

# 論文摘要

由於國民生活水準不斷的提升，健康與體適能(Health and Fitness)受到社會大眾的關切，成為人人共同追求目標，休閒健身產業也隨之興盛。休閒健身產業發展與一個國家經濟規模有相當密切的關係，因此歐、美、澳洲的休閒健身產業向來是領導全球風潮，日本則是居亞洲領導地位。根據 IHRSA 國際健康及運動俱樂部協會(International Health, Racquet & Sportsclub Association)2004 年的資料顯示，全世界加入健身俱樂部的人口也越來越多，起因於 1970 年代時體適能風潮(Fitness Boom)的產生。我國休閒健身產業規模雖然在歐美、日本等先進國家之後，但近年來受地球村趨勢帶動資訊大量引入，在國內亦有相同的情形，標榜健康體適能的健身俱樂部在這幾年來蓬勃發展，休閒健身產業的型態逐漸建立，知名健身俱樂部都有固定的參與會員，在激烈的擴張與競爭之下，形成對專業管理人員、服務人員與運動課程指導員的大量需求。

在知識密集產業中，以專業能力從業的工作人員，即為『知識工作者』(Drucker, 1997)。在迅速擴張的休閒健身產業中，人才的專業性與信賴度逐漸提高，運動指導員即扮演著知識工作者的角色；其中，需要擁有專業訓練與不斷更新教學內容的『團體指導員』(Group Instructor)，更是必須要常態地運用教學技巧與專長知識，直接面對多數的學生或會員(社會大眾的參與者)。

面對求新求變的產業環境，必須不斷學習專業技能與個人特色，然而這種無法現學即用的知識，即為 Michael Polanyi(1966)所提出的『內隱知識』，是難以形式化和言語溝通的，也無法透過短時間的學習就可以立竿見影。團體課程搭配音樂與固定動作的套裝教學，則是以『外顯知識』的教學轉化成課程學生容易學習的方式。Nonaka & Takeuchi(1995)則提出『知識的轉換』(knowledge conversion)之 SECI 模式，藉由內隱與外顯知識間的相互轉換，來達到個人與組織知識的創造與動態增長，將知識有效地擴散到各個層次。

若組織成員能妥善創造、移轉並應用組織內部關鍵且獨特的知識，將是組織獲得競爭優勢，維持競爭力的關鍵因素。因此如何讓組織內各個成員願意分享知識，知識管理的機制與組織提供適合的環境就是非常必要的；如同整個休閒健身產業的環境對團體指導員的友善程度，以及健身俱樂部提供足夠的資源給團體指導員，包括在口頭上與行動上的支持與獎勵制度。若組織內擁有許多有助於知識擴散的管道，在知識流動過程中也能帶來知識增值的效果。

本研究選擇全世界團體健身課程中推廣成效最顯著的 Les Mills Body Training System 教學系統，來探討在休閒健身產業中知識擴散的過程與應用。藉由系統化教學流程與完整的人才培訓制度，以及授權俱樂部的管理機制並搭配行銷活動，探討內隱和外顯知識在個人與組織之間擴散的流程，可供休閒健身產業中如何管理訓練運動指導員之參考；亦可歸納到個人知識工作者於組織中進行知識創造與擴散方式，並產生新的綜效與價值。本研究的結論如下：

一、知識工作者透過學習與分享的方式來厚植本身的知識和技能，而組織則建構良好的培訓流程，讓員工的知識得以增長並認同組織文化，促進員工的學習動機和工作熱忱。

二、在休閒健身產業中，知識工作者可根據工作範圍內知識擴散的來源與對象，而從事不同的知識工作。

三、團體課程利用成套編排的外化方式，將組織創造的知識具體化表現出來，並申請智慧財產權得到必要的保護，透過授權與網路連結的方式有效利用與流通知識，達到跨組織的知識擴散。

四、組織透過個人、群組和組織之間的知識擴散，連結知識網絡來形成知識擴散的螺旋，進而創造、累積、活用知識資產。

五、組織提供適當的知識創新環境與知識流通空間，藉由個人或群組的意見回饋來提升員工與組織的創造力。