

旅游新业态经典译丛

托克尔岑^的 运动与休闲管理

[英] Peter Taylor / 编著

徐茂卫 / 译

*Torkildsen's Sport
and Leisure Management (Sixth Edition)*

中国旅游出版社

 **Routledge**
Taylor & Francis Group

旅游新业态经典译丛

托克尔岑^的 运动与休闲管理

—— [英] Peter Taylor / 编著

徐茂卫 / 译

中国旅游出版社

责任编辑: 李冉冉 付 蓉

责任印制: 冯冬青

封面设计: 中文天地

图书在版编目 (CIP) 数据

托克尔岑的运动与休闲管理 / (英) 泰勒编; 徐茂卫译. --北京: 中国旅游出版社, 2014. 1

书名原文: Torkildsen's sport and leisure management

ISBN 978 - 7 - 5032 - 4815 - 3

I. ①托… II. ①泰… ②徐… III. ①休闲娱乐 - 体育运动 - 管理学 IV. ①G811.4 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 237010 号

北京市版权局著作权合同登记号: 01 - 2012 - 8292

Torkildsen's Sport and Leisure Management 6th Edition / by Peter Taylor ISBN: 978 - 0 - 415 - 49793 - 0

Copyright@ 1983, 1986, 1992, 1999, 2005 George Torkildsen; 2011 selection and editorial material Peter Taylor, individual chapters the contributors

Authorized translation from English language edition published by Routledge Press, part of Taylor & Francis Group LLC; All rights reserved; 本书原版由 Taylor & Francis 出版集团旗下, Routledge 出版公司出版, 并经其授权翻译出版。版权所有, 侵权必究。

China Travel & Tourism Press is authorized to publish and distribute exclusively the Chinese (Simplified Characters) language edition. This edition is authorized for sale throughout Mainland of China. No part of the 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. 本书中文简体翻译授权由中国旅游出版社独家出版并在限在中国大陆地区销售。未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and illegal. 本书封面贴有 Taylor & Francis 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

书 名: 托克尔岑的运动与休闲管理

译 者: 徐茂卫

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编: 100005)

http: //www. ctp. net. cn E-mail: ctp@cnta. gov. cn

发行部电话: 010 - 85166503

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 三河市灵山红旗印刷厂

版 次: 2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

开 本: 720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张: 38

字 数: 694 千

定 价: 118 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4815 - 3

版权所有 翻印必究

如发现质量问题, 请直接与发行部联系调换

序 言

近 30 年来,乔治·托克尔岑所著的这本经典教材是对运动与休闲管理介绍最全面的一本教材,一直是各类学生学习运动与休闲管理的最佳选择。而现在,感谢彼得·泰勒和专业撰稿人,本书的第六版进行了全面修订和更新,使它依然是唯一涵盖所有与现代运动与休闲管理相关教学重点的一本教材。

在新版本中,本书扩大了有志于从事运动或休闲工作的学生必须具备的实用性管理技巧的范围,并从管理员工、计划市场以及创业精神等几个方面进行了介绍。同时本书还增加了 5 个反映当代运动与休闲重要发展的全新章节,即家庭休闲、财务管理、质量管理、法与企业。新版本保留了之前版本的特点及优点:深度讨论了运动中的社会与文化以及休闲的来龙去脉;全面分析了公共部门、私营部门和志愿部门(经济组织中的非营利性组织部分,与公共部门和私营部门相对照)中的休闲运动;论述了主要休闲产品与服务,包括运动、旅游、艺术、游戏和自然环境中的休闲。

新版本里包含着对理论丰富的阐释及说明,它们贯穿于最新的证据、数据、案例分析以及国际例证之中。每一章节还包含一些有益于教学的特色板块,如问题讨论、实践任务及拓展阅读和资源的结构化指南。并且本书首开先河,设立了一个专业指南网站为学生和教师提供额外的学习及教学资源。

彼得·泰勒是英国谢菲尔德哈勒姆大学运动产业研究中心的运动经济学教授。他研究并撰写过许多运动与休闲经济、运动与休闲管理方面的出版物,如《运动经济与休闲》(与克里斯·格拉顿合著)。

推荐及赞誉:

1. 这本书应该作为所有学习运动、休闲以及相关专业学生的必读书目。

——利·罗宾逊, (英) 斯特灵大学

2. 我发现这本书已经成为各类学习运动、休闲以及休闲管理的在校大学生

的一本重要教材。这本书准确按照托克尔岑的方式撰写，同时也是对他在这一研究领域所做贡献的一种纪念及致敬。

——雷·巴克，（英）赫尔大学

3. 这一新的版本不仅涵盖了原著的经典内容，并在新素材的应用及对管理元素的清晰认识上有所加强，因此获得好评。我敢肯定，这本书将会在这一领域的众多教科书中脱颖而出，成为非常重要的教材。

——彼得·曼，（英）伯明翰大学

4. 本书在第五版的基础上，有一些重大且必须的改变。这本书将理论与最新的现代运动休闲产业实践完美地结合起来，并将其放在当前具有挑战性的经济及政治环境中进行权衡。在第六版中，写作团队做出实际影响并增添巨大价值之处在于提供了最新的案例分析以及结合运动休闲管理方面的最新统计数据。这些都为这本书提供了使用价值和公信力，使其成为有志于在这一领域发展事业的运动休闲专业在校大学生非读不可的参考书。并且这本书涵盖大量当前休闲产业的尖端信息，这令它成为对已进入这一领域工作的管理者有用的指南。

——马丁·斯蒂尔，教育发展经理，（英）运动与休闲管理学院

5. 本书将现代管理观点与运动休闲组织管理的相关理论相结合，选取一些鲜明有力的、结合现代思想的、现实生活中的案例进行分析，并贯穿于每个章节中，为上下文所研究的理论概念提供出色的载体并展现其在运动与休闲组织中的良好实践。这本书是一本多功能的读物，它可以作为独立阅读的书籍，也可以作为运动与休闲管理中某一特殊方面的参考书籍，使读者能够按需求使用相关部分或章节。这本综合性书籍用一种让人容易理解的设计及方式编写，将大量现代性的重点课题与运动休闲管理有效结合。

总体来说，它在理论与可信数据之间实现了平衡，并允许学生开拓思路、进行讨论，同时可以使运动与休闲管理者基于其自身实践进行反思。

——特雷西·泰勒，（澳）悉尼技术大学

6. 彼得·泰勒对本书的修订是对原书很好的增补。作者为大学生们提供了有用的学习工具，并且用产业实例来阐述包括经济、计划、市场以及国际化旅游等一系列主题。

——格利纳·G. 鲍尔，（美）南印第安纳大学

前 言

乔治·托克尔岑于 2005 年逝世，这是休闲管理行业的巨大损失。他是英国的休闲产业之父，其成就包括设施与设备管理、产业咨询顾问、为世界休闲（World leisure）服务、专业演讲和写作。写作是他为人所知的成就，数不清的学生从他的书中获取休闲、休闲产业以及休闲管理领域的权威认知。乔治所留下的最有代表性的遗作正是《托克尔岑的运动与休闲管理（第五版）》。这是他留下的最后一版，也是在休闲管理界内的著名作品之一。

正因为如此，撰写第六版有其压力所在。乔治·托克尔岑是一位难以企及的大师。但休闲是一个动态领域，新的版本是必要的，新版在保留乔治第五版的精华及适应休闲产业的发展和改变之间小心翼翼地走出了一条新的道路。第六版对规划和管理休闲活动的基本原理进行了加强和扩充。虽然休闲管理是跨学科的，但第六版中它明显保留之前版本的组成部分：

1. 用定义和趋势做准备。
2. 回顾三大组织——商业、政府以及第三部门对休闲的支持和影响。
3. 检验提供的主要休闲产品和服务。
4. 独立分析那些根植于休闲管理实践中的管理原理。

本书的标题由之前的《休闲与娱乐管理》改为《运动与休闲管理》。这是因为，虽然休闲仍是其绑定概念，但是显而易见的是，过去许多学生和读者有浓厚兴趣的部分都是运动和体育活动。所以，在保持休闲为重点的同时，运动则成为重要的次重点。

新版本通过以下几点，将重点主要放在实用管理上：

- 从之前版本借鉴了很多历史和哲学方面的资料；
- 在第四部分添加了四个关于实用管理思考的章节，如：质量和绩效管理，财务，法律和企业；
- 对保留下来的章节做了重要的修订。

一方面，本书通过添加了一个新的“家庭休闲”章节，将休闲的含义扩大。这不仅是我们通常所认为的休闲经理们的专业领域和户外休闲的重要的竞争者，而且是关于休闲产业中一些非常重大和动态部分的课题。

另一方面，新版本中尝试了许多植入式的改变。第一，添加了许多国际化的案例。为英国读者提供一个属于英国的案例是很重要的，但同时新版本也提供了与其他国家相关的内容：书中的许多原理不仅局限于英国，还扩展到其他国家，尤其是更多的发达国家。第二，本书中包含有更多的案例。因为运动与休闲产业包含的原理是非常重要的，案例可以带给原理生命力。

本书的读者群并未改变，即任何想对运动与休闲市场、运动与休闲产业乃至想对运动与休闲管理的原理与方法方面有所了解的人。它非常适合于以下学科的大一新生，如运动与休闲管理、运动与休闲学习、运动科学、人体运动、体育教育及许多通用商业和管理专业。本书同样适用于想要熟悉运动与休闲管理学科的专科学生和研究生，及已经从事运动休闲行业并且希望发展他们自身知识与技术的人。

在这一新版本中，许多教学特征得到了应用和发展：章节起始处提出重点问题及总结；每章有 500 字左右的案例分析；在特定课文中穿插问题讨论；帮助读者更好地理解重点的实践任务；重要阅读性内容的结构导读；大部分章节都有网络参考文献；所有章节都有参考文献的详尽目录。

此外，这本书的补充网站还包括：每个章节的幻灯片总结；某些章节的额外文本材料；可供下载的图片 and 表格；某些章节额外或者扩展的案例研究；讨论问题的详细阐述；每一章节的网站链接。

致 谢

首先，最为重要的是感谢玛格丽特·托克尔岑。是她允许我将乔治的名字写在这本书上。

重写这样的一本综合性教科书，如果没有一些具备专业知识的人同意负责重写一部分专业性章节的话，将是完全不可能完成的任务。

这些撰稿人做了大量的工作，非常耐心地处理一些细节以确保其书稿符合本书的风格和目的。

他们是：

- 克里斯·库珀，牛津布鲁克斯大学，第7章：国际旅游；
- 林恩·克劳，谢菲尔德哈勒姆大学，第8章：休闲和自然环境；
- 伊丽莎白·欧文，独立顾问，第九章：艺术，博物馆和图书馆；
- 佩里·艾乐思，谢菲尔德哈勒姆大学，第11章：管理儿童游戏服务；
- 克里斯·沃尔西和杰夫·艾布拉姆斯，利兹城市大学，第13章：运动休闲中的人事管理；
- 罗布·威尔逊，谢菲尔德哈勒姆大学，第18章：运动休闲的财务管理；
- 彼得·契里希，谢菲尔德哈勒姆大学，第19章：法律与运动休闲管理；
- 局伊·马斯特曼，谢菲尔德哈勒姆大学，第20章：项目管理的重要性。

此外，编者还想感谢为重写这本书提供重要信息的以下人物：

- 海伦·布罗德本特，Ponds Forge 国际运动中心，为我们提供了对规划一个重要的活动中心的深刻理解；
- 彼得·詹宁斯，谢菲尔德大学，为我们提供了关于企业和企业家精神的宝贵建议；
- 西弥斯·可克拉卡西斯，谢菲尔德哈勒姆大学，休闲预测和运动市场预测的首席设计师，为我们提供了有关英国运动与休闲市场全貌的宝贵且独一无二的数据库；

- 托尼·威尔，澳大利亚悉尼技术大学，为我们提供了关于运动与休闲的计划和政策的重要帮助。

编者从罗素·乔治，出版商泰勒·弗朗西斯出版集团以及另外八个独立审稿人那里得到关于每章初稿大量而详尽的反馈意见和建议。

这些意见和建议在最终版本的形成中发挥了重要的作用。对罗素和他的独立审核人所做出的贡献感激不尽！

最后，我想感谢贾尼斯，他比任何人都耐心地对待我想要效仿乔治·托克尔岑的愿望。

彼得·泰勒
运动产业研究中心
谢菲尔德哈勒姆大学

第一部分 休闲管理的概念和发展趋势简介

第 1 章 概览	2
1.1 引言	3
1.2 为什么要进行休闲管理	5
1.3 本书结构	7
1.4 关键概念的定义	11
1.5 运动的定义	12
1.6 休闲的定义	14
1.7 “Pleasure”原理	19
1.8 小结	22
第 2 章 大众的需要和休闲需求	24
2.1 引言	25
2.2 需要、欲望和需求	25
2.3 需要、驱动力和动机	26
2.4 是否存在休闲需要	28
2.5 社会需要	31
2.6 运动和休闲参与	34
2.7 哪些因素影响休闲参与	38
2.8 规划和管理对休闲参与的影响	51
2.9 小结	52

第3章 休闲产业的发展趋势	54
3.1 引言	55
3.2 总体休闲趋势	56
3.3 室内休闲	63
3.4 户外休闲	67
3.5 人口和社会经济的总体趋势	72
3.6 小结	76

第二部分 运动与休闲供应商

第4章 商业部门中的运动与休闲	80
4.1 引言	81
4.2 商业休闲部门概述	81
4.3 商业部门的目标	82
4.4 商业休闲公司的规模	83
4.5 全球化	86
4.6 商业休闲的主要驱动力	88
4.7 商业休闲产业综述	91
4.8 小结	107
第5章 政府与运动和休闲	110
5.1 引言	111
5.2 公共休闲服务及设备的范畴	112
5.3 公共部门休闲服务的发展和理论	119
5.4 中央政府和地方政府的联系	130
5.5 国家彩票	131
5.6 欧盟	133
5.7 小结	134
第6章 第三部门中的运动与休闲服务	137
6.1 引言	138

6.2	志愿活动的规模和范围	139
6.3	志愿者的构成	140
6.4	志愿活动的本质	143
6.5	参与志愿活动的益处和志愿者遭遇的问题	146
6.6	志愿活动面临的阻力和动力	151
6.7	第三部门组织	153
6.8	慈善机构的地位	157
6.9	政府和第三部门	159
6.10	商业公司中员工的运动和休闲服务	161
6.11	小结	163

第三部分 运动休闲产品与服务

第7章	国际旅游	168
7.1	引言	169
7.2	休闲、娱乐和旅游业	169
7.3	旅游行为和旅客需求	175
7.4	旅游目的地	181
7.5	旅游业	187
7.6	旅游市场	192
7.7	小结	195
第8章	休闲与自然环境	198
8.1	引言	198
8.2	自然环境的休闲	199
8.3	自然环境相关的志愿活动	200
8.4	户外娱乐管理的问题和挑战	201
8.5	国际政治环境	204
8.6	国家政治环境	205
8.7	英国相关机构和组织	206

8.8	现有的供给,服务和设施	209
8.9	自然环境中的休闲管理	213
8.10	策略和行为	219
8.11	健康和安全	221
8.12	信息和解释	221
8.13	监控和检查	223
8.14	小结	224
第9章	艺术馆、博物馆和图书馆	227
9.1	引言	228
9.2	参与情况	229
9.3	艺术	229
9.4	人们如何学习艺术	230
9.5	艺术的价值是什么	232
9.6	艺术的组织与管理	234
9.7	博物馆	241
9.8	博物馆的国际合作	242
9.9	英国公共部门与博物馆	243
9.10	博物馆的社会效益	246
9.11	英国的独立与私营博物馆	247
9.12	博物馆与变革	248
9.13	图书馆	248
9.14	私人图书馆和特殊图书馆	249
9.15	国家图书馆	249
9.16	公共图书馆	250
9.17	数字化服务	252
9.18	英国图书馆的未来计划	252
9.19	小结	253
第10章	运动和体育活动	256
10.1	引言	257
10.2	体育的重要性	258

10.3	运动和体育活动的供给	260
10.4	体育和体育活动的参与情况	262
10.5	英国的体育管理	270
10.6	对体育的资助	273
10.7	政府在体育运动中的角色	274
10.8	英国和欧洲体育政策的近代史	278
10.9	体育、体育活动和健康	282
10.10	小结	285
第 11 章	管理儿童游戏服务	288
11.1	引言	289
11.2	游戏	293
11.3	为什么需要提供游戏	296
11.4	影响儿童游戏的政策	297
11.5	游戏供给的类型	300
11.6	综合服务的管理	303
11.7	游戏服务业务的培训	304
11.8	游戏服务政策的益处	306
11.9	游戏空间的设计	307
11.10	游戏资助	309
11.11	游戏服务的评价	311
11.12	小结	312
第 12 章	家庭休闲	315
12.1	引言	316
12.2	家庭休闲的花费	317
12.3	阅读	320
12.4	家庭娱乐	322
12.5	DIY 和园艺	331
12.6	爱好和消遣	332
12.7	赌博	336
12.8	小结	337

第四部分 成功管理运动和休闲所需的技巧和技能

第 13 章 运动与休闲的人员管理	343
13.1 引言	344
13.2 员工培训与发展的重要性	345
13.3 领导和决策	346
13.4 组织结构的重要性和影响	354
13.5 正式与非正式组织	363
13.6 小结	368
第 14 章 运动与休闲计划	371
14.1 引言	372
14.2 政府在计划中的作用	373
14.3 主要的计划过程	374
14.4 计划技术	379
14.5 休闲计划过程的十个阶段	393
14.6 小结	395
第 15 章 运动与休闲产业的市场营销	398
15.1 引言	399
15.2 营销策划过程	400
15.3 组织愿景、使命及目标	402
15.4 理解顾客	404
15.5 分析内部及外部市场环境	409
15.6 市场营销的目标及战略	410
15.7 营销组合	413
15.8 赞助	425
15.9 小结	428
第 16 章 规划运动与休闲	430
16.1 引言	431
16.2 规划由哪些部分构成	434

16.3	规划分类	436
16.4	运动与休闲的规划战略	437
16.5	规划的特定方法	439
16.6	项目规划	443
16.7	规划休闲中心	446
16.8	规划阶段	449
16.9	监测和评估	452
16.10	从过去的错误中学习	453
16.11	小结	454
第 17 章	运动与休闲的质量和绩效管理	456
17.1	引言	457
17.2	全面质量管理	459
17.3	质量框架	462
17.4	质量奖励计划	463
17.5	质量奖励和休闲设施的绩效	467
17.6	绩效管理原则	470
17.7	平衡计分表	482
17.8	标杆分析法	483
17.9	小结	487
第 18 章	运动与休闲产业的财务管理	490
18.1	引言	490
18.2	关键术语	491
18.3	财务管理的重要性	493
18.4	财务信息的使用者	495
18.5	运动与休闲产业的法定要求	497
18.6	财务报表	497
18.7	管理账户的价值	507
18.8	计划和预算	508
18.9	业绩分析	516
18.10	小结	516

第 19 章 法律与运动休闲管理	519
19.1 引言	520
19.2 过失(疏忽)	520
19.3 占有人责任	526
19.4 替代责任	527
19.5 与儿童们一起工作	530
19.6 学校体育中的过失责任	531
19.7 雇佣法问题	533
19.8 风险管理:健康和安全	535
19.9 小结	539
第 20 章 赛事的重要性以及赛事管理	543
20.1 引言	544
20.2 什么是赛事	544
20.3 赛事的重要性	547
20.4 赛事的主办方、宣传者和管理者	549
20.5 赛事的目的	551
20.6 赛事策划过程	558
20.7 小结	567
第 21 章 运动与休闲产业中的创业和企业家能力	570
21.1 引言	571
21.2 有进取心的个体	573
21.3 评估当前商业地位	577
21.4 提高业务的战略	577
21.5 商业计划	583
21.6 企业失败	590
21.7 小结	591