

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。