

# 商业健身俱乐部教练员组织认同度的研究综述

王 喆<sup>1,2</sup>, 刘春红<sup>2</sup>

(1. 东华大学体育部, 上海 201620; 2. 东华大学管理学院, 上海 200051)

**摘 要:**在文献资料法分析商业健身俱乐部国内外发展概况的基础上,对商业健身俱乐部的发展现状与趋势、健身俱乐部的经营与管理模式、健身俱乐部教练员的研究、组织认同理论的研究现状等相关内容进行综述。通过对商业健身俱乐部教练员组织认同度的国内外研究的述评,提出进一步研究方向,以期研究成果促进商业健身俱乐部人力资源的优化,提高健身俱乐部绩效,促进我国商业健身俱乐部的快速发展,满足大众健身需求,使体育产业成为我国经济新的增长点。

**关键词:**商业健身俱乐部;教练员;组织认同

**中图分类号:**G80-05

**文献标识码:**A

**文章编号:**1007-7413(2017)03-0048-08

## A Review of Research on the Organizational Identity of the Coaches of Commercial Fitness Clubs

WANG Zhe<sup>1,2</sup>, LIU Chun-hong<sup>2</sup>

(1. Department of Physical Education, Donghua University, Shanghai 201620, China;

2. School of Business and Management, Donghua University, Shanghai 200051, China)

**Abstract:** By using literature analysis, a review is made on the development of domestic and foreign commercial fitness clubs, their management, coaches research, and organizational identity theories research. Through the review of the domestic and foreign research on the commercial fitness club coaches, further research is proposed in order to promote the optimization of human resources of the clubs, to improve the clubs' performance, to accelerate the development of China's commercial fitness clubs, and to meet the need of public fitness, so as to make the sports industry another new economic growth point in China.

**Key words:** commercial fitness club; coaches; organizational identity

健身教练员作为俱乐部的核心力量,决定着俱乐部的兴衰,但由于工作的独特性,使其流动性较大,必将对俱乐部绩效产生较大的影响。商业健身俱乐部组织为了改善组织绩效,提高教练员对组织的认同度和归属感是其主要途径,因此如何度量教练员的组织认同度,怎样提高教练员的组织认同度,教练员组织认同如何影响商业健身俱乐部组织绩效,成为当前商业健身俱乐部着实需要解决的重点难题<sup>[1]</sup>。基于此,本文对商业健身俱乐部教练员组织认同度的国内外研究成果进行总结,这对促进商业健身俱乐部发展具有重要的参考价值。

## 1 商业健身俱乐部发展概况

### 1.1 国外发展概况

国外健身俱乐部经历了近半个世纪的发展,出现

了连锁经营,呈现出了规模经济的优势。层次分明的体育健身俱乐部满足了不同健身人群的健身需要,如美国的国家青少年健身俱乐部、成人24小时健身俱乐部等不同模式的商业健身俱乐部。随着健身行业在欧美发达国家的长期发展,健身的目的已经不仅是追求时尚,更为重要的是获得身心健康,健身已经成为欧美人生活得必需品,是生活品质的一种体现。现在美国,每8人中就有一人健身,如果以3亿人口计算,那么美国就有3750多万人在健身。据美国国家统计局信息统计,截止到2012年1月份,美国拥有30500家健身中心,而2005年,这个数字还是26830,可见这些年数量上的逐步增加;2011年,美国有231500名私人教练,相比2001年,有了近44%的增长,2012年美国健身行业总收入达到了218亿美元,相比2010年的203亿美元,有了明显的增长。

收稿日期:2016-11-02

基金项目:中央高校自由探索项目(15D111104);中央高校人文社科基地项目(15D111111)

第一作者简介:王喆(1981—),男,山东平原人,讲师,在读博士。研究方向:体育管理。

据预测,到2020年,私人教练的人数会上涨31.7%;

欧美国家的体育健身产业发展得已经比较成熟,无论从俱乐部的管理经营还是长远的品牌建设,欧美国家的健身俱乐部已经形成了一整套完整的测评管理系统。随着国外市场的日趋饱和,以相对成熟的健身产业经营为基础,国外健身俱乐部开始将矛头指向中国市场。

## 1.2 国内发展概况

虽然我国的健身产业也已经有了十几年的发展,但是因受制于经济基础和消费观念,人们对于健身的消费文化还没有建立起来。2014年10月21日,国务院印发了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,部署积极扩大体育产品和服务供给,推动体育产业成为经济转型升级的重要力量,促进群众体育与竞技体育全面发展,加快体育强国建设,不断满足人民群众日益增长的体育需求。在此政策推动下,商业健身俱乐部作为体育产业的重要组成部分迎来了新的发展契机。据统计,2004年中国有1434家商业健身房,年收入约5.82亿美元;2012年,这两个数字分别增至5749家和36.9亿美元,预测显示2018年中国的健身产业将价值68.3亿美元,教练员人数将接近25万,未来20年内,中国将拥有世界上最大的健身市场。

在美国3亿人已经拥有大约3万多家的健身俱乐部,而中国14亿的人口,却只拥有5千多家的健身俱乐部,如此大的市场潜力使得国外健身俱乐部资本开始进军中国市场,例如美国最大规模的连锁健身俱乐部倍力健身、金吉姆、宝力豪、24小时健身以及英国最著名的健身品牌快乐菲力斯第一健身俱乐部等。目前我国商业健身俱乐部的市场渗透率还很低,增长的空间很大。我国商业健身俱乐部既需要借鉴国外相对成熟的俱乐部管理经验和经营理念,还需要结合中国情景的文化特点,建立符合中国情景的健身俱乐部经营管理评测,增强对教练员的认同度,不断完善和提高我国商业健身俱乐部的经营管理水平。比如在管理方面,美国的健身俱乐部很重视教练员的培养,为他们提供培训和不同的实践机会,提高他们的素质,同时通过员工福利和激励机制,提高他们对俱乐部的认同度和忠诚度,留住优秀的员工,这些都值得我们借鉴。

## 2 商业健身俱乐部的研究进展

健身俱乐部组织形式多样,当今学术界对健身俱

乐部的分类不一。根据对现有文献的总结,本研究认为健身俱乐部按任务划分大体上可分为业余、职业和商业三大类。商业健身俱乐部是指以营利为主要目的,在体育市场上依托经营者向大众提供健身、休闲、娱乐服务的体育俱乐部。目前对于商业健身俱乐部的研究内容很丰富,研究的角度也较广泛,主要集中在以下三个方面:

### 2.1 商业健身俱乐部发展现状和趋势研究

自20世纪60年代以来,在欧美西方国家健身运动已作为一种产业,商业健身俱乐部应运而生,但学术界关于它的研究起步较晚,研究多是关于青少年、残疾人或者非盈利健身俱乐部的发展现状,如Thiel & Mayer J<sup>[2]</sup>、Vos. et. al<sup>[3]</sup>、Vandermeersch. et. al<sup>[4]</sup>和Geidne. et. al<sup>[5]</sup>。关于商业健身俱乐部发展现状及趋势的研究多以研究报告的形式出现,如DellaVigna & Malmendier(2001,2004),期刊类研究较少。

我国商业性健身俱乐部自20世纪80年代开始出现在大中型城市。理论界关于它的研究主要集中在对全国各地商业健身俱乐部发展现状及趋势的研究,如陈裴裴、姜山等、孙玲玲<sup>[6]</sup>、梅骏伦<sup>[7]</sup>分别对江苏省、沈阳市、成都市和黄石市的商业健身俱乐部的现状和发展趋势展开研究。还有少量研究是对全国商业健身俱乐部发展现状进行整体概述。刁在箴等对我国来自22个省、市、自治区的528家健身俱乐部进行了调查研究,分析并总结出了我国健身俱乐部在发展过程中普遍存在的经营管理问题,同时提出了我国健身俱乐部今后发展的对策。陈岳东<sup>[8]</sup>对社会转型期我国商业健身俱乐部的发展现状及存在问题进行分析,并针对问题找出相应的发展对策。

### 2.2 商业健身俱乐部经营与管理模式研究

国外虽然健身行业开展较早,但是相关的理论研究并不多见。关于健身俱乐部经营与管理模式的研究主要集中在俱乐部服务质量、俱乐部市场营销、品牌建设等内容。De Knop. et. al和Lam. et. al<sup>[9]</sup>通过构建服务质量指标体系对健身俱乐部的服务质量进行了探讨;Skok. et. al、Eime. et. al<sup>[10]</sup>、Mueller<sup>[11]</sup>以及Casey. et. al<sup>[12]</sup>分别对健身俱乐部信息系统的构建、提高参与度的健康环境策略以及体育组织促进健康的组织性准备和能力建设战略展开讨论;Bodet & Meurgey & Lacassagne<sup>[13]</sup>提出了一个健身俱乐部品牌社会表征的战略观点。

国内学者李小芬<sup>[14]</sup>对我国商业健身俱乐部的发展特征进行分析;陈华东等<sup>[15]</sup>对我国10家大型经营

性体育健身俱乐部经营现状进行调查研究,并分析经营中存在问题,提出经营对策;周俊辉等<sup>[16]</sup>对商业健身俱乐部虚拟经营竞争力进行相关理论与模型构建,结果表明一般经营能力与虚拟合作能力共同构建了商业健身俱乐部虚拟经营竞争力体系。除了以上研究,还有研究涉及商业健身俱乐部停业、消费群体状况、顾客满意度以及品牌发展等具体经营管理中出现的问题的研究。钟薇等<sup>[17]</sup>、尤洋等<sup>[18]</sup>理论论述了国内外健身俱乐部破产或停业的基本原因,并提出了相应的对策和建议。梁小莉<sup>[19]</sup>对商业健身俱乐部消费者研究现状进行了简要概述,提出了消费社会学视角下商业健身俱乐部消费者研究的主要议题。曹秀玲等<sup>[20]</sup>对我国健身俱乐部消费群体现状及影响因素进行了调研;李小芬等<sup>[21]</sup>建立了商业健身俱乐部顾客体验满意度评价指标体系,并对青鸟商业健身俱乐部的顾客满意度指标进行了比较细致的调查研究;许彩明等<sup>[22]</sup>在中国服务行业顾客满意度指数模型的基础上对江苏省健身俱乐部顾客满意度进行了研究。马春林<sup>[23]</sup>研究了我国中部城市体育健身俱乐部品牌发展现状与影响因素,有针对性地实施品牌促进策略;梁小莉<sup>[24]</sup>提出了我国商业健身俱乐部品牌化发展研究的几点思考。

### 2.3 对商业健身俱乐部教练员的研究

国外关于竞技体育教练员的研究较多,McNamee 讨论了体育教练员的职业操守。Lavallee<sup>[25]</sup>研究了体育教练员的职业意识、职业生涯规划以及职业转型。Bartholomew. et. al<sup>[26]</sup>根据自我决定理论探讨了体育教练员的激励机制。Fletcher & Scott<sup>[27]</sup>对体育教练员心理压力的概念、以往研究以及实践进行了综述。关于商业健身俱乐部教练员的研究还较少,Kokko. et. al<sup>[28]</sup>从教练员的视角对芬兰青少年健身俱乐部的健康促进展开研究。

教练员是一个独特的职业,这有别于其他的一般职业。Dixon and Bruening(2007)描述教练作为一个多方面的,特别是商业健身俱乐部的教练,服务包括正常八小时工作时间,更重要的是非八小时工作时间,他们工作量集中在在下午 17 点至晚上 21 点以及周末全天,这样一个环境只有那些愿意一天工作超过 12 个小时,每周 6 天,一年 50 个星期的人才可以胜任。在一般工商业领域内,很少有一线员工在这样一个条件下工作。无可厚非,绩效的压力、无规律的日程、追求卓越和工作的稳定创造了独特的教练员职业。这样一个工作环境使得教

员更容易产生工作厌倦,这就更需要组织促进教练员的组织认同感,将组织绩效内化到教练员绩效,使教练员愿意为组织的绩效付出。

我国学者们对教练员的研究主要集中在竞技体育教练员基本素养和教育、领导力和影响力等方面,如熊焰等<sup>[29]</sup>、苏龙<sup>[30]</sup>、程宏宇等<sup>[31]</sup>。关于商业健身俱乐部教练员的研究以地区性研究居多,主要从俱乐部管理教练员的角度的角度进行分析。倪双琴<sup>[1]</sup>基于心理契约的视角探讨商业健身俱乐部的员工管理,提出了基于心理契约视角的商业健身俱乐部员工管理策略,以期对实际工作有所启发;朱晓琴等分析我国商业健身俱乐部对教练员管理存在的问题,并在此基础上提出改进措施,以供商业健身俱乐部在人员管理方面提供参考;简妮娜、杜娟和董嘉嘉分别对广州市太原市和武汉市部分商业健身俱乐部健身教练员的基本现状进行了调查与研究,为健身俱乐部的发展、健身教练的管理、培训以及体育院校学生的培养、就业提供一定参考;高寒和周静<sup>[32]</sup>对我国体育健身俱乐部教练员的工作绩效模型进行了构建与验证性因素分析,虽然该研究从教练员的角度考虑了其工作绩效,但是忽略了教练员的组织认同对工作绩效的影响。

另外由于首因效应,消费者更倾向于一直跟随同一位教练进行健身活动,如果中途教练离职或跳槽,消费者很大程度上就会放弃学习该技能或跟随教练员转至其他俱乐部,所以俱乐部能否留住优秀教练员是俱乐部发展的核心问题。

虽然教练员是俱乐部发展的核心力量,但是目前关于俱乐部教练员的研究较少,研究主要集中于竞技运动的教练员,仅有的关于商业健身俱乐部教练员的研究主要从俱乐部如何制定提成绩效来激励教练员提高工作绩效,忽略了教练员的心理因素如对组织的认同度等对俱乐部绩效的影响。

## 3 组织认同理论的研究进展

认同是一种特定的情感联系,它使行动者不仅通过改变外部世界,也通过改变自身以获得满足,认同理论大致分为两类:个人认同和社会认同。组织认同是 20 世纪 50 年代在社会认同理论的基础上发展起来的。组织认同的概念最早由 March & Simon 于 1958 年在组织理论研究框架中明确提出,近年来国内外学者从不同的研究角度对组织认同做出界定,在学术界对组织认同的定义尚未形成共识。这些不同



的定义有些注重组织认同的认知特性,有些则是强调性与情感特性结合起来进行研究(表 1)。组织认同的情感特性,最新研究将组织认同的认知特

表 1 国内外学者对组织认同的定义<sup>[33-34]</sup>

作 者	组织认同定义
March & Simon(1958)	组织认同的过程就是个人用组织的目标(服务目标或组织存续目标)代替个人目标,作为制定组织决策时所采用的价值指数的过程。
Patchen(1970)	1)与组织团结的感觉;2)支持组织的态度与行为;3)与组织其他成员共享特征的感知。
Cheney(1983)	组织认同是个人将自己与社会场景中的元素加以整合的过程。
O'Reilly & Chatman(1986)	基于与认同目标保持情感满意的自我定义关系的吸引和期望。
Mael & Ashforth(1989)	组织认同是社会认同的特殊形式,是个人组织认同一性知觉和从属性,并把组织的荣辱成败看作是自己的荣辱成败。
Steel(1997)	个体认同某一实体是将其作为自我定义的一部分,以达到提升自我的评价的目的,只有当成员将自我定义至少部分与组织表征相连时,成员才能对组织产生认同感。
徐玮伶和郑伯壘(2002)	组织认同是个体定义自我的一种过程与结果。
Van Dick. et. al(2004)	组织认同包含四个组成部分:情感成分、认知成分、评价成分、行为成分。
王彦斌(2004)	组织认同是指组织成员在心理与行为方面与所加入的组织具有一致性,既包括内隐性的心理也包括外显性的行为。
Riketta(2005) <sup>[35]</sup>	个体把自己和组织视为一体的自我认定(社会学角度),它是个体认知并内化组织价值观的结果(认知角度),表现为个体对于组织在归属感、自豪感和忠诚度等方面流露出的情感归依(情感角度)。
高建奕(2007)	组织认同研究的是特定组织的成员与组织具有一致性倾向的现象。
董彦和王益宝(2008) <sup>[36]</sup>	组织认同是个体与组织之间表现出的心理及行为上的一致,个体对组织不仅有契约感和责任感(理性成分),同样也有归属感和依附感(情感成分)。
秦志华等(2010) <sup>[37]</sup>	组织认同是社会认同的特殊形式,是个体与组织一致或归属于组织的感知。
陈浩(2012) <sup>[38]</sup>	组织认同是员工对组织的一种归属的情感与组织成员身份的自我认知。
曲庆等(2013) <sup>[39]</sup>	个人与组织的一致性。
李燕萍和徐嘉(2014) <sup>[40]</sup>	组织认同是员工源于自己作为组织成员的一种自我构念,并会产生向组织看齐的价值观和情感联系。
袁庆宏等(2014) <sup>[41]</sup>	个体根据某一特定的组织成员身份对自我进行定义的一种状态,或是一种归属于群体的知觉。

虽然上述研究的定义不同,但是我们可以看出这些定义均反映了组织认同的两大特征:1)组织认同反映的是一种组织与自身概念的关系;2)组织认同是以自我为中心,按照自我标准对其自我身份的确认与寻求,组织认同是从组织那里折射出来的自我<sup>[42]</sup>。目前国内外学者对组织认同的研究主要集中在组织认同的结构维度与测量、组织认同的影响因素即

前因变量以及组织认同的结果变量三个方面,下面分别进行综述。

3.1 组织认同的结构维度与测量

关于组织认同的维度结构,以三维、四维的研究居多,近年来随着组织的不断发展,组织类型差异日益加大,传统的维度已经不太适应组织的发展,出现了关于多维度的组织认同研究。相关研究见表 2。

表 2 组织认同的结构维度总结

维度结构	维度内容	作者
单一维度	情感维度	Mael & Ashforth(1989,1992)、张淑芬(2010) <sup>[43]</sup>
二维度	认知维度、情感维度	Karasawa(1991)、Smidts. et. al(2001)、刘剑锋和何立(2008)
三维度	认知维度、情感维度、行为维度	Cheney(1983)、Miller(2000)、王彦斌(2004)、李保东等(2008) <sup>[44]</sup>
四维度	认知维度、情感维度、行为维度、评价维度	Lee(1969,1971)、Dick & Wagner(2001,2004)、郭静静(2007)、奚菁和惠青山(2010) <sup>[45]</sup>
多维度	—	孙懋敏和姜铠丰(2009) <sup>[46]</sup>

目前对于组织认同的测量方法研究成果很多,被学者们引用最多的是 Mael & Ashforth 的组织认同量表和 Cheney 的组织认同问卷,但对其科学性学术界仍存在争议。另外,Smidts 近几年在社会认同理论基础上对组织认同的测量进行了研究,开发出新的组织认同测量量表,Dick 等人在组织认同的维度基础上,构建出复合组织认同维度的组织认同测量量表。相关内容见表 3。

表 3 组织认同的测量方法总结

测量方法	维度	方法内容
Mael & Ashforth 量表	一维	因子与信度分析方法,量表包含 6 个指标,信度系数达到 0.81
Smidts 量表	二维	因子与信度分析方法,信度系数达到 0.84
Cheney 量表	三维	因子与信度分析方法,量表包含 25 个指标,信度系数达到 0.95
Dick 量表	四维	采用指令表格子技术标准开发了一种经济工具 出于对结构效度的考虑,根据因子和信度分析,选取 30 个指标来测量组织认同

可见,开发科学的量表,实现对组织认同度的精确测量已成为当务之急。特别是针对我国具体的组织,开发适用于该组织的量表,虽不具有普适性,但这种采用扎根理论的研究方法,从企业中来回到企业中去,才能揭示组织认同的内在机理,进而对企业的实践发挥指导作用。张淑芬<sup>[43]</sup>(2010)对体育教练员组织认同量表进行了开发,但对商业健身俱乐部教练员组织认同量表的开发尚缺乏研究。

3.2 组织认同的前因变量

根据表 4 分析我们可以看出,组织认同的前因变量主要包括个体、组织和环境因素,组织因素主要体现在管理制度、同事关系、组织形象和组织文化特性。上述分析可看出对组织认同的研究集中在前因变量上,且前因变量比较宽泛,不同情景的组织认同影响因素差异较大,因而在今后组织认同的研究中通过具体组织情景下影响因素的研究进行聚焦将会对理论和实践具有指导意义。

3.3 组织认同的结果变量

目前对于组织认同的结果变量的相关研究研究主要集中于几个方面:员工工作满意度、组织公民行为、同事的合作意向、组织承诺、员工离职意向的预测以及员工的工作绩效等方面。具体研究总结见表 5。

由表 5 可知,学者们对组织认同的结果变量进行了理论与实证方面的分析与探讨。组织认同的结果变量相关研究主要集中在员工的组织公民行为、工作满意度、同事合作意向、员工离职意向和员工工作绩效,在相关研究中,组织认同和组织承诺究竟是并列关系还是因果关系目前还未有成果,有待于进一步的研究,另外组织认同与其结果变量之间是否存在中介变量和调节变量,如果能够对这些方面进一步研究将会进一步丰富组织认同理论。此外,组织认同对工作绩效影响的研究对象主要是企业员工,针对体育教练员,尤其是商业健身俱乐部教练员鲜有研究。

表 4 组织认同影响因素(前因变量)总结

类别		关键影响因素	作者
个体因素	工作年限		Mael & Ashforth(1992)、Bhattacharya. et. al(1995)、Bartel(2001)、Bamber & Iyer(2002)、李玲(2010)、郑晓霞(2011)
	身份		林家五(2003)、杨杰和刘玲(2010)
	性别、年龄、教育背景等		李总演(2001)、李玲(2010)、蓝玉巧(2010)
	经济利益、个体能力		王彦斌(2004)、李保东和王彦斌(2009)
组织因素	组织公平		Lind(1988,1992)、Tyler& Smith(1996)、Lipponen(2004)、De Backe. et. al(2011) <sup>[47]</sup> 、彭玉树等(2004)、秦志华等(2010)、李玲(2010)
	科学管理	领导人魅力	Epitropaki(2005) <sup>[48]</sup> 、Van Dick(2007)、王彦斌(2004)、唐春勇和潘妍(2010) <sup>[49]</sup>
		工作自主性、工作效能、职业认同等	Bamber & Iyer(2002)、张宁俊等(2013) <sup>[50]</sup> 、袁庆宏等(2014) <sup>[41]</sup>
	成员关系	组织沟通氛围	Smidts. et. al(2001)、张四龙和李明生(2013) <sup>[51]</sup>
	组织形象	组织支持、同事关系	Benkhoff(1997)、Morgan(2004)、沈伊默等(2007)、吴隆增等(2010) <sup>[52]</sup>
	文化特性	组织声誉	Mael & Ashforth(1992)、Fuller & Hester(2006)
		员工感知道德	Schrodt(2002)
		企业文化	刘剑峰(2008)、李保东(2013) <sup>[53]</sup>
		组织差异性和组织间竞争	Mael & Ashforth(1992)
	环境因素	社会经济制度和组织生存的竞争性环境	王彦斌(2004)

表 5 组织认同结果变量总结

结果变量	作者
员工的工作满意度	Cheney(1983)、Wan – Huggins. et. al(1998)、Dick. et. al(2004)、Guglielmi. et. al(2014) <sup>[54]</sup> 、李淑敏等(2010)、刘苗苗等(2012)
组织公民行为	Brewer(1979)、O'Reilly & Chatman(1986)、Dutton. et. al(1994)、Bamber & Iyer(1996)、Bergami & Bagozzi(2001)、Dukerich. et. al(2002)、徐碧祥(2006)、唐春勇和潘妍(2010) <sup>[49]</sup> 、吴隆增等(2010) <sup>[52]</sup> 、张四龙和李明生(2013) <sup>[51]</sup>
组织承诺	Bergami & Bagozzi(2001)、奚菁(2009) <sup>[55]</sup> 、高日光(2011)、苗莉等(2012)
合作意图	Dukerich. et. al(2002)、Polzer(2004)、许科和赵来军(2012) <sup>[56]</sup>
离职意图	O'Reilly & Chatman(1986)、Van Dick(2001)、熊明良等(2008)、袁庆宏等(2014) <sup>[41]</sup>
工作绩效	Becker & Gerhart(1996)、Carmeli. et. al(2007) <sup>[57]</sup> 、刘剑锋等(2008)、李锐(2010) <sup>[58]</sup> 、王帮俊和杨东涛(2014) <sup>[59]</sup>

4 结论

综上所述,国内外学者对商业健身俱乐部、组织认同从多方面、多角度展开研究,取得了很多研究成

果,国外已经有部分学者对教练员职业的特殊性进行了研究。但也可以看到,目前关于商业健身俱乐部教练员组织认同度的研究存在一定的局限性,体现在以下几个方面:  
1)关于组织认同理论已有大量文献进行探讨,

但组织认同研究大多在西方文化背景下进行,其在中国国情下的适用性受到质疑,虽然我国学者也越来越多地关注组织认同,但其研究大多延续了西方做法,特别是对组织认同量表的开发,要结合中国企业的实际开展研究,以便更好地为企业管理服务。在商业健身俱乐部背景下开发其教练员组织认同量表,可以提高教练员的忠诚度,更好地为商业健身俱乐部服务,这将是体育人力资源管理领域未来研究的一个方向。

2) 虽然已有研究中普遍考虑到组织认同的影响因素,如个体、组织和环境因素,但与具体商业健身俱乐部组织相关的因素,如工作条件、个人地位、个人压力等还缺少考虑,还有很大的研究空间。特别是教练员职业的独特性,他们不同于一般企业员工,繁重的工作量、无规律的工作日程更需要较高的组织认同度来保证教练员的工作积极性。

3) 回顾文献表明,鉴于商业健身俱乐部组织运作的复杂性,目前关于商业健身俱乐部教练员组织认同的研究还有很大的空间,需要从理论方法和实践应用上对其进行更系统深入的研究,以使这种蓬勃发展的体育产业得以可持续性地发展。

## 参考文献

- [1] 倪双琴. 商业健身俱乐部员工管理[J]. 经济研究导刊, 2009(16):109-110.
- [2] THIEL A, MAYER J. Characteristics of voluntary sports clubs management: A sociological perspective[J]. *European Sport Management Quarterly*, 2009, 9(1): 81-98.
- [3] VOS S, BREESCH D, KÉSENNE S, et al. The value of human resources in non-public sports providers: the importance of volunteers in non-profit sports clubs versus professionals in for-profit fitness and health clubs[J]. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 2012, 11(1): 3-25.
- [4] GEIDNE S, QUENNERSTEDT M, ERIKSSON C. The youth sports club as a health-promoting setting: An integrative review of research[J]. *Scandinavian journal of public health*, 2013, 14(3): 48-49.
- [5] VANDERMEERSCHEN H, VOS S, SCHEERDER J. Towards level playing fields? A time trend analysis of young people's participation in club-organized sports[J]. *International Review for the Sociology of Sport*, 2014, 10(1): 26-29.
- [6] 孙玲玲. 成都市商业健身俱乐部发展现状与对策研究[J]. 改革与战略, 2012, 28(2): 156-158.
- [7] 梅骏伦. 资源型城市健康产业发展现状与对策研究——以黄石市商业健身俱乐部为例[J]. 统计与管理, 2014(12): 18-19.

- [8] 陈岳东. 社会转型期我国商业健身俱乐部发展的理性思考[J]. 成都体育学院学报, 2009, 35(2): 23-26.
- [9] LAM E T C, ZHANG J J, JENSEN B E. Service Quality Assessment Scale(SQAS): An instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs[J]. *Measurement in physical education and exercise science*, 2005, 9(2): 79-111.
- [10] EIME R M, PAYNE W R, HARVEY J T. Making sporting clubs healthy and welcoming environments: a strategy to increase participation[J]. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 2008, 11(2): 146-154.
- [11] MUELLER M. A Socio-Economic Analysis of Attendance Behavior in Commercial Fitness Clubs[J]. 2012.
- [12] [ CASEY M M, PAYNE W R, EIME R M. Organizational readiness and capacity building strategies of sporting organizations to promote health[J]. *Sport Management Review*, 2012, 15(1): 109-124.
- [13] BODET G, MEURGEY B, LACASSAGNE M F. Brand social representations: Strategic perspectives for a fitness club[J]. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 2009, 5(4): 369-383.
- [14] 李小芬. 我国商业健身俱乐部的发展特征与经营模式[J]. 上海体育学院学报, 2006, 30(3): 26-31.
- [15] 陈华东, 钞飞侠, 陈华君, 等. 我国大型健身俱乐部经营现状调查研究[J]. 北京体育大学学报, 2010(10): 36-39.
- [16] 周俊辉, 周勇. 呈现与建构: 商业健身俱乐部虚拟经营竞争力模型的理论研究[J]. 天津体育学院学报, 2013, 28(6): 539-542.
- [17] 钟薇, 雷波, 韩亚辉, 等. 我国商业健身俱乐部的社会责任问题研究——由青鸟等健身俱乐部闭店事件引起的思考[J]. 北京体育大学学报, 2012, 35(6): 19-22.
- [18] 尤洋, 于江洋. 从健身俱乐部停业引发的对中国健身市场的思考[J]. 广州体育学院学报, 2013, 33(3): 17-22.
- [19] 梁小莉. 消费社会学——商业健身俱乐部消费者研究的新视角[J]. 广州体育学院学报, 2013, 32(6): 24-27.
- [20] 曹秀玲, 赵海燕, 冯晓玲, 等. 我国健身俱乐部消费群体现状调查及影响因素分析[J]. 广州体育学院学报, 2014, 34(4): 20-24.
- [21] 李小芬, 钟秉枢. 基于顾客体验价值的商业健身俱乐部顾客满意度评价研究——以青鸟商业健身俱乐部为案例[J]. 北京体育大学学报, 2008, 31(9): 1158-1161.
- [22] 许彩明, 汤雪桃. 江苏省健身俱乐部顾客满意度影响因素的研究[J]. 体育与科学, 2014, 35(2): 78-82.
- [23] 马春林. 我国中部城市体育健身俱乐部品牌发展的影响因素与对策研究[J]. 体育科学, 2011, 31(2): 36-41.
- [24] 梁小莉. 商业健身俱乐部品牌化发展研究的思考[J]. 沈阳体育学院学报, 2013(3): 46-48.
- [25] LAVALLEE D. Career awareness, career planning, and ca-



- reer transition needs among sports coaches[J]. *Journal of Career Development*, 2006, 33(1): 66-79.
- [26] BARTHOLOMEW K J, NTOUMANIS N. A review of controlling motivational strategies from a self-determination theory perspective: Implications for sports coaches[J]. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 2009, 2(2): 215-233.
- [27] FLETCHER D, SCOTT M. Psychological stress in sports coaches: A review of concepts, research, and practice[J]. *Journal of Sports Sciences*, 2010, 28(2): 127-137.
- [28] KOKKO S, KANNAS L, VILLBERG J. Health promotion profile of youth sports clubs in Finland: club officials' and coaches' perceptions[J]. *Health promotion international*, 2009, 24(1): 26-35.
- [29] 熊焰, 王平, 张宝峰, 等. 我国教练员研究进展与热点评述[J]. *北京体育大学学报*, 2013(2): 139-144.
- [30] 苏龙. 情绪劳动、情绪调节与教练员职业倦怠的关系研究[J]. *天津体育学院学报*, 2013, 27(5): 456-460.
- [31] 程宏宇, 王进, 胡桂英. 教练员领导行为与运动员竞赛焦虑: 运动自信的中介效应和认知风格的调节效应[J]. *体育科学*, 2013, 33(12): 29-38.
- [32] 高寒, 周静. 我国体育健身俱乐部教练员工作绩效模型的构建与验证分析[J]. *山东体育科技*, 2014, 36(4): 30-33.
- [33] 韩雪松, 江云, 袁冰. 组织认同研究述评及展望[J]. *商业研究*, 2007(3): 58-61.
- [34] 李淑敏, 李虹, 时勘. 组织认同研究的重要发现及新进展[J]. *学术界*, 2014, 11(4): 10.
- [35] RIKETTA M. Organizational identification: A meta-analysis[J]. *Journal of Vocational Behavior*, 2005, 66(2): 358-384.
- [36] 董彦, 王益宝. 企业员工组织认同与忠诚度关系的实证分析[J]. *经济论坛*, 2008(1): 81-82.
- [37] 秦志华, 傅升, 蒋诚潇. 基于领导—成员交换视角的组织公平与组织认同关系研究[J]. *商业经济与管理*, 2010(2): 37-43.
- [38] 陈浩. 心理所有权、组织认同与组织公民行为——中国情景下的实证研究[J]. *工业工程*, 2012, 15(2): 121-127.
- [39] 曲庆, 何志婵, 梅哲群. 谦卑领导行为对领导有效性和员工组织认同影响的实证研究[J]. *中国软科学*, 2013(7): 101-109.
- [40] 李燕萍, 徐嘉. 基于组织认同中介作用的集体主义对工作幸福感的多层次影响研究[J]. *管理学报*, 2014, 11(2): 198-205.
- [41] 袁庆宏, 丁刚, 李琿. 知识型员工职业成长与离职意愿——组织认同和专业认同的调节作用[J]. *科学学与科学技术管理*, 2014, 35(1): 155-164.
- [42] 宝贡敏, 徐碧祥. 组织认同理论研究述评[J]. *外国经济与管理*, 2006, 28(1): 39-45.
- [43] 张淑芬. 体育教练员组织认同度测评的研究[J]. *北京体育大学学报*, 2010(10): 132-135.
- [44] 李保东, 王彦斌, 唐年胜, 等. 组织认同心理结构三因素模型检验[J]. *统计与决策*, 2008(12): 167-169.
- [45] 奚菁, 惠青山. 对中国家族企业员工组织认同内容结构的实证研究[J]. *科学学与科学技术管理*, 2010, 31(9): 194-199.
- [46] 孙懋敏, 姜铠丰. 中国背景下组织认同的结构——一项探索性研究[J]. *社会学研究*, 2009, 18(4): 24-26.
- [47] DE BACKER M, BOEN F, CEUX T, et al. Do perceived justice and need support of the coach predict team identification and cohesion? Testing their relative importance among top volleyball and handball players in Belgium and Norway[J]. *Psychology of Sport and Exercise*, 2011, 12(2): 192-201.
- [48] EPITROPAKI O, MARTIN R. The moderating role of individual differences in the relation between transformational/transactional leadership perceptions and organizational identification[J]. *The Leadership Quarterly*, 2005, 16(4): 569-589.
- [49] 唐春勇, 潘妍. 领导情绪智力对员工组织认同、组织公民行为影响的跨层分析[J]. *南开管理评论*, 2010(4): 115-124.
- [50] 张宁俊, 朱伏年, 张斌. 高校教师职业认同与组织认同关系及影响因素研究[J]. *教育发展研究*, 2013(21): 53-59.
- [51] 张四龙, 李明生. 组织道德气氛对组织公民行为的影响: 组织认同的中介作用[J]. *管理评论*, 2013, 25(011): 85-94.
- [52] 吴隆增, 刘军, 许浚. 职场排斥与员工组织公民行为: 组织认同与集体主义倾向的作用[J]. *南开管理评论*, 2010(3): 36-44.
- [53] 李保东. 企业组织文化对组织认同影响的实证分析[J]. *统计与决策*, 2013(15): 183-185.
- [54] GUGLIELMI D, PANARI C, SIMBULA S, et al. Is it possible to motivate teachers? The role of organizational identification[J]. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2014, 116: 1842-1847.
- [55] 奚菁. 组织认同与组织承诺之比较及其对管理实践的启示[J]. *前沿*, 2009(11): 162-165.
- [56] 许科, 赵来军. 临时团队成员内群体认同对合作行为的影响——一个被调节的中介模型[J]. *软科学*, 2012, 26(10): 116-120.
- [57] CARMELI A, GILAT G, WALDMAN D A. The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance[J]. *Journal of Management Studies*, 2007, 44(6): 972-992.
- [58] 李锐. 职场排斥对员工职外绩效的影响: 组织认同和工作投入的中介效应[J]. *管理科学*, 2010(3): 23-31.
- [59] 王帮俊, 杨东涛. 新生代农民工组织认同、工作嵌入及其对工作绩效影响的实证研究[J]. *软科学*, 2014, 28(1): 106-109.

[责任编辑 魏 宁]