

西部体育论坛

文章编号:1001-747 (2010)02-0179-03

文献标识码:A

中图分类号:G886.91

西安市商业跆拳道俱乐部管理现状及发展对策研究^{*}

刘 强

(西安体育学院 运动系,西安 710068)

摘 要:在对西安市商业跆拳道俱乐部的管理现状进行调查分析的基础上,通过系统的研究,探索跆拳道俱乐部的市场化运营状况及科学规范的管理途径。并针对管理中存在的问题,认为在市场化道路基础上,加强商业跆拳道俱乐部规范管理的法规建设,不断完善俱乐部的服务体系和建立人力资源工作规范管理是商业跆拳道俱乐部发展的主要内容。

关键词:商业跆拳道俱乐部;管理;现状;对策

Research on Countermeasure for Development of Commercial Tae Kwon Do Clubs Operated in Xi an

LIU Qiang

(Xi an Physical Education University, Xi an 710068, China)

Abstract: The tae kwon do club in Xi an operating status of the management of the investigation, analysis and, through systematic study on the exploration Tae kwon do Club the market-oriented operating conditions and the management of scientific and standardized way. For the management of the existing problems, and made a number of feasibility of countermeasures. Deepen the internal reform, and take the road of market-oriented, gradually changing the concept of strengthening the building of the sports industry laws and regulations; constantly improve the club's service system; establish a working system of norms and strengthening human resources management.

Key words: commercial Tae Kwon Do club; management; status; countermeasures

近几年,随着现代社会的快速发展,体育已成为人们日常生活不可缺少的一部分,竞技体育也受到人们越来越多的关注,尤其是跆拳道这一深受广大青少年以及部分中青年喜爱的新兴的运动项目与健身方式。跆拳道运动既是奥运项目,又是深受广大青少年喜爱的运动项目,从而为跆拳道运动的普及奠定了良好的基础。在竞技场之外,跆拳道正在以俱乐部和道馆的形式在我国大中城市发展起来,作为当代人工作之余放松精神、健体强身的一种休闲运动,越来越多的人选择在休闲时间去俱乐部进行锻炼,体验这项运动。目前在国内从事跆拳道培训的有两千多家道馆,百万人参加跆拳道训练,仅北京市在协会注册的道馆就有百余,社会影响力正逐渐加大^[1]。西安近几年随着地区经济水平的提高,体育产业的快速发展,以及城镇居民消费观念的转变、消费意识的增强,各种俱乐部尤其是体育健身俱乐部,遍布大街小巷。当然,各种经营性的跆拳道俱乐部也在其中,此类俱乐部是市场经济的产物,是以盈利为主要目的的经济实体,经营与管理都是十分重要的。笔者主要调查了解西安市商业跆拳道俱

乐部的管理现状、经营状况以及影响俱乐部运营的因素,针对其中存在的问题,提出一些合理化建议,目的让消费者了解这个市场,让经营者清楚自己的经营如何改进、管理如何完善,探索其市场化运营状况及科学规范的管理途径,实现成本最优化、效益最大化。与西方发达国家比,中国的体育产业起步晚,因此探讨如何树立正确的体育俱乐部管理的现代管理理念,提升俱乐部的管理水平至关重要,通过提高运营管理水平来提高核心竞争力须引起高度重视。随着我国加入 WTO,体育健身俱乐部已处于全球化的经营环境,树立以客户为中心,个性化服务至上的经营思想,更新俱乐部的价值观念,改进业务流程和作业质量,才能在激烈的市场竞争中提升体育健身俱乐部价值创造能力和核心竞争力。

1 研究对象与方法

对西安市的商业跆拳道俱乐部共调查了 37 家,回收有效问卷 29 份,问卷回收率为 78.4%,调查内容涉及俱乐部的人、财、物等,符合本课题研究需要。

为了确保问卷的有效性,提高评价检验的可靠

* 收稿日期:2009-09-24;修回日期:2009-11-06

作者简介:刘 强(1978-),男,陕西西安人,讲师,硕士。

性与客观性,本研究在制定问卷的过程中多次征求专家意见,在形成问卷后,请管理学、体育管理学、社会学专家以及跆拳道方面的 19 位专家,对问卷所设问题进行了可行性论证,并根据他们的意见进行了必要的补充和修改。问卷的有效性及其可行性满足研究需要。

表 1 专家可行性论证调查表(19 人)

可行	基本可行	不可行	总计
15	4		19

问卷信度检验采用了“分半信度”法即:把所有的测试题分成相等的两部分,求两部分的相关系数,最常用的是奇数—偶数法^[2],根据弗郎纳根公式求得信度系数 $r_{tt} = 0.81$,表明信度符合调查要求。调查问卷分为专家问卷和西安市商业跆拳道俱乐部管理现状调查问卷,其中现状调查内容包括两大部分,28 个小项。

2 结果与分析

西安市商业跆拳道俱乐部近几年也得到长足的发展,但是在管理方面还存在诸多不足。现代企业中的现场管理,涉及现场管理中需要注意的五要素:人、机、物、法、环^[2]。笔者认为管理的 5 个基本要素是人力资源、财力资源、物资资源、时间资源和市场资源要素,本文也着重从这 5 个方面对西安市跆拳道俱乐部的管理现状来进行分析和阐述。

2.1 西安市商业跆拳道俱乐部人力资源的调查与分析

人是生产力中最活跃、最能动的要素,也是开展体育经营活动的关键要素。俱乐部从业人员主要包括管理者、教练员和各种服务人员(见表 1)。

表 2 西安市跆拳道俱乐部从业人员一览表

	管理人员	教练员	服务人员
人数	78	80	116
百分比(%)	28.5	29.2	42.3

笔者在走访中调查了解,此类经营场所中,俱乐部的教练员级别参差不齐,具体从黑带一段到黑带九段不等。总体来讲,档次越高的俱乐部,教练员的级别(段位)越高,执教水平也越高。

从目前就业人员受教育程度来看,具有研究生学历的 6 人,约占 2.2%;本科学历 132 人,约占 48.2%;大专学历及以下学历 136 人,约占 49.6%。跆拳道俱乐部,是当今时代的新兴体育运动,人力资源是俱乐部经营开发过程中最重要的一个环节,对其

的管理也尤为重要。通过人力资源的开发和管理,充分挖掘企业人力资源的潜力,合理配置人力资源,调动人的积极性,提高工作效率,实现组织的战略目标^[3]。对人力资源的管理,对俱乐部的长期发展是很重要的,俱乐部要加强对员工的培训和开发,搞好薪酬管理、关系管理以及员工的招募与配置,使其发挥最大的效益。

2.2 西安市商业跆拳道俱乐部财力资源的调查与分析

在市场经济条件下,财力资源是体育经营活动中不可缺少的要素,它也是企业正常运营的重要资源。调查结果显示:个体经营的俱乐部 22 家,占 75.9%;民营企业 3 家,占 10.3%;股份合作企业 4 家,占 13.8%。个体经济占投资主体地位,反映了当前的商业健身俱乐部市场是十分活跃的。俱乐部财力资源的构成主要包括企业的注册资金、场馆的租金、员工的工资等。

2.2.1 注册资金

调查结果显示:10 万元以下的俱乐部 16 家,占总数 55.2%;11 - 50 万元的俱乐部 13 家,占总数的 44.8%。跆拳道俱乐部的特点决定了企业的投资一般不是很大,这主要是由项目在教学和授课对象等方面的特点决定的,由于学员年龄参差不齐,为保证授课质量,在授课过程中力求做到因材施教,必须对学员进行班级编排,分为不同的小组。同时当前体育健身娱乐项目较多,企业间恶性竞争严重。因此,跆拳道俱乐部的发展也受到多种因素的影响,对企业的投入必须要进行前期的市场调研,做到理性投资。

2.2.2 月租金

西安市的跆拳道俱乐部,租赁场地经营的月租金因企业所属区、县,所在的地理位置,经营面积的大小的不同而各不相同。调查中,月租金在 2 000 元以下的俱乐部 7 家;在 2 001 - 5 000 元之间的俱乐部 15 家;5 001 - 10 000 元之间的 6 家;10 000 元以上的 1 家。月租金的高低与俱乐部所在的区域是有很大关系的,调查结果见表 3。

当前,我国俱乐部的经营,还处在一个较低的层面,当然也反映了一些现实问题,地理位置优势摆在了一个比较重要的位置。主要是因为当前西安市经济发展滞后于东部地区经济的发展,人均可支配收入低,观念滞后。从营销学的角度分析,体育健身娱乐场所应建在人口比较集中的商业区繁华地段,营销过程中可以减少成本,而且宣传效果比较好;从心理学的角度分析,西安市作为全国的高等教育基地,有着巨大的潜在大学生消费群体,大学生的心理特

点有从众心理、易接受新事物、消费观念超前等。从人文学和城市化发展的角度出发,社区服务体系的构建和完善,社区体育作为社区服务体系中非常重要的一环,对于丰富社区业余文化生活,促进精神文明建设和全民健身运动的开展意义重大。

表 3 经营企业所处地理位置调查统计表

地理位置	商业区	街心区	教学训练	居民小区
	繁华地段	一般地段	区段	中心地段
企业数	5	8	7	9

2.3 西安市商业跆拳道俱乐部物质资源的调查与分析

跆拳道俱乐部的发展要依赖于不同的场地、器材、设施等物质材料,不同于其他产业。生产资料作为生产的物质手段和条件,是俱乐部发展中不可缺少的物质要素。

2.3.1 场地来源及面积

调查显示,西安市跆拳道俱乐部场地全部来自租赁的场地,经营总面积约为 11 144 m²。其中室内面积 10 144 m²,室外面积 1 000 m²。这是由跆拳道项目自身的特点决定的,只要是平整的场地都可以进行跆拳道项目的开设和经营,受场地的影响不是很大。

2.3.2 固定资产在总资产中的比重

调查结果显示,比重在 20% 以下的 5 家,占总数的 17.2%;在 21% - 40% 之间的 16 家,占总数的 55.2%;在 41% - 60% 之间的 8 家,占 27.6%。固定资产比重较小,主要是训练和教学的器材费用不高,有利于企业在尽可能短的时间内收回成本。

2.4 西安市商业跆拳道俱乐部开放时间的调查与分析

调查显示,俱乐部每周的平均开放时间,差异不大(见表 4)。当前我国跆拳道俱乐部的时间安排跟其他健身性项目大都一样,受不同消费群体自身情况的制约,授课时间分为不同的时间段。中小學生主要是在周末和节假日进行训练,平时要上学和完成家庭作业;成年人根据自己工作时间的安排,来确定自己的学习和训练时间,大都集中在晚上。俱乐部周一到周五的白天消费人数极少,多数俱乐部白天不营业。这样要造成资源的很大浪费,如何整合资源,是当前同质企业间要联合所面临的主要问题。

2.5 西安市商业跆拳道俱乐部市场资源的调查与分析

体育经营单位是体育商品的生产者和经营者,

体育市场则是体育商品生产经营者的生存空间和天然活动场所,是体育经营环境中的基本条件和因素^[4]。及时获取市场信息,不断调整俱乐部的发展和经营策略,对企业的发展是很重要的。

表 4 西安市跆拳道俱乐部每周平均开放时间一览表(h)

每周平均 开放时间	<56	56 - 70	71 - 84	>84
企业数	7	15	6	1
百分比(%)	24.1	51.7	20.7	3.5

2.5.1 相关政策法规

根据市场发展需要,西安市于 2000 年颁布《西安市体育经营活动管理条例》。体育经营活动实行经营许可证制度,实行年度注册制。分别由市、区县体育行政主管部门核发,同时下发专业人员上岗证。

调查结果显示:目前西安市跆拳道俱乐部 29 家中,仅有 8 家办理了经营许可证,占调查总数的 27.6%。走访调查了解,由于该行业的快速发展,出现多家共管的现象比较严重。

2.5.2 俱乐部内部管理现状

在走访调查中,发现在俱乐部中都有自己的规章制度、训练内容、教练员介绍、跆拳道项目的相关介绍。但是,部分场馆无训练计划书、内部通风条件差、无从业人员的约束和激励政策等。

2.6 西安市商业跆拳道俱乐部管理中存在的问题

2.6.1 教练员队伍亟待规范

据调查和观察了解发现,部分教练员自身没有一定的专业技术与理论水平。职业方面比较杂,有管理人士、体校教练、公司职员、还有学生(如西安体育学员在校生)等。这对于这个项目的长远发展是很不利的,必须整顿和完善教练员队伍,全面提升教练员的素质。

2.6.2 乱收费比较严重,政策落实不彻底

跆拳道作为一种新兴项目,前景被广大业内人士看好。但由于管理机构比较多,没有形成比较正规的管理,价位方面缺少统一的收费标准,造成收费比较混乱。绝大部分俱乐部没有办理经营许可证,这给相关部门进行管理带来很多不便,出现多家管理的局面。同时上级管理机构未实现自身的角色转变,真正做到宏观调控。

2.6.3 信息不畅、人才匮乏,内部管理有待加强

在市场中竞争,要保证信息来源的及时、准确、真实。政府部门要搞好信息管理,否则势必造成市场的无序化竞争。企业发展中缺少专业的经营管理人才,高学历人才存在不足。针对不同的从业人员,缺少必要的激励和约束政策;同时(下转第 189 页)

转型的萌芽,太极拳走在了中国近代民族传统武艺向体育化转型的前列,太极拳特有的运动形式表达了中国人特有的体育人文精神,在运动中体现了中国人的思维方式、技击观念和健康意识,这些都与许多有近代先进思想的文化知识分子介入有关。

太极拳在全世界的迅速传播,是在东西文化碰撞、交融中发展的。太极拳在不断地向世界传播的同时,也在接受西方文化及西方体育文化的挑战。太极拳在世界传播时自觉或者不自觉地寻找到了文化交流的结合点,自觉地迎合了世界健身文化的发展趋势,并不断提升自己,丰富自己,同时坚持自己的文化本位,恪守自己的文化传统,避免在文化交流中本根文化的断裂,这也正是太极拳在世界广泛传播,并始终带有东方文化色彩,永葆中国传统文化魅力,受到越来越多的外国友人热爱的重要原因,他们通过练习太极拳,来体味神秘的东方传统文化美感,感知中国人的思维和生活方式。

5 结 论

认识太极拳在世界广泛传播的文化现象,需要将太极拳放在产生它的本土文化和民族文化的历史背景下加以审视。太极拳产生时的晚清社会化转型和理学考据学术之风,使太极拳经历了由乡村民间

而进入城市,由民间低位文化而趋向士大夫高位文化,由北方而南方,由南方而海外的发展道路。晚清冷兵器时代的结束,伴随着太极拳的产生,拳术跃居诸艺之冠。太极拳对拳术运动形式的变革,使其由“粗俗”走向“儒雅”,扩大了太极拳传播的文化层次和习练人群。在中国传统武艺成熟时期,太极拳率先走向了近代民族传统体育转型的道路。认识太极拳传播的文化现象,必须以历史和文化为根据,全方位、多角度的审视其内在的文化原因,这样才能把握太极拳广泛传播背后的真正动力,以指导太极拳今后在世界的继续传播和发展,这也将为中国武术的国际化推广提供许多有裨益的启示。

参考文献:

- [1]唐 豪,顾留馨.太极拳研究[M].北京:人民体育出版社出版,1999:1.
- [2]中国武术史[M].北京:人民体育出版社出版,2006:319.
- [3]李治亭.清史[M].上海:上海人民出版社,2002:1487.
- [4][明]戚继光,纪效新书[M].马明达,点校.北京:人民体育出版社出版,1988,307-308.
- [5]邱丕相,王 震.人类生态文明视域下的未来武术[J].武汉体育学院学报,2007,41(9):3.
- [6]张胜利,郭志禹.中国武术的体育化进程及启示[J].体育文化导刊,2007,(9):53.

(上接第 181 页)缺少相应的经营管理人才,限制了俱乐部的发展。此外,部分场所的未做到通风、整洁卫生等。

3 结 论

(1)目前西安市跆拳道俱乐部经营管理状况基本正常,且近几年得到较快发展,深受青少年群体的喜爱,但由于管理水平不高,限制了俱乐部的长远发展,因此,对其管理、经营状况进行研究,有助于实现资源的优化配置,节约成本,促进经营效益的稳步增长。

(2)西安市跆拳道俱乐部主要以个体经营为主,真正体现了社会办体育的格局。但也存在着法规不健全,管理权限不清;经营管理人才匮乏,高学历人才较少等一系列问题。

(3)深化经营性跆拳道俱乐部内部体制改革;加强规章制度建设;完善俱乐部服务体系;改进俱乐部用人制度和服务质量是提高俱乐部效益的主要途

径。

参考文献:

- [1]孙茂君,石 磊,朱海燕.对北京市跆拳道运动开展现状的调查[J].首都体育学院学报,2002,14(2):14-16.
- [2]李桂萍.现代企业人力资源管理[M].北京:中国物价出版社,2003:279-290.
- [3]沈桂林,陈淑冰.旅游饭店设备管理[M].广州:广东旅游出版社,1994:9-25.
- [4]肖淑红.中国体育健身俱乐部价值链管理状况及其实施对策[J].北京体育大学学报,2005,28(4):440-442.
- [5]加里 德斯勒.人力资源管理[M].北京:中国人民大学出版社,2007:241-466.
- [6]利昂·G·希夫曼.消费行为学[M].北京:中国人民大学出版社,2007:77-270.
- [7]斯蒂芬·P·罗宾斯.管理学[M].北京:中国人民大学出版社,2004:316-341.
- [8]钟天朗.体育经营管理——理论与实务[M].上海:复旦大学出版社,2004:196-197.
- [9]黄志华,时晓梅.我国商业跆拳道俱乐部发展现状及营销策略分析[J].广西大学学报,2008,26(9):238-239.