青少年培訓對高爾夫球場經營效益的評估

--以嘉義高爾夫球場為例

林玉瓊　吳鳳技術學院

摘要

研究目的：一、訂定嘉義高爾夫球場高爾夫青少年培訓隊之培訓辦法，並協助高爾夫培訓隊之訓練；二、評量培訓隊實施成果及對球場對經營之影響。研究方法：結合高爾夫專業教練、研究者及經營者訂定一套適合嘉義高爾夫球場高爾夫青少年培訓隊之培訓辦法。於培訓三個月和六個月後，分別對參與青少年培訓隊之隊員進行成績評估。同時，統計成立培訓隊半年間之球場營運狀況。研究結果：**1.**完成一份嘉義高爾夫球場高爾夫青少年培訓隊之培訓辦法並執行之，共招募培訓隊員 **4** 名男性青少年 **(**年齡 **16.75±4.19**；身高 **175.25±5.06** 公分；體重 **63.50±3.70** 公斤**)** 。**2.** 培訓前、培訓三個月及六個月後，**36** 洞比賽成績爲分別爲 **159.0±8.87**、**159.0±8.25**、**152.5±7.00** 桿，並沒有顯著差異。**3.** 培訓隊成立後 **7** 個月 **(94/8-95/2)** 及去年同時段 **(93/8-94/2)** 球場每個月的消費人次分別爲 **1325±225**、**1440±287** 人次，並沒有顯著差異。結論：短期青少年培訓隊的成立，對青少年的高爾夫球成績沒有顯著的幫助，而且對於球場經營並沒有實際的效益。

關鍵詞： 高爾夫、青少年、培訓

壹、研究背景

台灣高爾夫球運動從 1918 年引進台灣至今已經有八十多年的歷史，其中經歷日本軍閥的提倡，美軍的經營，近年由於台灣經濟蓬勃發展，社會繁榮進步，高爾夫運動人口的增加，促使高爾夫球場如雨後春筍般的成立，進而造就台灣高爾夫運動的發展 (翁焜煌，2003) 。雖然台灣的高爾夫球人口在國人經濟能力增加、球場數量增多、電視媒體發展 (播報比賽節目量增加) 等因素之下大量的增加，但是我國高爾夫選手不論業餘或職業在對外比賽的成績上卻每況愈下。

近兩年來亞洲高球選手不斷地在世界高球壇上發光，韓裔名將 Grace Park 及魏成美在美巡賽上嶄露頭角，奪得后冠，台灣的龔怡萍也在美巡賽勇奪單站冠軍；而業餘小將曾雅妮更再國際賽擊敗各國選手封后。亞洲選手在世界球壇的發光，在國人發展高爾夫球運動上無疑是施打了一劑強心針，使高爾夫球運動又激起國人的目

光。

2001 年，宏碁與中華高協首度合作「宏碁青少年發展計畫」，提供業餘選手充分的資源，並且向下紮根，以厚實國內高爾夫發展的重要根基。「宏碁青少年發展計畫」是由宏碁企業與新竹揚昇球場合作發展之計畫，由揚昇球場成立「揚昇青少年培訓學苑」培訓青少年高爾夫選手，宏碁企業則提供這些優秀青少年選手經費奧援，並同時舉辦業餘巡迴賽增加選手們的比賽經驗 (http//:www.hopegolf.com.tw) 。在這個合作的企劃中企業、球場、選手和國家方面皆獲益，是一個非常成功的案子。吳彥磊、邵余玲、王宏宗 (2004) 研究宏碁中華民國公開賽企業贊助效益，現場觀眾對宏碁贊助運動賽事，對宏碁公司和產品形象以及購買意圖呈現正面回應。而揚昇青少年培訓學苑長期培訓之青少年選手如曾雅妮、劉宇峻、黃韜、倪佩儀等選手在業餘高球賽中皆有十分亮眼的表現。此案例對球場、贊助廠商及選手而言是一種三贏的最佳例子。

嘉義高爾夫球鄉村俱樂部成立於民國 1968 年，是一作歷史悠久的老球場。當初成立嘉光高爾夫球場是由一群嘉義 (縣) 市的老醫生，大家集資購買位於神社之東園遊地，將原本種植香蕉園的土地改建成嘉光高爾夫球場，主要用意是希望在看診之餘，有一座鄰近高爾夫球場可從事運動。球場歷經三代不同董事經營，先是由一群老醫生集資創造出嘉光高爾夫球場，隨後由信泰公司接管，直到近幾年，才由遠東機械接管經營 (黃姿英、林玉瓊，2003) ，異名為嘉義高爾夫鄉村俱樂部。目前，董事長為莊國輝先生，總經理由許朝謀先生擔任。

許總經理朝謀用現代化的經營理念，以永續經營嘉義高爾夫鄉村俱樂部為目標，透過建教合作與產學合作關係，使球場的營運能更趨穩健。成立青少年高爾夫培訓隊是目前球場勢在必行之首要業務，藉由培訓隊使球場的營運能更活絡，而嘉義地區之青少年好手亦可在球場的支持下，接受完善的訓練，發揮出自己的最大潛能。

本計畫將結合高爾夫專業人士，針對嘉義高爾夫球場，擬定一套嘉義高爾夫球場青少年高爾夫培訓隊培訓辦法。並觀察紀錄成立後培訓隊所產生之問題及球場經營狀況修正培訓辦法，使其辦法成為一可永續經營之培訓辦法。

本研究主要之目的有三，一、擬定、成立嘉義高爾夫球場青少年高爾夫培訓隊並參與青少年高爾夫培訓隊之訓練；二、了解高爾夫培訓隊成立對高爾夫球場營運狀況的影響；三、了解培訓隊隊員的訓練成果。

貳、研究的重要性

一、提升高爾夫運動水準

馬義傑 (2003) 在許我國高爾夫一個未來一文中提到，要高爾夫在台灣普及化，就必須提供平價的球場。嘉義高爾夫球場已經提供給嘉義縣市的居民一個平價的球

場，現在更要提供這些有潛能的青少年選手一個免費訓練的空間。如此能有效提昇高爾夫運動的水準。

二、使球場的經營更趨穩定

更多人開始打球，需求可帶動打球人口及球場的需求，如此球場的經營才能提昇到穩定且又具經濟效益的狀態 (Ronald, 2002) 。藉由培訓隊的成立來打響嘉義高爾夫球場之聲望，以帶動高爾夫運動人口，如此不斷地正面回饋，可使經營更趨穩定。

三、理論與實際的確實結合

在台灣，運動領域中理論研究者與運動選手的合作關係，並不熱絡。很多選手或教練仍存在許多土法煉鋼的訓練方法，因此在遇到瓶頸時往往無法突破。一連串完美的力學動作是構成完美的高爾夫揮桿動作要素，這些要素可在實驗室中藉由儀器分析出選手動作的問題所在，亦可在球賽中拍攝選手動作，經由軟體分析了解選手擊球狀況。理論與實際的合作不但可使選手找到缺點所在，突破瓶頸，更使研究者多了許多的研究數據，獲得更多的研究結果。使研究的質與量、選手技術皆有正面的提昇。

參、研究方法

一、訪談

訪談嘉義高爾夫球場許朝謀總經理，了解經營者的要求暨期許以及專業人士的建議及看法 。

二、蒐集資料

蒐集各球場培訓隊成立之辦法作為訂定參考。

三、訂定培訓辦法

依據訪談及蒐集所得之資料，訂定培訓草案。經過研究者與高爾夫球場經營者 (許朝謀總經理) 會談，訂定出一份正式培訓辦法。並確實發出簡章報名表，訂定測驗日期開始招收培訓隊員。

四、了解培訓隊成立及訓練前及成立及訓練半年球場的營運狀況

向球場經營者收集月消費人次資料。

五、培訓隊隊員訓練成果評量

以選手篩選測驗之成績 (36 洞的總桿數) 為培訓前成績，培訓三個月後做一次

測驗 (36 洞的總桿數) ，培訓六個月後再實施一次測驗方法同第三個月時。

六、資料處理

以描述統計了解培訓隊成立後半年，球場每個月的營運狀況。並以獨立樣本的變異數分析，分析比較 93 年同時段的消費人次。以相依樣本的變異數分析分析訓練前、訓練三個月後及六個月後的成績。統計考驗水準訂為 $\alpha<.05$。

肆、結果與討論

一、嘉義高爾夫球場青少年高爾夫培訓隊培訓辦法

本研究嘉義高爾夫球場總經理許朝謀先生及嘉義高爾夫球場青少年培訓隊教練林志陽，於 94 年 7 月初共同擬訂完成嘉義高爾夫球場青少年高爾夫培訓隊之培訓辦法。培訓辦法於擬訂後立即實施。於 94 年 7 月底完成隊員招募工作，共招募隊員 4 名。

練習生組訓標準。資格限制為設籍嘉義縣市之青少年，年滿十足歲以上，符合下列條件者，得申請為本球場練習生。大學甲、乙組限嘉義縣市學校大學生。曾參加高協承辦之全國青少年分齡比賽，獲得各組前四名之選手。曾代表嘉義縣市參加全國性比賽（全國運動會、中等學校運動會等）獲得前六名之選手。曾代表國家參加泛太平洋青少年比賽之國家青少年代表隊之選手。達到球場成績考核標準者。

練習生人數之限制：練習生不超過十人(原則各組不超過二人)。練習生定期考核，未達標準者取消練習生資格。

表一、嘉義高爾夫球場練習生檢定考核標準

組別	年齡	二回合(36 洞成績)錄取總桿成績
	10 歲	200
國小組	11 歲	195
	12 歲	190
	13 歲	180
國中組	14 歲	175
	15 歲	170
高中以上	16 至 18 歲	160
大學甲組	19 歲以上	158
大學乙組	19 歲以上	168

二、青少年培訓隊之培訓成果

共 4 名男性青少年參與培訓，基本資料如表二。4 名選手訓練前、訓練三個月後及六個月後成績如表三，在訓練六個月後 36 洞的比賽成績有些許的進步，但在統

計上並沒有顯著差異。培訓隊的成員皆為在學學生，訓練課程在暑假結束後，由於成員上課時間無法完全配合課表，因此無法完全按照訓練計劃實施，這是目前培訓隊所遇到的最大問題。此問題也成為阻礙成績進步的最大問題。

表二、青少年培訓隊成員之基本資料

年齡(歲)	身高(公分)	體重(公斤)
16.75±4.19	175.25±5.06	63.50±3.70

表三、培訓隊訓練前、訓練後三個月及六個月 36 洞比賽成績

培訓前	三個月後	六個月後
159.0±8.87	159.0±8.25	152.5±7.00

三、培訓隊成立對球場營運狀況之影響

培訓隊於 94 年 7 月底，完成招募並正式成立。本研究收集 94 年 8 月至 95 年 2 月共七個月每月的消費總人次，以及上一年度 93 年 8 月至 94 年 2 月的每月消費總人次。研究以獨立樣本的變異數分析來分析培訓隊成立後的七個月與上年度相同月份的消費人數是否有差異，來了解培訓隊的成立是否會提升球場的消費人數。由表四的結果發現在消費人次並沒有顯著差異。

由於高爾夫球場是一室外場地，消費者人次容易受到當年雨天數量及颱風傷害的影響，因此若要能確定培訓隊成立對球場的營運的影響則必須再進一步探討氣候因數，及更長時間的營運資料搜集，做相關的縱向研究方能更有效的評估。

表四、培訓隊成立後七個月與上年相同月份之平均消費人次

時期	平均人次	總人次
93/8 - 94/2	1440±287	10079
94/8 - 95/2	1325±225	9072

雖然在成立培訓隊的 7 個月後營運狀況並沒有顯著增加，但培訓隊帶來的長久的效益是不容忽視的。余宗龍、陳忠誠、詹彩琴、周建智 (2005) 研究發現現場運動消費者對主要贊助廠商有相當高的辨識力。而吳彥磊、邵余玲、王宏宗 (2004) 研究宏碁中華民國公開賽企業贊助效益，現場觀眾對宏碁贊助運動賽事，對宏碁公司和產品形象以及購買意圖呈現正面回應。企業贊助運動對企業形象與消費意圖都有正面回應，同時也使得優秀高爾夫人才能適得其所，提升高爾夫球運動的發展。

除了投入心力在培訓隊的成立外，高爾夫球場要永續經營也須了解消費者的態度與需求。林樹旺、黃宗成、盧龍泉 (2002) 研究高爾夫運動的從事動機，發現鬆弛

身心調劑生活、休閒、紓解工作壓力、培養終身運動習慣爲最主要之參與動機；在體驗程度上，對呼吸新鮮空氣、培養終身運動習慣、對身體協調性的幫助、鬆弛身心調劑生活、桿弟的服務態度等體驗較高。而林錫波 (2004) 的研究也指出，高爾夫球場服務品質的因素有行政場地、員工態度、球友便利、餐飲收費及桿弟服務等五個因素。因此球場經營者，並需針對消費者的態度與需求，來改善球場的現況及經營的模式與態度，隨時傾聽消費者的需求與建言方能永續經營。

陸、結論

短期青少年培訓隊的成立對青少年的高爾夫球成績沒有顯著的幫助，而且對於球場經營並沒有實際的效益。

引用文獻

吳彥磊、邵余玲、王宏宗 (2004) 。宏碁中華民國公開賽--企業贊助效益之個案研究。*大專高爾夫學刊，2*，31-43 。

余宗龍、陳忠誠、詹彩琴、周建智 (2005) 。運動用品廠商贊助體育活動對運動消費者影響之研究：以 2004 Adidas 鬥牛王朝高中校園三對三籃球賽為例。*大專體育學刊，7*(2) ，47-58。

林樹旺、黃宗成、盧龍泉 (2002) 。高爾夫球友參與動機、體驗與滿意度之研究。*大專體育學刊*，4(1)，79-91。

馬義傑 (2003) 。許我國高爾夫一個未來。*大專高爾夫學刊，1*，31-41。

翁焜煌 (2003) 。台灣高爾夫草創時期之研究(1918~1938) 。*大專高爾夫學刊，1*，1-8。

黃姿英、林玉瓊 (2003) 。嘉光高爾夫球場營運規劃與設計。*大專高爾夫學刊，1*，130-140。

Ronaald, F.(2002). Golf in China. *Asian Golf Monthly，2*，46-49.