

# 体育健身行业协会制服务管理方式的研究

廖元金

(福建体育职业技术学院, 福建 福州 350001)

**摘要:**从体育健身行业的服务管理方式发展的现状入手,分析体育健身行业服务管理上存在问题的原因,借鉴国外已有的经验,分析现有体育健身行业的管理标准、健全体育健身行业的管理模式、加强体育健身行业的管理协调和监督;提出以体育高职院校为依托创立体育健身行业的协会,提出了规范和发展体育健身行业服务管理的基本思路 and 对策。

**关键词:**体育健身;行业协会;管理方式;体育职业技能鉴定

中图分类号:G 807.4

文献标识码:A

文章编号:1007-7413(2013)06-0031-04

## Research on Sports Fitness Service Industry Management Mode

LIAO Yuan-jin

(Fujian Sports Vocational Education and Technical Collage, Fuzhou 350001, China)

**Abstract:** This paper reviewed the present situation of sports fitness service industry management development, existing problems and cause analysis of service management sports fitness industry, from the experience of foreign countries, analysis of the existing sports industry management standards, perfect the sports fitness industry management mode, strengthen the sports fitness industry management coordination and supervision; the physical education in higher Vocational Colleges Based on the creation of sports fitness industry association, proposed the basic mentality and the countermeasure of service management and development of sports industry, to provide theoretical and practical basis for its further development.

**Key words:** physical fitness; industry association; management mode; sports occupation skill appraisal

## 1 体育健身行业的基本现状

现阶段的我国健身娱乐市场呈现出多样化的特点,针对于常年性、大众性及经营性等方面特点,其中最直接和集中代表体育健身服务行业服务方式的是各种形式的经营性的健身场所和俱乐部。

目前我们国家体育健身行业还处在低潮阶段,还没有得到政府及有关部门应有的重视,国家对健身行业乃至整个体育产业还没有一个统一的政策体系,缺乏统一的管理和定位,各省的发展规划中对体育产业往往只是一笔带过,忽略了全民健身服务业乃至体育产业的独特性;法制化和规范化管理方面存在滞后现象,缺乏统一的行业管理标准、企业开业标准和人员从业标准;没有完整的统计指标体系,对健身行业发展现状只能做部分概括和局部描述。

而国外的体育健身行业经历了近半个世纪的发展历程,国外的健身俱乐部呈现出了多层次、连锁经

营和规模经济的优势,种类较多以满足不同健身人群的健身需要,同时他拥有青少年俱乐部,商业俱乐部等不同的种类模式。在国外健身俱乐部的经营中,他们鼓励会员对自己的生活方式做出改变,将健身溶入生活以保障自己的健康,提高生活的质量,改善心情。

近年来,国外健身行业进入中国后,在经营过程中逐步认识到必须尊重中国的文化,不断的探索新的赢利模式,同时也认识到西方的模式要想立足于东方必须要符合当地的标准并做出一定的改变,要符合当地的市场和文化的需要才能形成良好的经营管理方式。

## 2 体育健身行业的服务管理方式

### 2.1 体育健身行业服务管理标准

从管理的计划职能来分析,体育健身行业管理的首要任务,是依照国民经济、社会发展和全民健身的总目标,制定体育健身行业市场发展的战略规划。无

论是政府管理经济的行为,还是各类经济组织的活动,都需要政策法规来约束、规范和引导。我国体育健身行业发展前期没有自己的市场和行业标准,没有形成规范的运作制度,更重要的是还没有一套法定的职业准入资质制度(包括企业的资质和从业人员的资质准入)。随着经济的发展和全民健身的提倡,国家体育总局社会体育指导管理中心,相继出台了《中国健美项目管理办法》、《健身指导员技术等级制度》、《中华人民共和国国家标准(健身房等级的划分及评定)》等法规条例。但由于针对经营性的健身俱乐部的经营管理的政策法规还不明确,执行监督也无法保证。各类健身俱乐部针对教练员的准入资质无法统一,形成健身教练员的水平能力良莠不齐,服务质量也随着经营环境的变化不断下降。

在经营性的健身俱乐部的专业监督管理方面缺乏全国性行业自律与管理组织,虽然产生过商业或者地方性的联盟,但是影响力十分有限,俱乐部的经营管理与服务水平还是处在“自由发展、各自为政”的境地,造成行业经营者之间“恶性竞争”和经营者“携款潜逃”等市场乱象。

## 2.2 体育健身行业服务管理模式

从管理的组织职能分析,目前国内的体育健身行业服务管理尚未形成完整体系,缺乏市场秩序和专业化分工;教练员队伍良莠不齐,专业性不强及服务能力欠缺,教练员队伍的人员工作稳定性差;健身练习模式单一,配套内容不完善等一系列问题。经济的快速发展给国内健身俱乐部带来的影响都极需要标准的行业规范和整体的行业组织管理。

国内的各经营性体育俱乐部组织人员管理结构雷同,人员结构主要分为管理团队、教练团队、销售会籍及后勤团队等几个部分,没有更多的体育与医疗健康相结合的专业人才的加入,以及保险业、金融业、心理学方面的相关从业人才的进入,造成体育健身的模式化和可持续性弱等问题,从业人员结构的单一和管理的形式化。随着我国城市化进程的不断加强,社会各阶层所关注的医疗费用高、健康教育与广告宣传真假不易辨识等社会民生问题不断深入,对关注健康与体育健身效益化、多样化的体育健身的要求日渐突出。这对健身俱乐部的健身的形式和管理人员的素质提出更高的要求,对体育健身俱乐部的各种人员结构的管理和多样的体育健身服务都具有潜在的市场。

体育健身俱乐部组织管理的硬件方面,各健身俱乐部的设施器材和项目几乎所有的连锁健身俱乐部

都提供力量器械、有氧健身操、瑜伽、舞蹈和动感单车等 5 个基础服务项目,个性化的服务较少且组织有趣的竞赛方式极少。如球类运动和游泳项目所需场地面积较大;轮滑等极限项目危险性突出等问题,绝大多数健身俱乐部并不将此作为常规项目开设。因此,以开发多种有益身心,符合实际的健身运动项目及传统项目的改良等方案成为目前健身俱乐部的硬件建设的重要方面。

针对健身俱乐部本着以大众健身服务为主的软件环境建设的社会需求,现有的体育健身俱乐部多数没有体质和健康测评、运动处方、运动训练和指导、医务监督、营养及恢复等专业的服务项目,造成重娱乐、轻健康,重数量、轻质量等后果。因而设立特色服务项目是健身俱乐部目前普遍认同的走差异化服务路线的最佳模式。只是特色服务虽然直接有利于俱乐部的收入,但也要求俱乐部不仅具有与之相匹配的硬件设施,还要具备更加完善的服务人员管理体系。

服务管理方面,运用现代信息技术,全面实施信息化管理,通过多种渠道的网络信息系统的管理流程,对于客户资料、运动处方设计、健身休闲方案制定及财务结算均由计算机及网络化的跟踪控制记录,并且所有数据可以在各个部门之间根据权限进行资源共享。同时,加强与顾客的沟通交流方面,为客户提供免费的健康教育讲座,宣传健身、运动、娱乐、医疗、减肥等方面的知识和方法,结合各健身俱乐部的特点和服务进行宣传,积极引导客户进行消费;邀请运动医学、健身训练方面的专家、学者来健身俱乐部为客户、员工讲课,这既是培训,也为客户提供服务,还是一种宣传和推广。健身俱乐部会员可通过健身信息平台交流,反馈各种形式的意见,及时处理顾客的投诉。这体现了服务管理模式具有高效率、低运营成本和规范化的特点。

针对管理的领导职能方面,实行体育健身行业市场行业的行业管理,有利于从不同健身俱乐部的实际出发,营造平等竞争的氛围,促进体育健身行业的改革和管理;有利于按健身俱乐部所经营的项目专业化协作和经济合理的原则,调整优化体育健身行业的结构与消费产品的结构;有利于制定和推行统一的体育健身行业产品标准、体育健身行业技术标准、经营服务标准和物资消耗定额,不断降低成本,实现体育健身行业产品和经营服务的标准化、通用化、系列化,而且提高体育健身行业的经营服务水平和经济效益。

### 2.3 体育健身行业服务协调与监管

从管理的控制职能方面来看,随着社会经济的发展体育健身俱乐部在市场经营过程中会因利益关系产生诸多矛盾,如争取健身资源、竞销健身产品等,仅靠体育健身行业市场自来解决,将会付出较大的代价。这时,就需要体育健身行业管理的服务协调,既有行业内部的协调,也有与其他行业间关系的协调,还有体育健身行业发展与国家体育产业政策的配合与协调,包括垄断与竞争等政策性协调,国内外体育健身行业市场份额、价格竞争、经济规模等方面的经营性协调,健身产品专利和新技术技能的保护与推广等技术性协调,执行国际法规、公约、协定的法律性协调等。服务质量的监管与追求,既是竞争社会企业发展的必备理念,也是体育健身行业以人为本的成熟经营要求。通过体育健身行业协会管理主动超前干预,就可使大部分矛盾在事先得以解决,从而减少了交易成本,促使行业健康有序地发展。

**信息服务:**体育健身行业协会为开展体育健身行业的服务提供信息,定期发布体育健身行业的信息,正确引导健身俱乐部的投资、经营和服务。

**调查研究:**总结、交流和推广健身行业各俱乐部改革发展的好做法、好经验,不断提出带有导向性、战略性、政策性的问题,更好地指导健身俱乐部的工作。

**专家会诊:**针对健身俱乐部内存在的焦点问题或难题,组织体育健身行业界的内行、专家咨询、会诊,具体问题具体分析,切实解决问题。

**科教服务:**根据体育健身行业的需要,搞好新产品、新技术、新技能的开发与推广,加强对健身俱乐部中从业人员的技术和技能的教育与培训,大力推进体育健身行业的科技进步,提高从业人员的素质。

**培育市场:**按照大流通、大市场、公平竞争、畅通

有序的原则,培育和完善我国体育健身行业市场,使健身行业的经营服务与市场的需求相适应,资源配置达到最佳状态。

### 2.4 创设健身行业协会统一服务管理

只有通过创新才能发展,从管理的创新职能方面来看,在促进体育健身俱乐部健康、协调、可持续的发展中,高职体育院校在健身市场和行业中的优势资源和优势地位就凸显出来。

经过对福州市主要的三个种类十几所健身俱乐部的调查,其中各健身俱乐部的私人教练或巡场教练等专业人员多为体育院校的毕业生或实习生,其中又以福建体育职业技术学院的毕业生或实习生居多。体育类高职院校在加深与各健身俱乐部的协作的同时,依托体育行业特有工种职业技能鉴定站,整合学院和社会的各项资源,组建一个体育健身行业协会(暂定为协会),联合多家健身俱乐部;各企、事业单位的健身部门;社区医疗健身服务中心;健身康复站、以及独立的多种健康健身资源为会员单位,统一规范各健身俱乐部和健康康复中心等健康健身组织的行业标准和行业发展方向,使体育健身行业的各会员单位在行业有效的管理下,进行健康有序的优势竞争。

设想创立的体育健身行业协会是非经营的自律性协会(见图1),是一个非赢利性的民间组织,以收取一定的会员费用或是行政拨款、社会公益金捐助等多种方式筹集运营资金;并聘请各高职体育院校和行业内的专家、专业管理人员等多类专业人员组成的协会主要工作人员;依托体育职业技术学院、体育职业技能鉴定站,争取地方行政部门和人力资源和社会保障等相关部门的合作;用一定的时间打造出一个较为完善的体育健身行业协会,健全体育健身行业的发展,形成一种成熟的体育健身行业的体育市场。

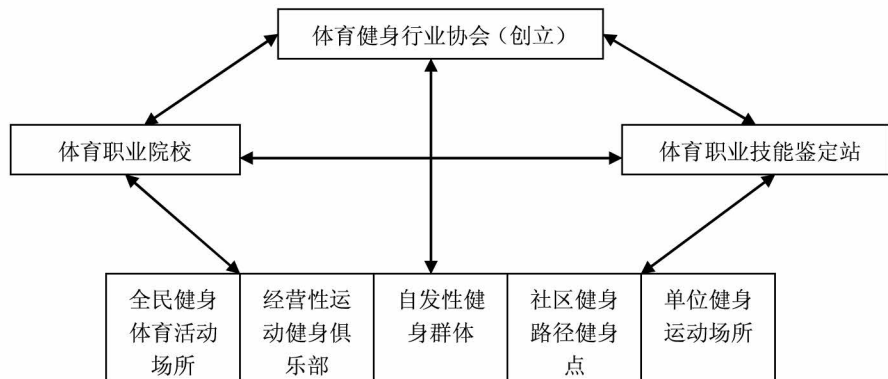


图1 体育健身行业协会(创立)组成示意图

设想体育健身行业协会对会员单位服务管理有以下几点:

1) 以理论科研方向为指导,把健康管理和健身运动有机的结合起来,改善群众的健身方式和健康生活方式,开发多种健康健身行业的经营模式;

2) 为行业协会的会员单位进行专业人员的培训,定期开讲座和培养参加健身的人群养成优良生活习惯等方式,为会员单位提供职业技能鉴定等服务;

3) 为行业会员单位的提供专业人力资源的模式培养和培训,做到想要哪方面的体育专业人才,协会依靠高职体育院校的培养模式就为其培养对口的应用性体育人才;

4) 对行业会员单位经营方式从行业统筹的角度设计和建议,为其提供可靠的行业内最新资讯和数据,以此为依据改善行业会员单位的经营方向,形成良好的发展态势;

5) 对行业会员单位在与地方行政主管协调,帮助会员单位在与政府和社区等部门进行统一管理规范。

6) 对各会员单位的经营规范监督,形成健康的优势竞争的局面。

### 3 结论与建议

根据管理学职能的计划、组织、领导、控制、创新等五个方面分析了现今的体育健身行业的服务管理方式,目前健身行业在我国还没有一个统一的政策体系,缺乏统一的管理和定位;法制化和规范化管理方面存在滞后现象,没有统一的行业管理标准、企业开业标准和人员从业标准;没有完整的统计指标体系,对健身行业发展现状只能做部分概括和局部描述。体育健身行业经营缺乏优良的服务管理模式和统一的服务协调与监管。

本文创新性的提出了设立体育健身行业协会,受用会员制的方式,针对健身俱乐部所需求的政策、法规、关系协调、统一行业规范、科研信息服务等一系列服务模式,标准化、专业化、信息化的统一管理和监督,促进俱乐部的可持续而有序的发展。同时依托高职院校和体育职业技能鉴定站为体育健身行业培养健身行业最重要的专业人才,完善体育职业资格制度。健全体育健身行业的服务管理,加快健身俱乐部的发展建设,逐步将健身行业协会推向市场,以产业化为方向,大力发展健身服务业的经营实体,加大公共体育场地、设施的建设力度,努力满足广大人民群众

众日益增长的健身健体的需求,从而为构建和谐、健康的社会做贡献。

### 参考文献

- [1] 国家体育总局社会体育指导中心. 健身私人教练培训管理工作规定[Z]. 社体字(2004)45号.
- [2] 刘平江. 健身俱乐部管理[M]. 北京:北京体育大学出版社,2008.
- [3] 李小芬. 对商业健身俱乐部体验营销的研究——以青岛健身俱乐部为案例[D]. 北京:北京体育大学,2006.
- [4] 李翔. 北京市健身服务业竞争与垄断现状分析[D]. 北京:北京体育大学,2009.
- [5] 梁小龙,李辉. 关于全民健身服务业的调研报告[J]. 体育科研,2005,26(3):10.
- [6] 刘次琴. 我国行业体育协会现状及发展趋势研究[D]. 长沙:湖南师范大学,硕士学位论文2007.
- [7] 刘平江. 我国连锁商业健身俱乐部经营与管理的研究[D]. 北京:北京体育大学,2010.
- [8] 肖文,曾光. 我国体育服务业的供需结构特征及可持续发展研究[J]. 体育科学,2005,25(4):7-12.
- [9] 卓志伟. 对我国健身俱乐部管理状况及未来管理模式的探讨[J]. 南京体育学院学报,2004,18(2):34-37.
- [10] 王岳州. 我国体育健身娱乐市场的现状与存在的问题[J]. 北京体育大学学报,2004,27(8):1031-1033.
- [11] 阎琰. 健身娱乐服务业服务质量的顾客满意度特征研究[D]. 福州:福建师范大学,2008.
- [12] 汪天夔. 健身俱乐部私人教练职业现状的调查研究[D]. 上海:华东师范大学,2010.
- [13] 司国栋. 青岛市健身俱乐部资本结构及其运营模式研究[D]. 成都:西南交通大学,2008.
- [14] 刘雪勇. 体验经济——健身俱乐部未来的发展模式[J]. 北京体育大学学报,2006,29(8):456-45.
- [15] 徐春华. 北京市商业健身俱乐部营销现状的调查与分析研究——对北京市浩沙健身俱乐部的个案研究[D]. 北京:首都体育学院,2008.
- [16] 樊炳有. 体育公共服务的理论框架及系统结构[J]. 体育学刊,2009,16(6):14-19.
- [17] 陈志辉. 长沙市经营性体育健身场所协会管理调查与分析[J]. 长沙:湖南师范大学,2008.
- [18] 刘兵,杨倩等. 加强我国健身娱乐业服务的理性思考[J]. 上海体育学院学报,2005,29(3):35-38.
- [19] 许晶,王正然. 美国大众体育健身服务业发展研究及其启示[J]. 南京体育学院学报,2010,24(5):73-75.
- [20] 国家体育总局社会体育指导中心. 健身私人教练培训管理工作规定[Z]. 社体字(2004)45号.

[责任编辑 魏 宁]