

体育社会组织参与高校青年体育俱乐部建设的使然路径

——基于代理理论的视角

陈冬伟^{1,2}

(1. 福建师范大学体育科学学院, 福建 福州 350117; 2. 湖南医药学院体育艺术学院, 湖南 怀化 418000)

摘要:运用文献资料、逻辑分析等方法,基于代理理论的视角对体育社会组织进入高校的应然样态和实然困境展开分析,旨在探索体育社会组织参与高校青年体育俱乐部建设的使然路径。研究认为:国家宏观政策强调体育社会组织参与高校青年体育俱乐部建设的重要性,但尚未在实践层面形成与政策对接的实施细则;高校青年体育俱乐部与体育社会组织之间规范合作涉及委托代理关系链,双方由于信息不对称产生的逆向选择、机会主义行为、道德风险等问题将会影响二者的合作进程。提出:建立事前甄选机制,对有合作意向的体育社会组织的专项运动技能培训能力、各类资源、业务理念及价值观等进行综合评估,理性选择恰当的体育社会组织;利用事中事后监督机制对体育社会组织行为进行规范、引导;设立激励机制,增强体育社会组织作为代理人的内驱动力,鼓励其以最大努力实现高校青年体育俱乐部的预期目标。

关键词:体育社会组织;高校青年体育俱乐部;代理理论

中图分类号:G 807.01

文献标识码:A

文章编号:1007-7413(2023)05-0013-06

The Driving Path of Sports Social Organizations Participating in the Construction of College Youth Sports Clubs——From the Perspective of Agency Theory

CHEN Dong-wei^{1,2}

(1. College of Sports Science, Fujian Normal University, Fuzhou 350117, China;

2. School of Physical Education and Art, Hunan University of Medicine, Huaihua 418000, China)

Abstract: Based on the agency theory, this paper analyzes the status and actual predicament of sports social organizations entering colleges and universities by using the methods of literature and logical analysis, aiming to explore the path of sports social organizations participating in the construction of college youth sports clubs. The research shows that: the national macro policy emphasizes the importance of sports social organizations participating in the construction of college youth sports clubs, but the implementation rules have not been formed in practice. The normative cooperation between college youth sports clubs and sports social organizations involves the principal-agent relationship chain. Adverse selection, opportunistic behavior and moral hazard caused by information asymmetry may affect the cooperation process. It is proposed that a pre-selection mechanism should be established to comprehensively evaluate the special sports skills training ability, various resources, business concepts and values of the sports social organizations with the intention of cooperation, and rationally select the appropriate sports social organizations; Standardize and guide the behavior of sports social organizations by using the supervision mechanism during and after the event; Establish an incentive mechanism to strengthen the internal driving force of sports social organizations as agents, and encourage them to strive to achieve the expected goals of college youth sports clubs.

Key words: sports social organization; university youth sports club; agency theory

2020年10月15日中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于全面加强和改进新时代学校体育

收稿日期:2022-08-14

基金项目:湖南省体育局社科课题一般项目“新时代高校体育社团育人体系构建研究”(2022XH046);湖南省残疾人联合会康复科研项目“湖南省残疾人公共体育服务治理研究”(2023XK0323)

作者简介:陈冬伟(1984—),男,湖北襄阳人,讲师,在读博士。研究方向:体育社会组织 and 学校体育。

工作的意见》^[1],明确要求:“组建体育兴趣小组、社团和俱乐部,推动学生积极参与常规课余训练和体育竞赛。”国家体育总局、教育部共同颁发的《关于深化体教融合 促进青少年健康发展的意见》文件(以下简称《意见》)强调:“开展丰富多彩的课余训练、竞赛活动,扩大校内、校际体育比赛覆盖面和参与度,支持大中小学成立青少年体育俱乐部。”在高校成立大学青年体育俱乐部是国家层面一个崭新的表述,连续出台的重要文件都涉及到高校青年体育俱乐部,其重要性不言而喻。高校青年体育俱乐部是校园课余体育训练和竞赛的组织机构,高校现有的学生体育社团、运动项目协会或俱乐部、高水平运动队等都归属于青年体育俱乐部。法定的体育社会组织包括体育社团、体育基金会、体育类民办非企业单位等^[2]。截至 2017 年底,我国法定登记的体育社团 3.0 万个,体育类民办非企业单位 1.8 万个^[3],全国共有 76 家体育基金会^[4],另外,体育社会组织中还包括不计其数的民间草根体育社会组织。各类体育社会组织在全民健身、竞技体育、体育产业等体育事业中发挥着无法替代的重要作用^[5]。国家层面系列政策赋予体育社会组织参与学校体育治理的合法地位,各类学校的体育工作也确需体育社会组织的参与。目前面临着政策制度约束、运行机制不畅、治理空间限制、认同缺失等困境,导致体育社会组织参与学校体育治理并未取得理想效果^[6]。政府是推动体育社会组织参与学校体育治理的主导力量,学校与体育社会组织的合作需要政府部门设立制度保障,妥善协调多主体的行为;学校作为校社合作的承载方,强化学校体育自主治理能力,对提升校社合作的效益及维护多主体的利益具有积极意义^[7]。高校现有学生体育社团或俱乐部普遍面临场馆设施不足、专业指导教师不够、活动频率低、会员流动性强、经费紧张等问题^[8-11]。

鉴于高校青年体育俱乐部面临的上述问题,本文中的体育社会组织选取全国性单项体育协会及省级单项体育协会作为研究对象(代理方),该类体育社会组织中不仅聚集了大量的专业体育人才,还拥有丰厚的财力、物力资源。《意见》第二十六条提出:“支持社会体育组织为学校体育活动提供指导,普及体育运动技能。”目前教育部、体育总局尚未制定体育社会组织进入校园的准入标准,如何推进体育社会组织进入高校为广大学生提供运动技能培训和竞赛服务是亟待解决的课题。基于代理理论的视角,探讨体育社会组织参与高校青年体育俱乐部建设的应然样态、

突然困境和使然路径,是极为有意义的论题。

1 代理理论的内涵及其指导高校青年体育俱乐部建设的适恰性

1.1 代理理论的内涵

代理理论认为代理人或者代理组织(机构)受雇于一个或者多个委托人,依据双方签署的合同进行工作,达成委托人预期的目标,委托人向代理人支付相应的报酬。委托-代理关系主要包括 5 个核心要素:(1)关于代理人的各种问题,例如代理人的可靠程度、资质等;(2)代理人的具体行为如何影响委托人预期目标的实现;(3)随机的不确定因素对委托人预期产生的影响;(4)委托-代理关系的结果;(5)代理关系存在的信息不对称的情形^[12]。委托-代理关系存在隐藏行动与隐藏信息两类信息不对称的模型,隐藏行动模型的情境下,代理人掩盖具体行动,致使委托人只能观测到行动的最终结果,但无法知晓代理人所采取的行动;代理人隐藏信息的情况下,委托人能够清楚代理人的行动及措施,但不知道行动所需的信息^[13]。代理人基于自身利益考量,以最少的行动成本获取委托方给予的最高回报,达成的结果可能低于其向委托方做出的承诺,这种问题被称之为“道德风险”^[14]。委托代理关系实质上是一种契约关系,在契约关系中,信息不对称分为 3 种类型:(1)事前的信息不对称,可能会有逆向选择风险;(2)事后的信息不对称,可能导致道德风险;(3)第三方信息不对称,易造成敲竹杠风险。

代理理论关注如何解决委托-代理关系中可能出现的风险分担和代理问题。当委托人和代理人具有不同的风险偏好时容易产生风险分担问题;如果委托者和代理者存在利益分歧,代理人可能出现维护自身利益而损害委托人的不当行为,产生代理问题^[15]。委托人和代理人双方签订的合同、协议是约束双方关系的基本准则,学者们将代理理论运用于政治学、经济学、社会学等诸多领域。代理理论演化为实证主义代理理论和委托人-代理理论,实证主义代理理论的相关研究主要聚焦于控制、调整委托人和代理人差异的治理机制,委托人-代理人理论研究侧重于探讨不同情境下哪种合同最能有效执行,确保双方共同利益能够实现共赢。

1.2 代理理论指导高校青年体育俱乐部建设的适恰性

代理理论为体育社会组织参与高校青年体育俱

乐部建设提供了理论参考。在高校青年体育俱乐部与体育社会组织的合作中,高校及其青年体育俱乐部是委托人,体育社会组织为代理人,委托方和代理方作为独立个体具有自利性和风险规避的倾向,双方的目标函数存在不一致的情况。体育社会组织在参与高校青年体育俱乐部建设中存在“道德风险”和“逆向选择”等问题。委托人与代理人在信息不对称、利益博弈的情景中引发的“道德风险”和“逆向选择”将会降低合作的整体绩效,解决高校青年体育俱乐部与体育社会组织合作中的委托代理问题是双方高效合作的基础。委托人需要依据委托代理关系的不同条件,运用恰当的治理策略或工具约束代理人的行为^[16]。高校及其青年体育俱乐部作为委托人与体育社会组织确立合作关系前,委托人需要对代理人的信息进行甄别,将“逆向选择”的风险降低,体育社会组织作为代理人可以向委托人展示自身信息及优势,促成双方建立合作关系。代理理论认为委托人通过监督机制约束代理人的行为,解决委托人和代理人之间的信息不对称等问题,督促代理人的行为达成委托人的预期目标^[17]。

2 体育社会组织参与高校青年体育俱乐部建设的使然样态与实然困境

2.1 体育社会组织进入高校青年体育俱乐部的使然样态

《意见》第二十五条明确要求:“教育部、体育总局共同制定社会体育俱乐部进入校园的准入标准,由学校自主选择合作俱乐部。同时要加强事中事后监管,改善营商环境,激发市场活力,避免因联合认定俱乐部而可能出现变相行政审批的现象。”体育社会组织(本文中主要指全国性单项体育协会及省级单项体育协会)中拥有大量的不同等级的运动员、教练员及社会体育指导员,其从业人员的运动等级、运动训练经验、执教水平、体育活动策划等专业水平远胜于高校体育教师群体。高校青年体育俱乐部中的攀岩、轮滑、滑雪、冰球、击剑、小轮车等新兴运动项目,往往由于缺乏专业指导教师,新兴项目课余专项训练和日常竞赛组织显得捉襟见肘,对俱乐部专项运动技能训练关注度不足,难以满足新时代大学生多元化的运动锻炼需求。因此,高校青年体育俱乐部应引进体育社会组织中的教练员、从业者提供运动技能培训服务,向学生提供丰富多彩的课余体育竞赛活动,帮助高校体育教师提升普及性运动项目、新兴运动项目的教学

与训练能力,鼓励俱乐部的学生成员熟练掌握一至两项专项运动技能,建立人人可为的课余专项训练认知,为高校课余“常赛”夯实基础。美国的体育教育主要由学校、社区以及体育协会组织治理,学校所在地的社区体育组织在青少年体育中发挥着十分重要的作用,社区体育组织对学校体育治理进行必要补充。社区体育组织多数是非营利性组织,社区体育组织广泛参与各级各类体育协会活动、社区体育竞赛、亲子活动,保障学生课外体育活动的顺利开展^[18]。英国通过颁布学校体育-体育俱乐部计划,促成学校和体育俱乐部之间建立伙伴关系,加强学校与所在地体育俱乐部的合作关系,增加青少年在体育俱乐部中训练的人数,使学生能够体验、分享竞争性的体育文化^[19]。以日本最具代表性的日本体育协会为例,该协会主要负责学校体育工作,在青少年公共体育服务中主要负责组织体育少年团、培训学校体育指导员、推动综合性社区体育俱乐部等工作^[20]。体育社会组织能够协助高校青年体育俱乐部解决人力、场馆等资源问题,高校青年体育俱乐部不仅是培养学生的兴趣爱好、运动技能,也蕴含着高校、社会对于高素质人才的期望。具有独立法人资质、愿意投资公益事业的全全国性单项体育协会、省级单项体育协会等体育社会组织,应该享有同等机会,共同致力于高校青年体育俱乐部建设。据了解,中国铁人三项协会(以下简称“中国铁三协会”)已开始与学校开展多项合作。中国铁三协会与高校、中小学校合作创办中国铁人三项运动学院、特色运动学校,将专业竞技人才培养工作融入国民教育体系,探索建立中国铁三协会与学校联合培育高水平竞技人才的规范性管理制度^[21]。

2.2 体育社会组织参与高校青年体育俱乐部建设的实然困境

国家政策开始强调体育社会组织参与高校青年体育俱乐部建设的重要性,目前尚未在实践层面形成与政策对接的体育社会组织进入高校参与青年体育俱乐部建设的实施细则。高校及体育社会组织都具有独立法人资格,双方形成合作契约后,体育社会组织作为代理人向高校提供的大学生健身指导、校内课余训练培训、课余竞赛组织、联合培养高水平运动员等服务,代理人的道德风险问题、委托人与代理人的信息对称问题已成为体育社会组织服务高校青年体育俱乐部的关键问题。

高校作为委托人根据不完整的信息来评价体育社会组织的行为,导致双方信息不对称。体育社会组

织可能偏离高校的预期目标出现机会主义行为和道德风险:体育社会组织为发掘和培养竞技人才寻求进入高校青年体育俱乐部的机遇,体育社会组织基于自身利益考量,将组织自身所具备的专业运动技能培训资源、赛事组织、训练场馆等资源过多地倾向于竞技后备人才选拔和培养,向高校青年体育俱乐部多数学生健身服务投入较少的人力、物力等资源;多数普通学生的课余运动基本技能培训、业余竞赛组织服务往往被忽略,由此形成对高校学生的健身服务做出了过度承诺,体育社会组织在与高校合作中力争获得最实际的利益,容易形成“道德风险”——低于承诺水平的结果。尤其是对于冰雪运动、击剑、轮滑、小轮车等新兴运动项目相关的体育社会组织,该类组织具备较多专业运动技能知识和信息,在指导高校青年体育俱乐部课余专项训练与竞赛活动形成了较大的自主性,高校未能有效甄别体育社会组织主导的体育活动质量和效果,体育社会组织的道德风险比例就会显著上升。另外,体育社会组织与高校青年体育俱乐部联合培养竞技人才的规范性制度缺乏,所培养的竞技人才归属问题、合理流动等问题,将会影响体育社会组织参与高校青年体育俱乐部建设的实效。体育社会组织作为代理人选择性投入资源和精力的行为可能会使高校及其青年体育俱乐部做出“逆向选择”,导致高校不能理性选择合适的体育社会组织参与高校青年体育俱乐部的课余运动技能培训和竞赛服务。

高校青年体育俱乐部与体育社会组织之间的风险承担问题。高校作为委托人与体育社会组织有着不同的风险偏好时,就可能产生风险问题。高校及其青年体育俱乐部与体育社会组织之间的契约活动具有不完备性特点,双方借助合同进行相互协商、激励,合同规定高校与体育社会组织的权利、义务的界限。在具体实践过程中,由于经济活动风险中的复杂性与不确定性,体育社会组织行为主体的有限理性与机会主义,高校及其青年体育俱乐部自身体育治理能力有限,容易变更与体育社会组织的合作形式和内容,加之高校青年体育俱乐部和体育社会组织对各自所投入的人、财、物等资源风险分配的理念不同,使得双方不可能完全执行合同契约中的所有内容,需要双方根据实际情况进行修正和协商,由此引发体育社会组织的投入风险、高校青年体育俱乐部的运行风险。高校以购买公共体育服务的形式选择体育社会组织时,其公平性、执行合同的持续性明显受制于高校内部行政部门政策干预,某种程度上挫伤体育社会组织参与高

校青年体育俱乐部建设的主动性、积极性。如若体育社会组织在与高校青年体育俱乐部合作中寻求自身利益最大化,那么体育社会组织就可能不总是按照高校青年体育俱乐部的发展需求行事。目前仅有部分体育社会组织参与高校青年体育俱乐部建设的实质性行动,双方还处于初级合作阶段,支持力度小,且多数体育社会组织与高校的合作都普遍将竞技人才培养、运动员文化教育等工作列入合作重点。例如清华大学与中国篮球协会签订的合作框架中提出:“与中国篮协共同培养高素质产业人才,中国篮协为清华大学引进优质篮球资源,促进各类交流活动”;中国登山协会与中国地质大学(武汉)联合建立中国登山户外运动学院,“开展包括大众登山户外休闲与探险、登山户外高水平竞技和登山户外产业经济等领域的人才培养与科学研究工作,为国家登山户外运动培养后备人才”。建立体育社会组织与高校的联动机制,借鉴体育社会组织训练、竞赛管理经验和方法,通过委托代理的形式引进体育社会组织力量,促进高校青年体育俱乐部的大学生健身服务、课余竞赛、竞技人才培养等领域得到长足发展。

3 体育社会组织参与高校青年体育俱乐部建设的使然路径

3.1 事前甄选机制

由于高校青年体育俱乐部与体育社会组织间存在委托代理关系,双方正式进入合作后如若变更合作伙伴需要付出较高的时间和资源成本,高校青年体育俱乐部事前理性选择恰当的体育社会组织尤为关键。因此,高校提前设计一套甄别选择程序极为重要,具体包括:

首先,对有合作意向的体育社会组织的运营理念、组织目标、各类资源、组织业务理念及价值观等进行综合资质评估。高校根据自身的优势和现实条件,选取合适的体育社会组织进行合作,提升高校青年体育俱乐部与体育社会组织间的认可程度和行为一致性,促进双方行动的协调,使得体育社会组织自主规避道德风险。对于高校青年体育俱乐部多数学生的课余训练、竞赛服务而言,选择省级单项体育协会将更有助于提升高校青年俱乐部的学生健身、课余训练实效。省级单项体育协会与高校具有天然的地域联系,对于推动全民健身的指向性更为明确和具体,双方能够充分整合现有资源、相互弥补短板。高校经过评估和选择合适的体育社会组织,能够有效降低由于

体育社会组织在业务理念、发展目标、效率等方面存在问题而产生大量的成本。

其次,基于制度建立高校与体育社会组织间的合作,同时提升双方合作的制度化水平。用制度明确高校与体育社会组织合作的业务板块,根据高校体育青年体育俱乐部提升学生体质健康水平、运动项目基本技能、课余竞赛服务等项目的要求开展资格匹配,使高校不再为获得体育社会组织的挂名、挂牌等进行非正式合作。通过合约形式明确双方权利和义务,建立高校与体育社会组织联合培养专业竞技人才的规范化制度,将双方的共同认识和执行规则作为契约基础,体现制度化合作的公开性和约束性。体育社会组织根据合作制度,定期组织健身指导员、教练员、裁判员等专业人员对高校青年体育俱乐部进行帮扶,开展学生课余训练培训、竞赛。高校青年体育俱乐部主要负责组织学生会会员积极参与体育社会组织的各项培训活动,以第二课堂成绩单制度等学分制度鼓励学生全员参与;组织运动项目指导教师全程参与体育社会组织的校内活动,及时收集、整理相应活动的视频和文本资料,分析体育社会组织在校内的各项培训、竞赛活动成效。高校与体育社会组织建立定期座谈会、课余训练及竞赛服务质量总结会等会议制度,促进双方及时沟通、解决问题。

最后,高校自主建立统一的学生体育服务购买、评价和透明的信息发布机制,形成完整的定价制度,支持高校学生参与体育外包服务项目的需求评估、听证制度、验收工作。基于代理理论的甄选机制目的是促进高校青年体育俱乐部与体育社会组织间最优化合作效率。从实践上看,高校虽然依据甄选程序和标准对体育社会组织进行鉴别和选择,仍然无法完全避免参与合作的体育社会组织的利己行为。质言之,对体育社会组织的资质、能力等进行评估所产生的作用是有限度的,资质与能力的甄别只能检验判断体育社会组织是否具有达成俱乐部目标的能力,在经济市场背景下无法确保体育社会组织是否真正在参与俱乐部活动中全力发挥自身所拥有的资源和能力。

3.2 事中、事后监督机制

利用事中、事后监督机制对体育社会组织行为进行规范、引导,是甄选机制的重要补充。高校对潜在的体育社会组织能力鉴别无法彻底解决合作过程中因信息非对称性所产生的道德风险问题,事中、事后监督机制的引入对解决代理问题提供了思路。在体育社会组织参与高校青年体育俱乐部课余专项训练

和竞赛服务过程中,高校采用定期或不定期的方式对体育社会组织所提供的体育服务行为进行督查,以便如实掌握体育社会组织在俱乐部中的信息,向学生会了解运动技能巩固情况和课余竞赛组织情况,开展综合评估和考察。倘若体育社会组织所提供的服务绩效难以达到高校青年体育俱乐部的预期指标,高校会考虑停止与该体育社会组织的合作。从委托代理的角度看,为了达到高校的预期指标,体育社会组织需要在人力、物力、财力、时间等方面付出较多成本。多数体育社会组织从已经付出的成本考虑,会继续提升运动技能培训服务质量,力争实现委托人的预期指标,在维持双方合作关系基础上实现体育社会组织的经济效益和社会价值。因此,高校理性运用事中、事后监督机制对体育社会组织的参与行为进行监督,有利于降低高校与体育社会组织之间的信息非对称性,及时发现体育社会组织的机会主义和道德风险问题并予以修正。事中、事后监督机制重在事后,不宜过多使用事中监督,多数监督需要事后监督方式的原因在于:事后监督对于体育社会组织行为的干预性较小,能够给予其充足的主导权,使体育社会组织根据运动项目规律充分发挥自身优势,避免高校的过度干涉,还能显著降低体育社会组织的机会主义行为。而过多的事中监督向体育社会组织传递出不信任的信号,使其承受过多压力而被迫遵循高校设定的标准,容易引起体育社会组织工作人员的逆反情绪,不利于激发组织的主观能动性和创新行为。

3.3 激励机制

高校作为委托方应设立激励机制,增强体育社会组织的内驱动力,鼓励其以最大努力实现委托人的预期目标。体育社会组织与高校之间的合作主要体现在运动技能知识、赛事服务等无形资源的传递和分享等层面。体育社会组织所投入的无形资源无法完全进行规定和评估,事中、事后监督工作处理不当就容易造成双方不平等关系,使体育社会组织产生消极行为。因此,高校需要通过绩效评估的形式设立激励机制,并以此促进体育社会组织参与高校青年体育俱乐部建设的公平竞争。高校需要坚持以下激励原则:(1)促进评估主体多元化。改变以往高校承担评估体育社会组织服务绩效的模式,避免评估主体单一而影响服务绩效评估的客观性。高校应努力健全体育社会组织服务绩效评估机制,引入第三方评价机构,提升评估结果的公正性和真实性;同时鼓励高校青年体育俱乐的指导教师和学生参与体育社会组织的评

价活动。(2)评估内容的全面性。避免将学生运动技能掌握程度作为评估体育社会组织服务绩效的唯一指标,要将学生体质健康测评、开展课余体育竞赛、身体素质培育、课余专项训练制度建设等内容纳入评估范围。(3)评估结果的合理应用。高校根据绩效评估情况,适时调整与体育社会组织的合作,对于服务绩效高、组织课余体育活动能力强的体育社会组织,适当增加经费支持力度;对部分服务绩效低、执行能力弱的体育社会组织,则需要加大督查力度甚至是终止合作。(4)充分考虑体育社会组织在高校青年体育俱乐部中的资源投入。高校应形成长期的购买体育服务策略,确保体育社会组织对高校体育服务市场竞争有稳定的预期。

4 结语

高校大学生的体育运动锻炼需求具有差异性和多元化特征,必然需要高校青年体育俱乐部与体育社会组织的力量进行互补。运用甄别机制选择优质的体育社会组织加入俱乐部课余训练与竞赛服务工作中,借助事中、事后监督和激励机制规范体育社会组织与高校青年体育俱乐部之间的合作,约束体育社会组织的行为,有助于高校青年体育俱乐部的健康有序发展。

参考文献

- [1] 中国政府网. 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》和《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》[EB/OL]. (2020-10-15)[2021-12-12]. http://www.gov.cn/Zhengce/2020-10/15/content_5551609.htm.
- [2] 王凯珍,汪流,戴俭慧,等. 体育社会组织建设与管理[M]. 北京:高等教育出版社,2016:39.
- [3] 民政部官网. 2017 年社会服务发展统计公报[EB/OL]. (2018-08-02)[2019-01-01]. <http://www.mca.gov.cn/article/sj/tjgb/>.
- [4] 基金会中心网. 中基透明指数 FTI[EB/OL]. (2019-01-30)[2019-01-30]. http://data.foundationcenter.org.cn/fti_new/ftiNumber.aspx.
- [5] 陈丛刊,陈宁.“拼凑应对”理论视阈下体育社会组织治理的困境及其消解[J]. 北京体育大学学报,2019,42(8):67-75.
- [6] 刘转青,刘华荣,贺启令,等.“双减”背景下社会组织参与中小学体育治理的逻辑、困境与理路[J]. 体育学刊,2023,30(1):90-98.
- [7] 牛群,张瑞林. 多元主体协同视角下校社合作推进学校体育发展的演化博弈分析[J]. 体育学研究,2023,37(1):102-112.
- [8] 张小龙,朱岩. 广东本科院校课外体育活动与竞赛现状分析——基于《高等学校体育工作基本标准》视角[J]. 广州体育学院学报,2019,39(4):117-120.
- [9] 倪伟,索红杰,徐海朋,等. 上海市大学生体育社团推进阳光体育运动的现状与建议[J]. 上海体育学院学报,2013,37(1):90-94.
- [10] 王哲,梁红霞. 湖北省大学生体育社团发展现状及影响因素[J]. 南京体育学院学报(社会科学版),2014,28(1):86-93.
- [11] 向剑文. 重庆市高校学生体育社团发展现状与对策研究[J]. 西安体育学院学报,2010,27(5):566-569.
- [12] 杰弗里·A. 迈尔斯. 管理与组织研究必读的 40 个理论[M]. 徐世勇,李超平,等译. 北京:北京大学出版社,2017:31.
- [13] ARROW K. J. The economic of anency[M]. Boston:Harvard Business School Press,1985:37-51.
- [14] ELLIS R. S., JOHNSON L. W. Observations: Agency theory as a framework for advertising agency compensation decisions[J]. Journal of Advertising Research,1993,33:75-80.
- [15] DALTON, DAN R., HITT, et al. The fundamental agency problem and its mitigation[J]. In J. F. Walsh&A. P. Brief (Eds.), Mahwah, NJ: Erlbaum. Academy of Management Annals,2007,1:1-64.
- [16] KASHYAPV, ANTIA K D, FRAZIER G L. Contracts, extra-contractual incentives, and ex post behavior in franchise channel relationships[J]. Journal of Marketing Research, 2012,49(2):260-276.
- [17] GREWAL R, CHAKRAVARTY A, SAINI A. Governance mechanisms in business-to-business electronic markets[J]. Journal of Marketing,2010,74(4):45-62.
- [18] 彭国强,高庆勇. 美国体育教育制度的演进历程、治理特征与本土启示[J]. 沈阳体育学院学报,2021,40(1):31-39.
- [19] 张金桥,王健,王涛. 部分发达国家的学校体育发展方式及启示[J]. 武汉体育学院学报,2015,49(10):5-20.
- [20] 虞荣娟. 中美德日大众体育比较研究[J]. 体育文化导刊,2010(4):40-44.
- [21] 陈冬伟,王凯珍,汪流. 中国铁人三项协会脱钩改革的制度困境与出路——基于新制度理论的视角[J]. 武汉体育学院学报,2022,56(10):44-51.

[责任编辑 江国平]