

商业型体育健身俱乐部从业人员职业认同、 价值取向及道德法律意识现状调查

徐凤琴, 周进国, 黄彦军

(韩山师范学院 体育系, 广东 潮州 521041)

摘 要: 对广东省 6 城市的商业型体育健身俱乐部从业人员的职业认同、价值取向和道德法律意识进行研究, 结果显示: 商业型体育健身俱乐部从业人员的职业认同与性别、年龄、学历和就业年限有关, 职业认同程度总体不高; 在利益观上反映了不同的价值取向, 但都重视健康, 抱着积极的生活态度; 道德、诚信和纳税意识普遍较强, 但维权意识较弱。

关 键 词: 商业型体育健身俱乐部; 职业认同; 价值取向; 道德法律意识

中图分类号: G80-05 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2009)06-0051-03

Career recognition, value orientation as well as ethical and legal awareness of professionals working for commercial type sports fitness clubs

XU Feng-qin, ZHOU Jin-guo, HUANG Yan-jun

(Department of Physical Education, Hanshan Normal University, Chaozhou 521041, China)

Abstract: By using such research methods as literature retrieval and questionnaire survey, the authors studied the career recognition, value orientation as well as ethical and legal awareness of professionals working for commercial type sports fitness clubs in 6 cities in Guangdong province, and revealed the following findings: the career recognition of professionals working for commercial type sports fitness clubs is related to genders, ages, educational backgrounds and employment years, and the degree of their career recognition is not high in general; in terms of interest view they reflected different value orientations, but they all regarded health highly and had a positive life attitude; their ethical, good faith and tax paying awareness is generally strong, but their right protecting awareness is relatively weak.

Key words: commercial type sports fitness club; career recognition; value orientation; ethical and legal awareness

改革开放以来, 经济的快速发展、人们生活水平的提高和体育产业的兴起, 使得商业型体育健身俱乐部正以较大的市场规模和广泛的居民参与, 而成为体育市场中最具活力和发展前景的大众体育消费活动场所。商业型体育健身俱乐部的从业人员, 是改革开放后随着体育产业的兴起与发展而出现的一支健身服务队伍, 是大众体育健身的组织者和指导者, 是推动社会进步和体育产业化发展的重要力量^[1]。商业型体育健身俱乐部从业人员, 是当今我国 10 大阶层中第 7 层的商业服务业员工阶层^[2]。这些从业人员的自身素质如

何, 不但关系到服务水平, 关系到俱乐部营销的成败, 甚至关系到体育健身娱乐产业乃至整个体育产业的发展。为此, 我们对商业型体育健身俱乐部从业人员进行职业认同、价值取向和道德法律意识的调查, 并就调查结果进行分析。

1 调查对象与方法

本次调查首先以广东省汕头市、潮州市、揭阳市、韶关市、湛江市和茂名市现有的商业型体育健身俱乐部为抽样框, 然后采用简单随机抽样方法在抽样框中

收稿日期: 2008-12-20

基金项目: 广东省哲学社会科学“十一五”规划项目(06N02)。

作者简介: 徐凤琴(1965-), 女, 副教授, 研究方向: 大众健身。

分别抽取一定数量的商业型体育健身俱乐部从业人员进行调查,共组成55个商业型体育健身俱乐部和220名从业人员的研究样本。

问卷调查:(1)问卷设计包括26个问题组成的无记名式的封闭式问卷;(2)问卷的效度和信度检验,请广东、福建、江西、湖北、河南副教授以上的专家各2名(共10名)对问卷的内容效度进行了检验,6位专家认为有效,4位专家认为基本有效。采用“再测法”对问卷进行了信度检验。即在潮州市湘桥区随机抽取2个群众性健身团体,并各抽取10名成员(共20名),间隔20d,先后两次对其发放本问卷,计算其相关系数(R 值)为0.87,表明问卷具有较好的稳定性;(3)问卷由课题组成员在分赴以上6城市,对抽取的55个商业型体育健身俱乐部(样本单位)进行实地考察时,现场发放和回收。实际发放问卷220份,回收有效问卷196份,有效回收率为89.1%。

数理统计:用SPSS/PC+统计分析软件借助计算机进行数据处理。

2 调查结果与分析

2.1 商业型体育健身俱乐部从业人员的职业认同

1)从业人员对所从事职业的认可。

调查结果显示,认同自己的职业为“健身服务行业”的占41.8%。认为自己的职业属“民营企业”占3.6%,认为自己是自由职业者占8.1%,还有46.3%的从业人员说不清自己的职业定位而选择“其它”,后三者之和高达58.0%。由此可见,商业型体育健身俱乐部从业人员的职业认同程度整体不高。

“职业认同”,是指一个人对所从事的职业认为有价值、有意义,并能够从中找到乐趣^[3]。职业认同,既指一种过程,也指一种状态。这个“过程”,是指从业人员从自己的经历中逐渐发展、确认自己角色的过程。这种“状态”,是指从业人员对当前自己所从事职业的认可程度。应该说,“职业认同”正在成为商业型体育健身俱乐部从业人员能否实现自我成长和提供良好的体育健身服务的内在动力。

2)从业人员个人情况与职业认同的关系。

职业认同是在长期从事某种职业活动过程中,对该职业活动的性质、内容、社会价值和个人意义等认可的情况下形成的^[3],因此形成职业认同需要一定的时间积累。但从调查结果看,从业人员的职业认同随着年龄的增长而降低,只是在30岁以下的从业人员中有56.5%的认同自己为健身服务行业人员,其他3个年龄段的认同均不足半数。其原因是30岁以下的从业人员学历较高,而大年龄段的从业人员学历相对较低。

从就业年限与职业认同的关系来看,就业年限在2年以下的从业人员选择“健身服务行业”的最多,占64.6%,其次是就业年限在11年以上的,占36%。

24.2%“认为自己为健身服务行业人员”的女性略高于男性(18.0%)。不同学历层面的从业人员的职业认同也有一定的差别,认为自己是健身服务从业人员的,本科以上的48.8%、专科的44.6%、中专以下的25.5%。总体倾向是学历越高,认同自己为健身服务行业人员的比率越高。

3)从业人员对自身职业地位的满意度。

经济收入在一定条件下直接影响人们对所从事职业的社会地位的评价。在196名从业人员中,有192名填写了收入状况并对该答案作出了选择。结果显示,38.7%的从业人员对自己的所从事的职业感到“很不满意”和“不满意”,19.8%的从业人员月收入不到1500元,63%在1500~2500元。可见,商业型体育健身俱乐部从业人员的收入不高,对自身职业社会地位的评价也不高。

2.2 商业型体育健身俱乐部从业人员的价值取向

1)从业人员的利益观。

调查结果显示,当个人利益与俱乐部利益发生冲突时,只有50.1%的人选择“个人发展优先”,40.3%的人选择“个人与健身俱乐部利益两者兼顾”,但也有44.4%的人选择“具体问题具体分析”。

人们对待个人利益与集体利益的态度,可以反映出不同的价值取向。坚持集体利益高于个人利益的原则,在保证集体利益的前提下,促进个人正当利益的满足,体现的是集体主义的价值取向。

2)从业人员对生活的追求和人生态度。

调查结果显示,从业人员在对生活要素的评价中,首选“健康”,占40.3%;其次是“事业”,占29.6%，“婚姻家庭”占28.1%。健康的重要性在于它是事业与婚姻家庭的基础,基础动摇势必会影响到事业与婚姻家庭。调查结果还表明,多数从业人员都持有积极的生活态度。在多项选择中,89.3%的认为“家庭是安身立命之本”;78.6%的赞同“我为人人,人人为我”的观点,58.2%的不赞同“人生如梦,尽情享乐”的观点。

由此可见,商业型体育俱乐部从业人员的价值取向不太一致,但都重视健康,生活态度积极。

2.3 商业型体育健身俱乐部从业人员的道德法律意识

1)从业人员的维权意识。

维权意识在一定程度上可以反映出市场主体的法律素养。当自身权益受到侵害时,56.1%的从业人员选择了“诉诸法律”,选择法律以外途径的占43.9%。

在选择后者的从业人员中,选择“忍耐”的占35.8%,选择“其他方式”解决的占30.5%，“自己想办法”解决的占22.1%，“找相关部门解决”的占11.6%。从整体上说,从业人员的维权意识尚未纳入完全法律的轨道。

2)从业人员的诚信意识及对诚信缺失的态度。

诚实守信,遵守职业道德是一切市场主体自利和利他的基本操守。因此可以说,从业人员职业道德水平的高低,直接影响到俱乐部的发展。调查结果显示,从业人员中有77.6%的认为诚实守信很重要,有12.8%的承认诚实守信的重要性,明大多数从业人员都具备了基本的职业道德操守,有较强的诚信意识。

3)从业人员的纳税意识。

税收是国民经济得以正常运行、社会公共利益得

以实现的物质保障,按章纳税是商业型体育健身俱乐部应尽的义务。84.6%的被调查从业人员认为健身俱乐部按章纳税非常重要或重要,表明从业人员具有较强的纳税意识。

参考文献:

- [1] 秦椿林. 当代中国群众体育管理[M]. 北京: 人民体育出版社, 2006: 252.
- [2] 吕树庭,周洽. 当代中国的社会分层与大众体育[J]. 成都体育学院学报, 2005, 31(2): 17-19.
- [3] 王继楠. 现代社会公民身份的职业认同[J]. 社会观察, 2005(4): 54-55.

[编辑: 李寿荣]

《体育学刊》杂志社与广州瑞恩体育策划有限公司 建立战略合作伙伴关系

一份是体育权威期刊,一个是体育界的策划高手。日前,《体育学刊》杂志社和广州瑞恩体育策划有限公司建立战略合作伙伴关系,这是一次具有深远意义的握手。

《体育学刊》是中国教育部主管的惟一一本体育学术刊物,1994年创刊,国内外公开发行,现由华南理工大学和华南师范大学联合主办。2009年已是《中文社会科学引文索引》(CSSCI)来源期刊、中文体育类核心期刊、中国人文社会科学核心期刊、RCCSE“权威期刊”。

广州瑞恩体育策划有限公司是专业从事体育活动策划推广及体育项目投资管理的综合性企业。公司致

力于社会体育产业的开拓经营,以推广社会体育为主导,构建多元化体育营销服务体系,打造广东最有影响力的体育营销策划专业公司。从策划到营销再到出版,瑞恩体育跨出历史性的一步,发展中的瑞恩体育不断开拓新的市场和探讨新的发展模式。

此次双方的合作不仅是体育业内的深度合作,更是横向拓展的跨界合作。《体育学刊》重视学术品位、追踪学术前沿、反映体育动态、促进文化传播、为全国近百万体育工作者服务;瑞恩体育熟悉体育市场、具有较强的运作能力、拥有良好的商誉。双方表示,将充分发挥各自优势,通过全新的《体育学刊》来服务广大读者,为体育类期刊行业未来发展提供指导。