

طراحی مدل ارزش گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ

برتر هندبال ایران

محسن هراتی¹، حسین پیمانی زاد²، مهدی طالب پور^{3*}، محمدکشتی دار⁴

1- دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی مشهد، ایران 2- دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، ایران

3- دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد، ایران 4- دانشیار دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

(ارسال: 1397/12/8 - پذیرش: 1398/04/12)

چکیده

هدف از این پژوهش طراحی مدل ارزش گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر هندبال ایران در سال 1397 بود. جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش کیفی شامل 45 نفر و در بخش کمی به دلیل نامشخص بودن حجم جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه برابر با 386 نفر برآورد شد. این پژوهش از نوع کاربردی و به روش پیمایشی اجرا گردید. ابتدا دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران در این پژوهش به روش کیفی شناسایی و سپس در رویکرد کمی پژوهش تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار PLS₃ و SPSS₂₂ بود. نتایج نشان داد که بیشترین تأثیر در ارزش گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران را به ترتیب سرمایه معنوی با (ضریب مسیر 0/902)، سرمایه ارتباطی (ضریب مسیر، 0/900)، سرمایه انسانی (ضریب مسیر، 0/890) و سرمایه ساختاری (ضریب مسیر، 0/885) داشتند؛ بنابراین می‌توان از گفت در ارزش گذاری 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.

واژگان کلیدی: ارزش گذاری اقتصادی، باشگاه‌های هندبال، دارایی‌های نامشهود، لیگ برتر، PLS₃.

مقدمه

در دنیایی که تحولات لجام‌گسیخته هستند و به قول «تافلر» دوره‌ جابه‌جایی قدرت است، بحث مدیریت دارایی‌های نامشهود¹ سازمان‌ها بعد از موضوعات مهندسی مجدد دهه 80 و مدیریت کیفیت فراگیر دهه 90 به‌عنوان پدیده‌ای مهم، به‌صورت همه‌جانبه‌ای افق تحولات مدیریت را تحت تأثیر قرار داده است (1). دارایی‌های نامشهود در حال حاضر کلید موفقیت برای سازمان‌ها است (1) سازمان‌ها در حال وارد شدن به اقتصاد مبتنی بر دانش هستند (2). اقتصادی که در آن دانش و دارایی‌های نامشهود به‌عنوان مهم‌ترین عامل تولید و مزیت رقابتی و مهم‌ترین منبع نوآوری برای سازمان‌ها شناخته شده‌اند (3). در اقتصاد دانش‌محور به دانش و دارایی‌های نامشهود به‌عنوان عامل اصلی تولید ثروت در مقایسه با سایر دارایی‌های مشهود نگریده می‌شود، در بازارهای رقابتی فعلی که هدف سازمان‌ها کسب سهم بیشتر بازار از طریق ایجاد مزیت‌های رقابتی است (4). 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 (5). موفقیت سازمان در گروهی به‌کارگیری و مدیریت عنصر دانش و دارایی نامشهود در تمامی ابعاد سازمانی است. دارایی نامشهود در حال حاضر به اشکال مختلف در فرآیند توسعه اقتصادی، مدیریتی، تکنولوژی و اجتماعی به ایفای نقش می‌پردازد (4). 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 (6). یکی از راهکارهایی که می‌توان به‌وسیله آن در جهت توانمندی اقتصادی باشگاه‌های پرهزینه ورزشی کمک کند، 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 و والیبال و هندبال قابلیت‌ها، دارایی‌ها و ارزش‌های² بی‌شماری را با خود به همراه دارد و این توانایی‌ها، قابلیت تبدیل شدن به یک مولفه اقتصادی و درآمدی را با خود به همراه دارند؛ که این مهم از طریق فرآیند ارزش‌گذاری اقتصادی قابل حصول است. ارزش اقتصادی عبارت است از یک مبلغ بیان شده 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 هر دارایی همان ارزش پولی آن است (7). در همین راستا، موناسینگ³ (۱۹۹۳) برای اولین بار، ارزش کل اقتصادی⁴ را به دو شاخه اصلی ارزش‌های مصرفی⁵ و غیر مصرفی⁶ و ارزش‌های غیر مصرفی را به دو گروه ارزش‌های وجودی و میراثی تقسیم‌بندی کرده است (۸). تحقیقات زیادی در زمینه مدل‌های ارزش‌گذاری اقتصادی صورت گرفته است که می‌توان از این‌بین به پژوهش ادوینسون (1997) اشاره کرد که ارزش بازاری را به دو بخش ارزش دفتری و دارایی نامشهود (سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری) تقسیم‌بندی کرده است (9). بروکینگ⁷ (1996) دارایی نامشهود یک سازمان را به چهار بخش سرمایه‌های انسانی و سرمایه‌های زیر ساختاری و مالکیت معنوی و سرمایه‌های بازار تقسیم می‌کند (10).

1. Intangible Assets

2. Value

3. Munasinghe

4. Total Economic Value

5. Use Values

6. Nonuse Values

7. Brooking

روس¹ و همکاران (1997) دارایی‌های نامشهود را به سه بخش سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی تقسیم‌بندی کردند (11). بونتیس² (2002) 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 کرده‌اند (12). چن³ و همکاران (2004) دارایی‌های یک سازمان را به چهار بخش (سرمایه انسانی، سرمایه مشتری، سرمایه نوآوری و سرمایه ساختاری) تقسیم‌بندی می‌کند (13). جورکزاک⁴ (2008) دارایی‌های را به سرمایه‌های انسانی، سازمانی و ارتباطی تقسیم‌بندی کرد (14). لویز⁵ (2009) دارایی‌ها 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 آن هستند (15). چن¹ (2012) 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 (16). ویکر⁶ و همکاران (2012) 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 (17). کاپیلا⁷ و همکاران (2012) و سالونیوس و لانکوویس⁸ (2012) دارایی‌های یک سازمان را به چهار بخش سرمایه انسانی، سرمایه معنوی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی تقسیم کرده است (18، 19). پینارگورل⁹ و همکاران (2012) 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) تقسیم‌بندی کردند (20). ژانگ¹⁰ و همکاران (2013) دارایی‌ها را به سه بخش سرمایه انسانی، معنوی و تجاری تقسیم‌بندی کردند (21). تام¹¹ و همکاران (2014) 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، مالکیت معنوی) و سرمایه ارتباطی (روابط بین‌المللی باشگاه، تصویر، روابط با ذینفعان

1. Roos

2. Bontis

3. Chen

4. Jurczak

5. Lopez

6. Wicker

7. Kapyla

8. Salonijs, H.; Lonnqvist

9. Pinar Gurel

10. Zhang

11. Tomé

خارجی، تصویر باشگاه در رسانه‌های جمعی) تقسیم‌بندی کرده‌اند (22). دیمیتروپولاس و کوماناکوس^۱ (2015) در پژوهشی با عنوان سرمایه فکری (دارایی‌های نامشهود) و سودآوری در باشگاه‌های فوتبال اروپا به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و معنی‌داری بین دارایی نامشهود و سودآوری باشگاه‌ها وجود دارد. لازم به ذکر است دارایی‌های نامشهود استفاده‌شده در این پژوهش شامل سرمایه‌های سازمانی، انسانی و ارتباطی است (23). رسی^۲ و همکاران (2015) 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 رابطه مثبتی دارد (24). ماسورسکین و الکنوایسیتراسا^۳ (2015) در پژوهشی با عنوان بررسی مقایسه‌ای مدل‌های اندازه‌گیری دارایی‌های ملی به این نتیجه رسید که بین ابعاد دارایی‌های سازمان‌ها در کشورهای مختلف همپوشانی زیادی وجود دارد و این ابعاد بین پژوهش‌های انجام‌شده بین چهار تا نه بعد با توجه به محیط جوامع مختلف تغییر کرده است (25). شو و لیو^۴ (2015) 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 (26). گودایتیت^۵ و همکاران (2016) در پژوهش خود معیارهای ارزش‌گذاری میراث رویداد ورزشی (سهام حاضر در آینده) را در مسابقات بسکتبال قهرمانی اروپا از سال 2007 تا 2013 مورد بررسی 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 (27). بالدینی^۶ و همکاران (2017) 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 (28). لاردو^۷ و همکاران (2017) 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 (29). بخش^۸ و همکاران (2018) 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،

1. Dimitropoulos & Koumanakos

2. Ricci

3. Macerinskiene & aleknaviciuterasa

4. Shou & Liu

5. Gudaityte

6. Baldini

7. Lardo

8. Bakhsha

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 (30). 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 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 مدلی کارآمد در این حوزه طراحی 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 مدلی برای ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران جهت واگذاری به بخش خصوصی کشور جستجو کرد، موضوعی که علیرغم اهمیت فراوانش هنوز مورد غفلت دست‌اندرکاران امر است. توجه 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 آکادمیک 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 ایده آلی 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 موردنیاز برای انجام پژوهش با استفاده از انواع روش‌های میدانی، کتابخانه‌ای، مشاهده، پرسشنامه و مصاحبه به‌دست‌آمده است. این پژوهش در دو بخش، به صورت کیفی و کمی انجام شد جامعه آماری در بخش کیفی در این پژوهش شامل اعضای هیات‌علمی مدیریت ورزشی و اقتصاد و نیز مدیران باشگاه‌های هندبال ایران بودند (45 نفر). جامعه آماری در بخش کمی به لحاظ تعداد در این پژوهش نامعلوم بود که با استفاده از فرمول مورگان معادل 386 نفر شامل: اعضای هیات‌علمی مدیریت ورزشی و اقتصاد، ورزشکاران، مربیان، مدیران و کارشناسان مطلع با موضوع ارزش‌گذاری اقتصادی به صورت نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای انجام گرفت. ابتدا به منظور کشف دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران از روش تحقیق کیفی، بعد از تعریف مسئله پژوهش، ابتدا به مطالعه پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه پرداخته شد و سپس نمونه‌هایی را به صورت هدفمند به شکل نمونه‌گیری گلوله برفی از بین اعضای هیات‌علمی 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 هیات‌علمی 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 17 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 مطرح شده توسط آن‌ها یادداشت‌برداری شد. لازم به ذکر است موضع مصاحبه‌گر در شرایط مصاحبه به صورت مشارکت جویانه 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، عبارت‌ها و جمله‌های توصیفگر چه پیام‌هایی می‌توانند داشته باشند. در ادامه محقق به جهت 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 حوزه‌ی آینده‌نگاری به شمار می‌آید. این تکنیک از کارشناسان (صاحب‌نظران) به عنوان پاسخ‌دهندگان یک سری میزگردهای²¹ پی‌درپی برای استخراج نظرات از یک گروه متخصصان در مورد یک موضوع یا یک سؤال است و یا رسیدن به اجماع گروهی از طریق یک سری مراحل پرسشنامه‌ای با حفظ گمنامی پاسخ‌دهندگان و بازخورد نظرات به اعضای پنل استفاده می‌کند؛ در این فرآیند با 45 نفر از طریق نمونه‌گیری گلوله برفی هدفمند، مصاحبه‌های نیمه عمیق و به صورت سؤالات ساختاریافته صورت گرفت. 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 مطرح شده توسط اعضای هیات علمی مدیریت ورزشی و اقتصاد، ورزشکاران، مربیان، مدیران و کارشناسان مطلع با موضوع ارزش‌گذاری اقتصادی یکسان و تکراری بود) پیش رفت، در نهایت، 45 شاخص مورد تأیید قرار گرفت و پرسشنامه ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران بر مبنای مقیاس لیکرت پنج ارزشی (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 کولموگوروف-اسمیرنوف با استفاده از نرم‌افزار SPSS22 و در بخش آمار استنباطی از مدل یابی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات. با استفاده از نرم‌افزارها Smart PLS³ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

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 کارشناسان موضوع، کلیه محورها و متغیرها مورد بررسی قرار گرفته تا ادعا نمود که جامع و هم‌پوشانی لازم را دارند. در این قسمت از بین متغیرهای متعدد، پس از بررسی و حذف موارد مشابه به 45 متغیر در این حوزه رسیدیم که در قالب پرسشنامه به خبرگان موضوع جهت بررسی و سنجش معیار و ارزش هرکدام از این متغیرها، ارائه گردید (روش دلفی)، از 45 نفر از افراد پاسخگو 18 نفر زن و 27 نفر مرد بودند که بیشترین رده سنی پاسخگو در این تحقیق افراد بین 25 تا 78 سال بودند، در مجموع 12 نفر افراد پاسخگو پیشکسوت، 16 نفر مربی و 8 نفر داور و 9 نفر مدیر باشگاه بودند؛ که 9 نفر از این افراد پاسخ‌دهنده، لیسانس به پایین و 21 نفر لیسانس و 11 نفر فوق‌لیسانس و 4 نفر دارای مدرک دکتری بودند، با بهره‌گیری از معدل‌گیری در مرحله اول، بر اساس مبنای معدل‌گیری: 0- 5 میانگین: همه متغیرها بیشتر از 3 به دست آمد، در مرحله دوم با تعداد 45 سؤال،

¹.Computer Networks of Experts

².Panel Surveys

پرسشنامه تدوین شده مجدداً به جامعه آماری ارائه شد که بر اساس مبنای معدل: 0-5 میانگین: بالاتر از عدد 3 به دست آمد و مجدداً متغیری نیز حذف نگردید و نهایتاً در مرحله سوم، با رأی خبرگان، تعداد نهایی و مورد قبول به 45 متغیر رسید؛ که نتایج آن در جدول 1 آورده شده است.

جدول 1. نتایج متغیرهای اثرگذار شناسایی شده در دوره‌های دلفی

شماره سؤال	تعداد خبرگان	15 نفر			نام عامل اثرگذار	شاخص
		امتیاز دور اول	امتیاز دور دوم	امتیاز دور سوم		
1	وفاداری هواداران	3/33	4/27	3/80	انحراف معیار	شاخص سرمایه ارتباطی
2	محبوبیت باشگاه	4/07	4/27	4/20		
3	شخصیت برند باشگاه	3/80	4/67	3/93		
4	آگاهی از برند باشگاه	3/27	4/33	3/53		
5	کیفیت ادراک شده از باشگاه	3/53	3/67	3/67		
6	تداعی برند باشگاه	3/73	3/80	3/67		
7	تصویر اجتماعی باشگاه	3/53	4/07	3/80		
8	ارتباط با سرمایه‌گذاران و شرکا	3/20	4/27	4/27		
9	هویت باشگاه	3/46	3/87	4/07		
10	تبلیغات	3/47	4/27	4/27		
11	خوش‌نامی (بازیکن و کادر فنی)	3/80	4/33	4/60		
12	مزیت رقابتی	3/20	4/00	3/87		
13	رضایت هواداران از مقام‌ها و جایگاه فعلی باشگاه	3/67	4/07	4/33		
14	رسیدگی به انتقادات هواداران	2/87	3/53	3/67		
15	تعداد هواداران	3/53	4/20	4/20		
16	استعدادیابی در هندبال توسط باشگاه‌ها	3/67	4/46	4/33		شاخص سرمایه انسانی
17	مدیریت قراردادها	3/13	4/07	3/67		
18	بهبودی و آموزش منابع انسانی	4/13	4/13	4/33		
19	پیشکسوتان باشگاه	3/47	4/20	3/80		
20	تعداد بازیکنان ملی شاغل در باشگاه	4/00	4/27	4/33		
21	شفافیت مالی در باشگاه‌ها	3/27	4/33	4/13		
22	سطح تحصیلات کادر فنی	3/40	4/13	4/00		
23	حق پخش (تلویزیونی، رادیویی و ...)	3/87	4/07	4/67		شاخص
24	موفقیت‌های باشگاه	4/07	4/27	4/40		

1/000	4/00	4/40	4/00	25	عضویت در سازمان‌های بین‌المللی
0/704	4/07	3/93	3/47	26	حق شرکت در مسابقات
0/799	4/07	3/67	3/00	27	سرمایه اجتماعی
0/862	4/20	3/80	3/40	28	مجوزها و پروانه‌های باشگاه
0/737	4/60	4/47	4/13	29	افتخارات کسب‌شده توسط باشگاه
0/632	4/60	4/33	3/87	30	رنکینگ باشگاه (ملی، بین‌المللی)
0/704	3/93	3/87	3/20	31	ارزش سهام نسبت به رقبا
0/655.	4/00	4/00	3/93	32	قدمت باشگاه
0/775	4/20	3/87	4/33	33	کیفیت مالکین و سهامداران
0/884	3/73	3/73	3/87	34	سند توسعه (چشم‌انداز، مأموریت و...)
0/799	4/07	4/33	3/80	35	شهرت باشگاه
0/737	4/40	4/20	3/93	36	سهمی‌ه حضور در لیگ حرفه‌ای
0/834	3/87	4/27	3/47	37	فرهنگ سازمانی
0/676	3/80	3/67	2/93	38	تحقیقات و انتشارات در زمینه توسعه برنامه‌های آتی باشگاه
0/799	3/93	4/07	3/47	39	کارایی و بهره‌وری در باشگاه
0/961	3/93	3/53	3/60	40	حقوق مالکیت باشگاه
0/961	3/73	4/20	3/20	41	برنامه‌های ارزیابی منسجم و کارآمد
0/900	3/67	3/13	3/20	42	موقعیت جغرافیایی باشگاه
0/775	4/20	4/40	4/13	43	سبک رهبری مدیران باشگاه
0/516	4/53	4/40	3/53	44	داشتن مدیریت مؤثر در باشگاه
0/884	3/73	4/07	3/93	45	بسته‌های نرم‌افزاری و سیستم‌های الکترونیکی

شاخص سرمایه‌ساختاری

یافته‌های حاصل از دوره‌های دلفی نشان از تأیید ۴۵ گویه ذکرشده می‌دهد. محققان با استفاده از این یافته‌ها پرسشنامه ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران را تنظیم کرده و به توزیع در بخش کمی جامعه تحقیق پرداختند؛ از 386 نفر افراد پاسخگو در این بخش از پژوهش، 206 نفر زن (53/3 درصد) و 180 نفر مرد (46/5 درصد) بودند. بیشترین رده سنی افراد پاسخگو بین 25 تا 35 سال قرار گرفته است و کمترین رده سنی افراد پاسخگو 15 سال است، که 2 نفر بودند و مشاهده شد که مینیمم و ماکسیمم 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 اکثر پاسخ‌دهندگان (34/6 درصد)، لیسانس می‌باشند. از مجموع 386 نفر از افراد

تحت نمونه در این بخش، در مجموع 28 نفر افراد پاسخگو پیشکسوت و 39 نفر مربی و 11 نفر داور و 6 نفر مدیر باشگاه و 257 نفر بازیکن (از 16 تیم پاسخ‌دهنده لیگ برتر هندبال ایران در سال 1397) و 45 نفر هوادار بودند سپس محقق با استفاده از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف نرمال بودن متغیرهای پژوهش مورد بررسی قرار داد که در صورت برقرار بودن این شرط از روش نسبت درست‌نمایی¹ در معادلات ساختاری استفاده می‌گردد. نتایج این آزمون در جدول ۲ آمده است

جدول 2- نتایج آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف

متغیر	آماره	درجه آزادی	سطح معناداری	نتیجه
کلومواسمیرنوف				
سرمایه ساختاری	0/84	386	0/00	غیرنرمال
سرمایه معنوی	0/122	386	0/00	غیرنرمال
سرمایه ارتباطی	0/097	386	0/00	غیرنرمال
سرمایه انسانی	0/109	386	0/00	غیرنرمال

با توجه به یافته‌های جدول ۳ سطح معناداری متغیرها از عدد $0/05$ پایین‌تر است بنابراین متغیرها نرمال نیستند، لذا از آزمون‌های معادل ناپارامتری استفاده شد؛ بنابراین بایستی از روش حداقل مربعات جزئی استفاده کرد؛ که در دو مرحله انجام شد. در اولین مرحله، مدل اندازه‌گیری از طریق تحلیل‌های روایی و پایایی و تحلیل عامل تأییدی بررسی شد و در دومین مرحله، مدل ساختاری به‌وسیله برآورد مسیر بین متغیرها و تعیین شاخص‌های برازش مدل بررسی شد (۳۱). به‌منظور سنجش روائی پرسشنامه، دو نوع روایی منطقی و روائی سازه در نظر گرفته شده و در این راستا، 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	0/804	0/868	0/504
سرمایه معنوی	0/779	0/870	0/532
سرمایه ارتباطی	0/821	0/894	0/530
سرمایه انسانی	0/769	0/857	0/520
دارایی‌های نامشهود	0/945	0/949	0/528

¹. Maximum likelihood

بر اساس نتایج جدول ۳، از آنجاکه 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) مورد استفاده قرار گرفت به عقیده فورنل و لاکر^۱ (۱۹۸۱)، دو معیار برای تحلیل عاملی به کار می‌رود، اول آنکه بارهای عاملی برای متغیرهای مشاهده شده باید بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد و ثانیاً پایایی مجموع متغیرها بیان‌کننده عامل مورد نظر باید بزرگ‌تر از ۰/۰۸ باشد. در نگرشی محتاطانه، بارهای عاملی بزرگ‌تر از ۰/۷ از اعتبار مناسبی برخوردار هستند (۳۲). نتایج تحلیل عاملی و مقادیر آماره تی در جدول ۴ آورده شده است

جدول 4 - نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیرها

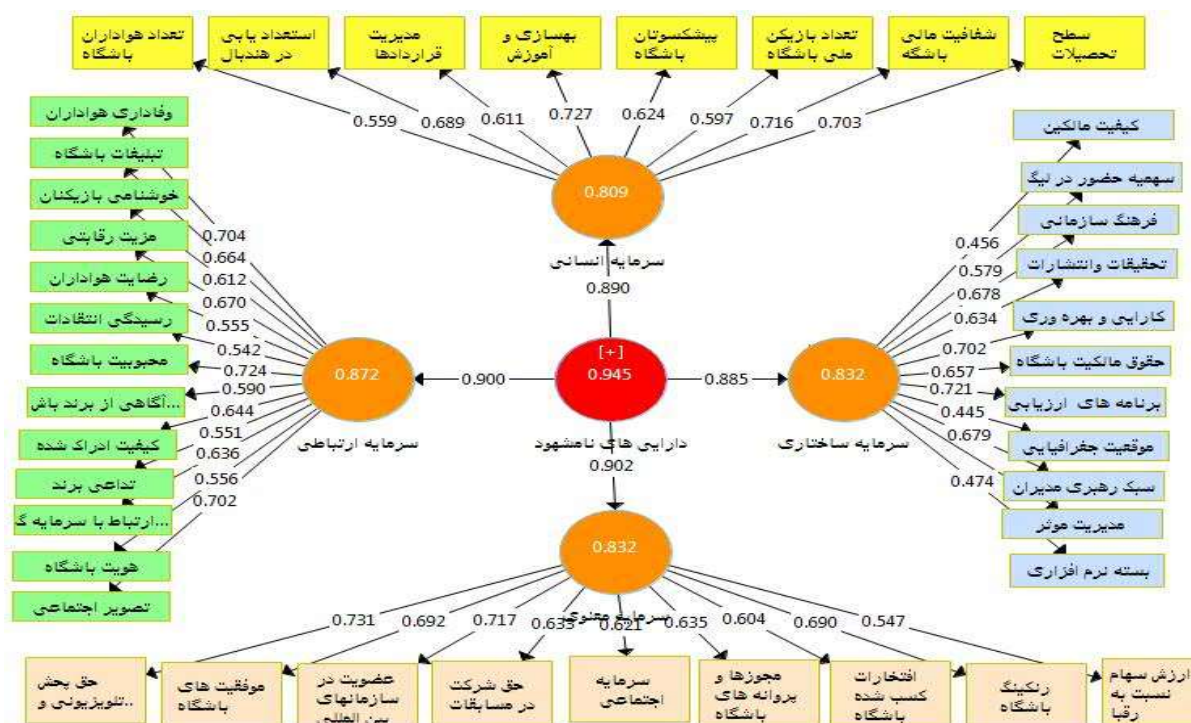
نام عامل اثرگذار	بار عاملی	آماره تی
وفاداری هواداران	0/707	23/59
محبوبیت باشگاه	0/723	25/15
شخصیت برند باشگاه	0/211	2/07
آگاهی از برند باشگاه	0/593	14/46
کیفیت ادراک شده از باشگاه	0/641	14/89
تداعی برند باشگاه	0/547	11/16
تصویر اجتماعی باشگاه	0/706	21/91
ارتباط با سرمایه‌گذاران و شرکا	0/632	16/67
هویت باشگاه	0/556	10/61
تبلیغات	0/666	20/56
خوش‌نامی (بازیکن و کادر فنی)	0/610	19/35
مزیت رقابتی	0/667	18/05
رضایت هواداران از مقام‌ها و جایگاه فعلی باشگاه	0/553	13/40
رسیدگی به انتقادات هواداران	0/538	12/44
تعداد هواداران	0/559	11/41

شاخص سرمایه ارتباطی
ثا

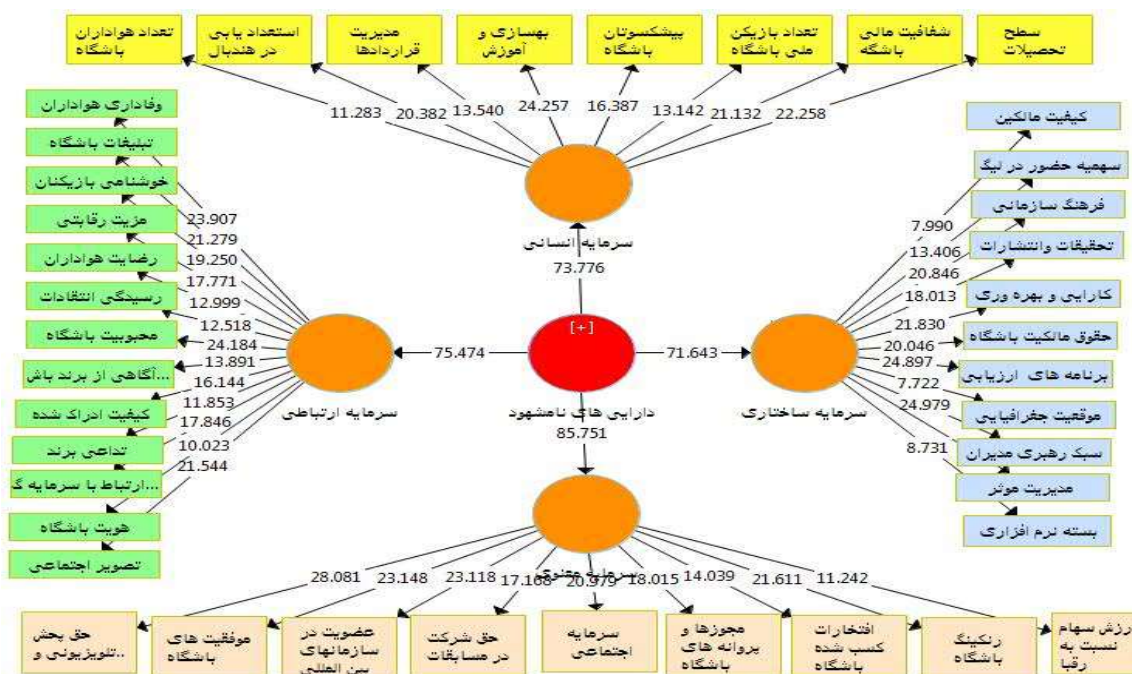
21/42	0/689	استعدادیابی در هندبال توسط باشگاه‌ها	شاخص سرمایه معنوی
13/43	0/611	مدیریت قراردادها	
23/27	0/727	بهسازی و آموزش منابع انسانی	
17/28	0/624	پیشکسوتان باشگاه	
14/37	0/597	تعداد بازیکنان ملی شاغل در باشگاه	
21/52	0/716	شفافیت مالی در باشگاه‌ها	
21/37	0/704	سطح تحصیلات کادر فنی	
29/69	0/731	حق پخش (تلویزیونی، رادیویی و ...)	
23/29	0/692	موفقیت‌های باشگاه	
22/57	0/717	عضویت در سازمان‌های بین‌المللی	
17/37	0/633	حق شرکت در مسابقات	
22/51	0/621	سرمایه اجتماعی	
18/67	0/635	مجوزها و پروانه‌های باشگاه	
13/49	0/604	افتخارات کسب‌شده توسط باشگاه	
21/33	0/690	رنکینگ باشگاه (ملی، بین‌المللی)	شاخص سرمایه ساختاری
11/40	0/547	ارزش سهام نسبت به رقبا	
2/57	0/315	قدمت باشگاه	
8/33	0/461	کیفیت مالکین و سهامداران	
2/40	0/359	سند توسعه (چشم‌انداز، مأموریت و ...)	
2/39	0/355	شهرت باشگاه	
12/76	0/572	سهامیه حضور در لیگ حرفه‌ای	
20/11	0/678	فرهنگ سازمانی	
17/97	0/629	تحقیقات و انتشارات در زمینه توسعه برنامه‌های آتی باشگاه	
19/85	0/688	کارایی و بهره‌وری در باشگاه	
22/18	0/657	حقوق مالکیت باشگاه	
25/31	0/711	برنامه‌های ارزیابی منسجم و کارآمد	
7/83	0/448	موقعیت جغرافیایی باشگاه	
21/76	0/675	سبک رهبری مدیران باشگاه	

19/59	0/657	داشتن مدیریت مؤثر در باشگاه
9/25	0/465	بسته‌های نرم‌افزاری و سیستم‌های الکترونیکی

نتایج جدول ۴ نشان داد که بارهای عاملی اکثر مؤلفه‌ها بیشتر از ۰/۴ به جزء گویه تداعی برند باشگاه با ضریب مسیر (۰/۲۱۱) از زیرشاخه‌های متغیر سرمایه ارتباطی و گویه های 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



نمودار. مقادیر ضریب مسیر مدل نهایی پژوهش



نمودار. مقادیر تی مدل نهایی پژوهش

بر اساس یافته‌های مدل پژوهش در نمودار 1 نشان داد که در آن سؤالات انتخاب‌شده با بارهای عاملی بیشتر از 0/4 ساختارهای عاملی مناسبی را جهت اندازه‌گیری متغیرها و ابعاد مورد مطالعه در مدل تحقیق فراهم می‌کنند، لذا برای آن که مدلی تأیید شود بایستی مقادیر ضریب مسیر مقداری مثبت و بالاتر از 0/4 و مقادیر آماره تی بیشتر از 1/96 باشد نتایج نهایی ضریب مسیر و آماره تی در جدول 5 آورده شده است

جدول 5 نتایج تحلیل عاملی جهت فرضیه‌های مرتبط با مسیرهای مدل تحقیق

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

طبق جدول ۵ میزان ضریب مسیر میان هرکدام از متغیرها مقداری مثبت و بالاتر از ۰/۴ است و همچنین در تمام ابعاد مقدار آماره تی از عدد ۱/۹۶ بیشتر است در نتیجه با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که رابطه‌ی مثبت و معناداری بین هر یک از ابعاد (سرمایه ارتباطی، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، 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-Communnality) اعداد مثبت نشانگر کیفیت مناسب مدل می‌باشد. ضریب تبیین یا R2 نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل چه اندازه بر متغیر وابسته تأثیر می‌گذارد که سه مقدار 0/19، 0/33 و 0/67 به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته می‌شود (33).

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 6، یافته‌ها نشان داد که اعتبار حشو یا افزونگی (CV-Redundancy) و بررسی اعتبار اشتراک یا روایی متقاطع (CV-Communnality) همگی مثبت بوده، همچنین R2 بالاتر از 0/67 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 34/6 درصد از افراد شرکت‌کننده در این پژوهش دارای مدرک 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 (75 درصد) در بازه سنی 15 تا 50 سال قرار داشتند که ترکیبی از جوانی و تجربه را نشان داده و بیان‌گر وضعیت مناسب سنی افراد است.

نتایج یافته‌های پژوهش نشان داد که مؤلفه سرمایه معنوی بیشترین تأثیر را بر ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران دارد (ضریب مسیر = 0/902)؛ که بارهای عاملی شاخص‌های سرمایه معنوی باشگاه‌های هندبال ایران به ترتیب حق پخش (تلویزیونی، رادیویی، ماهواره‌ای و غیره) با 0/731، عضویت در سازمان‌های مرتبط بین‌المللی (IHF) با 0/717، موفقیت‌های باشگاه با 0/692، رنکینگ باشگاه (ملی و بین‌المللی) با 0/690، مجوزها و پروانه‌ها با 0/635، حق شرکت در مسابقات و رویدادهای ملی و بین‌المللی با 0/633، سرمایه اجتماعی با 0/621، افتخارات کسب‌شده توسط باشگاه با 0/604 و ارزش سهام نسبت به رقبا با 0/547 بیشترین بار عاملی یا اهمیت را از دیدگاه گروه پاسخ‌دهنده داشتند. نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر با پژوهش بروکینگ (1996)، بونتیس (2002)، جورکزاک (2008)، کاپلا

و همکاران (2012)، سالونیوس و لانکویس (2012)، ژانگ و همکاران (2013)، ماسورسکین و الکنوایسیتراسا (2015)، گودایتیت و همکاران (2016) و پژوهش منتشر نشده صاحب‌کاران و همکاران از نظر مؤلفه و شاخص‌های شناسایی شده همخوانی داشت (10، 12، 14، 18، 19، 21، 25، 27). 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 هر یک از عوامل سرمایه معنوی در مقایسه با سایر عوامل می‌تواند در پیشبرد ارزشمندی و تولید ثروت باشگاه مورد توجه بیشتری قرار گیرد. همچنین نتایج یافته‌ها نشان داد که سرمایه ارتباطی دومین مولفه تأثیرگذار بر ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران هستند (ضریب مسیر = 0/900). همچنین نتایج نشان داد که بارهای عاملی شاخص‌های سرمایه ارتباطی باشگاه‌های هندبال ایران به ترتیب محبوبیت باشگاه با 0/724، وفاداری هواداران با 0/704، مزیت رقابتی با 0/670، تبلیغات با 0/664، کیفیت ادراک‌شده از باشگاه توسط هواداران با 0/644، ارتباط با سرمایه‌گذاران و شرکا با 0/636، خوش‌نامی (بازیکن و کادر فنی) با 0/612، آگاهی از برند باشگاه با 0/590، هویت باشگاه با 0/556 و رضایت هواداران از مقام‌ها (مدال‌ها) و جایگاه فعلی باشگاه با 0/555، تداعی برند باشگاه توسط هواداران با 0/551، رسیدگی به انتقادات هواداران با 0/542، بیشترین بار عاملی یا اهمیت را از دیدگاه گروه پاسخ‌دهنده داشتند. نتایج به دست آمده در این پژوهش با پژوهش بونتیس (2002)، جورکزاک (2008)، کاپیلا و همکاران (2012)، پینارگول و همکاران (2012)، تام و همکاران (2014)، بالدینی و همکاران (2017)، لاردو و همکاران (2017) و بخشا و همکاران (2018) و پژوهش منتشر نشده صاحب‌کاران و همکاران، از نظر مؤلفه و شاخص‌های شناسایی شده همخوانی داشت (12، 14، 18، 20، 22، 28، 29، 30). به نظر می‌رسد سرمایه ارتباطی به‌عنوان حوزه عملکرد کلیدی دارایی‌های نامشهود باشگاه با ذینفعان بایستی 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 تأثیری پذیری هر یک از عوامل برون‌سازمانی دارایی‌های نامشهود می‌تواند کمک‌کننده مؤثری قلمداد گردد.

علاوه بر این محققین در این پژوهش به این نتیجه رسیدند که سرمایه انسانی سومین مولفه تأثیرگذار بر ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران هستند (ضریب مسیر = 0/890). 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 0/727، شفافیت مالی در باشگاه‌ها با 0/716، سطح تحصیلات کادر فنی با 0/703، استعدادیابی در هندبال توسط باشگاه‌ها (شایسته‌سالاری) با 0/689، پیشکسوتان باشگاه با 0/624، مدیریت قراردادهای با 0/611، تعداد بازیکنان ملی شاغل در باشگاه با 0/597، تعداد هواداران با 0/559 بیشترین بار عاملی یا اهمیت را از دیدگاه گروه پاسخ‌دهنده داشتند. نتایج به دست آمده در این پژوهش با ادوینسون (1997)، بروکینگ (1996)، روس و همکاران (1997)، بونتیس (2002)، جورکزاک (2008)، چن (2012)، کاپیلا و همکاران (2012)، پینارگول و همکاران (2012)، ژانگ و همکاران (2013)، تام و همکاران (2014)، رسی و همکاران (2015)، دیمیتروپلاس و کوماناکوس (2015)، بالدینی و همکاران (2017)، لاردو و همکاران (2017) و بخشا و همکاران (2018) و پژوهش منتشر نشده صاحب‌کاران و همکاران، از نظر مؤلفه و شاخص‌های شناسایی شده همخوانی داشت. سرمایه انسانی به‌عنوان مهم‌ترین عنصر دارایی نامشهود باشگاه قابل تأمل است (9، 10، 11، 12، 14، 16، 18، 20، 21، 22، 23، 24، 28، 29، 30). توجه به تحصیلات،

مهارت‌های فردی، تجربه و شایستگی‌های سرمایه انسانی به‌عنوان عوامل بسترساز و آموزش به‌عنوان بهسازی و بهزیستی سرمایه انسانی می‌تواند به‌عنوان محرک‌های افزایش ارزش باشگاه قلمداد گردند.

همچنین نتایج یافته‌ها نشان داد که مؤلفه سرمایه ساختاری چهارمین مؤلفه تأثیرگذار بر ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران است (ضریب مسیر = 0/885). نتایج نشان داد که بارهای عاملی شاخص‌های سرمایه ساختاری باشگاه‌های هندبال ایران به ترتیب داشتن برنامه‌های ارزیابی منسجم و کارآمد در باشگاه با 0/721، کارایی و بهره‌وری در باشگاه با 0/702، سبک رهبری مدیران باشگاه با 0/679، فرهنگ سازمانی با 0/678، حقوق مالکیت باشگاه با 0/657، داشتن مدیریت مؤثر در باشگاه با 0/666، تحقیقات و انتشارات در زمینه توسعه برنامه‌های آتی باشگاه با 0/634، سهمیه حضور در لیگ حرفه‌ای با 0/579، به‌کارگیری بسته‌های نرم‌افزاری و سیستم‌های الکترونیکی با 0/474، کیفیت مالکین و سهامداران با 0/456، موقعیت جغرافیایی باشگاه با 0/445 بیشترین بار عاملی یا اهمیت را از دیدگاه گروه پاسخ‌دهنده داشتند. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش ادوینسون (1997)، بروکینگ (1996)، روس و همکاران (1997)، بونتیس (2002)، چن و همکاران (2004)، چن (2012)، ویکر و همکاران (2012)، سالونیوس و لانکویس (2012)، پینارگول و همکاران (2012)، تام و همکاران (2014)، رسی و همکاران (2015)، لاردو و همکاران (2017) و بخشا و همکاران (2018) و پژوهش منتشرنشده صاحب‌کاران و همکاران، از نظر مؤلفه و شاخص‌های شناسایی‌شده همخوانی داشت (9، 10، 11، 12، 13، 16، 17، 19، 20، 22، 24، 29، 30). 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 به همراه مدیریت دانش و ایجاد چابکی باشگاه در استراتژی-های عملیاتی زمینه ورود به فرآیندهای راهبردی را مهیا می‌سازد. توجه گسترده به عوامل زمینه‌ساز و تأثیر آن بر فرآیندها و نقش آن بر دارایی‌های نامشهود باشگاه جای بررسی بیشتری را می‌طلبد.

به‌طورکلی با توجه به نتایج این پژوهش می‌توان اذعان داشت که معیارهای بسترساز ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال ایران در سرمایه معنوی به‌عنوان مهم‌ترین شاخص، عواملی همچون حق پخش (تلویزیونی، رادیویی، ماهواره‌ای و غیره) و عضویت در سازمان‌های مرتبط بین‌المللی (IHF) می‌باشد 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 که میزان تأثیر آن در تحقیقات بیشتر بایستی مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به اینکه سرمایه ارتباطی یکی از معیارهای اثرگذار دیگر در ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های هندبال محسوب می‌گردد 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 به حساب آید. درحالی‌که عامل‌های تداعی برند باشگاه توسط هواداران، رسیدگی به انتقادات هواداران از وزن نسبی کمتری برخوردار بوده است. لذا در شرایط دیگر سایر کشورها نیازمند تحقیقات بیشتری است. علاوه بر این در معیار سرمایه انسانی در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه در عامل‌های بهسازی و آموزش منابع انسانی (مدیران، مربیان، بازیکنان و ...) و شفافیت مالی در باشگاه‌ها از رجوع بالاتری برخوردار شد. لیکن تعداد بازیکنان ملی شاغل در باشگاه و تعداد هواداران در اولویت بعدی قرار گرفت که احتمال می‌رود در این زمینه بسترسازهای لازم برای جذب بازیکنان ملی شاغل در باشگاه و ایجاد برنامه‌هایی جهت افزایش تعداد هوادار در باشگاه‌های هندبال ایران کمتر مورد توجه واقع شده است؛ از این‌رو بایستی 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 سرمایه ساختاری می‌باشند و کیفیت مالکین و سهامداران، موقعیت جغرافیایی باشگاه از وزن نسبی کمتری برخوردار است. به نظر می‌رسد تحقیقات دقیق‌تر می‌تواند دقت ارزش‌گذاری را در این زمینه از طریق برآورد هر یک از شاخص‌ها تعیین نماید در نهایت پیشنهاد می‌شود که مسئولین توجه به عوامل اولیتهی و تأثیرگذار چهار شاخص ذکر شده در این پژوهش را که عوامل کلیدی در ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود در باشگاه‌های هندبال هستند را در اولویت کاری خود قرار دهند.

منابع و مآخذ

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. Saloni 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 Ekmeçci 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

Designing the Economic Valuation Model of Intangible Assets of Iranian Handball Clubs

Mohsen Herati ¹, Hossein Peymanizade ², Mehdi Talebpour ^{3*}, Mohammad keshtedar⁴

1-Ph.D Sport Management Mashhad Azad University Iran. 2- Associate Professor of Islamic Azad University, Mashhad Iran. 3- Associate Professor, Ferdowsi University of Mashhad Iran. 4- Associate Professor, Ferdowsi University of Mashhad Iran.

(Receive:27/02/2019 – Accepted:03/07/2019)

abstract

The purpose of this research was to design a model for economic valuation of intangible assets of Iranian handball clubs in 1397. The statistical population of the present study was 45 individuals in the qualitative section and the sample size was 386 in the quantitative section due to the uncertainty of the population size using the Cochran formula. This research was applied in a survey method. After verifying content validity by 17 sports and economics management professors, reliability of the research questionnaire was confirmed using Cronbach's alpha coefficient. At first, the intangible assets of Iranian handball clubs were identified by qualitative method and then analyzed in a quantitative research approach through structural equation modeling. The data were analyzed using PLS3 and SPSS22 software. The results of data analysis showed that the greatest impact on the economic valuation of intangible assets of Iranian handball clubs was as follows: spiritual capital with (coefficient of route 902), communication capital (path coefficient, 0.99), human capital (Path coefficient, 0.890) and structural capital (path coefficient, 0.858). Therefore, it can be said that in the economic valuation of intangible assets of Iranian handball clubs, indicators such as television and satellite rights in intellectual capital, the popularity of the club in communication capital, the improvement and training of human resources in human capital and evaluation programs Coherent and regular in structural capital had the highest value among other indices of indices of intangible assets of Iranian handball clubs.

Key Words: "Economic valuation", "Intangible assets", "Handball clubs", "PLS₃", "Premier League".