

شناسایی شاخص‌های اثرگذار در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ

برتر هندبال

محسن هراتی^۱، حسین پیمانی زاد^{۲*}، مهدی طالب پور^۳، محمدکشتی دار^۴

۱-دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

۲-دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، ایران

۳- دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۴- دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

تاریخ دریافت: (۱۳۹۷/۱۱/۹) تاریخ پذیرش: (۱۳۹۹/۲/۱۶)

Identification of Effective Indicators in the Economic Valuation of Intangible Assets of the Handball League Superior Clubs

M Herati¹, H Peymanizad^{2*}, M Talebpour³, M keshtedar⁴

1-Ph.D. In Sport Management Mashhad Azad University, Iran.

2- Associate Professor In Sport Management of Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

3- Associate Professor In Sport Management Ferdowsi University of Mashhad, Iran.

4- Associate Professor In Sport Management Ferdowsi University of Mashhad, Iran.

Received: (2019 January 29)

Accepted: (2020 May 05)

چکیده

Abstract

The purpose of this study was to identify factors affecting the economic valuation of intangible assets of Premier League clubs in 2019. The statistical population of the study consisted of veterans, coaches, supervisors, and faculty members in the field of handball and sports economics. And it was done through a survey. Sampling was snowballing. Initially, semi-structured in-depth interviews were conducted for the purpose of identifying intangible assets. After reaching the theoretical saturation and coding, finally the important effective indicators were identified and extracted. After developing a questionnaire and content validation by 17 sports management and economics professors, the researcher distributed a Delphi questionnaire to veterans, coaches, and supervisors of Handball Premier League clubs and expert faculty in handball. Delphi results confirmed the 45 extracted indices. The results of Friedman test showed that structural variables (3.5), communication capital (3.48), spiritual capital (1.88), and human capital (1.14) respectively were prioritized, respectively, using Mic software. Mac plotted charts, maps, and analysis, eventually identifying and ranking 20 key indicators in the economic valuation of Premier League clubs' intangible assets, hoping that the findings of this study provide a suitable model for identifying the factors influencing valuation. Handball clubs to be effective in identifying more sponsors; and to provide sponsorship and competitive advantage. The club for a cause.

Keywords

Economic Valuation, Intangible Assets, Handball Premier League, Delphi Method, Mick Mac Software

هدف از این پژوهش شناسایی شاخص‌های اثرگذار در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر هندبال در سال ۹۷ بود. جامعه آماری پژوهش شامل پیشکسوتان و مربیان و سرپرستان و اعضای هیئت‌علمی صاحب‌نظر در رشته هندبال و اقتصاد ورزش بودند این پژوهش از نوع کاربردی و تحلیلی و به روش پیمایشی اجرا گردید. نمونه‌گیری به صورت گلوله برفی بود. ابتدا برای آگاهی از دارایی‌های نامشهود، مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته‌ای انجام شد. پس از رسیدن به اشباع نظری و کدگذاری، درنهایت شاخص‌های مهم اثرگذار شناسایی و استخراج شدند. محقق پس از تنظیم پرسشنامه و تأیید روایی محتوایی توسط ۱۷ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و اقتصاد، به توزیع پرسشنامه دلفی در بین پیشکسوتان و مربیان و سرپرستان باشگاه‌های لیگ برتر هندبال و اعضای هیئت‌علمی صاحب‌نظر در رشته هندبال پرداخت. نتایج حاصل از دوره‌های دلفی ۴۵ شاخص استخراج شده را تأیید کرد. نتایج آزمون فریدمن نشان داد که متغیر ساختاری (۳/۵)، متغیر سرمایه ارتباطی (۳/۴۸)، متغیر سرمایه معنوی (۱/۸۸) و سرمایه انسانی (۱/۱۴) به ترتیب از اولویت برخوردارند سپس با استفاده از نرم‌افزار میک مک به رسم نمودار و نقشه‌ها و تحلیل، پرداخت و درنهایت به شناسایی و رتبه‌بندی ۲۰ شاخص کلیدی در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر دست یافتند. امید است یافته‌های این پژوهش در ارائه الگویی مناسب برای شناخت فاکتورهای اثرگذار در ارزش‌گذاری باشگاه‌های هندبال مؤثر باشد و در شناخت بیشتر حامیان مالی تأثیرگذار باشد؛ و زمینه را برای جذب اسپانسر و ایجاد مزیت رقابتی برای یک باشگاه ایجاد نماید.

کلید واژه‌ها

ارزش‌گذاری اقتصادی، دارایی نامشهود، لیگ برتر هندبال، روش دلفی، نرم‌افزار میک مک

*Corresponding Author: Hosein Paymanizad

E-mail: A_peymanizad@yahoo.com

* نویسنده مسئول: حسین پیمانی زاد

مقدمه

باشگاه‌های ورزشی به‌عنوان هسته اصلی صنعت ورزش، همانند یک بنگاه اقتصادی عمل می‌کنند و با بهره‌گیری از تجهیزات و امکانات، نیروی انسانی ماهر، متخصص و مدیریت اثربخش، خود را به صنعتی که تولیدکننده ثروت است، مبدل ساخته و زمینه‌ساز بسیاری از تحولات در دنیای ورزش شده‌اند (آدامز و آرمیتاژ، ۲۰۰۴). از آنجاکه هندبال به‌عنوان ورزشی فراگیر، جذاب و اجتماعی و مقوله‌ای مهم و تأثیرگذار در سطح ملی و بین‌المللی به شمار می‌رود و باشگاه‌های هندبال، نقش اساسی در پیشرفت این ورزش و صنعت را دارا هستند (زارعی و طالب پور، ۱۳۹۱)، از این‌رو، با نگاهی دقیق به دنیای در حال رشد امروزی و اهمیت مسائل اقتصادی در بازارهای رقابتی، این حقیقت آشکار می‌شود که بنگاه‌های تولیدی، خدماتی و یا تجاری برای حفظ بقاء، سودآوری و دستیابی به اهداف سازمانی باید به دنبال نوآوری و یافتن روش‌هایی باشند که بتوانند مزیت رقابتی خود را در برابر رقبا به رخ بکشند و با تداوم بخشیدن به آن، خود را در برابر امواج سهمگین محیطی مصون نمایند (سید نژاد فهیم و اقدامی، ۱۳۹۰). بنابراین بقاء و اقتصاد باشگاه‌های ورزشی به‌مثابه بنگاه‌های اقتصادی مستلزم توجه به سه بعد محیطی، اقتصادی، اجتماعی و استمرار و نهادینه شدن کارآفرینی (پایداری کارآفرینی) است؛ به‌عبارت‌دیگر، زمانی ماندگاری و کارآفرینی باشگاه تحقق می‌یابد که باشگاه‌ها ارزش وجودی خود را تعیین کنند (صاحب‌کاران و همکاران، ۱۳۹۲). با گسترش روزافزون صنعت ورزش و در رأس آن باشگاه‌های حرفه‌ای و نیز سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی که در ورزش سراسر دنیا صورت گرفته، بدیهی است که نظارت مستمر بر کارکردهای مختلف این بنگاه‌های اقتصادی، خصوصاً در بعد مالی لازم است تا نه‌تنها خود را در برابر تغییرات سریع محیطی آماده نگه‌دارند، بلکه از منابع، امکانات و ظرفیت باشگاه‌ها حداکثر استفاده صورت پذیرد و باشگاه‌ها توأمان به کارایی و اثربخشی و درنهایت بهره‌وری دست یابند (اسمیلد^۲ و همکاران، ۲۰۰۹). بررسی و سنجش میزان درآمد و میزان سوددهی باشگاه‌های ورزشی موضوعی است که همواره موردتوجه حامیان، مدیران و بازاریابان و حسابداران در امور ورزشی بوده است (صاحب‌کاران و همکاران، ۱۳۹۷). لذا توجه به بخش بازاریابی و رویکردهای اقتصادی (برخورداری از بینش اقتصادی) و استفاده از ابزارهای اقتصادی می‌تواند گره‌گشای مشکلات و افزایش کارایی و بهره‌وری باشد؛ و از آنجاکه امروزه

در برخی ورزش‌ها همچون فوتبال و والیبال و هندبال، قابلیت‌ها و توانایی‌های بی‌شماری برای درآمدزایی و افزایش ارزش وجود دارد؛ لذا بایستی این ارزش‌ها به‌گونه‌ای ارزش‌گذاری شده و ارزش اقتصادی (ارزش پولی یک دارایی از نظر ریالی) هر دارایی مشخص شود (جانسون و وایتهد^۳، ۲۰۰۰). در همین راستا، موناسینگ^۴ (۱۹۹۳) برای اولین بار، ارزش کل اقتصادی را به دو شاخه اصلی ارزش‌های مصرفی و غیر مصرفی و ارزش‌های غیر مصرفی را به دو گروه ارزش‌های وجودی و میراثی تقسیم‌بندی کرده است که در آن، ارزش مصرفی شامل ارزش‌های مصرفی مستقیم، غیرمستقیم و ارزش انتخابی می‌شود. از این‌رو می‌توان گفت، ارزش‌گذاری اقتصادی فرآیندی است که طی آن میزان بهای جاری یک دارایی تعیین می‌گردد. دارایی‌ها ممکن است به‌صورت دارایی‌های نامشهود باشد. چنین دارایی‌هایی در یک واحد اقتصادی، شامل تمام دارایی‌های است که ماهیت فیزیکی ندارند اما دارای فواید و منافع مهمی برای موفقیت واحد اقتصادی هستند (داموداران^۵، ۲۰۱۲). تحقیقات زیادی در زمینه مدل‌های ارزش‌گذاری اقتصادی صورت گرفته است که می‌توان از این‌بین به پژوهش ادوینسون^۶ (۱۹۹۳) اشاره کرد که ارزش بازاری را به دو بخش ارزش دفتری و دارایی نامشهود (سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری) تقسیم‌بندی کرده است. بروکینگ^۷ (۱۹۹۶) دارایی نامشهود یک سازمان را به چهار بخش سرمایه‌های انسانی و سرمایه‌های زیر ساختاری و مالکیت معنوی و سرمایه‌های بازار تقسیم می‌کند. بوتیس^۸ (۲۰۰۲) دارایی‌ها را به چهار بخش سرمایه انسانی (یادگیری و آموزش، تجربه و تخصص، خلاقیت و نوآوری)، سرمایه ساختاری (سیستم و برنامه‌ها، تحقیق و توسعه، حق امتیازات معنوی)، سرمایه ارتباطی (استراتژی‌ها و توقعات، ارتباط با مشتری، تأمین‌کنندگان و مشتری، کسب دانش در خصوص مشتری) و دارایی یا مالکیت معنوی (بهره‌وری، سودآوری و ارزشمندی در بازار) تقسیم‌بندی کرد. چن^۹ و همکاران (۲۰۰۴) دارایی‌های یک سازمان را به چهار بخش (سرمایه انسانی، سرمایه مشتری، سرمایه نوآوری و سرمایه ساختاری) تقسیم‌بندی می‌کند. جورکزاک^{۱۰} (۲۰۰۸) دارایی‌های را به

3 Johnson, & Whitehead

4 Munasinghe

5 Damodaran

6 Edvinsson

7 Brooking

8 Bontis

9 Chen

10 Jurczak

1 Adams & Armitage

2 Asmild

سرمایه‌های انسانی، سازمانی و ارتباطی تقسیم‌بندی کرد. لویز^{۱۱} (۲۰۰۹) دارایی‌ها یک سازمان را متشکل از دو عامل اصلی سرمایه ارتباطی (مشتري) و سرمایه ساختاری می‌داند که دو عامل دیگر دانش عینی و دانش ضمنی مکمل آن هستند. چن (۲۰۱۲) در یک تقسیم‌بندی دیگر، این دارایی‌ها را به سه دسته سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی و سرمایه انسانی تقسیم‌بندی کرد که ارزش آن‌ها با تغییرات محیط اقتصادی، تغییر خواهد کرد. ویکر^{۱۲} و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان ارزش موفقیت‌های المپیک و اثرات دارایی‌های نامشهود رویدادهای ورزشی در کشور آلمان، نشان دادند که دارایی‌های نامشهود از طریق ورزشکاران سبب ایجاد احساس غرور، وحدت ملی، رضایت از عملکرد، شهرت ملی، احساس شادی، احساس افتخار، داشتن عملکرد کاری بالا در جامعه، بالا بردن انگیزه، ترویج عدالت شده و همچنین تمایل به پرداخت برای تیم‌ها و باشگاه‌های ورزشی را بالا می‌برند. کاپیلا^{۱۳} و همکاران (۲۰۱۲) و سالونیوس و لانونکویست^{۱۴} (۲۰۱۲) دارایی‌های یک سازمان را به چهار بخش سرمایه انسانی، سرمایه معنوی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی تقسیم کرده است. پینارگورل^{۱۵} و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان اندازه‌گیری دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های فوتبال ترکیه، دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ترکیه را به سه دسته سرمایه انسانی (مهارت‌های فردی مانند استعداد، تجربه، دانش و شایستگی کارکنان و مدیران، انگیزه، دانش و مهارت) سرمایه ساختاری (ساختار سازمانی، استراتژی‌ها، برنامه‌های عملیاتی، سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای تبدیل اطلاعات و فرهنگ سازمانی) و سرمایه ارتباطی یا سرمایه مشتري (روابط باشگاه‌ها با یکدیگر، روابط با حامیان و تأمین‌کنندگان مالی، روابط با هواداران، روابط رسانه‌ای) تقسیم‌بندی کردند. ژانگ^{۱۶} و همکاران (۲۰۱۳) دارایی‌ها را به سه بخش سرمایه انسانی، معنوی و تجاری تقسیم‌بندی کردند. تام^{۱۷} و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان رفاه شخصی و دارایی نامشهود مربیان باشگاه‌های فوتبال دارایی‌های باشگاه‌ها را به سه بخش دارایی یا سرمایه انسانی (شایستگی افراد باشگاه به‌عنوان منبع بهره‌وری، کیفیت کار، وفاداری، مهارت‌های فردی و دانش)،

11 Lopes

12 Wicker

13 Kapyla

14 Salonijs And Lonnqvist

15 Pinar Gurel

16 Zhang

17 Tomé

18 Dimitropoulou & Koumanakos

19 Ricci

20 Mačerinskienė & Aleknavičiūtė

21 Shou & Liu

هستند. جمع‌بندی نتایج پژوهش‌های بالا نشان از آن دارد که از یک‌سو، مطالعات چندی در حوزه ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود در سازمان‌های غیرورزشی صورت پذیرفته و اما مطالعه جامع و همه‌جانبه در سازمان‌های ورزشی به‌ویژه در باشگاه‌های ورزشی ایران مورد غفلت واقع گشته و مشخص نشده است که باشگاه‌های ورزشی در سطوح مختلف ورزش برای ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود خود به چه شاخص‌هایی نیاز دارند و به عبارتی با توجه به شرایط هر کشور شاخص‌هایی کارآمد در این حوزه شناسایی نشده است؛ از سوی دیگر، به اعتقاد نگارندگان، ریشه عدم موفقیت و یا موفقیت ضعیف باشگاه‌های ورزشی کشور را در دهه‌های گذشته، در کنار مسائل مربوط به بازیکنان و مربیان و نبود امکانات، می‌باید در زمینه نبود شاخص‌هایی برای ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران جهت واگذاری به بخش خصوصی کشور جستجو کرد، موضوعی که علیرغم اهمیت فراوانش هنوز مورد غفلت متصدیان امر است. محققین به موضوع ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود با مشاهده مشکلات عدیده موجود در زمینه واگذاری باشگاه‌های ورزشی به بخش خصوصی و بحث‌های فراوان موجود در این باره در محافل دانشگاهی و اجرایی شکل گرفته است. به‌زعم محققین، داشتن الگویی مناسب برای ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران، بسترها و زمینه‌های لازم برای موفقیت ورزش ما در عرصه داخلی و خارجی را نیز آماده می‌سازد. هرچند تحقق کامل مفهوم ارزش‌گذاری اقتصادی به‌ویژه در بخش دارایی نامشهود ممکن است در عمل یک امر ایده‌آلی باشد که رسیدن به آن مقدور نباشد اما داشتن الگویی مناسب، زمینه‌ها را برای این امر فراهم‌تر خواهد کرد. از این رو پژوهش حاضر با هدف شناسایی شاخص‌های اثرگذار در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران صورت گرفته است.

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر ماهیت و هدف از نوع کاربردی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها از نوع توصیفی-پیمایشی بود. اطلاعات موردنیاز برای انجام پژوهش با استفاده از انواع روش‌های میدانی، کتابخانه‌ای، مشاهده، پرسشنامه و مصاحبه به‌دست آمده است. جامعه آماری این پژوهش شامل اعضای هیئت‌علمی مدیریت ورزشی و اقتصاد و نیز مدیران باشگاه‌های هندبال ایران بودند. به‌طوری‌که ابتدا محقق به‌منظور کشف دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران، بعد از تعریف

تجاری، حق پخش مسابقات تلویزیونی، احترام در بین جامعه، پذیرش محصولات ورزشی از راه تبلیغ ستارگان ورزشی است. گودایتیت^{۲۲} و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهش خود معیارهای ارزش‌گذاری میراث رویداد ورزشی (سهام حاضر در آینده) را در مسابقات بسکتبال قهرمانی اروپا از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۳ موردبررسی قرار داد. وی جهت ارزش‌گذاری این رویدادهای از ارزش‌های مستقیم (زیرساخت‌ها، حامیان مالی، توریست‌ها و بازگشت سرمایه) و غیرمستقیم (سرمایه اجتماعی و معنوی و نیز ارتباطات) استفاده کرد. لاردو^{۲۳} و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان شبکه‌های اجتماعی چه تأثیری بر دارایی‌های باشگاه‌های فوتبال دارند به این نتیجه رسیدند که معیارهای محبوبیت در رسانه‌های اجتماعی عامل تعیین‌کننده ارزش سرمایه انسانی و ارتباطی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال است. همچنین در این پژوهش اجزای دارایی‌های یک باشگاه را به سه بخش سرمایه ساختاری، انسانی و ارتباطی تقسیم‌بندی کرده‌اند. بالدینی^{۲۴} و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان چارچوبی برای اندازه‌گیری دارایی نامشهود، دارایی یک سازمان را شامل سه نوع سرمایه ارتباطی (سهام بازار، تعداد مشتریان، بازده فروش، درصد فروش، تصویر شرکت، اعتماد مشتری، قراردادهای همکاری با دیگر سازمان‌ها، ارتباطات از فضاهای مجازی) سرمایه انسانی (تعداد کارکنان، سن کارکنان، تجربه کارکنان، سابقه کارکنان، تحصیلات کارکنان، رضایت‌مندی از کارکنان، مشارکت با افراد متخصص، انگیزه کارکنان، آموزش کارکنان) و سرمایه سازمانی (شاخص رشد سازمانی، ثبت اختراع، صدور مجوزها، تعداد علامت‌های تجاری، مزایای کارکنان، سرمایه‌گذاری در سیستم اطلاعاتی، نوآوری سازمانی، هزینه‌های تحقیق) تقسیم‌بندی کردند. بخش^{۲۵} و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان شناسایی دارایی‌های نامشهود بخش آموزشی در ایران به این نتیجه رسیدند که دارایی‌های یک سازمان شامل سه بخش سرمایه ارتباطی (ارزش برند، ارتباط با تأمین‌کنندگان و رقبا، رضایت مشتری، ارتباط با سازمان‌های دیگر، قابلیت بازاریابی، وفاداری مشتری و شدت رقابت در بازار)، سرمایه ساختاری (فرهنگ، ساختار سازمانی، یادگیری سازمانی، دسترسی به سیستم‌های جدید و سیستم اطلاعات)، سرمایه انسانی (تجربه کارکنان، انگیزه کارکنان، خلاقیت کارکنان، نگرش و شایستگی کارکنان)

22 Gudaityte

23 Lardo

24 Baldini

25 Bakhsha

لیکرت پنج ارزشی (از یک: بسیار کم‌ارزش، دو: کم‌ارزش، سه: ارزش متوسط، چهار: ارزشمند، پنج: یار ارزشمند) پرداخته شد؛ از آنجاکه استفاده از یک روش پیش‌بینی همانند دلفی کافی نبوده و باید با استفاده ترکیبی و هم‌زمان از چند روش ضمن کاهش خطاهای رایج، از تکنیک‌های مختلف برای رفع نواقص هر روش در زمینه تولید داده‌ها و تحلیل مناسب‌تر بهره برد. لذا با ترکیب بهینه انواع روش‌های کمی و کیفی تا حد زیادی می‌توان باعث توسعه و تعمیق محصولات پیش‌بینی شد (حاجیانی، ۱۳۹۰)؛ لذا در این پژوهش از ترکیبی از روش‌های پنل خبرگان و تحلیل ماتریس متقاطع استفاده شده است، چراکه با وجود محدودیت‌های پیش‌گفته شده، استفاده تک‌بعدی از هر یک از روش‌های مذکور پاسخگوی سؤال‌ها و مسائل مطرح در پژوهش حاضر نیست. آینده‌پژوهی دارای روش‌های متنوع اجرای تحقیق است که اغلب پروژه‌های آن با ترکیب روش‌ها صورت می‌گیرد. درنهایت این پژوهش با ترکیب روش‌های آینده‌پژوهی (مرور منابع، پانل خبرگان و تحلیل ماتریس متقاطع) انجام شده است. روش آماری مورد استفاده در این پژوهش آمار توصیفی همچون میانگین و انحراف معیار و آزمون رتبه‌بندی فریدمن و تحلیل ماتریس متقاطع مستقیم و غیرمستقیم بود. روش ماتریس متقاطع با استفاده از نرم‌افزار میک اجرا گردیده است. روش تحلیل ماتریس متقاطع بر این سؤال بنا نهاده شده است که آیا پیش‌بینی آینده می‌تواند مبتنی بر تأثیرات احتمالی متقابل اتفاقات آینده بر یکدیگر باشد؟ (گوردون^{۲۶} و همکاران، ۲۰۰۸).

پارامترهای محاسبه؛ برای اینکه بتوان مقادیر ماتریس تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم را وارد کرد، ابتدا باید متغیرهای لازم را تعریف کرد. ماتریس تأثیرات مستقیم، روابط مستقیم بین متغیرهای یک سیستم را توصیف می‌کند، این ماتریس دربرگیرنده متغیرهای ساختاری سیستم است که در ستون‌ها و سطرهای جدول مربوطه جای گرفته‌اند. نحوه پرکردن سلول‌های نرم‌افزار میک، طبق جدول ۱ است که کارشناسان در جلسات دلفی و یا جلسات مشابه، میزانی را برای تأثیر متقابل متغیرها در نظر می‌گیرند که این میزان با پارامترهای فوق مشخص می‌شود و این پارامترها را در جدول وارد می‌نماییم، نرم‌افزار میک مک قابلیت ترسیم چندین نوع نقشه از ماتریس‌های ایجادشده را دارد (گودت، ۲۰۰۶).

مسئله پژوهش، به مطالعه پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه پرداخت و سپس نمونه‌هایی را به صورت هدفمند به شکل نمونه‌گیری گلوله برفی از بین اعضای هیئت‌علمی مدیریت ورزشی و اقتصاد، ورزشکاران، مربیان، مدیران و کارشناسان مطلع با موضوع ارزش‌گذاری اقتصادی انتخاب شد. تعداد نمونه‌ها تا حد اشباع اطلاعاتی (تا مرحله‌ای که محقق اطلاعات جدیدی را در مورد دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران به دست نمی‌آورد و یا شاخص‌های مطرح‌شده توسط اعضای هیئت‌علمی مدیریت ورزشی و اقتصاد، ورزشکاران، مربیان، مدیران و کارشناسان مطلع با موضوع ارزش‌گذاری اقتصادی یکسان و تکراری بود) پیش رفت، به گونه‌ای که در مجموع با ۱۷ نفر از اعضای انتخاب‌شده مصاحبه‌های عمیق و به صورت حضوری صورت پذیرفت (ساختار نیافته) و از مؤلفه‌های دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران در هر یک از ابعاد سرمایه ارتباطی، سرمایه معنوی، سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری مطرح‌شده توسط آن‌ها یادداشت‌برداری شد. لازم به ذکر است موضع مصاحبه‌گر در شرایط مصاحبه به صورت مشارکت‌جویانه بود. با توجه به اینکه تجزیه و تحلیل متن پیاده شده مصاحبه‌ها با سه روش کمی، ساختاری و تفسیری تجزیه و تحلیل می‌شود در این پژوهش از روش ساختاری جهت دسته‌بندی مؤلفه‌ها استفاده شد، به طوری که محققین متن مصاحبه‌ها را چندین بار خوانده و واژه‌ها، عبارات و درون‌مایه‌های موجود در متن را مشخص نمود. همچنین برای روایی بیشتر تحقیق صرفاً به مصاحبه‌ها اکتفا نشد و از منابع پژوهش‌های پیشین بهره گرفته شد. در واقع، محقق با دانشی که از مطالعه متون پیشین و دیگر منابع داشت، سعی کرد دریابد، واژه‌ها، عبارات و جمله‌های توصیفی گر چه پیام‌هایی می‌توانند داشته باشند. درنهایت پرسشنامه ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران تنظیم شد. سپس محقق با استفاده از پرسشنامه ساخته‌شده که روایی آن به تأیید ۱۷ نفر از متخصصان و صاحب‌نظران اساتید مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور واحد مشهد و دانشگاه آزاد واحد مشهد و دانشگاه فردوسی مشهد رسید به تشکیل پنل دلفی پرداخت و مراحل دلفی را در پیش گرفت. در ابتدا با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی در جامعه پژوهش (مجموعاً ۴۵ نفر از پیشکسوتان و مربیان و مدیران و داوران و اعضای هیئت‌علمی متخصص در زمینه هندبال کشور) به تشکیل پنل دلفی و نظرسنجی در مورد مؤلفه‌های استخراج‌شده در قالب سؤالات بر مبنای مقیاس

جدول ۱. نحوه امتیازدهی متغیرها در نرم‌افزار میک مک

رتبه	۰	۱	۲	۳	P
مفهوم	بدون تأثیر	ضعیف	متوسط	تأثیر قوی	تأثیر بالقوه

جدول ۲. نتایج متغیرهای اثرگذار شناسایی شده در دوره‌های دلفی

شاخص	شماره سؤال	تعداد خبرگان		
		۱۵ نفر	۱۵ نفر	۱۵ نفر
		امتیاز دور دوم	امتیاز دور اول	انحراف معیار
شاخص سرمایه ارتباطی	۱	۳/۳۳	۴/۲۷	۰/۹۴۱
	۲	۴/۰۷	۴/۲۷	۰/۷۷۵
	۳	۳/۸۰	۴/۶۷	۰/۵۹۴
	۴	۳/۲۷	۴/۳۳	۰/۶۴۰
	۵	۳/۵۳	۳/۶۷	۱/۰۴۷
	۶	۳/۷۳	۳/۸۰	۰/۹۰۰
	۷	۳/۵۳	۴/۰۷	۰/۹۴۱
	۸	۳/۲۰	۴/۲۷	۰/۷۰۴
	۹	۳/۴۶	۳/۸۷	۰/۵۹۴
	۱۰	۳/۴۷	۴/۲۷	۰/۷۹۹
	۱۱	۳/۸۰	۴/۳۳	۰/۶۳۲
	۱۲	۳/۲۰	۴/۰۰	۰/۷۴۳
	۱۳	۳/۶۷	۴/۰۷	۰/۶۱۷
	۱۴	۲/۸۷	۳/۵۳	۱/۱۷۵
	۱۵	۳/۵۳	۴/۲۰	۰/۹۴۱
شاخص سرمایه انسانی	۱۶	۳/۶۷	۴/۴۶	۰/۹۷۶
	۱۷	۳/۱۳	۴/۰۷	۰/۹۷۶
	۱۸	۴/۱۳	۴/۱۳	۱/۱۱۳
	۱۹	۳/۴۷	۴/۲۰	۱/۰۸۲
	۲۰	۴/۰۰	۴/۲۷	۰/۷۲۴
	۲۱	۳/۲۷	۴/۳۳	۱/۱۲۵
	۲۲	۳/۴۰	۴/۱۳	۰/۸۴۵
شاخص سرمایه معنوی	۲۳	۳/۸۷	۴/۰۷	۰/۶۱۷
	۲۴	۴/۰۷	۴/۲۷	۰/۶۳۲
	۲۵	۴/۰۰	۴/۴۰	۱/۰۰۰
	۲۶	۳/۴۷	۳/۹۳	۰/۷۰۴
	۲۷	۳/۰۰	۳/۶۷	۰/۷۹۹
	۲۸	۳/۴۰	۳/۸۰	۰/۸۶۲
	۲۹	۴/۱۳	۴/۴۷	۰/۷۳۷
	۳۰	۳/۸۷	۴/۳۳	۰/۶۳۲
	۳۱	۳/۲۰	۳/۸۷	۰/۷۰۴
	۳۲	۳/۹۳	۴/۰۰	۰/۶۵۵
	۳۳	۴/۳۳	۳/۸۷	۰/۷۷۵
	۳۴	۳/۸۷	۳/۷۳	۰/۸۸۴

شاخص	شماره سؤال	تعداد خبرگان			
		۱۵ نفر	۱۵ نفر	۱۵ نفر	
		امتیاز دور اول	امتیاز دور دوم	امتیاز دور سوم	انحراف معیار
	۳۵	۳/۸۰	۴/۳۳	۴/۰۷	۰/۷۹۹
	۳۶	۳/۹۳	۴/۲۰	۴/۴۰	۰/۷۳۷
	۳۷	۳/۴۷	۴/۲۷	۳/۸۷	۰/۸۳۴
	۳۸	۲/۹۳	۳/۶۷	۳/۸۰	۰/۶۷۶
	۳۹	۳/۴۷	۴/۰۷	۳/۹۳	۰/۷۹۹
	۴۰	۳/۶۰	۳/۵۳	۳/۹۳	۰/۹۶۱
	۴۱	۳/۲۰	۴/۲۰	۳/۷۳	۰/۹۶۱
	۴۲	۳/۲۰	۳/۱۳	۳/۶۷	۰/۹۰۰
	۴۳	۴/۱۳	۴/۴۰	۴/۲۰	۰/۷۷۵
	۴۴	۳/۵۳	۴/۴۰	۴/۵۳	۰/۵۱۶
	۴۵	۳/۹۳	۴/۰۷	۳/۷۳	۰/۸۸۴

جدول ۳. تحلیل اولیه‌ی داده‌های ماتریس

ابعاد ماتریس	تعداد تکرار	تعداد صفرها	تعداد یک‌ها	تعداد دوها	تعداد سه‌ها	جمع	درجه پرتشدگی
۴۵	۲	۳۰۱	۷۷۹	۶۸۲	۲۶۳	۱۷۲۴	۸۵/۱۳۵۸%

یافته‌های پژوهش

تدوین‌شده مجدداً به جامعه آماری ارائه شد که بر اساس مبنای معدل: ۰-۵ میانگین: بالاتر از ۲/۵ به دست آمد و مجدداً متغیری نیز حذف نگردید و نهایتاً در مرحله سوم، با رأی خبرگان، تعداد نهایی و موردقبول به ۴۵ متغیر رسید؛ که نتایج آن در جدول ۲ آورده شده است. همچنین یافته‌های حاصل از آزمون فریدمن نشان داد که در میان شاخص‌های ذکرشده شاخص سرمایه ساختاری با بالاترین رتبه ۳/۵۰ و مؤلفه سرمایه انسانی با کمترین رتبه ۱/۱۴ و شاخص سرمایه ارتباطی رتبه ۳/۴۸ و شاخص سرمایه معنوی امتیاز ۱/۴۸ را به خود اختصاص داد.

کلیه ۴۵ متغیر استخراجی از روش دلفی را در قالب پنل تأثیرات متغیرها، درج و تأثیر هر یک از متغیر ستون عمودی بر ستون افقی توسط جامعه آماری موردبررسی قرار گرفته و با دامنه ۰ تا ۳ در نرم‌افزار میک مک ارزش‌گذاری شدند. در پیوست جدول تأثیرات متقابل متغیرها بر اساس نظرات پانل در خروجی نرم‌افزار میک مک را نشان می‌دهد.

پس از معین شدن ارزش هر یک از متغیرها بر اساس نظرات پنل و واردکردن داده‌ها در تأثیرات متقابل در نرم‌افزار، به تجزیه و تحلیل با استفاده از نرم‌افزار میک مک پرداخته شد که سیستم گزارش خود را طبق جدول ۳ در خصوص میزان ارزش‌گذاری و دسته‌بندی متغیرها اعلام می‌نماید. از مجموع

جهت شناسایی متغیرهای دخیل در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر هندبال ایران، ضمن مطالعه کتب، اسناد، مدارک، مقالات، پیشینه‌های مرتبط و مصاحبه با برخی از اساتید صاحب‌نظر رشته مدیریت ورزشی و اقتصاد، کلیه محورها و متغیرها موردبررسی قرار گرفته تا ادعا نمود که جامع و هم‌پوشانی لازم را دارند. در این قسمت از بین متغیرهای متعدد، حدود ۱۰۰ متغیر به دست آمد که پس از بررسی و حذف موارد مشابه به ۴۵ متغیر در این حوزه رسیدیم که در قالب پرسشنامه به خبرگان موضوع جهت بررسی و سنجش معیار و ارزش هر کدام از این متغیرها، ارائه گردید (روش دلفی). از ۴۵ نفر از افراد پاسخگو ۱۸ نفر زن و ۲۷ نفر مرد بودند که بیشترین رده سنی پاسخگو در این تحقیق افراد بین ۲۵ تا ۷۸ سال بودند، در مجموع ۱۲ نفر افراد پاسخگو پیشکسوت، ۱۶ نفر مربی و ۸ نفر داور و ۹ نفر مدیر باشگاه بودند؛ که ۹ نفر از این افراد پاسخ‌دهنده، لیسانس به پایین و ۲۱ نفر لیسانس و ۱۱ نفر فوق لیسانس و ۴ نفر دارای مدرک دکتری بودند. با بهره‌گیری از مدل فریدمن، در مرحله اول، بر اساس مبنای معدل‌گیری: ۰-۵ میانگین: همه متغیرها بیشتر از ۲/۵ به دست آمد، در مرحله دوم با تعداد ۴۵ سؤال، پرسشنامه

است متغیرهای تأثیرپذیر یا به بیان بهتر متغیرهای نتیجه، شامل ۱۸ متغیر که متغیرهای محبوبیت باشگاه، هویت باشگاه، رضایت هواداران، کیفیت مالکین و سهامداران، فرهنگ سازمانی، تعداد هواداران، سرمایه اجتماعی، حق پخش تلویزیونی، برنامه ارزیابی منسجم و کارآمد، تحقیقات و انتشارات در زمینه برنامه‌های توسعه آتی باشگاه، کیفیت ادراک شده از باشگاه، تداعی برند باشگاه، آگاهی از برند باشگاه، وفاداری هواداران، سند توسعه چشم‌انداز، مجوزها و برنامه‌های باشگاه و شخصیت برند باشگاه، تصویر اجتماعی باشگاه هستند که تأثیرگذاری پایین و تأثیرپذیری بسیار بالایی دارند؛ بنابراین نسبت به تکامل متغیرهای تأثیرگذار و دوجوهی، بسیار حساس می‌باشند. همچنین متغیرهای تحصیلات کادر فنی، قدمت باشگاه، بسته‌های نرم‌افزاری و سیستم‌های الکترونیکی، حق شرکت در مسابقات، موقعیت جغرافیایی باشگاه، حقوق مالکیت باشگاه و شفافیت مالی در باشگاه‌ها جزء متغیرهای مستقل هستند که از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پائینی برخوردارند. این متغیرها در قسمت جنوب غربی نمودار قرار دارند. با توجه به ماهیت ناپایداری سیستم، به نظر می‌رسد بخشی از این متغیرها در این قسمت از صفحه، دارای ماهیت خروجی سیستم باشد که باید به‌نوعی آن‌ها را متغیرهای خروجی مستقل نامید. نتایج حاصل از تحلیل میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هر متغیر در جدول ۴ آورده شده است.

به خود اختصاص می‌دهند، متغیرهای ریسک همان عوامل کلیدی موفقیت هستند. تحلیل متغیرهای نقشه ۱ از نظر اعمال شرایط و تعیین ناسازگارها و حذف متغیرهای غیر مؤثر، توسط نرم‌افزار میک مک انجام می‌شود. وضعیت پراکندگی متغیرها در نقشه ۱ و همچنین وضعیت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها بر همدیگر به صورت مستقیم و غیرمستقیم در نمودارهایی در پیوست نیز ارائه شده است؛ که نشان‌دهنده میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها هستند.

با توجه به نقشه ۱ و شناسایی سیستم به‌عنوان ناپایدار، وجود عوامل تأثیرگذار با درجه‌ی بالا در منتهالیه نمودار در سمت شمال غربی، بعید به نظر می‌رسد؛ زیرا این محل، بیشتر در سیستم‌های پایدار دارای متغیر است؛ و شامل تنها ۴ متغیر پیشکسوتان؛ خوشنامی بازیکنان و کادر فنی؛ رسیدگی به انتقادات هواداران و متغیر عضویت در سازمان‌های بین‌المللی که دارای تأثیرگذاری بالایی است، در این ناحیه قرار دارد. همچنین از مجموع ۴۵ متغیر ۱۶ متغیر جزء متغیرهای دوجوهی (متغیر ریسک و متغیر هدف) هستند و شامل متغیرهای سبک رهبری، تبلیغات، ارتباط با سرمایه‌گذاران، داشتن مدیریت مؤثر، مزیت رقابتی، تعداد بازیکنان ملی، کارایی و بهره‌وری، ارزش سهام نسبت به رقبا، افتخارات کسب‌شده توسط باشگاه، سهمیه حضور در لیگ حرفه‌ای، استعدادیابی در هندبال، شهرت باشگاه، رنکینگ باشگاه، مدیریت قراردادهای، بهسازی و آموزش منابع انسانی، موفقیت‌های باشگاه

جدول ۴. نتایج اثرگذاری متغیرهای مستقیم و غیرمستقیم بر همدیگر

متغیر	شاخص	تأثیر مستقیم		جمع میزان تأثیر پذیری مستقیم	جمع میزان تأثیر گذاری مستقیم	تأثیر غیر مستقیم		جمع میزان تأثیر پذیری غیر مستقیم	جمع میزان تأثیر گذاری غیر مستقیم
		میزان تأثیر پذیری	میزان تأثیر گذاری			میزان تأثیر پذیری	میزان تأثیر گذاری		
سرمایه ارتباطی	وفاداری هواداران	۷۰	۴۸	۱۰۳۱	۸۳۱	۳۰۷۶۴۳	۲۱۸۲۹۴	۲۵۳۱۸۶۲	۴۴۴۹۲۰۴
	محبوبیت باشگاه	۷۹	۵۹			۳۴۶۶۳۶	۲۴۸۳۹۹		
	شخصیت برند باشگاه	۷۰	۵۰			۳۰۲۳۱۸	۲۱۴۹۴۵		
	آگاهی از برند باشگاه	۶۷	۴۵			۲۹۳۵۸۱	۱۸۰۶۱۳		
	کیفیت ادراک شده	۷۲	۴۳			۳۱۰۲۲۹	۱۸۳۷۴۹		
	تداعی برند باشگاه	۶۹	۳۷			۳۰۳۹۲۰	۱۵۶۷۳۷		
	تصویر اجتماعی باشگاه	۹۶	۵۴			۴۰۸۱۵۴	۲۲۸۳۹۹		
	ارتباط با سرمایه‌گذاران	۷۳	۶۷			۳۱۴۴۷۳	۲۹۶۱۶۰		

مقیاس	شاخص	تأثیر مستقیم		جمع میزان تأثیر پذیری مستقیم	جمع میزان تأثیر گذاری مستقیم	تأثیر غیر مستقیم		جمع میزان تأثیر گذاری غیر مستقیم	جمع میزان تأثیر پذیری غیر مستقیم
		میزان تأثیر پذیری	میزان تأثیر گذاری			میزان تأثیر پذیری	میزان تأثیر گذاری		
	هویت باشگاه	۸۴	۶۲	۴۶۴	۵۶۳	۳۵۸۸۸۲	۲۵۳۹۸۲	۲۶۶۴۵۵۹	
	تبلیغات باشگاه	۹۲	۷۰			۳۸۲۶۸۵	۲۹۵۱۴۹		
	خوش‌نامی (بازیکن و کادر)	۳۷	۷۹			۱۶۴۶۳۲	۳۳۲۲۳۵		
	مزیت رقابتی	۹۳	۷۸			۴۰۲۷۸۲	۳۲۹۳۶۳		
	رضایت هواداران	۸۴	۶۱			۳۵۷۶۶۵	۲۶۶۴۶۵		
	رسیدگی به انتقادات هواداران	۴۵	۷۸			۱۹۵۶۰۴	۳۲۷۳۶۷		
	تعداد هواداران	۹۴	۶۷			۴۱۲۵۵۸	۲۸۳۴۷۸		
استعدادیابی	۵۸	۷۰	۲۴۳۹۰۴	۳۰۳۸۵۵					
مدیریت قراردادهای	۶۳	۸۴	۲۶۸۹۵۴	۳۵۲۶۱۰					
بهسازی و آموزش منابع انسانی	۶۵	۹۱	۲۷۸۳۹۰	۳۹۳۲۹۰					
پیشکسوتان	۴۱	۸۲	۱۸۰۱۹۶	۳۴۸۲۵۱					
تعداد بازیکنان ملی شاغل	۶۴	۷۶	۲۷۳۸۰۴	۳۳۴۲۵۴					
شفافیت مالی	۳۶	۳۱	۱۵۶۲۸۶	۱۳۶۲۱۹					
سطح تحصیلات کادر فنی	۴۳	۶۱	۱۸۵۳۷۵	۲۷۲۲۹۵					
	حق پخش	۵۳	۵۴	۵۶۸	۶۱۶	۲۳۶۹۰۲	۲۲۹۰۰۸	۲۶۶۴۵۵۹	۲۴۵۹۰۵۳
	موفقیت‌های باشگاه	۷۷	۸۶			۳۳۴۴۰۳	۳۶۰۲۰۴		
	عضویت در سازمان‌های بین‌المللی	۵۱	۷۶			۲۲۲۵۸۸	۳۲۶۰۵۵		
	حق شرکت در مسابقات	۴۷	۵۴			۲۰۱۱۱۷	۲۳۶۵۲۰		
	سرمایه اجتماعی	۸۳	۶۴			۳۶۲۶۶۸	۲۷۳۴۰۶		
	مجوزها و پروانه‌های باشگاه	۶۳	۵۰			۲۷۳۷۸۹	۲۲۲۵۷۰		
	افتخارات کسب‌شده توسط باشگاه	۵۹	۷۲			۲۴۹۲۵۳	۳۱۳۳۵۶		
	رنکینگ باشگاه	۶۶	۹۱			۲۸۳۳۱۱	۳۸۹۲۷۱		
	ارزش سهام	۶۹	۷۲			۲۹۴۷۲۲	۳۱۴۱۶۹		
	قدمت باشگاه	۱۳	۶۵	۸۶۹	۹۲۰	۵۹۲۶۷	۲۶۴۱۷۲	۴۰۰۸۱۸۸	۳۷۳۱۱۳۵
	کیفیت مالکین و سهامداران	۸۰	۵۸			۳۴۲۰۳۰	۲۵۲۲۱۹		
	سند توسعه	۷۱	۴۸			۳۰۰۹۸۰	۲۱۰۹۹۱		
	شهرت باشگاه	۹۴	۸۶			۳۹۹۹۲۶	۳۶۸۵۸۰		
	سهمیه حضور در لیگ حرفه‌ای	۵۶	۸۱			۲۴۰۰۰۸	۳۵۴۴۳۰		
	فرهنگ سازمانی	۹۳	۶۵			۳۹۳۰۸۳	۲۷۶۶۹۹		
	تحقیقات و انتشارات	۶۵	۵۷			۲۷۸۸۲۸	۲۵۳۱۴۸		
	کارایی و بهره‌وری در باشگاه	۶۷	۶۷			۲۸۶۴۰۶	۲۹۶۱۷۱		
	حقوق مالکیت باشگاه	۴۸	۴۴			۲۰۳۷۷۵	۱۹۵۸۵۰		
	برنامه‌های ارزیابی منسجم	۵۶	۶۰			۲۳۷۸۹۵	۲۷۰۶۷۱		
	موقعیت جغرافیایی باشگاه	۴۰	۴۲			۱۷۷۹۳۷	۱۸۸۳۴۲		

مقیاس	شاخص	تأثیر مستقیم		جمع میزان تأثیرگذاری مستقیم	جمع میزان تأثیرگذاری غیر مستقیم	جمع میزان تأثیرپذیری غیر مستقیم	جمع میزان تأثیرپذیری مستقیم
		میزان تأثیرگذاری	میزان تأثیرپذیری				
سبک رهبری مدیران باشگاه	داشتن مدیریت مؤثر در باشگاه	۷۱	۱۰۲	۴۴۰۶۶۹	۳۰۳۵۱۴	۳۰۳۵۱۴	۴۴۰۶۶۹
		۶۳	۸۹	۳۸۲۸۷۹	۲۷۲۷۲۱	۲۷۲۷۲۱	۳۸۲۸۷۹
		۵۲	۵۶	۲۵۳۳۵۲	۲۲۴۷۷۱	۲۲۴۷۷۱	۲۵۳۳۵۲

تکرار شده‌اند. برای اعتبارسنجی بخش تحلیل نرم‌افزار میک مک (چون این روش به‌نوعی روش تصمیم‌گیری است) از پنل خبرگان حوزه ارزش‌گذاری اقتصادی، استفاده می‌شود که در ادامه با استفاده از نظر خبرگان و تحلیل نظرات بر اساس خط متغیرهای کلیدی و استراتژیک در نقشه ۱ به استخراج ۲۰ عامل کلیدی اولیه در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر هندبال پرداخته شد که نتایج این اعتبارسنجی در جدول ۵ آورده شده است.

تحلیل تأثیرهای غیرمستقیم متغیرها بر همدیگر، هرکدام از روابط متغیرها توسط نرم‌افزار به توان‌های ۲، ۳، ۴، ۵ و ... رسانده و بر این اساس، اثرهای غیرمستقیم متغیرها سنجیده می‌شود (گودت و همکاران، ۲۰۰۳). آنچه از مقایسه‌ی نتایج تحلیل اثرهای مستقیم و غیرمستقیم به‌دست‌آمده، یافتن عوامل کلیدی مؤثر بر ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر هندبال ایران است که بر اساس نتایج، برخی رتبه‌ها در جدول ۶ در اثرهای مستقیم و هم در اثرات غیرمستقیم، یکسان و دارای تأثیر بالا هستند و با چند پله جابجایی، عیناً

جدول ۵. عوامل اولیه کلیدی استخراج‌شده در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود

عوامل اولیه کلیدی استخراج‌شده
۱- سبک رهبری، ۲- بهسازی و آموزش منابع انسانی، ۳- رنکنینگ بین‌المللی، ۴- داشتن مدیریت مؤثر، ۴- موفقیت‌های باشگاه، ۵- شهرت باشگاه، ۶- مدیریت قراردادهای، ۷- پیشکسوتان، ۸- سهمیه حضور در لیگ حرفه‌ای، ۹- خوشنامی، ۱۰- مزیت رقابتی، ۱۱- رسیدگی به انتقادات هواداران، ۱۲- عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، ۱۳- افتخارات کسب‌شده توسط باشگاه، ۱۴- تعداد بازیکنان ملی شاغل در باشگاه، ۱۵- ارزش سهام نسبت به رقیب، ۱۶- استعدادیابی در هندبال توسط باشگاه‌ها، ۱۷- بسته‌های نرم‌افزاری و سیستم‌های الکترونیکی، ۱۸- حق شرکت در مسابقات، ۱۹- تبلیغات، ۲۰- ارتباط با سرمایه‌گذاران

شاخص سرمایه ارتباطی و سرمایه انسانی و سرمایه معنوی و سرمایه ساختاری جمع‌بندی کردند. در ادامه محققان به جهت تعیین میزان اولویت هرکدام از این شاخص‌ها با استفاده از آزمون رتبه‌بندی فریدمن به رتبه‌بندی هرکدام از شاخص‌ها پرداخت و نتایج حاصل از آزمون رتبه‌بندی نشان داد که بعد ساختاری با امتیاز ۳/۵، بعد ارتباطی با امتیاز ۳/۴۸ نزدیک به بعد ساختاری و بعد معنوی با امتیاز ۱/۸۸ و بعد انسانی با امتیاز ۱/۱۴ از نظر خبرگان به ترتیب در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر هندبال از اولویت برخوردار بودند. از آنجاکه اکثر خبرگان از تجربیات مختلفی همچون مربیگری، داوری و سرپرست و پیشکسوت در زمینه هندبال و بازی در تیم‌های لیگ برتری با توجه به تجربیاتی که

بحث و نتیجه‌گیری

از آنجاکه تاکنون تحقیقی در مورد ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی نامشهود در باشگاه‌های هندبال صورت نگرفته است، پژوهش حاضر به شناسایی شاخص‌های اثرگذار در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر هندبال ایران پرداخته است. لذا محقق با در دست داشتن برخی مؤلفه‌ها، به تشکیل پنل دلفی پرداخت و مراحل دلفی را در پیش گرفت، یافته‌های دوره‌های دلفی (۳ دور)، نشان از میانگین نمرات متوسط به بالا بود لذا هیچ شاخصی حذف نگردید؛ در نهایت محققان به اتفاق نظر و اجماع کلی دست‌یافت و مرحله کار کیفی تحقیق خود را با تأیید ۴۵ گویه در قالب ۴

مدیریت قراردادهای، رنکینگ بین‌المللی باشگاه، سبک رهبری، بهسازی و آموزش منابع انسانی، از میان شاخص‌های ۴۵ گانه شناسایی و رتبه‌بندی شده‌اند؛ که با استناد به خروجی نرم‌افزار و نظر پنل، نقش ابعاد سرمایه انسانی و سرمایه معنوی با داشتن ۴ شاخص از هر بعد نسبت به دو بعد دیگر (سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی) به‌عنوان متغیرهای کلیدی پررنگ‌تر است که شاید بدین دلیل باشد که از نظر افراد پنل، با توجه به تجربیاتی که در زمینه هندبال داشته‌اند، این ابعاد و زیر شاخص‌های آن عواملی هستند که کمتر در درون باشگاه‌های هندبال مورد توجه واقع شده‌اند چراکه شاید، مقایسه باشگاه‌های لیگ هندبال با ورزش‌های توپی دیگر همچون باشگاه‌های لیگ فوتبال و باشگاه‌های لیگ والیبال و دیدن نقاط تفاوت، در این نوع نظر و شناسایی تأثیرگذار بوده است، می‌توان نتایج این تحلیل را با تحقیقات پژوهشگرانی همچون پینارگورل و همکاران (۲۰۱۳) که بعد سرمایه انسانی را در تقسیم‌بندی خود به‌عنوان عامل تأثیرگذار در تقسیم‌بندی دارای نامشهود ذکر کرده و تحقیق لاردو و همکاران (۲۰۱۷) که عامل تعیین‌کننده ارزش سرمایه انسانی را معیارهای محبوبیت در رسانه‌های اجتماعی می‌دانستند همسو دانست.

از آنجاکه در اقتصاد امروز دارایی‌های نامشهود برای بقا و حفظ رقابت و بهبود عملکرد باشگاه‌ها حیاتی هستند، توجه و شناخت ارزش‌های درونی باشگاه‌ها و میزان دارایی‌های نامشهود یک باشگاه می‌تواند به‌عنوان عاملی در جهت رشد و توسعه باشگاه در نظر گرفته شود. لذا به مدیران باشگاه‌های هندبال پیشنهاد می‌شود که سرمایه‌گذاری بیشتری در دارایی‌های نامشهود و خصوصاً تحقیق و توسعه انجام دهند و حتی اطلاعات آن را افشا کنند چراکه این اطلاعات برای حامیان مالی نیز بسیار سودمند است. البته ناگفته نماند که استقرار نظام ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود در باشگاه‌های هندبال ایران نیاز به بسترسازی فرهنگی مناسب دارد؛ از این رو مدیران و مسئولین فدراسیون با شناسایی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌ها و معرفی این دارایی‌ها به‌عنوان توانمندی‌های یک باشگاه، زمینه رشد و توسعه بیشتر ایجاد نمایند؛ که البته شاخص‌های شناسایی شده این پژوهش به‌عنوان معیارهای ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران می‌تواند کمک قابل توجهی را به مدیران و مسئولین فدراسیون بنماید. درنهایت می‌توان بیان داشت که این شاخص‌ها، یک ابزار چندبعدی شامل: سرمایه ساختاری، سرمایه معنوی، سرمایه ارتباطی و سرمایه انسانی بوده که می‌تواند در ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود یک

اعضای پنل دلفی داشته و دارند، این احتمال می‌رود که از نظر آنان، متغیر سرمایه ساختاری و متغیر سرمایه ارتباطی که مربوط به شاخص‌هایی همچون قدمت باشگاه، کیفیت مالکین و سهامداران، کارایی و بهره‌وری در باشگاه شهرت باشگاه، سبک رهبری مدیران باشگاه، داشتن مدیریت مؤثر در باشگاه و وفاداری هواداران، محبوبیت باشگاه، تصویر اجتماعی باشگاه، رضایت هواداران از مقام‌ها (مدال‌ها) و جایگاه فعلی باشگاه، رسیدگی به انتقادات هواداران و سایر شاخص‌ها که در جدول ۲ به تفکیک ذکر شده، دارای بیشترین اهمیت باشد، چراکه اگر باشگاهی همه شرایط و ویژگی‌های رو به رشد را داشته باشد ولی از پشتوانه ساختاری و ارتباطی قوی یا به اصطلاح سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی قوی برخوردار نباشد منجر به پیشرفت و سودآوری نخواهد شد نتایج این تحقیق با تحقیق بروکینگ (۱۹۹۶) و تحقیق بونتیس (۲۰۰۲) و تحقیق. چن و همکاران (۲۰۰۴) و تحقیق کاپیلا و همکاران (۲۰۱۲) و سالونیوس و لانکویس (۲۰۱۲) که دارایی‌های یک سازمان را به چهار بخش سرمایه انسانی، سرمایه معنوی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی تقسیم کرده‌اند همخوانی داشته و همچنین با تحقیق بخشا و همکاران (۲۰۱۸) که دارایی‌های یک سازمان را به سه بخش سرمایه ارتباطی، سرمایه ساختاری، سرمایه انسانی تقسیم‌بندی کرد در سه شاخص همخوانی داشت. لازم به ذکر است که تمام پژوهش‌های انجام‌شده با توجه به اینکه دارایی مشهود و نامشهود را به‌طور یکجا در سازمان‌ها و باشگاه‌ها مورد بررسی قرار نداده‌اند، با پژوهش حاضر متفاوت هستند. در ادامه پژوهشگران، به ترکیب بهینه انواع روش‌های کمی و کیفی پرداختند، ترکیب روش‌های کمی و کیفی، باعث کاهش خطاهای رایج، از تکنیک‌های مختلف برای رفع نواقص هر روش در زمینه تولید داده‌ها و تحلیل مناسب‌تر می‌شود. پژوهشگران بر اساس نتایج حاصل از خروجی نرم‌افزار میک مک، متغیرهای تأثیرگذار در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود را شناسایی و در پی اولویت‌بندی به این متغیرها از منظر طرفین شدند که با استفاده از نظرات پنل ۲۰ عامل کلیدی اولیه (جدول شماره ۵) معرفی که پس از تطبیق دادن عامل‌های کلیدی اولیه جدول شماره ۵ بر مبنای خط تقارن نقشه ۱ و کسب نظر صاحب‌نظران در ارتباط با ارزش‌گذاری اقتصادی، مجدداً موارد مشابه و هم‌سنخ با یکدیگر را ادغام و متغیرهای کمتر استراتژیک حذف و درنهایت با توجه به نقشه ۱ تعداد ۱۰ شاخص مهم و کلیدی؛ از جمله: موفقیت‌های باشگاه، تعداد بازیکنان ملی شاغل در باشگاه، ارزش سهام نسبت به رقیب، استعدادیابی در هندبال توسط باشگاه‌ها، حق شرکت در مسابقات، مدیریت مؤثر،

هیئت‌های هندبال استان‌ها که نویسندگان این مقاله را در پیشبرد اهداف تحقیقی یاری نمودند کمال تشکر را داریم امید است نتایج این تحقیق گره‌گشای مشکلی از مشکلات پیش روی دنیای حرفه‌ای لیگ برتر هندبال ایران باشد.

باشگاه ورزشی قابل کاربرد باشد. امید است نتایج این تحقیق به کلیه مسئولین و سرپرستان و مربیان و مدیران باشگاه‌های لیگ برتر هندبال در دستیابی به الگویی مناسب در ارزش‌گذاری و توجه به مقوله مهم دارایی‌های نامشهود کمک کند. همچنین این ابعاد ملاک معتبری برای شناخت بیشتر حامیان مالی از دارایی‌های نامشهود باشد؛ و زمینه را برای جذب اسپانسر و ایجاد مزیت رقابتی برای یک باشگاه ایجاد نماید.

در پایان از کلیه عزیزان از جمله مسئولین فدراسیون هندبال، پیشکشوتان گرامی و مربیان و مدیران و

REFERENCES

- Adams, A. T., & Armitage, S. (2002). Mutuality for Football Clubs? Lessons from the Financial Sector.
- Asmild, M., Paradi, J. C., & Pastor, J. T. (2009). Centralized resource allocation BCC models. *Omega*, 37(1), 40-49.
- Bakhsha, A., Afrazeh, A., & Esfahanipour, A. (2018). Identifying the Variables of Intellectual Capital and Its Dimensions with the Approach of Structural Equations in the Educational Technology of Iran. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14(5), 1663-82.
- Baldini, M. A., Bronzetti, G., & Sicoli, G. (2017). A Framework to Measure Intellectual Capital. In *Country Experiences in Economic Development, Management and Entrepreneurship* (pp. 527-537). Springer, Cham.
- Bontis, N., & Fitz-Enz, J. (2002). Intellectual capital ROI: a causal map of human capital antecedents and consequents. *Journal of Intellectual capital*, 3(3), 223-247.
- Brooking, A. (1996). IC. Core Asset for the Third Millennium Enterprise. *Journal of Intellectual Capital*.
- Chen, J., Zhu, Z., & Yuan Xie, H. (2004). Measuring intellectual capital: a new model and empirical study. *Journal of Intellectual capital*, 5(1), 195-212.
- Chen, L. (2012). A mixed methods study investigating intangibles in the banking sector (Doctoral dissertation, University of Glasgow).
- Damodaran, A. (2012). *Investment valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset* (Vol. 666). John Wiley & Sons.
- Dimitropoulos, P. E., & Koumanakos, E. (2015). Intellectual capital and profitability in European football clubs. *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, 11(2), 202-220.
- Edvinsson, L. & Malone, M.S. (2013). Summary: Intellectual Capital. Business News Publishing, Primento. Online at www.summaries.com.
- Godet, A. J. Meunier, M. F. Roubelat, F. (2003). Structural analysis with the MICMAC method & actors' strategy with MACTOR method, AC/UNU Millennium Project: Futures Research Methodology-V2.0, AC/UNU, Washington, DC
- Godet, M. (2006). *Creating Futures: Scenario Planning as a strategic management tool* (pp. 280). Washington, DC: Economica. Economica Brookings diffusion.
- Gordon, T. J., Rochberg, R., & Enzer, S. (2008). *Research on cross-impact techniques with applications to selected problems in economics, political science, and technology assessment*. na.
- Gudaityte, G., Jasinskas, E., Balciunas, M., Streimikiene, D. (2016), Evaluation of the Legacy of a Sporting Event: A Case of Eurobasket 2007-2013", *Transformations in Business & Economics*, 15(2), 33-45.
- Hajjani, Ib (2010). Methodological Evaluation Techniques for Future Studies Techniques, *Strategic Quarterly*, No. 59, Summer (Persian).

- Johnson, B. K., & Whitehead, J. C. (2000). Value of public goods from sports stadiums: The CVM approach. *Contemporary economic policy*, 18(1), 48-58.
- Jurczak, J. (2008). Intellectual capital measurement methods. *Economics and organization of enterprise*, 1(1), 37-45.
- Käpylä, J., Kujansivu, P., & Lönnqvist, A. (2012). National intellectual capital performance: a strategic approach. *Journal of Intellectual Capital*, 13(3), 343-362..
- Lardo, A., Dumay, J., Trequatrini, R., & Russo, G. (2017). Social media networks as drivers for intellectual capital disclosure: Evidence from professional football clubs. *Journal of Intellectual Capital*, 18(1), 63-80.
- Lopes, I. T., & Rodrigues, A. M. G. (2007). Intangible Assets Identification and Valuation-- a Theoretical Framework Approach to the Portuguese Airlines Companies. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 5(2).
- Mačerinskienė, I., & Aleknavičiūtė, R. (2015). Comparative evaluation of national intellectual capital measurement models. *Business: Theory and Practice*, 16, 1.
- Munasinghe, M. (1993). Environmental economics and sustainable development. *The World Bank*.
- Pinar Gurel, S., Dagli Ekmekci, Y. A., & Küçük Kaplan, İ. (2013). Measuring intellectual capital for football clubs: evidence from Turkish first division football league. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 4(1), 36-47.
- Ricci, F., Scafarto, V., Celenza, D., & Gilvari, I. S. (2015). Intellectual Capital and Business Performance in Professional Football Clubs: Evidence From a Longitudinal Analysis. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 11(9), 450-465.
- Sahebkar, MA, Talebpour, M, Keshtadar, M, Ghorbani, M. Designing an Economic Valuation Model for Iranian Volleyball Clubs, PhD Thesis, Mashhad University of Medical Sciences, 1977, 4-6. (Persian).
- Sahebkar, MA. (2013). Identification, Prioritization and Weighting of Performance Evaluation Indicators for Professional Volleyball Clubs in Iran. *Volleyball Federation Research Project. No. 4160/275*. (persian)
- Saidnejad Fahim SR, Eghdami, Is (2010). The importance of intangible assets as a sustainable competitive advantage. *Journal of Official Accounting*, 14: 124-120. (persian)
- Saloni, H., & Lönnqvist, A. (2012). Exploring the policy relevance of national intellectual capital information. *Journal of Intellectual Capital*, 13(3), 331-342.
- Shou, Z. Q., & Liu, P. (2015). Development and Utilization of Sports Intangible Assets in China under Sustainable Development Perspective. *Open Cybernetics & Systemics Journal*, 9, 3018-3023.
- Tilley, F., & Young, W. (2009). Sustainability Entrepreneurs. *Greener Management International*, (55).
- Tomé, E., Naidenova, I., & Oskolkova, M. (2014). Personal welfare and intellectual capital: the case of football coaches. *Journal of Intellectual Capital*, 15(1), 189-202.
- Wicker, P., Hallmann, K., Breuer, C., & Feiler, S. (2012). The value of Olympic success and the intangible effects of sport events--a contingent valuation approach in Germany. *European sport management quarterly*, 12(4), 337-355.
- Zarei, J, Tslebpour, M. A Scientific Look at Handball Day. Tehran: Hatmi Publications. (Persian)
- Zhang, X. P., Shang, R. H., & Zhang, X. Y. (2013). Managing Intangible Assets of Sports Celebrities in China. In *Proceedings of 20th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management* (pp. 845-855). Springer, Berlin, Heidelberg.