

需求旺盛与就业不足：对社会体育人才 就业问题的探索

王雪峰

(南京体育学院 休闲体育系, 南京 210014)

摘要: 应大众健身需求而产生的社会体育指导与管理专业经过21年的快速发展已日趋成熟,但市场需求与学生就业之间仍存在明显错位。从健身市场、高等培养单位和学生自身三方面对该问题进行分析,指出,健身教练和体育销售人员渐成社会体育指导与管理专业学生的就业主流,但学生的择业观念与该专业的目标岗位相距甚远;体育健身市场对社会体育人才需求旺盛,但是从业人员压力大、待遇低,对口就业不足。认为,要提高社会体育人才的就业率,学校必须树立大体育观,坚持一专多能的培养方向;帮助学生树立正确的就业观念;充分挖掘自身优势,创新校企联合的培养方式。

关键词: 社会体育; 市场需求; 就业; 一专多能; 校企联合

中图分类号: G807.4

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596(2015)05-0064-04

我国社会体育专业成立于1993年,主要培养健身市场所需的服务人才。上世纪90年代至本世纪初的10年,该专业成为各高校争相申办的热门专业之一。2012年教育部本科专业目录中,该专业更名为社会体育指导与管理。经过20多年的建设与发展,专业办学逐渐普及,为社会培养了大批社会体育专业性人才。当年的热门专业在我国经济高速发展、居民生活质量大幅提高,体育健身、休闲娱乐消费日趋旺盛的当下,其人才培养尤其是毕业生的就业却出现了较大问题。

据第三方教育质量评估机构麦可思研究院2009—2011年的统计报告,社会体育专业毕业生工作与专业对口率连续3年排在全国倒数后7位以内,2009年40%倒数第3位、2010年46%倒数第7位、2011年34%倒数第3位,且半年内离职率达35%左右^[1]。2014年10月,教育部公布了近两年低就业率的本科专业名单,社会体育指导与管理专业赫然在列^[2]。该专业从学生对口就业率低到就业率低的转变使分析市场、改善就业成为专业发展亟待解决的问题。

1 研究对象与方法

1.1 研究对象

社会体育指导与管理专业人才就业问题。

1.2 研究方法

(1) 文献资料法: 根据研究需要,通过中国期刊网、万方数据库、维普期刊网、百联等查阅近21年来与社会体育

专业有关的文章180篇、专著5部,梳理分析了从专业建立之初至今在培养目标、课程设置、教学模式、社会实践、职业规划与学生就业等方面的信息。

(2) 实地考察法: 实地走访南京市五台山健身会馆、CTF国际健身会所、金吉鸟健身俱乐部江宁店、明尊国际健身会所、南京英派斯健身俱乐部新街口店、中掘体育文化传播有限公司、南京湖滨金陵饭店健身中心等15家与体育健身消费相关的企业,了解健身市场的岗位设置和人才需求情况。

(3) 访谈法: 就健身企业对社会体育指导与管理专业人才素质的需求和所能提供的岗位、薪酬访谈部分健身企业的经理和部门主管,了解目前体育健身市场的供需状况及专业人才的生存状况。

2 研究结果与分析

2.1 健身市场的人才需求

2.1.1 岗位设置

就具体工作类型而言,目前健身市场对健身教练、体育营销和咨询服务人员的需求较为旺盛。调查中发现,健身俱乐部、会所普遍都设置了健身教练、体育营销和咨询服务三种有着不同职责分工的岗位,健身教练岗主要职责是健身技术的劳务输出和活动的组织管理,主要分为团操教练、器械教练及从中产生的私人教练;体育营销岗主要职责是体育劳务和实物产品的销售,包括健身俱乐部和会所的会籍顾问、体育器材和用品等销售公司的销售员。前者主要负责设计、

收稿日期: 2015-04-16

基金项目: 江苏省教改基金项目(2011JSJG215); 江苏省第四期“333高层次人才培养工程”资助项目;

江苏省“青蓝工程”资助项目

作者简介: 王雪峰(1973—),女,河南孟津人,副教授,博士,研究方向为体育社会学。

宣传健身俱乐部及会所的各种服务信息,吸纳和引进新客户,后者主要对体育服装、器材等进行宣传和销售。咨询服务岗的主要职责是会员的日常健身接待和来访客户的咨询接待工作。除这三个主要岗位外,健身企业通常还设有管理岗和后勤岗等职位。管理岗主要由这些部门的中高层管理者担任,负责健身实体的正常运营。如健身俱乐部、体育器材公司等企业的总经理、店长、酒店康乐中心的部长、主任等。后勤岗分为保洁岗、工程岗及其他服务岗,负责这些经营场所的卫生、水电、设备维护及户外装备等工作。但就投放到招聘市场的岗位而言,总体上以健身教练、体育营销和咨询服务为主,人员拟招聘数量要远多于其他岗位。

以劳务输出为主的健身企业的完整运营结构可分为办公室、企划部、销售部、教练部、前台、保洁部、工程部、财务部、人事部9个部门,这些分部在店长或者总经理领导下进行分工合作。结构设置主要根据企业规模、会员人数及经营情况来设计,大中型企业一般具备完整的运营结构而小型企业为节约成本常将某些部门合并精简。如将保洁部、工程部、前台合并为服务部,将前台、销售部、人事部、财务部合并为运营部等。但无论部门如何调整,名称如何变化,仍需执行9个分部的功能。相对而言,以实物销售为主的健身企业仅缺少教练部的设置。

2.1.2 数量需求

体育健身企业内部不同部门的人才需求数量不同。在以劳务输出为主的中小型健身企业,社会体育人才需求最多的部门是前台、销售部、教练部。每个门店前台一般需要6—10人,销售部一般需要10—16人,教练部一般需要10—20人,这三个部门合计需要26—46人。再加上其他部门,一般需要40名左右的工作人员。健身俱乐部内部常规可分为接待休息区、训练区、更衣区、运动康复区和办公区,常年需要工作人员来维持这些区域的正常运转。以实物销售为主的中小型企业人才需求则主要集中在销售部,每个门店一般需6—20人。

不同区域健身市场的人才吸纳量也不同。南京投资千万以上的经营性健身俱乐部和健身会所有1000多个,所需员工4000名左右,再加上各种小型健身会所、酒店康乐中心及销售体育服装、用品、器材等实体,南京体育健身市场容量很大。每年夏季,游泳场馆需要大量教练和救生员,总人数需求会达到一个高峰。而南京有社会体育指导与管理专业的高校只有南京体育学院、晓庄师范学院和南京师范大学,平均每校每年招生1个班,人数在35人左右,每届毕业生总数约100人。目前江苏省办社会体育本科专业的高校有9所,2004年开始,江苏高校社会体育本科专业学生陆续毕业,2004—2008年平均毕业学生218人,且各校每年毕业生人数整体呈下降趋势^[3]。因此相对于南京市健身人才需求数量来讲,区域性社会体育人才数量明显不足。

2.1.3 质量要求

我国健身市场中发展良好的主要为健身实物的生产销售企业和体育劳务输出的经营性健身实体,对人才质量的需求主体为健身企业(人才挑选者)和健身会员(接受服务者)。目前健身企业对人才质量的需求主要表现在健身人才的健身

知识、运动技能和沟通能力,而健身会员对健身人才的质量需求主要表现在健身常识的指导,运动技术、体育保健知识、运动营养知识、器械使用和安全保护等的科学指引^[4]。其中,运动技能和沟通能力尤其重要。

健身企业要获得效益,就必须售出自己的产品和服务。沟通能力是销售产品和服务的前提,运动技能是吸引顾客、保障体育劳务持续售出的根本和外显方式。此外,敬业精神和团队合作能力也是健身人才必需的专业素养^[5]。目前健身劳务输出主要是针对青少年的技能培训和中青年人的增肌增力,减肥塑型课程以器械和运动技术为主,不太适合儿童和老年人,而这两类人群恰恰是最有市场潜力可挖的人群。我国2014年《健身教练职业发展报告》也表明“收入越高、学历越高、年龄越大,会员越有可能选择健身教练”。因此在人才质量需求上还需要储备一些与儿童和老年人健身有关的知识技能。

2.2 供方状况：社会体育指导与管理专业学生的就业情况

2.2.1 就业倾向

就业倾向是指学生期望毕业后进入的部门或从事的职业。据我国不同地区对该专业学生从业意愿的调查,从20世纪90年代末至21世纪初近20年内,该专业学生就业倾向主要集中在学校、政府机关、其他事业单位、体育相关企业、自主创业等。如安徽省为学校(65.98%)、政府部门及其他事业单位(65.30%)、企业(25.57%)^[6],河南省是公务员(35.53%)、大型企业工会(22.82%)、读研(15.01%)^[7],江苏省是体育教师(25%)、自主创业(15%)、其他事业单位、健身教练和公务员(各占10%以上)^[8]。反映出我国社会体育指导与管理专业学生的择业观念与该专业的目标岗位相距甚远。收入稳定、社会地位较高的行业部门仍是其择业首选,充满机遇与挑战、有较大发展和收入空间的体育健身服务市场的发展还任重道远。

随着教师数量饱和、政府机关门槛提高与体育市场发育的日渐成熟,自2010年后,在体育俱乐部就业和自主创业的选择比例明显增加。又因大学生毕业高峰的到来和就业压力的增大,一部分学生选择了考研深造,以实现曲线就业。

2.2.2 实际就业去向

学生的实际就业去向排前六位的为学校、体育健身企业、其他行业、自主创业、读研深造、政府机关。不同地区毕业生的就业去向在顺序上稍有不同,如浙江省该专业毕业生就业岗位主要为体育教师(28.5%)、健身教练(17.5%)、公务员(9.2%)、公司职员(9.2%)^[9];江苏省主要集中在企业单位(健身会所、体育器材销售、大中型企业、旅行社等单位)、学校、升学^[10];内蒙古自治区仍以学校为首选(42.9%),其次为健身俱乐部(19.9%)和企业(14.9%)^[11];上海市2009年底之前主要分布于教师(25.7%)、公务员(17.4%)、其他行业(18.3%)、健身中心和体育俱乐部(12.9%)、深造(11.3%)等^[12]。总体上,2000年以前,该专业毕业生主要进入学校、其他事业单位及政府机关,2000—2010年期间,主要就业岗位变为教师、健身教练、体育销售人员、其他行业人员及自主创业;2010年后,主流就业岗位为健身教练、体育销售人员、

其他行业及自主创业。也就是说,学生的最大就业份额已从最初的教师变为今天的健身教练和体育销售人员。

2.3 当前社会体育指导与管理专业学生就业的反差

2.3.1 需求旺盛与高压低薪

我国健身市场的发展已有20多年,有需求有市场的局面已初步形成,但消费水平普遍不高。锻炼积极者往往缺乏体育消费,消费积极者往往是不能坚持锻炼的人。因此,各种健身实体数量很多,人才需求量大,但长期盈利者少且利润低;员工工作压力大,工资待遇普遍不高。

健身教练月收入大多在3 000—10 000元,前台约2 000—2 500元,会籍顾问月收入约2 000—6 000元,部门经理年收入在10万元左右,这些收入包括底薪、保险、奖金及部分提成。年龄一般要求在18—35岁,是典型的吃青春饭的职业。收入的上限数字很诱人,但同时也意味着工作时间和体力的严重透支。该职业对从业人员的抗压能力、健身技术技能、交流沟通能力和服务意识要求很高,优胜劣汰、适者生存、末位淘汰在健身市场每天都在上演。这不是许多毕业生想要的工作环境,因此部分学生选择转行或暂不就业而复习考研或公务员,以求改变未来的生存环境。

2.3.2 需求旺盛与对口就业不足

市场对人才的大量需求是一个不争的事实,但2014年该专业就业率被教育部亮了红牌,反映出高等院校培养的人才质量与市场需求的差距。专业培养方案的使用周期一般为四年,即使在本届学生使用过程中进行了修订和完善,但为了维持教学秩序,新方案的使用往往从下一届新生开始。因此学校的人才培养更新往往落后于市场的实际需求。

目前各专业培养单位主要培养健身技能型人才和体育经营管理型人才,并立足当地市场和本校特色来设立专业方向,但仍存在诸多问题:第一,还没有形成专业特色的基础课和核心课,拓展课也缺乏实效性。普遍存在因师开课,课程设置不能满足人才培养目标的现象。第二,实践教学比例严重偏低,普遍缺乏一定数量、长期稳定的校外实习基地。使专业见习和实习无法高质量有序进行,学生的服务能力和服务意识较差,专业实习甚至在某种程度上动摇了学生在健身市场就业的愿望。第三,办学条件不足。许多学校在缺乏专业教师队伍及所需硬件设施的前提下,盲目跟风开设此专业,使学生在整个专业学习中无法获得必需的专业知识和技能。截至2014年,开设社会体育指导与管理专业的高校已有266所,位居体育类专业开设高校数量的第二位,仅次于体育教育专业。开设区域遍及全国,招收该专业的高等院校涉及到体育、师范、综合、工科、财经、民族、农业、林业、医药、艺术等10种类型,其中师范、综合、工科3个类型所占比重位居前3位,合计为81.48%^[13]。此外,许多学生缺乏牢固的专业思想,主观不接受,准备期行动不积极,却又不得不在短暂的四年后步入社会,因而无法适应市场需求而失业或转行。

3 提高社会体育人才就业率的几点思考

3.1 树立大体育观,继续坚持一专多能

高校面临的一个很大问题是学生的就业问题,学生的就

业问题倒逼学校调整人才培养目标、培养方案。培养目标太窄,学生无法就业,通不过专业评估;目标太宽,难以突出专业特色,无法设定培养方案,一专多能的多元化就业是我们必须把握的方向。

该专业从成立到现在,目标一直是培养体育健身休闲场所所需的健身技能型人才和体育经营管理人才。运动健身指导能力和体育市场营销能力是专业培养的核心。只有在把握专业核心的基础上,根据地域和院校特色灵活设定课程,进行宽口径培养,才能既突出专业特色,又拓宽学生的就业面,提高学生的就业率。

根据该专业的核心要求,专业基础课应包括体育概论、运动解剖学、运动生理学、体育科研方法;核心课应包括社会体育导论、健身理论与指导、体育市场营销等。在此基础上,再根据自身条件和实际需求设置专业拓展课和实践课。如体育健身消费水平高的地区,专业院系可增加与增肌、减脂、康复等健身目标相关的器械练习、有氧健身操、莱美康复操等课程,并为学生提供到这些健身场所锻炼的机会。

3.2 积极引导树立正确就业观念

该专业学生的市场定位已经很明确,即在体育健身休闲市场上做会技术、能组织指导、懂经营管理的应用型专业人才。但许多学生对自身定位还很模糊,在选择专业前对专业一无所知,选择专业的主要动机是为上大学,如果给他们第二次选择机会,他们不愿再选此专业。反映出学生对该专业的无奈、盲目和就业前景的迷茫。即使在就业岗位较清晰的情况下,许多学生仍然对就业流动性大、收入没保障现象心存芥蒂。认为到工作稳定性较差、收入没保障的健身市场就业不是其上大学的初衷。因而在整个专业学习过程中消极懈怠,以至于被动进入市场就业时,面临着难以生存的问题。

高等学校可通过对传统就业方向严重萎缩、国家人事制度改革及目前健身市场的人才缺口和发展前景的分析,帮助学生树立较强的专业意识和荣誉感;还可通过建立网络平台的方式,加强与已毕业学生的联系,挑选毕业生中的优秀者与在校学生交流,宣传就业中的亮点,培养在校学生就业和创业的信心和勇气,点燃其对就业前景的憧憬和希望,使他们变被动为主动,努力提高自己的专业知识技能和服务意识,为真正进入体育健身市场做好能量储备。

3.3 充分发挥学校优势,校企联合创新人才培养方式

高等学校作为人才培养者和输出方,有责任、有义务、也有优势为市场发育和学生就业提供一定帮助。高校拥有大批优秀毕业生和高智商的教师和研究人员、容易与各种市场健身实体达成合作培养意向,且有实力主办和承办专业相关的技能大赛,这些优势的积极发挥必将大大降低学生就业的困难。

与各种健身实体联合培养学生是个互惠双赢的举措,既保证了健身实体的利益,也为在校学生提供了锻炼和就业机会。而按商业模式承办和主办各种大众健身竞赛,将学校、学生、政府、社会和市场紧密地联系起来,既刺激、培育了体育消费市场,也为学生就业、创业和社会实践创造了机会,可谓一举多得。如北京体育大学社会体育系组织的健康中国人运动素质公开赛,带领学生与政府部门联合在全社会

推广该活动,使学校得以办出特色、办出质量,打开学生就业出路。

此外,充分发挥政府向社会力量购买公共服务的作用,通过政府设置社区体育健身中心,在所有权和经营权分离的情况下,优先吸纳体育专业的毕业生为社区体育工作者,为该专业学生的就业和创业进一步创造条件。

4 结语

政府于2014年10月发布《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》,2015年5月又发布了《关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见》,足见其发展全民健身、刺激体育消费的决心和导向,这为社会体育指导与管理专业学生的就业和创业提供了一个良好的大环境。只有继续坚持大体育观和一专多能的培养理念,积极引导树立学生树立正确的就业观念,并充分利用高校自身优势联合市场来培养人才,才能真正发挥其服务社会的职能,为社会体育人才的就业、创业和健身消费市场的发展贡献力量。

参考文献:

- [1] 王伟明.高校社会体育专业毕业生就业困境与思考[J].湖北体育科技,2011(5):576-578.
- [2] 教育部高等教育司.教育部公布就业率较低本科专业名单[EB/OL].(2014-10-02)[2015-03-18].<http://www.moe.gov.cn/publicfiles/business/htmlfiles/moe/s5147/201410/175978.html>.
- [3] 孙林.江苏高校社会体育专业办学现状及对策的研究[D].苏州:苏州大学,2010.
- [4] 陈雪娟,牛小洪.我国健身市场人才需求与社会体育专业人才培养的问题研究[J].体育与科学,2014,35(4):81-82.
- [5] 谭金飞,樊颖,朱爱军,等.健身俱乐部人才需求与社会体育专业人才培养路径选择[J].河北体育学院学报,2012,26(6):45-47.
- [6] 严珺.安徽省师范院校社会体育专业的办学现状与发展对策研究[D].芜湖:安徽师范大学,2007.
- [7] 马宇轩.河南省高校社会体育专业应届毕业生就业倾向调查[D].开封:河南大学,2012.
- [8] 王娟.江苏省社会体育专业大学生职业生涯规划调查研究[D].南京:南京师范大学,2011.
- [9] 庄永达.高校社会体育专业培养目标与课程设置调研——以浙江省高校为例[J].浙江体育科学,2011,33(2):102-106.
- [10] 赵长征.江苏省社会体育(本科)就业状况调查及对策研究[D].苏州:苏州大学,2010.
- [11] 安辉.我国社会体育专业发展面临的挑战与对策分析[J].运动,2014(9):89.
- [12] 袁勇,卫志强.上海高校社会体育专业毕业生就业现状及对策分析[J].山东体育学院学报,2011,27(8):86-91.
- [13] 周爱光.我国高等教育社会体育本科专业人才培养的现状与展望[J].体育学刊,2011,18(2):5-9.

Great Demand and Underemployment: Exploration to Employment Problems of Social Sports Talents

WANG Xue-feng

(Department of Sports and Leisure, Nanjing Institute of Physical Education, Nanjing 210014, China)

Abstract: The major of social sports guidance and management which emerge and develop as the requirement of mass fitness is being matured after 21 years of rapid development, but there is still a significant misplacement between market demand and graduates' employment. This paper analyzes this problem in terms of fitness market, higher education training institutes and students themselves, and then points out that fitness coaches and sports salespeople have become the mainstream for students from the major of social sports guidance and management, but the students' employment conception and this major's career goal are far apart; there is a great demand in the fitness market for social sports talent, but the employed people work with high pressure, low pay, and lack of counterpart employment. This paper puts forward that universities must establish a concept of large and integrated sports, adhere to training direction of "one major, multi-skill", help students establish a correct concept of employment, fully tap its advantages, innovate training patterns of alliance between universities and enterprises to increase the employment rate.

Key words: social sports; market demand; employment; "one major, multi-skill"; alliance between universities and enterprises