

政府购买服务背景下社区体育赛事运作现状与对策研究

——以上海市静安区南京西路社区为例

前言

本研究以上海市静安区南京西路社区政府购买社区体育赛事的运作现状为研究内容,运用文献资料法、专家访谈法、问卷调查法、数理统计法、个案研究法等研究方法,对政府购买公共体育服务背景下社区体育赛事的运作情况进行深入的调研,借此剖析南京西路社区体育赛事运作图景,存在问题及影响因素。在治理理论、需求理论及新公共服务理论指导下,借鉴其他地区政府购买公共体育服务的经验的基础上,提出提升政府购买社区体育赛事运作效果的基本对策与建议。

关键词

政府购买;社区体育赛事;运作现状;对策

社区政府在购买社区体育赛事方法的帮助之下,使社区居民参与体育赛事运动的体育需求得到基本满足,不仅有助于发展社区体育赛事运动,而且也对宣传政府通过第三方购买社区体育赛事服务发挥着举足轻重的作用。通过对南京西路社区政府购买社区体育赛事的运行现状进行实证研究,运用文献资料法、专家访谈法、问卷调查法、数理统计法、个案研究法等研究方法,对政府购买公共体育服务背景下社区体育赛事的运作情况进行深入的调研,发现上海市静安区南京西路社区政府购买社区体育赛事的实践探索仍然面临着很多亟待处理的问题。因此,在治理理论、需求理论及新公共服务理论指导下,借鉴其他地区政府购买公共体育服务的经验的基础上,提出提升政府购买社区体育赛事运作效果的基本对策与建议。

1 上海市静安区南京西路社区政府购买社区体育赛事服务基本情况概述

从2012年开始,南京西路社区政府开始同街道社区发

展办公室合作开展公共服务采购的模式,给南京西路社区体育俱乐部购买社区体育赛事服务。南京西路社区体育俱乐部是静安区南京西路社区通过政府采购社区体育赛事服务而成立的专业化运作的社会组织结构,2012年,该俱乐部通过了社会承接公共服务项目资质评审成立的民办非企业单位,其工作任务是承接和开展社区体育赛事活动在内的公益性质的体育活动。

2 南京西路社区体育俱乐部参与社区体育赛事服务供给中存在的问题

2.1 模式转型缺政策,配套机制有待完善

我国新生事物都有赖于政府扶持,社区俱乐部也不例外,可惜的是,不论是扶持政策,还是配套机制都需要进一步提高。

现如今,政府扶持政策依旧存在漏洞。俱乐部刚创办的过程中,有的政府起到了培养社会组织的作用,但有的政府却未能正确指引俱乐部发展,使得俱乐部没有相关策略性

指导意见规范,还有些政府出现认知错误,将俱乐部作为政府工作的分担者,使得俱乐部归于政府下属部门,导致在两年初期过后,有的俱乐部未能获得良好培养,疲于奔命,对政府过度依赖,难以自己创造独立价值。简单来讲,就是政府缺少行之有效的健全的扶持方案,造成俱乐部不论是在初期创办,还是在中期发展,亦或在后期发展过程中,都未能制定系统化、科学化的规划,当面临转型需求时,就容易遭遇阻碍。

面临转型的俱乐部却未能获得政府提供的健全的配套机制。分析可知,对于俱乐部来讲,其负责社会体育赛事往往都会面临两个难题:第一个难题是缺少适合的场地,第二个难题是缺少适合的人才。虽然利用学校场地,便可以顺利解决第一个难题,但这需要和教育局合作;而对于第二个难题,其出现的原因便是因为专业人才均在市场中,而俱乐部想招揽他们,却不能拿出具备吸引力的人才机制。俱乐部是民间组织,因此不具备通过其他部门商谈的资格,这个时候,就要政府出手,从而给予社区俱乐部相关基础保障。不过,因为基础保障的不足,教育局未能同意俱乐部借用学校场地的申请;而关于人才问题,国家未指定放开政策,使得俱乐部工作自由度不足,相关晋升发展机制也不具备足够吸引力。两个难题的双重作用下,俱乐部转型受限。社区体育并不是一个部门负责的,而是受到多个部门的支持,因此,政府必须注意对其的推动力,不论是在政策指导方面,还是在机制完善方面,都要尽可能满足俱乐部需求,从而促进社区体育发展。

2.2 内部自治不健全,外部监管有待强化

现如今,很多社区俱乐部都会基于社区体育协会要求,制定相关书面规定。不过,这些规定的实践并不是很成功,也不具备较强指导性,俱乐部依旧采用行政管理模式,仅仅担当传话者的角色,既未构建与实际相符的组织内容,也未制定相关标准,造成俱乐部运转效率较低。目前所用的模式不能给予俱乐部足够的独立性,使得俱乐部不能基于实际情况完成自我调整,始终处于政府监察之下。

关于监管问题,政府并未颁布详细的规定。对于社区俱乐部来讲,其是在民政局注册的,所以一到社团组织审计之际,民政局便会审核其相关内容,特别是在经费问题上,因为审核工作向来严苛详细,所以政府觉得审计结果便可大致展示所有问题。关于俱乐部其他监管,则大多为一年2次理事会的模式,主要在会议上评估相关工作内容,却未具备实践性考察。此外,监督也存在严重不足,社区居民监察评

估的情况较少,偶一为之,也不过进行口头询问,又或者直接同居委会干部谈话,造成量化考核指标不足。

2.3 供给内容同质化,居民需求难满足

现如今,对于社区俱乐部来讲,其处于政府合作模式下,不仅体育赛事供给服务内容较为乏味,相关项目设置也比较单调,而参与活动的有又大多为老年人,社区中青年人数较少加入进来,但其实这部分人群才是推动社区体育发展的关键力量。对于我国社会阶层来讲,其分化极快,不论是根据年龄,还是根据项目种类等,都可以将其分为许多体育类型。举个例子,对于白领体育来讲,就主要针对对阶级色彩浓厚的高端时尚类项目,这在社区体育中几乎不可能见到;而根据年龄划分,则可以发现,老年人更喜欢群体范围广泛的体育活动,年轻人则恰恰相反,喜欢小规模运动;若是根据赛事划分,则中青年更爱商业性质强、专业水准高的竞赛,老年人以广场舞、体育展示为主要赛事。当然,这同供给服务主体存在一定关系,基于政府合作模式,工作者依旧最为重视普适性,而专业能力限制、社会资源不足,都使得社区体育难以保证高观赏性,且其专业性也较弱,层次分明。现如今的社会阶层分化必须引起相关研究者和工作者的思考,各个阶层都应当拥有相契合的体育赛事服务,这对基于政府合作模式的社区体育俱乐部来说,具备较高的思考价值。

2.4 自我造血功能有待改善,体育锻炼意识有待提高

对政府的过度依赖使该俱乐部失去了自我造血能力。因为政府会购买体育赛事服务打包,并给予俱乐部相关费用,使得俱乐部并未意识到市场竞争的残酷,长久下去,俱乐部就不再拥有自我造血的理想,也会逐渐失去核心竞争力,最终受到市场淘汰。

此外,政府也未有“放手”的打算,所以当俱乐部也表现出想继续跟政府合作的意愿之后,二者的合作便一直持续着。截至目前,政府合作模式优势依旧存在,俱乐部以政府为平台所具备的体育赛事也进展良好。在俱乐部的角度来看,服务社区居民是最重要的任务,要尽可能降低居民对相关服务的不满,利用体育赛事活动拉近邻里关系,打造和谐小区,这便是俱乐部的真正意义。可是,事实上,这项工作应当属于政府,俱乐部的重点应当放在提高体育赛事服务质量上。所以,由此可见,在思想观念方面,俱乐部依旧不具备独立观念。

2.5 缺乏专业体育人才

在该俱乐部中,存在专职工作者,人数为23人。不过,这些工作者一方面要负责俱乐部事务,另一方面也要负责街

道所交办的其他事务,这就导致到资源进入社区之后,专业负责事务的人员根本不足。而对于兼职人员来讲,其的确可以帮助专职工作人员完成一些事务,不过,兼职人员并大多不具备固定时间,基本属于学校教师、俱乐部成员好友等,只能缓解俱乐部工作压力,却并不能解决相关问题。事实上,社会上存在很多社会体育指导员,然而,社区体育工作中的指导员却非常少,造成相关专业人士的缺失。俱乐部属于民非单位,所以拿不出丰厚的薪酬,也不能给予工作人员具有优势的福利,且发展受限,使得工作人员难以真正大展拳脚,于是,在各个方面的阻碍下,俱乐部工作人员始终处于缺失状态,工作人员不足,且很多人难以长期坚持。

3 静安区南京西路社区赛事运作过程中存在的问题及原因分析

政府在采购过程中已经开始了角色的转变,政府部门作为单一主体给社会公众供给赛事服务的方式已经开始向多种供给主体的模式进行转变,但从实际操作中来看,购买的主体客体的分工并没有建立完善的制度和机制来保证实施,赛事的组织和运营上也存在一些问题,因此当前的采购模式处在发展中,但发展中存在一些阻碍。

3.1 赛事类别单一,赛事总体质量不高

由针对赛事组织者的调查数据和对社区体育俱乐部相关负责人的深度访谈发现,南京西路社区举办的社区体育赛事种类多以单项体育赛事为主,赛事类型多为体育竞技类和休闲娱乐类,对趣味游戏类及脑力益智类相关体育赛事涉及不多,社区体育俱乐部在赛事项目的选择上多以太极拳、气功等中国传统健身项目;棋牌、有氧操/健身操/广场舞等;以及乒乓/羽/网/门球等这些灵活性较强危险性较低同时也是社区居民较为喜欢的运动项目为主,这些项目都具有成本较低,参与方便的特点。

就上海市静安区南京西路社区购买社区体育赛事的实例来说,根据笔者前期针对南京西路社区体育俱乐部负责人的深度访谈得知,社区举办的大部分比赛没有通过公开招标方式确定协办单位,南京西路社区购买的赛事服务工作现阶段依旧在定向“对口”承接范畴位置,在提供赛事期间,国家机关往往所选择采购体育赛事服务的公司都已经积累了一定的体育俱乐部的合作经验。

上海市静安区南京西路社区虽然建立了社区体育俱乐部,且社区也都有数量不少的健身团队,尽管市场和公益组织参与体育赛事服务供给的持续增多,然而南京西路社区体

育赛事服务生产和供给中国的主导作用依旧没有任何改变。南京西路社区体育部作为一个重要的社会社团,其具有半行政性质和半社会性质,独立性有待进一步提升,大部分资金也是政府所提供,无法参与社会供给之中,在组织运营阶段引起监督管理无法全面开展。

通过对调查对象的满意度分析,发现无论是社区主体、市场主体还是公益主体提供的各项赛事服务均未达到社区居民预期的认可程度。并且调查结果与访谈结果都显示目前上海市静安区南京西路社区的体育赛事服务供给模式主要还是政府提供,虽然国家下发了许多鼓励公共体育服务供给模式多元化的政策,但体育赛事服务供给模式多元化程度却并不成熟。

在购买赛事期间,南京西路社区体育俱乐部承担设计顶层的各种职责,同时以“非竞争性购买”方式定向相关赛事公司完成其他具体的赛事现场执行工作。这种承接在社会招标过程方面仍旧有所欠缺,对承接主体的资质审查不到位。此外,南京西路社区体育赛事商业价值无法发挥出来,无法吸收社会主体的资助,社会力量参与积极性不够,社会力量参与途径单一,从而无法充分挖掘出赛事商业潜能,造成赛事类别单一,无法满足更加多元的居民需求,造成居民赛事参与兴趣度降低。

3.2 赛事承接方的能力欠缺,赛事资金供给来源单一

通过访谈南京西路社区体育俱乐部相关负责人发现,南京西路社区举办社区体育赛事的经费主要来源为政府拨款,虽然从整体上看,南京西路社区体育赛事经费投入呈逐年增加趋势且幅度较大,但当前主要以政府直接拨款为主,占85%左右,体育部门专项拨款占10%左右;由于南京西路社区体育俱乐部没有对社区居民实施会员制度,所以赛事举办经费无法依赖居民会费,其余的自筹经费与社会捐赠等微乎其微。

目前,南京西路社区运营能力不算十分强,对扶持购买体育赛事资金方面就严重受到传统固化思维的影响,坐以待毙,实际包括下述两点:首先,社区体育俱乐部没有高效应用社会资源,在某种程度上受到“等靠要”思想的限制,社区体育俱乐部从主观角度来看也希望不断扩大自己力量的规模,然而对国家拨款甚至政府的认同具有高度的依赖性,一般总会认为自己力量的提升主要取决于政府。二是社区俱乐部资金获得形式不够多元化,因为俱乐部对社区居民并没有采取会员制度,购买赛事的资金来源无法依赖会员捐赠。

以南京西路社区赛事为样本,通过三次访谈它们主要承办单位上海市静安区南京西路社区体育俱乐部的管理人员可知,南京西路社区体育赛事组织共分为宣传部、组织部、竞赛部三个部分进行筹划,南京西路社区体育俱乐部承担设计顶层的各种职责,而各项具体赛事执行和赛事市场化运作工作则交由委托的赛事公司完成。然而在实践过程中,三个部门职能划分过于模糊,并且购买赛事服务的赛事公司仅仅在竞赛部承担相应的事宜,参与度和范围具有很大的局限性,各部门之间互动较少,政府机关授权社区体育俱乐部的方方面面的作用都相对很低,如配置资源和沟通互动等,该行为会从某种程度上直接影响到政府购买社区体育赛事服务工作的开展。

南京西路社区体育俱乐部并不是完全成熟体育社会组织,自身能力还有所欠缺,集中体现在体育社会组织实力小,专业化水平低,服务社会水平不高,可挖掘资源有限,同时募集资源能力不足,社会信任和认可度不高等。

3.3 场地及基础设施无法满足社区居民的需求

针对体育场地的类型角度来看,现阶段静安区南京西路已建有体育公园、百姓健身房、健身步道、社区公共运动场和健身苑点分别为1个、2个、4个、4个和9个。由调查可知,社区体育俱乐部拥有适合社区居民的体育赛事活动场地类型主要以健身苑点/健身路径为主,其次社区周边的公园、广场、绿地也是社区举办赛事的主要场所,通过访谈可知,由于社区附近学校及单位体育场地鲜少对外开放,所以其很少能成为举办社区体育赛事的场所。

体育场地设施是社区开展体育赛事活动的必要条件和重要保障。近年来,随着南京西路社区多种多项社区体育赛事的积极举办,社区居民对体育赛事场地和相关设施的需求与日俱增,当下对居民开放的体育赛事场地数量在很大程度上无法实现社区体育赛事办赛的基本需求。近些年,尽管南京西路社区大力扶持政府政策,积极举办各种实事项目建设,确保社区公共服务设施的完善,社区中体育健身场地设施数量不断加大,然而其中体育场地的品质依旧处于较低状态,此外还需要进一步提升体育场地的管理水平。通过调查可知,南京西路社区开展体育赛事运动的各种类型场所需求尽管分布相对均衡,然而适合社区开展赛事运动场地和设施却少之又少,社区赛事场地设施具有不相统一的社区体育场地设施功能。社区中很多百姓健身苑点尽管对体育设施的提供做出了巨大贡献,然而和社区开展体育赛事相适应的器材为数不多,相应的医疗设备也具有局限性,和社区体育赛事需求严

重脱离,在数量方面也无法满足规模庞大的社区体育赛事的基本需求。

3.4 赛事缺乏专业化的社会体育指导员,社会体育指导员队伍与专业化指导供不应求

以南京西路社区体育俱乐部相关负责人为调查对象,以访谈形式发现,现阶段南京西路社区体育指导员大部分还是集中在退休居民群体,年轻人大部分都不希望致力于建设社区体育工作。现阶段,静安区登记在册的社会体育指导员,平均年龄约为60岁,其中还有不少工龄超过十年的,事实上,已经和社区体育指导毫不相干,参与社区体育指导服务的人员为数不多。而且通过对社区居民的调查发现南京西路社区举办的相关体育赛事缺乏专业的教练指导,例如社区举办的健身操舞比赛,所有参赛队伍的领队都是由舞蹈业余爱好者所担任,此外还有一些退休舞蹈教师,专业性不足,业余性很高。

随着社会的不断发展,人们也越来越关注健康。社区居民健康体育指导,一方面指导运动技能的专业提升,另一方面还需要以社区居民为根本立足点,制作运动处方,这对社会体育指导的专业能力提出了较为严格的标准,而现阶段南京西路社区体育指导员的水平和实际要求水平相差甚远,体育赛事专业化项目指导供不应求。

3.5 赛事信息宣传形式陈旧,内容单一

南京西路社区选取的社区体育赛事开展的信息推广方式相对单一,尽管社区都建立了独立的信息专栏,然而大多数一般都会长时间张贴小常识,并且很少有换的时候,对社区居民及时获取社区体育赛事举办信息帮助并不大。社区在某些情况下会张贴相关赛事运动项目的技术方法,如瑜伽和健身操等,而这些运动锻炼的开展离不开专业人士提供的各方面的指导,尤其是锻炼方法、锻炼注意事项等。社区居民获取社区体育赛事举办信息多通过社区内体育俱乐部相关负责人员口头传达,其次,需要及时传播体育赛事信息,社区信息宣传专栏不具备实际意义,很多情况下因为社区体育俱乐部相关工作人员工作积极性较低,无法确保赛事信息传播的及时性,引起信息传播时效性受到很大影响。其次,尽管社区以年为单位地进行跟社区体育赛事运动项目相关的不同形式、不同内容的体育讲座,但举办的频率较低,很难达到增强社区居民相关赛事运动意识、增进社区居民科学合理获取赛事知识的要求,且讲座类活动青年人参与较少,大部分参与者为年老者,讲座受众不均衡。

4 提升政府购买社区体育赛事运作效果的基本对策

4.1 丰富社区体育赛事类别，科学安排社区体育赛事项目

从居民层面上看，在对不同人口特征参与社区体育赛事的居民调查中了解到不同人群对购买体育赛事评价有所差异，这就提醒社区体育俱乐部作为社区体育赛事的承办方在赛事项目设置上应该考虑到参与居民的多质性特点，应尽可能多的满足不同年龄、职业、学历和运动爱好参与居民的运动喜好，安排更多形式内容多样且趣味性强的赛事项目。与此同时，在政府层面，可以成立专门的政府购买体育赛事服务小组，使购买行为的专业性和目的性得以充分体现出来。以专家教授为顾问创建政府购买体育赛事服务小组，从而将购买的科学性提升至新高度，弥补传统政府购买中的不足，如监督管理不到位和不理性购买等，对确保政府购买工作奠定了扎实的基础，此外也有助于改善体育赛事服务供给品质，拓宽社区体育赛事类型，满足更多社区居民的运动喜好。

4.2 提升赛事自身价值，吸引更多社会力量参与

4.2.1 加强政策引领，完善配套机制，全面支持社区体育赛事发展

政府部门应该为建设社区体育赛事提供合理化的建议，政府需要将其引领作用在设计顶层中充分发挥出来。

每个政策的实施的前提就是严格化的政策，这也对将来社区体育赛事实现可持续发展发挥着举足轻重的作用。首先，政府部门需要制定严格化的政策，从而严格社区体育赛事概念和实践流程等，对相关体育部门和社区体育俱乐部承担体育赛事的权责和义务进行明确的界定，在环境允许的情况下，各方通过良好合作关系的建立取精去糟，从而实现社区体育赛事的可持续发展。其次，通过颁布的精神性政策，带动更多的社会力量成为社区体育赛事服务供给的一员，合理定位社区体育赛事，对社区体育赛事实现预期目标起到一定的指引作用。此外，政府还需要将自身宏观调控的主导作用得以充分体现出来，当下的体育赛事产业已经逐步实现学科交融发展，离不开社会各方的支持和帮助，而基层工作的社区体育俱乐部无法获得谈判的机会，所以政府机关从政府角度来看，应该具有协调的功能，以宏观角度和市场进行互动，加强各个领域协调发展的灵活性，打造全新的产业圈，促进社区体育赛事的发展。

4.2.2 优化社区体育赛事招标工作，促进社区体育赛事专业化发展

优化社区体育赛事招标方式，促使社会企业之间以良

性的方式进行竞争，社区体育赛事的购买服务需要与方方面面相结合起来，如公开招标和竞争性谈判等，通过单一渠道采购方式选择合适的承担主体，充分调动社区组织和市场主体参与的积极性。以社区体育赛事项目特征为根本立足点，对承接主体资质进行全面审核，不包括健全招标工作在外，在承接主体资质上也需要做到严格把关，考察是否具备提供赛事服务所需的方面是审核的关键对象，如场所、人员和设施等。此外，全面贯彻落实第三方评审机制，吸引更多实力强的社会企业力量参与，将第三方评审机制成功应用于招标环节中，聘请业界知名专家创建第三方评审队伍，在仔细调研竞标书的前提下，现场听取竞标企业承接赛事的相关意见，对竞标者的情况有深入的认识，在现场公布结果，不断提升评审的公平性。

4.2.3 建立监督机制，提升社区体育赛事服务水平

一方面，加强对社区体育赛事组织的服务和引导，在坚持政社分开基本原则的基础之上，实施管办分离，合理化解各方面的问题，如人力、财力和物力等，从而确保体育赛事的顺利开展，建设稳定的人员队伍，配备相应的负责人来管理社区体育俱乐部。

另一方面，建立完善的监督管理机制也是确保社区体育赛事严格化发展的前提和基础。（1）在监管机制的建立和实施之后，应该根据政策制度来考评俱乐部，如聘请独立专业的第三方来单独考核俱乐部、综合片区等，积极培养俱乐部责任观念；（2）通过奖惩机制的建立将考评结果和奖惩应用于俱乐部，对于表现优异的俱乐部人员给予适当的政策和资金上的帮助，引导俱乐部在社区体育赛事服务提供期间的主导作用得以充分体现出来，对表现不好的成员需要加强相应的管理，引导俱乐部朝着更好的方向发展；（3）实施人才培养机制，为俱乐部管理人员和工作人员提供参与培训的机会，解读全新的政策，为深入认识社区体育赛事发展方向提供必要的引导，从而有助于第一时间对接社区赛事的路径进行变更，此外关注对管理人员体育专业能力的改善，对社区俱乐部发展动态进行全面的管控；（4）建立良好的保障机制，在培训阶段做好相关保障工作，以确保俱乐部的顺利发展，在政府机关的引导之下，逐步打造出一个良好的民间组织，确保社区赛事的不断发展，为社区体育赛事提供源动力。通过以上方式，减少社区体育赛事组织管理过程中的消极怠工现象。

4.2.4 拓展资金筹措渠道，增加社区体育赛事举办经费

体育社会组织可以借助于社区体育赛事吸引更多的资

金扶持,创造更多的收入,如在承接赛事活动期间,积极招商,主动获取企业的帮助,如会费收入等,为自己进行社区体育赛事活动奠定扎实的物质基础。社区体育赛事开展资金应该集中在财政支持上,辅之以社会赞助,引导和带动机关和企事业单位等的捐赠,提升赛事自身价值,吸引更多资金投入,更好的发展社区体育赛事。

4.3 贴合社区体育赛事实际需求,合理整合和开发场地设施

在当下体育场地设施供给环境之下,主动与学校和企事业单位建立良好的合作关系,以社区体育赛事运动项目特定为根本立足点,在充分考虑场地特点的基础之上,按照时段、项目和场地保障供给;合理配置资源,以改建的方式整修街道社区原来已经无法使用的健身场地,确保健身场地可以用到实处;积极完善社区当下体育赛事设施,按照批次更新。除了扩大体育赛事场地占地面积之外,还需要将社区居民体育运动场地设施与体育健身苑点建设内容结合起来,在充分分析静安区各方面情况之后,坚持合理性选择统筹设计其他服务社区居民的场地设施建设项目。争取获得更多的场地及设备资源,提供种类更为丰富,居民各年龄层都能参与的社区体育赛事。

4.4 发挥赛事体育指导员作用,吸引更多专业化社区体育赛事人才

4.4.1 输送赛事专业指导,完善社区体育指导员人才培养制度

随着《纲要》和《体育总局关于加强和改进群众体育工作的意见》的颁布和实施,应该严格按照这两份文件,高度关注社会体育指导员在开展群众体育工作中的职能。在赛事推进过程中,政府部门应为广大社区居民输送专业的赛事体育指导员,将相关的赛事运动信息及指导送到居民身边,为社区体育赛事的开展进行更为科学的指导。此外,要有目的地建立良好和谐的志愿者队伍,引进专业社会体育指导员为社区居民提供优质的服务,持续增强其思想道德情操,同时成为社区体育组织的一员。此外,为社会体育指导员提供更多的培训机会。随着新时代的到来,立足于健康需求,为社会输出更多的既拥有运动能力同时具备扎实运动康复理论知识的专业人才,引导社区积极选聘优秀体育专业人才参与社区居民体育运动服务项目,并与其他社区体育俱乐部的人员相互合作和互相配合,指导社区居民科学运动,此外严格考核社会体育指导员教育和培训工作。

4.4.2 吸引专业化社区体育赛事人才,推动社区体育赛事发展

随着政府购买模式的实施,俱乐部在承接社区体育赛事的过程中,亟待处理的一个问题就是专业体育赛事人才的

缺失,社区体育赛事发展直至这个时期,融合了多个学科,如健康、急救、管理和运营等,基于单一体制专业人才的培养仅仅会在某一领域尤其明显,所以,政府机关可以举办相关的培训,尽量为社会输出大量体育复合型人才,致力于社区体育赛事的建设,从市场吸取经验,在实践经验中,培养优秀的人才来促进社区体育赛事的进步。

4.5 改进体育赛事信息宣传方式,提升社区居民参赛热情

对于才步入实体开展的社区体育赛事来说,及时增加民众心中的公信度,增强居民参赛的积极性是俱乐部承接社区体育赛事刻不容缓的工作。

首先,社区开展赛事和社区居民息息相关,体育俱乐部需要大力协助街道做好相关公共体育赛事服务工作,争取实现其全面覆盖,增强在社区居民体育生活中的存在感。因为大多数社区居民对社区体育赛事运动的认识仅仅处于表面,需要强调开展有价值的体育赛事宣传等活动,从而提升社区居民的认可度,邀请各种社会力量参与社区居民沟通,如体育专业大学生和教练员等,为社区居民讲解体育赛事专业知识等,将社区居民体育赛事参与观念提升至新高度。

其次,在社区居民生活圈中宣传赛事,以各种高科技平台让居民享受到社区体育赛事服务,此外在社区中举办相关赛事运动的咨询类活动,帮助居民推广社区体育赛事品牌地位,实现社区体育赛事宣传的全覆盖,将网络优势得以充分体现出来,创建独立体育专栏,线上宣传的同时,辅之以线下传播。此外,例行举办调研活动等,从而对民众赛事需求有实时的掌控。

最后,提升社会公信度,旨在实现居民对于体育赛事的需求,增强社区体育赛事品牌的推广和宣传力度,在此基础上,推广更加优质的公共体育赛事服务产品,如选用与中国民族特色相符合的体育赛事和运动方法,以种类丰富的产品来培养居民良好的体育赛事参赛理念起到积极的引导作用,建立社区独立的且相较于市场和其他社区更加有优势的特色体育赛事服务,以品牌为形象推广社区的赛事,为社会输出大量忠诚于社区赛事的会员,在居民心中培养良好的社区赛事形象,此外可以调动更多希望为社区体育赛事提供服务的居民积极参与到提供社区体育俱乐部赛事中,不仅可以让更多居民更加积极的在体育赛事服务过程中实现角色转换,而且可以在社区居民帮助之下向其他居民推广,增强居民对社区赛事品牌的影响力,从而达到一个既有群众基础、又有多样化服务的社会体育赛事,调动社区力量参与社区体育赛事的积极性,进而推动社区体育赛事的全面发展和进步。

5 结语

政府购买体育赛事服务需要付出长期的努力,这将“体育即民生”的理念得以充分体现出来,政府购买体育赛事服务要健全购买和承接对象准入门槛和要求,以透明化的方式确保购买程序的顺利实施,购买主体需要以群众需求为根本立足点,坚持以人为本的理念,形成互动式服务方式,对购

买需求进行合理界定。同时应完善赛事监督和评估机制,购买主体需要全面管理项目实施过程,全方位监督赛事各个环节,如赛事进度、组织、运营、检测和业绩考核等。对相关部委实现权责清晰,实现基于多元治理主体的体育、公安和交通等方面的协调发展,打造赛事一站式服务保障体系,严格赛事各个流程,确保赛事反馈机制的全面实施。

文/汪嘉琦(上海体育科学研究所(上海市反兴奋剂中心),上海 200030)

作者简介:汪嘉琦,女,安徽宣城人,上海体育科学研究所(上海市反兴奋剂中心)研究实习生,研究方向:体育赛事运作、体育信息情报研究。

参考文献:

- [1] 陈洪. 英国社区体育俱乐部标准化认证研究[J]. 体育科学, 2015, 35(12):28-33.
- [2] 胡科, 虞重干. 政府购买体育服务的个案考察与思考——以长沙市政府购买游泳服务为个案[J]. 武汉体育学院学报, 2012, 46(1):43-51.
- [3] 史小强, 戴健. 北欧大众体育治理透视: 制度环境、核心理念与运行机制——兼论对我国群众体育治理改革的启示[J]. 天津体育学院学报, 2016, 31(3):240-246.
- [4] Pamela Wicker, Svenja Feiler, Christoph Breuer. Organizational performance of nonprofit and for-profit sport organizations[J]. European Sport Management Quarterly, 2015, 15(2):155-175.
- [5] Houlihan B, White A. The Politics of Sports Development: Development of Sports or Development Through Sports[M]. London: Routledge, 2002.