香港地区等。

在世界范围内,体育管理的学术机构也得到了长足的发展。亚洲体育管理协会最近刚宣告成立,另外,还有欧洲体育管理协会、澳大利亚与新西兰体育管理协会和韩国体育管理协会。目前在我国台湾地区、日本、意大利、南非和法国等国家和地区也成立了类似的机构。

值得一提的是,最近日本的体育教育课程经历了重大的变革。其主要原因是社会对于体育教师的需求下降,而商业性体育部门对相关人才的需求不断上升,特别是日本所特有的高尔夫球产业。与美国和其他欧洲国家不同,日本在这一领域的增长极为迅速。该国每年有超过1亿人使用高尔夫球场的设施,而这些设施要求其管理人员具备特殊的管理技巧。此外,观赏性体育的管理也变得日益重要,因为该产业不但在日本发展十分迅速,在全球也是如此。虽然为打算从事体育管理工作的学生制定课程标准(将在“体育管理课程”一节中详细讨论)已成为体育管理课程发展的北美模式,但由于体育管理在本质上已经变得较为全球化,所以各国特有的课程都将致力于达到一致的学习效果(Crosset, Bromage, and Hums, 1998)。

在北美有四个专业机构为体育管理行业提供服务,它们分别是北美体育管理协会(NASSM)、国家运动和体育协会(NASPE)、体育市场营销协会(SMA)、体育与娱乐法律协会(SRLA)。这四个组织对这一行业的迅速成长起到了监督和指导的作用。

为了推动和鼓励体育管理调查研究、学术著作和专业发展,1985年北美体育管理协会成立(Zeigler, 1987)。北美体育管理协会的前身是20世纪70年代由马萨诸塞大学的教师们所构想的体育管理技术及科学协会(SMARTS)。与体育管理技术及科学协会的会员一样,北美体育管理协会的会员也致力于与体育、锻炼(健身)、舞蹈、比赛相关的管理理论和实践研究。除了每年召开年会以外,北美体育管理协会还主办《体育管理期刊》。《体育管