

مدیریت ورزشی _ تابستان ۱۳۹۹
دوره ۱۲، شماره ۲، ص: ۴۴۳ - ۴۲۳
تاریخ دریافت: ۹۷ / ۱۲ / ۰۸
تاریخ پذیرش: ۹۸ / ۰۴ / ۱۲

طراحی مدل ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر هندبال ایران

محسن هراتی^۱ - حسین پیمانی‌زاد^۲ - مهدی طالب‌پور^{۳*} - محمد کشتی‌دار^۴

۱. دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی مشهد، ایران
۲. دانشیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، ایران
۳. استاد مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران
۴. دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران

چکیده

هدف از این پژوهش طراحی مدل ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر هندبال ایران در سال ۱۳۹۷ بود. جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش کیفی شامل ۴۵ نفر و در بخش کمی به دلیل نامشخص بودن حجم جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه برابر با ۳۸۶ نفر برآورد شد. این پژوهش از نوع کاربردی است و به روش پیمایشی اجرا شد. ابتدا دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران به روش کیفی شناسایی شد و سپس در رویکرد کمی پژوهش تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق مدلسازی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار PLS₃ و SPSS₂₂ انجام گرفت. نتایج نشان داد که بیشترین تأثیر در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران را به ترتیب سرمایه معنوی با (ضریب مسیر ۰/۹۰۲)، سرمایه ارتباطی (ضریب مسیر، ۰/۹۰۰)، سرمایه انسانی (ضریب مسیر، ۰/۸۹۰) و سرمایه ساختاری (ضریب مسیر، ۰/۸۸۵) داشتند؛ بنابراین می‌توان گفت در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران شاخص‌هایی همچون حق پخش تلویزیونی و ماهواره‌ای در سرمایه معنوی، محبوبیت باشگاه در سرمایه ارتباطی، بهسازی و آموزش منابع انسانی در سرمایه انسانی و برنامه‌های ارزیابی منسجم و منظم در سرمایه ساختاری بیشترین ارزش را در بین سایر شاخص‌های مؤلفه‌های دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران دارا بودند.

واژه‌های کلیدی

ارزش‌گذاری اقتصادی، باشگاه‌های هندبال، دارایی‌های نامشهود، لیگ برتر، PLS₃.

مقدمه

در دنیایی که تحولات لجام‌گسیخته‌اند و به قول «تافلر» دوره جابه‌جایی قدرت است، بحث مدیریت دارایی‌های نامشهود سازمان‌ها بعد از موضوعات مهندسی مجدد دهه ۸۰ و مدیریت کیفیت فراگیر دهه ۹۰ به‌عنوان پدیده‌ای مهم، به‌صورت همه‌جانبه‌ای افق تحولات مدیریت را تحت تأثیر قرار داده است (۱). دارایی‌های نامشهود در حال حاضر کلید موفقیت سازمان‌هاست (۱) سازمان‌ها در حال وارد شدن به اقتصاد مبتنی بر دانش هستند (۲)؛ اقتصادی که در آن دانش و دارایی‌های نامشهود به‌عنوان مهم‌ترین عامل تولید و مزیت رقابتی و مهم‌ترین منبع نوآوری برای سازمان‌ها شناخته شده‌اند (۳). در اقتصاد دانش‌محور به دانش و دارایی‌های نامشهود به‌عنوان عامل اصلی تولید ثروت در مقایسه با سایر دارایی‌های مشهود نگریسته می‌شود. در بازارهای رقابتی فعلی که هدف سازمان‌ها کسب سهم بیشتر بازار از طریق ایجاد مزیت‌های رقابتی است (۴)، 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 (۵). موفقیت سازمان در گرو به‌کارگیری و مدیریت عنصر دانش و دارایی نامشهود در تمامی ابعاد سازمانی است. دارایی نامشهود در حال حاضر به اشکال مختلف در فرایند توسعه اقتصادی، مدیریتی، تکنولوژی و اجتماعی به ایفای نقش می‌پردازد (۴). باشگاه‌های ورزشی به‌عنوان هسته اصلی صنعت ورزش، همانند 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، میدل ساخته و زمینه‌ساز بسیاری از تحولات در دنیای ورزش شده‌اند (۶). یکی از راهکارهایی که می‌توان به‌وسیله آن به توانمندی اقتصادی باشگاه‌های پرهزینه ورزشی کمک کرد، توجه به بخش بازاریابی و نیز رویکردهای اقتصادی باشگاه‌های ورزشی است. بررسی روندهای مالی و اقتصادی باشگاه‌های ورزشی ایران نشان از یک معضل بزرگ بنیادی-اقتصادی دارد؛ اما مرور نتایج تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که ورزش‌های تویی همچون فوتبال، والیبال و هندبال قابلیت‌ها، دارایی‌ها و ارزش‌های بی‌شماری را با خود به‌همراه دارد و این توانایی‌ها، قابلیت تبدیل شدن به یک مؤلفه اقتصادی و درآمدی را با خود به‌همراه دارند؛ که این مهم از طریق فرایند ارزش‌گذاری اقتصادی قابل حصول است. ارزش اقتصادی عبارت است از یک مبلغ بیان‌شده برحسب پول که در ازای کسب دارایی یا حقوق ناشی از دریافت منافع آینده، از طریق استفاده از دارایی، قابل پرداخت است؛ بنابراین ارزش اقتصادی

1 Intangible Assets

2. Value

هر دارایی همان ارزش پولی آن است (۷). در همین زمینه موناسینگ (۱۹۹۳) برای اولین بار، ارزش کل اقتصادی را به دو شاخه اصلی ارزش‌های مصرفی و غیرمصرفی و ارزش‌های غیرمصرفی را به دو گروه ارزش‌های وجودی و میراثی تقسیم کرده است (۸). تحقیقات زیادی در زمینه مدل‌های ارزش‌گذاری اقتصادی صورت گرفته است که از این بینمی‌توان به پژوهش ادوینسون (۱۹۹۷) اشاره کرد که ارزش بازاری را به دو بخش ارزش دفتری و دارایی نامشهود (سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری) تقسیم کرده است (۹). بروکینگ^۵ (۱۹۹۶) دارایی نامشهود یک سازمان را به چهار بخش سرمایه‌های انسانی و سرمایه‌های زیر ساختاری و مالکیت معنوی و سرمایه‌های بازار تقسیم می‌کند (۱۰). روس و همکاران (۱۹۹۷) دارایی‌های نامشهود را به سه بخش سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی تقسیم کردند (۱۱). بونتیس^۷ (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) دسته‌بندی کرده‌اند (۱۲). چن^۸ و همکاران (۲۰۰۴) دارایی‌های یک سازمان را به چهار بخش (سرمایه انسانی، سرمایه مشتری، سرمایه نوآوری و سرمایه ساختاری) تقسیم می‌کند (۱۳). جورکزاک^۹ (۲۰۰۸) دارایی‌ها را به سرمایه‌های انسانی، سازمانی و ارتباطی تقسیم کرد (۱۴). لویز^{۱۰} (۲۰۰۹) دارایی‌های یک سازمان را متشکل از دو عامل اصلی سرمایه ارتباطی (مشتری) و سرمایه ساختاری می‌داند که دو عامل دیگر دانش عینی و دانش ضمنی مکمل آن‌اند (۱۵). چن^{۱۱} (۲۰۱۲) در تقسیم‌بندی دیگری، این دارایی‌ها را به سه دسته سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی و سرمایه انسانی تقسیم کرد که ارزش آنها با تغییرات محیط اقتصادی، تغییر خواهد کرد (۱۶). ویکر^۱ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «ارزش موفقیت‌های

-
- 1Munasinghe
 2Total Economic Value
 3Use Values
 4Nonuse Values
 5Brooking
 6Roos
 7Bontis
 8Chen
 9Jurczak
 10Lopez
 11Wicker

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 و ترویج عدالت می‌شود و همچنین تمایل به پرداخت برای تیم‌ها و باشگاه‌های ورزشی را بالا می‌برد (۱۷). کاپیلا^۱ و همکاران (۲۰۱۲) و سالونیوس و لانکویس^۲ (۲۰۱۲) دارایی‌های یک سازمان را به چهار بخش سرمایه انسانی، سرمایه معنوی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی تقسیم کردند (۱۹، ۱۸). پینارگورل^۳ و همکاران (۲۰۱۲) 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 مشتری (روابط باشگاه‌ها با یکدیگر، روابط با حامیان و تأمین‌کنندگان مالی، روابط با هواداران، روابط رسانه‌ای) تقسیم کردند (۲۰). ژانگ^۴ و همکاران (۲۰۱۳) دارایی‌ها را به سه بخش سرمایه انسانی، معنوی و تجاری تقسیم کردند (۲۱). تام^۵ 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)، سرمایه ساختاری (زیرساخت‌های اداری، پایگاه‌های داده، دانش سازمانی و مالکیت معنوی) و سرمایه ارتباطی (روابط بین‌المللی باشگاه، تصویر، روابط با ذینفعان خارجی و تصویر باشگاه در رسانه‌های جمعی) تقسیم کرده‌اند (۲۲). دیمیتریوپلاس و کوماناکوس^۶ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «سرمایه فکری (دارایی‌های نامشهود) و سودآوری در باشگاه‌های فوتبال اروپا» به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و معناداری بین دارایی نامشهود و سودآوری باشگاه‌ها وجود دارد. شایان ذکر است دارایی‌های نامشهود استفاده‌شده در این پژوهش شامل سرمایه‌های سازمانی، انسانی و ارتباطی است (۲۳).

1Kapyla

2Salonius, H.; Lonqvist

3Pinar Gurel

4Zhang

5Tomé

6Dimitropoulos & Koumanakos

ریسی^۱ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «سرمایه فکری و عملکرد تجاری در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال» به این نتیجه رسیدند که دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های ورزشی (سرمایه ساختاری/ارتباطی و دارایی انسانی) به‌طور مؤثری بر عملکرد ورزشی باشگاه‌ها تأثیر مثبتی دارد (۲۴). ماسورسکین و الکنوایسیتراسا^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی مقایسه‌ای مدل‌های اندازه‌گیری دارایی‌های ملی» به این نتایج رسید که بین ابعاد دارایی‌های سازمان‌ها در کشورهای مختلف همپوشانی زیادی وجود دارد و این ابعاد بین پژوهش‌های انجام‌گرفته بین چهار تا نه بعد با توجه به محیط جوامع مختلف تغییر کرده است (۲۵). شو و لیو^۳ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «توسعه و استفاده از دارایی‌های نامشهود ورزشی در چین تحت نظر توسعه پایدار» به این نتیجه رسیدند که دارایی‌های نامشهود ورزشی با توجه به محدودیت‌هایی که از طرف دولت در این کشور وجود دارد شامل کسب اعتبار اجتماعی شرکت‌های محصولات ورزشی کشور چین از برگزاری رویدادهای ورزشی در سطح بین‌المللی، حقوق نامگذاری نام تجاری، حق پخش مسابقات تلویزیونی، احترام در بین جامعه، پذیرش محصولات ورزشی از راه تبلیغ ستارگان ورزشی است (۲۶). گودایتیت^۴ و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهش خود معیارهای ارزش‌گذاری میراث رویداد ورزشی (سهم حاضر در آینده) را در مسابقات بسکتبال قهرمانی اروپا از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۳ بررسی کردند. وی به‌منظور ارزش‌گذاری این رویدادهای از ارزش‌های مستقیم (زیرساخت‌ها، حامیان مالی، توریست‌ها و بازگشت سرمایه) و غیرمستقیم (سرمایه اجتماعی و معنوی و نیز ارتباطات) استفاده کرد (۲۷). بالدینی^۵ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «چارچوبی برای اندازه‌گیری دارایی نامشهود»، دارایی یک سازمان را شامل سه نوع سرمایه ارتباطی (سهم بازار، تعداد مشتریان، بازده فروش، درصد فروش، تصویر شرکت، اعتماد مشتری، قراردادهای همکاری با دیگر سازمان‌ها و 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 و آموزش کارکنان) و سرمایه سازمانی (شاخص رشد سازمانی، ثبت اختراع، صدور مجوزها، تعداد علامت‌های تجاری، مزایای کارکنان، سرمایه‌گذاری در سیستم اطلاعاتی، نوآوری سازمانی و هزینه‌های تحقیق) تقسیم کردند (۲۸). لاردو^۶

1Ricci

2Macerinskiene & aleknaviciuterasa

3Shou & Liu

4Gudaityte

5. Baldini

6Lardo

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 تقسیم کردند (۲۹). بخش‌ها 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) هستند (۳۰). جمع‌بندی نتایج پژوهش‌های بالا نشان از آن دارد که از یک سو، 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 شده و مشخص نشده است که باشگاه‌های ورزشی در سطوح مختلف ورزش برای ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود خود به چه شاخص‌هایی نیاز دارند؛ به عبارتی با توجه به شرایط هر کشور مدلی کارآمد در این حوزه طراحی نشده است. از سوی دیگر، به اعتقاد نگارندگان، ریشه عدم موفقیت 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 مدلی برای ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران جهت واگذاری به بخش خصوصی کشور جست‌وجو کرد، موضوعی که با وجود اهمیت فراوانش هنوز مورد غفلت دست‌اندرکاران امر است. توجه محققان 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 آکادمیک و اجرایی شکل گرفته است. به‌زعم محققان، 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 طراحی مدل ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران صورت گرفته است.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر ماهیت و هدف از نوع کاربردی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها از نوع توصیفی - همبستگی (معادلات ساختاری) است و به لحاظ شیوه اجرا از نوع پیمایشی است. اطلاعات مورد نیاز برای انجام پژوهش با استفاده از انواع روش‌های میدانی، کتابخانه‌ای، مشاهده، پرسشنامه و مصاحبه به‌دست آمده است. این پژوهش در دو بخش، به‌صورت کیفی و کمی انجام گرفت. جامعه آماری در بخش کیفی در این پژوهش شامل اعضای هیأت علمی مدیریت ورزشی و اقتصاد و نیز مدیران باشگاه‌های هندبال ایران بودند (۴۵ نفر). جامعه آماری در بخش کمی به لحاظ تعداد در این پژوهش نامعلوم بود که با استفاده از فرمول مورگان معادل ۳۸۶ نفر شامل اعضای هیأت علمی مدیریت ورزشی و اقتصاد، ورزشکاران، مربیان، مدیران و کارشناسان مطلع با موضوع ارزش‌گذاری اقتصادی به‌صورت نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی طبقه‌ای انجام گرفت. ابتدا به‌منظور کشف دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران از روش تحقیق کیفی، بعد از تعریف مسئله پژوهش، ابتدا به مطالعه پژوهش‌های صورت‌گرفته در این حوزه پرداخته شد و سپس نمونه‌هایی به‌صورت هدفمند به شکل نمونه‌گیری گلوله‌برفی از بین اعضای هیأت علمی 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 به‌دست نمی‌آورد یا شاخص‌های مطرح‌شده توسط اعضای هیأت علمی مدیریت ورزشی و اقتصاد، ورزشکاران، مربیان، مدیران و کارشناسان مطلع با موضوع ارزش‌گذاری اقتصادی یکسان و تکراری بود) پیش رفت، به‌گونه‌ای که در مجموع با ۱۷ نفر از اعضای انتخاب‌شده مصاحبه‌های عمیق و به‌صورت حضوری صورت پذیرفت (ساختار نیافته) و از مؤلفه‌های دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران در هریک از ابعاد سرمایه ارتباطی، سرمایه معنوی، سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری مطرح‌شده توسط آنها یادداشت‌برداری شد. شایان ذکر است موضع مصاحبه‌گر در شرایط مصاحبه به‌صورت مشارکت‌جویانه بود. با توجه به اینکه تجزیه و تحلیل متن پیاده‌شده مصاحبه‌ها با سه روش کمی، ساختاری و تفسیری تجزیه و تحلیل می‌شود، در این پژوهش از روش ساختاری به‌منظور دسته‌بندی مؤلفه‌ها استفاده

شد، به طوری که محققان متن مصاحبه‌ها را چندین بار خواندند و واژه‌ها، عبارات و درون‌مایه‌های موجود در متن را مشخص کردند. 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، عبارت‌ها و جمله‌های توصیفگر چه پیام‌هایی می‌توانند داشته باشند. در ادامه محقق به منظور شناسایی و استخراج مؤلفه‌های جدیدتر و همچنین تأیید یا رد مؤلفه‌های ذکر شده در باشگاه‌های لیگ برتر هندبال به بررسی این متغیرها و تشکیل پنل دلفی و با استفاده از روش دلفی پرداخت. روش دلفی از جمله روش‌های ذهنی - شهودی حوزه آینده‌نگاری به‌شمار می‌آید. این تکنیک از کارشناسان (صاحب‌نظران) به‌عنوان پاسخ‌دهندگان یک‌سری میزگردهای^۱ پی‌درپی برای استخراج نظرها از یک گروه متخصصان در مورد یک موضوع یا یک سؤال است یا رسیدن به اجماع گروهی از طریق یک سری مراحل پرسشنامه‌ای با حفظ گمنامی پاسخ‌دهندگان و بازخورد نظرها به اعضای پنل استفاده می‌کند. در این فرایند با ۴۵ نفر از طریق نمونه‌گیری گلوله‌برفی هدفمند، مصاحبه‌های نیمه‌عمیق و به‌صورت سؤالات ساختاریافته صورت گرفت. نمونه‌ها تا حد اشباع اطلاعاتی (تا مرحله‌ای که محقق اطلاعات جدیدی را در مورد دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران به‌دست نمی‌آورد یا شاخص‌های مطرح‌شده توسط اعضای هیأت علمی مدیریت ورزشی و اقتصاد، ورزشکاران، مربیان، مدیران و کارشناسان مطلع با موضوع ارزش‌گذاری اقتصادی یکسان و تکراری بود) پیش رفت. در نهایت، ۴۵ شاخص تأیید شد و پرسشنامه ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران بر مبنای مقیاس لیکرت پنج‌ارزشی (از یک: بسیار کم‌ارزش، دو: کم‌ارزش، سه: ارزش متوسط، چهار: ارزشمند، پنج: بسیار ارزشمند) تنظیم شد. روش آماری مورد استفاده در این تحقیق، در بخش آمار توصیفی، آزمون‌هایی همچون میانگین، فراوانی، انحراف معیار، آزمون کولموگروف-اسمیرنوف با استفاده از نرم‌افزار SPSS²² و در بخش آمار استنباطی از مدلیابی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات. با استفاده از نرم‌افزارها Smart PLS³ استفاده شد.

1 Computer Networks of Experts

2 Panel Surveys

یافته‌های پژوهش

به‌منظور شناسایی متغیرهای دخیل در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر هندبال ایران، ضمن مطالعه کتاب‌ها، اسناد، مدارک، مقالات، پیشینه‌های مرتبط و مصاحبه با برخی از کارشناسان موضوع، کلیه محورها و متغیرها بررسی شود تا ادعا کرد که جامع و همپوشانی لازم را دارند. در این قسمت از بین متغیرهای متعدد، 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 هرکدام از این متغیرها، ارائه شد (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 معدل‌گیری در مرحله اول، براساس مبنای معدل‌گیری: ۰-۵ میانگین: همه متغیرها بیشتر از ۳ به‌دست آمد. در مرحله دوم با تعداد ۴۵ سؤال، پرسشنامه تدوین شده مجدداً به جامعه آماری ارائه شد که براساس مبنای معدل: ۰-۵ میانگین: بالاتر از عدد ۳ به‌دست آمد و مجدداً متغیری نیز حذف نشد و در نهایت در مرحله سوم، با رأی خبرگان، تعداد نهایی و مورد قبول به ۴۵ متغیر رسید که نتایج آن در جدول ۱ آورده شده است.

یافته‌های حاصل از دوره‌های دلفی نشان از تأیید ۴۵ گویه ذکرشده دارد. محققان با استفاده از این یافته‌ها پرسشنامه ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران را تنظیم کردند و به توزیع در بخش کمی جامعه تحقیق پرداختند. از ۳۸۶ نفر افراد پاسخگو در این بخش از پژوهش، ۲۰۶ نفر زن (۵۳/۳ درصد) و ۱۸۰ نفر مرد (۴۶/۵ درصد) بودند. بیشترین رده سنی افراد پاسخگو بین ۲۵ تا ۳۵ سال و کمترین رده سنی افراد پاسخگو ۱۵ سال است، که ۲ نفر بودند و مشاهده شد که مینیمم و ماکزیمم سن پاسخ‌دهندگان به ترتیب ۱۵ و ۷۸ سال و میانگین سن پاسخ‌دهندگان برابر با ۲۷/۱۳ سال است. آمار توصیفی مربوط به میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان نشان داد که میزان تحصیلات بیشتر پاسخ‌دهندگان (۳۴/۶ درصد)، لیسانس است. از مجموع ۳۸۶ نفر از افراد تحت نمونه در این بخش، در مجموع ۲۸ نفر افراد پاسخگو پیشکسوت و ۳۹ نفر مربی و ۱۱ نفر داور و ۶ نفر مدیر باشگاه و ۲۵۷ نفر بازیکن (از ۱۶ تیم پاسخ‌دهنده لیگ برتر هندبال ایران در سال ۱۳۹۷) و ۴۵ نفر هوادار بودند. سپس محقق با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نرمال بودن متغیرهای پژوهش را بررسی کرد که در

صورت برقرار بودن این شرط از روش نسبت درست‌نمایی^۱ در معادلات ساختاری استفاده می‌شود. نتایج این آزمون در جدول ۲ آمده است.

جدول ۱. نتایج متغیرهای اثرگذار شناسایی شده در دوره‌های دلفی

شاخص سؤالی تعداد	تعداد خبرگان			نام عامل اثرگذار	
	۱۵ نفر	۱۵ نفر	۱۵ نفر		
	امتیاز دور سوم	امتیاز دور دوم	امتیاز دور اول	انحراف معیار	
شاخص سرمایه ارتباطی	۰/۹۴۱	۳/۸۰	۴/۲۷	۳/۳۳	وفاداری هواداران
	۰/۷۷۵	۴/۲۰	۴/۲۷	۴/۰۷	محبوبیت باشگاه
	۰/۵۹۴	۳/۹۳	۴/۶۷	۳/۸۰	شخصیت برند باشگاه
	۰/۶۴۰	۳/۵۳	۴/۳۳	۳/۲۷	آگاهی از برند باشگاه
	۱/۰۴۷	۳/۶۷	۳/۶۷	۳/۵۳	کیفیت ادراک شده از باشگاه
	۰/۹۰۰	۳/۶۷	۳/۸۰	۳/۷۳	تداعی برند باشگاه
	۰/۹۴۱	۳/۸۰	۴/۰۷	۳/۵۳	تصویر اجتماعی باشگاه
	۰/۷۰۴	۴/۲۷	۴/۲۷	۳/۲۰	ارتباط با سرمایه‌گذاران و شرکا
	۰/۵۹۴	۴/۰۷	۳/۸۷	۳/۴۶	هویت باشگاه
	۰/۷۹۹	۴/۲۷	۴/۲۷	۳/۴۷	تبلیغات
	۰/۶۳۲	۴/۶۰	۴/۳۳	۳/۸۰	خوشنامی (بازیکن و کادر فنی)
	۰/۷۴۳	۳/۸۷	۴/۰۰	۳/۲۰	مزیت رقابتی
	۰/۶۱۷	۴/۳۳	۴/۰۷	۳/۶۷	رضایت هواداران از مقام‌ها و جایگاه فعلی باشگاه
	۱/۱۷۵	۳/۶۷	۳/۵۳	۲/۸۷	رسیدگی به انتقادات هواداران
شاخص سرمایه انسانی	۰/۹۴۱	۴/۲۰	۴/۲۰	۳/۵۳	تعداد هواداران
	۰/۹۷۶	۴/۳۳	۴/۴۶	۳/۶۷	استعدادیابی در هندبال توسط باشگاه‌ها
	۰/۹۷۶	۳/۶۷	۴/۰۷	۳/۱۳	مدیریت قراردادها
	۱/۱۱۳	۴/۳۳	۴/۱۳	۴/۱۳	بهسازی و آموزش منابع انسانی
	۱/۰۸۲	۳/۸۰	۴/۲۰	۳/۴۷	پیشکسوتان باشگاه
	۰/۷۲۴	۴/۳۳	۴/۲۷	۴/۰۰	تعداد بازیکنان ملی شاغل در باشگاه
	۱/۱۲۵	۴/۱۳	۴/۳۳	۳/۲۷	شفافیت مالی در باشگاه‌ها
	۰/۸۴۵	۴/۰۰	۴/۱۳	۳/۴۰	سطح تحصیلات کادر فنی
شاخص سرمایه معنوی	۰/۶۱۷	۴/۶۷	۴/۰۷	۳/۸۷	حق پخش (تلویزیونی، رادیویی و ...)
	۰/۶۳۲	۴/۴۰	۴/۲۷	۴/۰۷	موفقیت‌های باشگاه
	۱/۰۰۰	۴/۰۰	۴/۴۰	۴/۰۰	عضویت در سازمان‌های بین‌المللی
	۰/۷۰۴	۴/۰۷	۳/۹۳	۳/۴۷	حق شرکت در مسابقات
	۰/۷۹۹	۴/۰۷	۳/۶۷	۳/۰۰	سرمایه اجتماعی
	۰/۸۶۲	۴/۲۰	۳/۸۰	۳/۴۰	مجوزها و پروانه‌های باشگاه
	۰/۷۳۷	۴/۶۰	۴/۴۷	۴/۱۳	افتخارات کسب‌شده توسط باشگاه
	۰/۶۳۲	۴/۶۰	۴/۳۳	۳/۸۷	رتبه‌بندی باشگاه (ملی، بین‌المللی)
	۰/۷۰۴	۳/۹۳	۳/۸۷	۳/۲۰	ارزش سهام نسبت به رقبا

ادامه جدول ۱. نتایج متغیرهای اثرگذار شناسایی شده در دوره‌های دلفی

تعداد خبرگان نام عامل اثرگذار	۱۵ نفر			تعداد خبرگان نام عامل اثرگذار	تصاویر تصاویر تصاویر
	امتیاز دور اول	امتیاز دور دوم	امتیاز دور سوم		
۳۲	۳/۹۳	۴/۰۰	۴/۰۰	۰/۶۵۵	۳۲
۳۳	۴/۳۳	۳/۸۷	۴/۰۰	۰/۷۷۵	۳۳
۳۴	۳/۸۷	۳/۷۳	۳/۷۳	۰/۸۸۴	۳۴
۳۵	۳/۸۰	۴/۳۳	۴/۰۷	۰/۷۹۹	۳۵
۳۶	۳/۹۳	۴/۲۰	۴/۴۰	۰/۷۲۷	۳۶
۳۷	۳/۴۷	۴/۲۷	۳/۸۷	۰/۸۲۴	۳۷
۳۸	۲/۹۳	۳/۶۷	۳/۸۰	۰/۶۷۶	۳۸
۳۹	۳/۴۷	۴/۰۷	۳/۹۳	۰/۷۹۹	۳۹
۴۰	۳/۶۰	۳/۵۳	۳/۹۳	۰/۹۶۱	۴۰
۴۱	۳/۲۰	۴/۲۰	۳/۷۳	۰/۹۶۱	۴۱
۴۲	۳/۲۰	۳/۱۳	۳/۶۷	۰/۹۰۰	۴۲
۴۳	۴/۱۳	۴/۴۰	۴/۲۰	۰/۷۷۵	۴۳
۴۴	۳/۵۳	۴/۴۰	۴/۵۳	۰/۵۱۶	۴۴
۴۵	۳/۹۳	۴/۰۷	۳/۷۳	۰/۸۸۴	۴۵

جدول ۲. نتایج آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف

متغیر	آماره کولمواسمیرنوف	درجه آزادی	سطح معناداری	نتیجه
سرمایه ساختاری	۰/۸۴	۳۸۶	۰/۰۰	غیرنرمال
سرمایه معنوی	۰/۱۲۲	۳۸۶	۰/۰۰	غیرنرمال
سرمایه ارتباطی	۰/۰۹۷	۳۸۶	۰/۰۰	غیرنرمال
سرمایه انسانی	۰/۱۰۹	۳۸۶	۰/۰۰	غیرنرمال

با توجه به یافته‌های جدول ۳ سطح معناداری متغیرها از عدد $0/05$ پایین‌تر است، بنابراین متغیرها نرمال نیستند، از این‌رو از آزمون‌های معادل ناپارامتری استفاده شد؛ بنابراین باید از روش حداقل مربعات جزئی استفاده کرد که در دو مرحله انجام گرفت. در اولین مرحله، مدل اندازه‌گیری از طریق تحلیل‌های روایی و پایایی و تحلیل عامل تأییدی بررسی شد و در دومین مرحله، مدل ساختاری به وسیله برآورد مسیر بین متغیرها و تعیین شاخص‌های برازش مدل بررسی شد (۳۱). به منظور سنجش روایی پرسشنامه، دو نوع روایی منطقی و روایی سازه در نظر گرفته شده و در این زمینه، روایی محتوا، اعتبار ظاهری و اعتبار

عاملی (تحلیل عاملی) بررسی شدند. تمامی این آزمون‌ها با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس (Smart PLS3) انجام گرفته است، نتایج مربوط به تحلیل‌های روایی و پایایی در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. نتایج مربوط به تحلیل‌های روایی و پایایی مدل تحقیق در نرم‌افزار PLS

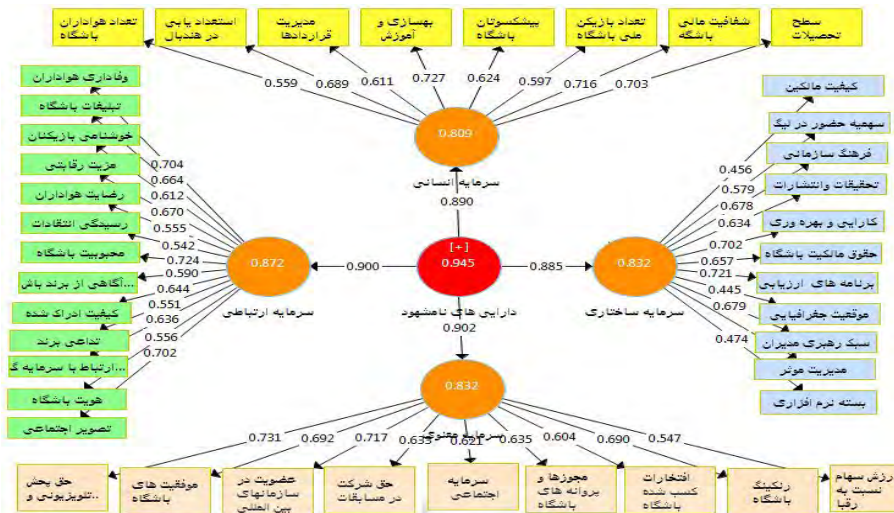
متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
سرمایه ساختاری	۰/۸۰۴	۰/۸۶۸	۰/۵۰۴
سرمایه معنوی	۰/۷۷۹	۰/۸۷۰	۰/۵۳۲
سرمایه ارتباطی	۰/۸۲۱	۰/۸۹۴	۰/۵۳۰
سرمایه انسانی	۰/۷۶۹	۰/۸۵۷	۰/۵۲۰
دارایی‌های نامشهود	۰/۹۴۵	۰/۹۴۹	۰/۵۲۸

براساس نتایج جدول ۳، از آنجا که مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ ۰/۷ برای پایایی ترکیبی ۰/۷ و برای AVE، ۰/۵ است و تمامی معیارها در قسمت سنجش بارهای عاملی مقدار مناسبی دارند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرایی تحقیق را تأیید کرد. در این تحقیق برای تفسیر مقادیر بارهای عاملی، نگرش فورنل و لاکر (۱۹۸۱) استفاده شد. به عقیده فورنل و لاکر^۱ (۱۹۸۱)، دو معیار برای تحلیل عاملی به کار می‌رود، اول آنکه بارهای عاملی برای متغیرهای مشاهده‌شده باید بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد و ثانیاً پایایی مجموع متغیرها بیان‌کننده عامل موردنظر باید بزرگ‌تر از ۰/۸ باشد. در نگرشی محتاطانه، بارهای عاملی بزرگ‌تر از ۰/۷ از اعتبار مناسبی برخوردارند (۳۲). نتایج تحلیل عاملی و مقادیر آماره تی در جدول ۴ آورده شده است.

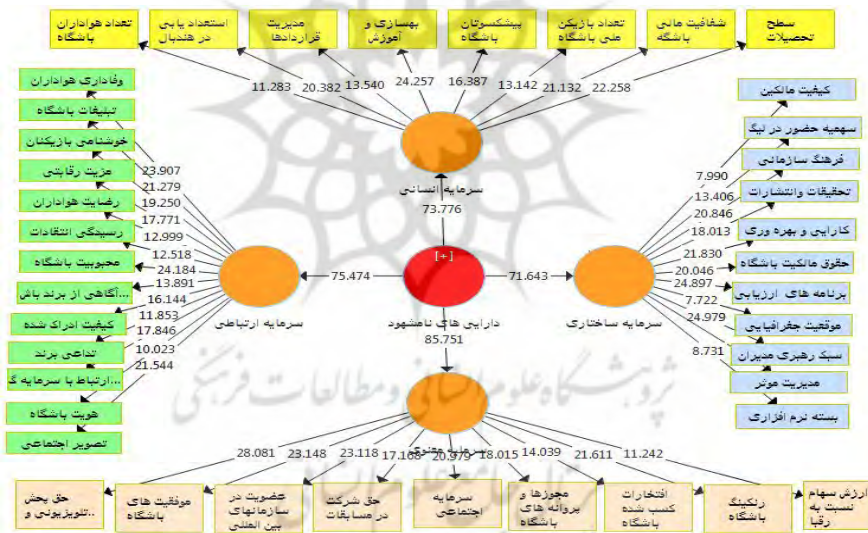
نتایج جدول ۴ نشان داد که بارهای عاملی بیشتر مؤلفه‌ها بیشتر از ۰/۴ به جز گویه تداعی برند باشگاه با ضریب مسیر (۰/۲۱۱) از زیرشاخه‌های متغیر سرمایه ارتباطی و گویه‌های قدمت باشگاه و سند توسعه چشم‌انداز باشگاه و شهرت باشگاه به ترتیب با ضریب مسیر ۰/۳۱۵ و ۰/۳۵۹ و ۰/۳۵۵ که کمتر از ۰/۴ است، از مدل نهایی پژوهش حذف شدند، بنابراین محققان مدل نهایی پژوهش را ترسیم کردند که میزان ضریب مسیر و آماره تی در نمودار ۱ و نمودار ۲ نشان داده شده است.

جدول ۴. نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیرها

آماره تی	بار عاملی	نام عامل اثرگذار	شاخص سرمایه ارتباطی
۲۳/۵۹	۰/۷۰۷	وفاداری هواداران	شاخص سرمایه ارتباطی
۲۵/۱۵	۰/۷۲۳	محبوبیت باشگاه	
۲/۰۷	۰/۲۱۱	شخصیت برند باشگاه	
۱۴/۴۶	۰/۵۹۳	آگاهی از برند باشگاه	
۱۴/۸۹	۰/۶۴۱	کیفیت ادراک‌شده از باشگاه	
۱۱/۱۶	۰/۵۴۷	تداعی برند باشگاه	
۲۱/۹۱	۰/۷۰۶	تصویر اجتماعی باشگاه	
۱۶/۶۷	۰/۶۳۲	ارتباط با سرمایه‌گذاران و شرکا	
۱۰/۶۱	۰/۵۵۶	هویت باشگاه	
۲۰/۵۶	۰/۶۶۶	تبلیغات	
۱۹/۳۵	۰/۶۱۰	خوشنامی (بازیکن و کادر فنی)	
۱۸/۰۵	۰/۶۶۷	مزیت رقابتی	شاخص سرمایه انسانی
۱۳/۴۰	۰/۵۵۳	رضایت هواداران از مقام‌ها و جایگاه فعلی باشگاه	
۱۲/۴۴	۰/۵۳۸	رسیدگی به انتقادات هواداران	
۱۱/۴۱	۰/۵۵۹	تعداد هواداران	
۲۱/۴۲	۰/۶۸۹	استعدادیابی در هندبال توسط باشگاه‌ها	
۱۳/۴۳	۰/۶۱۱	مدیریت قراردادها	
۲۳/۲۷	۰/۷۲۷	بهبودی و آموزش منابع انسانی	
۱۷/۲۸	۰/۶۲۴	پیشکسوتان باشگاه	
۱۴/۳۷	۰/۵۹۷	تعداد بازیکنان ملی شاغل در باشگاه	
۲۱/۵۲	۰/۷۱۶	شفافیت مالی در باشگاه‌ها	
۲۱/۳۷	۰/۷۰۴	سطح تحصیلات کادر فنی	
۲۹/۶۹	۰/۷۳۱	حق پخش (تلویزیونی، رادیویی و ...)	شاخص سرمایه معنوی
۲۳/۲۹	۰/۶۹۲	موفقیت‌های باشگاه	
۲۲/۵۷	۰/۷۱۷	عضویت در سازمان‌های بین‌المللی	
۱۷/۳۷	۰/۶۳۳	حق شرکت در مسابقات	
۲۲/۵۱	۰/۶۲۱	سرمایه اجتماعی	
۱۸/۶۷	۰/۶۳۵	مجوزها و پروانه‌های باشگاه	
۱۳/۴۹	۰/۶۰۴	افتخارات کسب‌شده توسط باشگاه	
۲۱/۳۳	۰/۶۹۰	رتبه‌بندی باشگاه (ملی، بین‌المللی)	
۱۱/۴۰	۰/۵۴۷	ارزش سهام نسبت به رقبا	
۲/۵۷	۰/۳۱۵	قدمت باشگاه	
۸/۳۳	۰/۴۶۱	کیفیت مالکان و سهامداران	
۲/۴۰	۰/۳۵۹	سند توسعه (چشم‌انداز، مأموریت و...)	
۲/۳۹	۰/۳۵۵	شهرت باشگاه	
۱۲/۷۶	۰/۵۷۲	سهمیة حضور در لیگ حرفه‌ای	
۲۰/۱۱	۰/۶۷۸	فرهنگ سازمانی	
۱۷/۹۷	۰/۶۲۹	تحقیقات و انتشارات در زمینه توسعه برنامه‌های آتی باشگاه	
۱۹/۸۵	۰/۶۸۸	کارایی و بهره‌وری در باشگاه	
۲۲/۱۸	۰/۶۵۷	حقوق مالکیت باشگاه	
۲۵/۳۱	۰/۷۱۱	برنامه‌های ارزیابی منسجم و کارآمد	
۷/۸۳	۰/۴۴۸	موقعیت جغرافیایی باشگاه	
۲۱/۷۶	۰/۶۷۵	سبک رهبری مدیران باشگاه	
۱۹/۵۹	۰/۶۵۷	داشتن مدیریت مؤثر در باشگاه	
۹/۲۵	۰/۴۶۵	بسته‌های نرم‌افزاری و سیستم‌های الکترونیکی	



نمودار ۱. مقادیر ضریب مسیر مدل نهایی پژوهش



نمودار ۲. مقادیر تی مدل نهایی پژوهش

یافته‌های مدل پژوهش در نمودار ۱ نشان داد که در آن سؤالات انتخاب شده با بارهای عاملی بیشتر از ۰/۴ ساختارهای عاملی مناسبی را جهت اندازه‌گیری متغیرها و ابعاد مورد مطالعه در مدل تحقیق فراهم

می‌کنند، از این رو برای آنکه مدلی تأیید شود، باید مقادیر ضریب مسیر مقداری مثبت و بالاتر از ۰/۴ و مقادیر آماره تی بیشتر از ۱/۹۶ باشد. نتایج نهایی ضریب مسیر و آماره تی در جدول ۵ آورده شده است.

جدول ۵. نتایج تحلیل عاملی جهت فرضیه‌های مرتبط با مسیرهای مدل تحقیق

نتیجه	ضریب مسیر	آماره تی	رابطه
تأیید	۰/۹۰۰	۷۵/۴۷	سرمایه ارتباطی ← ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی نامشهود
تأیید	۰/۸۹۰	۷۳/۷۷	سرمایه انسانی ← ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی نامشهود
تأیید	۰/۸۸۵	۷۱/۶۴	سرمایه ساختاری ← ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی نامشهود
تأیید	۰/۹۰۲	۸۵/۷۵	سرمایه معنوی ← ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی نامشهود

طبق جدول ۵ میزان ضریب مسیر میان هر کدام از متغیرها مقداری مثبت و بالاتر از ۰/۴ است. همچنین در تمام ابعاد مقدار آماره تی از عدد ۱/۹۶ بیشتر است، در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که رابطه مثبت و معناداری بین هریک از ابعاد (سرمایه ارتباطی، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه معنوی) با دارایی نامشهود وجود دارد. در رویکرد حداقل مربعات جزئی (پی‌ال‌اس)، کیفیت و برازش مدل با استفاده از چندین شاخص سنجیده می‌شود. در شاخص بررسی اعتبار حشو یا افزونگی (CV-Redundancy) و بررسی اعتبار اشتراک یا روایی متقاطع (CV-Communality) اعداد مثبت بیانگر کیفیت مناسب مدل است. ضریب تبیین یا R2 نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل چه اندازه بر متغیر وابسته تأثیر می‌گذارد که سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته می‌شود (۳۳).

جدول ۶. مقادیر شاخص‌های برازش مدل

متغیر	CV-Red	CV-Com	R2
سرمایه ساختاری	۰/۲۷۶	۰/۲۵۵	۰/۷۸۴
سرمایه معنوی	۰/۳۲۴	۰/۲۷۸	۰/۸۱۳
سرمایه ارتباطی	۰/۲۹۸	۰/۲۹۳	۰/۸۱۰
سرمایه انسانی	۰/۳۱۸	۰/۲۷۱	۰/۷۹۲

با توجه به اطلاعات جدول ۶، یافته‌ها نشان داد که اعتبار حشو یا افزونگی (CV-Redundancy) و بررسی اعتبار اشتراک یا روایی متقاطع (CV-Communality) همگی مثبت بوده، همچنین R2 بالاتر از ۰/۶۷ بوده و در محدوده قوی قرار گرفته است که نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل آزمون شده است.

بحث و بررسی

هدف از پژوهش حاضر طراحی مدل ارزش‌گذاری اقتصادی باشگاه‌های هندبال ایران بود. تحلیل توصیفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان نشان داد که بیش از ۳۴/۶ درصد افراد شرکت‌کننده در این پژوهش دارای تحصیلات لیسانس بودند که خود نشان از این داشت که افراد شرکت‌کننده در این پژوهش از دانش کافی در مورد ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های باشگاه‌های هندبال ایران برخوردار بودند. در مورد وضعیت سنی افراد شرکت‌کننده نیز یافته‌ها حاصل از آن بود که بیشتر افراد (۷۵ درصد) در بازه سنی ۱۵ تا ۵۰ سال قرار داشتند که ترکیبی از جوانی و تجربه را نشان می‌دهد و بیانگر وضعیت مناسب سنی افراد است.

نتایج پژوهش نشان داد که مؤلفه سرمایه معنوی بیشترین تأثیر را بر ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران دارد (ضریب مسیر = ۰/۹۰۲)؛ که بارهای عاملی شاخص‌های سرمایه معنوی باشگاه‌های هندبال ایران به ترتیب حق پخش (تلویزیونی، رادیویی، ماهواره‌ای و غیره) با ۰/۷۳۱، عضویت در سازمان‌های مرتبط بین‌المللی (IHF) با ۰/۷۱۷، موفقیت‌های باشگاه با ۰/۶۹۲، رتبه‌بندی باشگاه (ملی و بین‌المللی) با ۰/۶۹۰، مجوزها و پروانه‌ها با ۰/۶۳۵، حق شرکت در مسابقات و رویدادهای ملی و بین‌المللی با ۰/۶۳۳، سرمایه اجتماعی با ۰/۶۲۱، افتخارات کسب‌شده توسط باشگاه با ۰/۶۰۴ و ارزش سهام نسبت به رقبا با ۰/۵۴۷، بیشترین بار عاملی یا اهمیت را از دیدگاه گروه پاسخ‌دهنده داشتند. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش بروکینگ (۱۹۹۶)، بونتیس (۲۰۰۲)، جورکزاک (۲۰۰۸)، کاپلا و همکاران (۲۰۱۲)، سالونیوس و لانکویس (۲۰۱۲)، ژانگ و همکاران (۲۰۱۳)، ماسورسکین و الکنوایسیتراسا (۲۰۱۵)، گودایتیت و همکاران (۲۰۱۶) و پژوهش منتشرنشده صاحب‌کاران و همکاران از نظر مؤلفه و شاخص‌های شناسایی شده همخوانی داشت (۲۷، ۲۵، ۲۱، ۱۹، ۱۸، ۱۴، ۱۲، ۱۰). بهره‌وری سودآوری و ارزشمندی در محیط درون و برون‌سازمانی باشگاه و تأثیرات محیطی آن موجبات مزیت رقابتی در مقایسه با سایر باشگاه‌ها خواهد شد. برآورد وزن هریک از عوامل سرمایه معنوی در مقایسه با سایر عوامل می‌تواند در پیشبرد ارزشمندی و تولید ثروت باشگاه مورد توجه بیشتری قرار گیرد.

همچنین نتایج نشان داد که سرمایه ارتباطی دومین مولفه تأثیرگذار بر ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران هستند (ضریب مسیر = ۰/۹۰۰). همچنین بارهای عاملی شاخص‌های سرمایه ارتباطی باشگاه‌های هندبال ایران به ترتیب محبوبیت باشگاه با ۰/۷۲۴، وفاداری هواداران با ۰/۷۰۴، مزیت رقابتی با ۰/۶۷۰، تبلیغات با ۰/۶۶۴، کیفیت ادراک شده از باشگاه توسط هواداران با ۰/۶۴۴، ارتباط با سرمایه‌گذاران و شرکا با ۰/۶۳۶، خوش‌نامی (بازیکن و کادر فنی) با ۰/۶۱۲، آگاهی از برند باشگاه با ۰/۵۹۰، هویت باشگاه با ۰/۵۵۶ و رضایت هواداران از مقام‌ها (مدال‌ها) و جایگاه فعلی باشگاه با ۰/۵۵۵، تداعی برند باشگاه توسط هواداران با ۰/۵۵۱، رسیدگی به انتقادات هواداران با ۰/۵۴۲، بیشترین بار عاملی یا اهمیت را از دیدگاه گروه پاسخ‌دهنده داشتند. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش بونتیس (۲۰۰۲)، جورکزاک (۲۰۰۸)، کاپیلا و همکاران (۲۰۱۲)، پینارگول و همکاران (۲۰۱۲)، تام و همکاران (۲۰۱۴)، بالدینی و همکاران (۲۰۱۷)، لاردو و همکاران (۲۰۱۷) و بخشا و همکاران (۲۰۱۸) و پژوهش منتشر نشده صاحب‌کاران و همکاران، از نظر مؤلفه و شاخص‌های شناسایی شده همخوانی داشت (۳۰، ۲۹، ۲۸، ۲۲، ۲۰، ۱۸، ۱۴، ۱۲). به نظر می‌رسد سرمایه ارتباطی به عنوان حوزه عملکرد کلیدی دارایی‌های نامشهود باشگاه با ذی‌نفعان باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد. شاید این مهم برمی‌گردد به معطوف ساختن توجه مدیران باشگاه‌ها به امور درون‌سازمانی باشگاه‌ها یعنی بازیکن، مربی و دست‌اندرکاران؛ بنابراین داشتن برنامه‌های استراتژیک و عملیاتی می‌تواند موجبات تقویت ارتباط عوامل سرمایه‌ای درون و برون‌سازمانی باشگاه‌ها را فراهم سازد که در این زمینه تحقیقات ارزیابی تأثیرپذیری هریک از عوامل برون‌سازمانی دارایی‌های نامشهود می‌تواند کمک‌کننده مؤثری قلمداد شود.

علاوه بر این محققان در این پژوهش به این نتیجه رسیدند که سرمایه انسانی سومین مولفه تأثیرگذار بر ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران است (ضریب مسیر = ۰/۸۹۰). همچنین نتایج نشان داد که بار عاملی شاخص‌های سرمایه انسانی باشگاه‌های هندبال ایران به ترتیب بهسازی و آموزش منابع انسانی (مدیران، مربیان، بازیکنان و ...) با ۰/۷۲۷، شفافیت مالی در باشگاه‌ها با ۰/۷۱۶، سطح تحصیلات کادر فنی با ۰/۷۰۳، استعدادیابی در هندبال توسط باشگاه‌ها (شایسته‌سالاری) با ۰/۶۸۹، پیشکسوتان باشگاه با ۰/۶۲۴، مدیریت قراردادها با ۰/۶۱۱، تعداد بازیکنان ملی شاغل در باشگاه با ۰/۵۹۷، تعداد هواداران با ۰/۵۵۹، بیشترین بار عاملی یا اهمیت را از دیدگاه گروه پاسخ‌دهنده داشتند. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش ادوینسون (۱۹۹۷)، بروکینگ (۱۹۹۶)، روس و همکاران (۱۹۹۷)، بونتیس (۲۰۰۲)، جورکزاک (۲۰۰۸)، چن (۲۰۱۲)، کاپیلا و همکاران (۲۰۱۲)، پینارگول و همکاران

(۲۰۱۲)، ژانگ و همکاران (۲۰۱۳)، تام و همکاران (۲۰۱۴)، رسی و همکاران (۲۰۱۵)، دیمیتروپلاس و کوماناکوس (۲۰۱۵)، بالدینی و همکاران (۲۰۱۷)، لاردو و همکاران (۲۰۱۷) و بخشا و همکاران (۲۰۱۸) و پژوهش منتشر نشده صاحب کاران و همکاران، از نظر مؤلفه و شاخص‌های شناسایی شده همخوانی داشت. سرمایه انسانی به‌عنوان مهم‌ترین عنصر دارایی نامشهود باشگاه قابل تأمل است (۳۰، ۲۹، ۲۸، ۲۳، ۲۴، ۲۲، ۲۱، ۲۰، ۱۸، ۱۶، ۱۴، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۹). توجه به تحصیلات، مهارت‌های فردی، تجربه و شایستگی‌های سرمایه انسانی به‌عنوان عوامل بستر ساز و آموزش به‌عنوان بهسازی و بهزیستی سرمایه انسانی می‌تواند به‌منزله محرک‌های افزایش ارزش باشگاه قلمداد شوند.

همچنین نتایج یافته‌ها نشان داد که مؤلفه سرمایه ساختاری چهارمین مؤلفه تأثیرگذار بر ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران است (ضریب مسیر = ۰/۸۸۵). نتایج نشان داد که بارهای عاملی شاخص‌های سرمایه ساختاری باشگاه‌های هندبال ایران به‌ترتیب داشتن برنامه‌های ارزیابی منسجم و کارآمد در باشگاه با ۰/۷۲۱، کارایی و بهره‌وری در باشگاه با ۰/۷۰۲، سبک رهبری مدیران باشگاه با ۰/۶۷۹، فرهنگ سازمانی با ۰/۶۷۸، حقوق مالکیت باشگاه با ۰/۶۵۷، داشتن مدیریت مؤثر در باشگاه با ۰/۶۶۶، تحقیقات و انتشارات در زمینه توسعه برنامه‌های آتی باشگاه با ۰/۶۳۴، سهمیه حضور در لیگ حرفه‌ای با ۰/۵۷۹، به‌کارگیری بسته‌های نرم‌افزاری و سیستم‌های الکترونیکی با ۰/۴۷۴، کیفیت مالکان و سهامداران با ۰/۴۵۶، موقعیت جغرافیایی باشگاه با ۰/۴۴۵، بیشترین بار عاملی یا اهمیت را از دیدگاه گروه پاسخ‌دهنده داشتند. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش ادوینسون (۱۹۹۷)، بروکینگ (۱۹۹۶)، روس و همکاران (۱۹۹۷)، بونتیس (۲۰۰۲)، چن و همکاران (۲۰۰۴)، چن (۲۰۱۲)، ویکر و همکاران (۲۰۱۲)، سالونیوس و لانتکویس (۲۰۱۲)، پینارگول و همکاران (۲۰۱۲)، تام و همکاران (۲۰۱۴)، رسی و همکاران (۲۰۱۵)، لاردو و همکاران (۲۰۱۷) و بخشا و همکاران (۲۰۱۸) و پژوهش منتشر نشده صاحب کاران و همکاران، از نظر مؤلفه و شاخص‌های شناسایی شده همخوانی داشت (۳۰، ۲۹، ۲۴، ۲۲، ۲۰، ۱۹، ۱۷، ۱۶، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۹). از این‌رو توجه به توسعه زیرساخت‌ها یعنی تقویت ورودی‌های سازمانی باشگاه می‌تواند زمینه‌ساز موفقیت باشگاه و تقویت عوامل درون و برون‌سازمانی در دارایی‌های نامشهود باشد. عواملی همچون ساختار سازمانی و پشتیبانی نرم و سخت به‌همراه مدیریت دانش و ایجاد چابکی باشگاه در استراتژی‌های عملیاتی زمینه ورود به فرایندهای راهبردی را مهیا می‌سازد. توجه گسترده به عوامل زمینه‌ساز و تأثیر آن بر فرایندها و نقش آن بر دارایی‌های نامشهود باشگاه جای بررسی بیشتری را می‌طلبد.

به‌طور کلی با توجه به نتایج این پژوهش می‌توان گفت که معیارهای بسترساز ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران در سرمایه‌معنوی به‌عنوان مهم‌ترین شاخص، عواملی همچون حق پخش (تلویزیونی، رادیویی، ماهواره‌ای و غیره) و عضویت در سازمان‌های مرتبط بین‌المللی (IHF) است، درحالی‌که افتخارات کسب‌شده توسط باشگاه و ارزش سهام نسبت به رقبا در اولویت‌های انتهایی این پژوهش قرار گرفته است. شاید در این زمینه بتوان اذعان داشت که شرایط محیطی باشگاه‌های هندبال ایران تأثیرگذار بوده است که میزان تأثیر آن در تحقیقات بیشتر باید بررسی شود. با توجه به اینکه سرمایه ارتباطی یکی از معیارهای اثرگذار دیگر در ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال محسوب می‌شود و عواملی چون محبوبیت باشگاه، وفاداری هواداران، مزیت رقابتی از اولویت خاصی در این پژوهش برخوردار بود، می‌تواند از وزن نسبی بالاتری در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های باشگاه‌های هندبال ایران به‌حساب آید. درحالی‌که عامل‌های تداعی برند باشگاه توسط هواداران، رسیدگی به انتقادهای هواداران از وزن نسبی کمتری برخوردار بوده است. از این‌رو در شرایط دیگر سایر کشورها نیازمند تحقیقات بیشتری است. علاوه بر این در معیار سرمایه‌انسانی در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه در عامل‌های بهسازی و آموزش منابع انسانی (مدیران، مربیان، بازیکنان و ...) و شفافیت مالی در باشگاه‌ها از ارجحیت بالاتری برخوردار شد. لیکن تعداد بازیکنان ملی شاغل در باشگاه و تعداد هواداران در اولویت بعدی قرار گرفت که احتمال می‌رود در این زمینه بسترسازی‌های لازم برای جذب بازیکنان ملی شاغل در باشگاه و ایجاد برنامه‌هایی به‌منظور افزایش تعداد هوادار در باشگاه‌های هندبال ایران کمتر مورد توجه واقع شده است؛ از این‌رو باید تحقیقات بیشتری در این زمینه صورت گیرد. همچنین عواملی چون برنامه‌های ارزیابی منسجم و کارآمد در باشگاه، کارایی و بهره‌وری در باشگاه، سبک رهبری مدیران باشگاه، فرهنگ سازمانی در سرمایه‌ساختاری هستند و کیفیت مالکان و سهامداران، موقعیت جغرافیایی باشگاه از وزن نسبی کمتری برخوردار است. به‌نظر می‌رسد تحقیقات دقیق‌تر می‌تواند دقت ارزش‌گذاری را در این زمینه از طریق برآورد هریک از شاخص‌ها تعیین کند. در نهایت پیشنهاد می‌شود که مسئولان توجه به عوامل اولویتی و تأثیرگذار چهار شاخص ذکرشده در این پژوهش را که عوامل کلیدی در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود در باشگاه‌های هندبال هستند، در اولویت کاری خود قرار دهند.

منابع و مأخذ

1. Castilla-Polo F, Ruiz-Rodríguez C. Content analysis within intangible assets disclosure: a structured literature review. *Journal of Intellectual Capital*. 2017 Jul 10;18(3):506-43.
2. Giju GC, Badea L, Ruiz VR, Peña DN. Knowledge Management-the Key Resource in the Knowledge Economy. *Theoretical & Applied Economics*. 2010 Jun 1;17(6).
3. Harris R, McAdam R, McCausland I, Reid R. Knowledge management as a source of innovation and competitive advantage for SMEs in peripheral regions. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. 2013 Feb;14(1):49-61.
4. Aref Mensh Z, Rahmani, A. Presentation of a model for the valuation of intangible assets in companies admitted to the Tehran Stock Exchange. *Management Accounting*, 2015; 8 (26): 81-112.(in Persian)
5. Damodaran A. *Investment valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset*. John Wiley & Sons; 2012 Mar 16.
6. Adams A, Armitage S. Mutuality for football clubs? Lessons from the financial sector. *Studies in Economics and Finance*. 2004 Jan 1;22(1):26-41.
7. Johnson BK, Whitehead JC. Value of public goods from sports stadiums: The CVM approach. *Contemporary economic policy*. 2000 Jan;18(1):48-58.
8. Munasinghe M. Environmental economics and sustainable development. The World Bank; 1993 Sep 1.p:55-61.
9. Edvinsson L, Malone MS. *Intellectual capital: The proven way to establish your company's real value by finding its hidden brainpower*. Piatkus; 1997..
10. Brooking A. IC. Core Asset for the Third Millennium Enterprise. *Journal of Intellectual Capital*. 1996.
11. Roos G, Roos J. Measuring your company's intellectual performance. *Long range planning*. 1997 Jun 1;30(3):413-26.
12. Bontis N, Fitz-Enz J. Intellectual capital ROI: a causal map of human capital antecedents and consequents. *Journal of Intellectual capital*. 2002 Sep 1;3(3):223-47..
13. Chen J, Zhu Z, Yuan Xie H. Measuring intellectual capital: a new model and empirical study. *Journal of Intellectual capital*. 2004 Mar 1;5(1):195-212..
14. Jurczak J. Intellectual capital measurement methods. *Economics and organization of enterprise*. 2008 Jan 1;1(1):37-45.
15. Lopes IT, Rodrigues AM. Intangible Assets Identification and Valuation--a Theoretical Framework Approach to the Portuguese Airlines Companies. *Electronic Journal of Knowledge Management*. 2007 Jun 1;5(2).
16. Chen L. A mixed methods study investigating intangibles in the banking sector (Doctoral dissertation, University of Glasgow). 2012.35-37.
17. Wicker P, Hallmann K, Breuer C, Feiler S. The value of Olympic success and the intangible effects of sport events—a contingent valuation approach in Germany. *European sport management quarterly*. 2012 Sep 1;12(4):337-55
18. Käpylä J, Kujansivu P, Lönnqvist A. National intellectual capital performance: a strategic approach. *Journal of Intellectual Capital*. 2012 Jul 20;13(3):343-62.
19. Saloniemi H, Lönnqvist A. Exploring the policy relevance of national intellectual capital information. *Journal of Intellectual Capital*. 2012 Jul 20;13(3):331-42.

20. Gurel S, Dagli Ekmekci Y, Küçük Kaplan İ. Measuring intellectual capital for football clubs: evidence from Turkish first division football league. *Pamukkale Spor Bilimleri Dergisi*. 2012;4(1):36-47.
21. Zhang XP, Shang RH, Zhang XY. Managing Intangible Assets of Sports Celebrities in China. In *Proceedings of 20th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management 2013* (pp. 845-855). Springer, Berlin, Heidelberg.
22. Tomé E, Naidenova I, Oskolkova M. Personal welfare and intellectual capital: the case of football coaches. *Journal of Intellectual Capital*. 2014 Jan 7;15(1):189-202..
23. Dimitropoulos PE, Koumanakos E. Intellectual capital and profitability in European football clubs. *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*. 2015;11(2):202-20.
24. Ricci F, Scafarto V, Celenza D, Gilvari IS. Intellectual Capital and Business Performance in Professional Football Clubs: Evidence From a Longitudinal Analysis. *Journal of Modern Accounting and Auditing*. 2015 Sep;11(9):450-65
25. Mačerinskienė I, Aleknavičiūtė R. Comparative evaluation of national intellectual capital measurement models. *Business: Theory and Practice*. 2015 Mar 30;16:1.
26. Shou ZQ, Liu P. Development and Utilization of Sports Intangible Assets in China under Sustainable Development Perspective. *Open Cybernetics & Systemics Journal*. 2015;9:3018-23..
27. Gudaityte G, Jasinskas E, Balciunas M, Streimikiene D. EVALUATION OF THE LEGACY OF A SPORTING EVENT: A CASE OF EUROBASKET 2007-2013. *Transformations in Business & Economics*. 2016 May 1;15(2).
28. Baldini MA, Bronzetti G, Sicoli G. A Framework to Measure Intellectual Capital. In *Country Experiences in Economic Development, Management and Entrepreneurship 2017* (pp. 527-537). Springer, Cham.
29. Lardo A, Dumay J, Trequattrini R, Russo G. Social media networks as drivers for intellectual capital disclosure: Evidence from professional football clubs. *Journal of Intellectual Capital*. 2017 Jan 9;18(1):63-80.
30. Bakhsha A, Afrazeh A, Esfahanipour A. 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*. 2018 Jan 1;14(5):1663-82.
31. Hulland J. Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic management journal*. 1999 Feb;20(2):195-204.
32. Fornell C, Larcker DF. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*. 1981 Feb;18(1):39-50.
33. Chin WW. The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*. 1998 Jan;295(2):295-336.

Developing the Economic Valuation Model of Intangible Assets of Iran Handball Premier League Clubs

Mohsen Herati¹ - Hossein Peymanizad² - Mehdi Talebpour*³ -
Mohammad Keshtidar⁴

1.Ph.D. of Sport Management, Physical Education and Sport Sciences Department, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

2.Associate Professor of Sport Management, Physical Education and Sport Sciences Department, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran 3. Professor of Sport Management, Faculty of Sport sciences , Ferdowsi University, Mashhad, Iran 4.Associate Professor of Sport Management, Faculty of Sport sciences , Ferdowsi University, Mashhad, Iran

(Received: 2019/02/27 ; Accepted: 2019/07/03)

Abstract

The aim of this study was to develop a model for economic valuation of intangible assets of Iran handball premier league clubs in 2018. The statistical population consisted of 45 subjects in the qualitative section and the sample size was 386 subjects in the quantitative section due to the uncertainty of the population size using the Cochran formula. This study was applied with a survey method. Firstly, the intangible assets of Iran handball clubs were identified by qualitative method and then the data were analyzed by structural equation modeling using PLS3 and SPSS22 software in the quantitative approach. The results showed that spiritual capital (path coefficient of 0.902), communication capital (path coefficient of 0.900), human capital (path coefficient of 0.890) and structural capital (path coefficient of 0.885) respectively had the greatest effect on the economic valuation of intangible assets of Iran handball clubs. Therefore, it can be said that indicators such as television and satellite broadcasting right in intellectual capital, the popularity of the club in communication capital, the improvement and training of human resources in human capital and coherent and regular evaluation programs in structural capital had the highest value in the economic valuation of intangible assets of Iran handball clubs among other indicators of indices of intangible assets of Iran handball clubs.

Keywords

Economic valuation, handball clubs, intangible assets, PLS ,premier league.

* Corresponding Author: Email: mtalebpour@um.ac.ir; Tel: +989128238302