

طراحی پرسشنامه دارایی‌های نامشهود لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران

سیده مهسا حسینی *

دکتری برنامه ریزی و مدیریت ورزشی دانشگاه تهران، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۱/۱۰، تاریخ تصویب: ۱۳۹۴/۰۶/۰۷)

چکیده

در فرایند واگذاری باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران به بخش خصوصی، "دارایی‌های نامشهود" حلقه مفقوده ارزش‌گذاری هستند. با توجه به نقصان موجود در شناسایی این دارایی‌ها، هدف از این پژوهش طراحی ابزار مناسب برای شناسایی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران بود که پس از مطالعه منابع مختلف، فهرست اولیه‌ای از ۳۵ عامل در قالب چهار بعد اصلی تهیه شد. این پرسشنامه توسط صاحب‌نظران ارزیابی و ویرایش شد تا روایی صوری و محتوایی آن بررسی شود. در نهایت، ۷ مورد حذف و پرسشنامه‌ای با ۲۸ عامل تنظیم شد و پرسشنامه نهایی در میان ۲۷۴ نفر که به روش نمونه‌گیری آسان انتخاب شدند، توزیع شد. این تحقیق براساس نوع هدف کاربردی است و داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی تحلیل شده‌اند. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه ۰/۸۱ به دست آمد که نشان از پایایی درونی خوب پرسشنامه دارد. همچنین با استفاده از روش دو نیمه‌سازی، همبستگی بین دو بخش و ضرایب دو نیمه‌سازی گاتمن و اسپیرمن- براون تأییدکننده پایایی مناسب پرسشنامه بود. برای تعیین روایی ثبات درونی پرسشنامه از دو ضریب همبستگی پیرسون و اسپیرمن استفاده شد که بیشتر عامل‌ها همبستگی خوبی را با نمره کل نشان دادند. در نهایت روایی سازه پرسشنامه از طریق تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد که شاخص‌های AGFI, GFI و PGFI نیکویی برازش مدل را تأیید کردند. بنابراین، می‌توان این پرسشنامه را به‌عنوان یک ابزار معتبر و قابل اعتماد در اختیار پژوهشگران قرار داد تا در کنار سایر آزمون‌ها، ارزیابی دقیق و جامع‌تری از دارایی‌های نامشهود یک باشگاه فوتبال به‌عمل آورند.

واژه‌های کلیدی

ابزار اندازه‌گیری، باشگاه ورزشی، خصوصی‌سازی، دارایی نامشهود، فوتبال.

مقدمه

با نگاهی دقیق به دنیای در حال رشد امروزی و اهمیت مسائل اقتصادی در بازارهای رقابتی، این حقیقت آشکار می‌شود که بنگاه‌های تولیدی، خدماتی یا تجاری برای حفظ بقا، سودآوری و دستیابی به اهداف سازمانی باید به دنبال نوآوری و یافتن روش‌هایی باشند که بتوانند مزیت رقابتی خود را در برابر رقبای به رخ بکشند و با تداوم بخشیدن به آن، خود را در برابر امواج سهمگین محیطی مصون سازند. بر مبنای نظریات مدیران راهبردی، معیارهای مزیت رقابتی پایدار شامل ارزشمندی، انتقال‌ناپذیری، تقلیدناپذیری، جانشین‌ناپذیری، دوام و قابلیت بهره‌برداری است. در واقع رسیدن به مزیت رقابتی پایدار از طریق جذب و حفظ رضایت‌مندی سرمایه‌گذاران، ذی‌نفعان و مشتریان امکان‌پذیر است که در نهایت به سودآوری اقتصادی منجر خواهد شد (۱). در این زمینه موضوع خصوصی‌سازی به‌عنوان دیرینه‌ترین واژه اقتصادی که در دوره اقتصاد نوین و توسعه ساختارهای مدنی هر جامعه به‌شدت مورد توجه قرار گرفته است، مورد حمایت دولت و صاحبان سرمایه قرار گرفت. خصوصی‌سازی هدفمند و هوشمند برای رشد و توسعه اقتصادی هر کشوری، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است و باید سرلوحه اهداف و محور راهبردها و طرح‌های برنامه‌ریزی اقتصادی و توسعه قرار گیرد (۲). در جهت همسو شدن با این هدف، شفاف‌سازی مسائل مالی و اقتصادی یک بنگاه تجاری می‌تواند روند واگذاری آن را به بخش خصوصی تسریع بخشد.

پس از مطالعات گسترده‌ای که بر پایه اصول اقتصادی حاکم بر بنگاه‌های مختلف و خلق مزیت رقابتی در آنها صورت گرفت، محققان از "دارایی‌های یک سازمان" به‌عنوان مهم‌ترین عاملی که می‌تواند وضعیت اقتصادی آن را برای مقابله با رقبای بازار تشریح کند، نام بردند (۳).

دارایی‌های یک سازمان توانایی و قدرت مالی آن مؤسسه برای انجام فعالیت‌های مربوط و رسیدن به اهداف ازپیش‌تعیین‌شده است. در واقع دارایی کلی یک سازمان، تمامی موجودی‌های نقدی و غیرنقدی است که در دو دسته کلی دارایی‌های مشهود (دارایی‌های فیزیکی یا مادی) و دارایی‌های نامشهود قابل طبقه‌بندی هستند. دارایی‌های فیزیکی در اصطلاح حقوقی چیزی است که ارزش اقتصادی داشته و قابل تبدیل به پول باشد؛ در واقع عامل افزایش ارزش آن، افزایش قیمت آنهاست که براساس طبقه‌بندی در استانداردهای مالی به دارایی‌های جاری و ثابت تقسیم می‌شوند. دارایی‌های فیزیکی شامل نقدینگی، تجهیزات، زمین، ساختمان، کالاها، موجودی‌ها و غیره است، از این رو هر نوع دارایی غیرفیزیکی دیگر در زیرمجموعه دارایی‌های نامشهود قرار می‌گیرد. به‌طور کلی می‌توان این دارایی‌ها را شامل کلیه دارایی‌های نامشهودی دانست که یک کسب‌وکار را از رقبایش متمایز می‌سازد. مهم‌ترین دارایی‌های نامشهود قابل شناسایی عبارت‌اند از: فناوری، دانش فنی، نام و علائم تجاری (برند)، رمز و راز تجاری، سرقفلی، حق امتیاز، نیروی انسانی، حق کشف و اختراع، سامانه‌های نرم‌افزاری، مشتریان، قراردادهای تولیدات انجام‌نگرفته، حق فعالیت و پخش، آگهی و تبلیغات، انتشارات، کتاب‌ها و روزنامه‌ها و غیره (۳).

به گفته ناکامورا^۱ (۲۰۱۰) دارایی نامشهود یک دارایی غیرپولی قابل شناسایی بدون وجود فیزیکی است که برای استفاده در تولید یا عرضه کالاها و خدمات یا سایر مقاصد، نگهداری می‌شود. او در تحقیق خود بیان داشته است که امروزه سرمایه‌گذاری در دارایی‌های نامشهود نسبت به دارایی‌های مشهود مهم‌تر شده و نحوه نمایش و گزارش دارایی‌های نامشهود در صورت‌های مالی اهمیت خاص خود را پیدا کرده است (۴).

آنها مشخص است معمولاً بسیار مشکل است و در بیشتر مواقع ارزش واقعی دارایی‌های نامشهود که می‌توانند در بازارهای رقابتی نقش تعیین‌کننده داشته باشند، در ترازنامه‌ها و اسناد مالی شرکت‌ها ثبت نمی‌شوند (۱۱).

امروزه ورزش نیز از انجام فعالیت بدنی صرف فراتر رفته و خود را به‌عنوان یک صنعت در کنار سایر صنایع مطرح ساخته است. صنعت ورزش با ایفای نقش در اقتصاد کشورها از اهمیت زیادی برخوردار شده و سهم ورزش در تولید ناخالص داخلی و ملی یا سهم آن در ایجاد اشتغال، کشورها را بر آن داشته تا هر ساله به‌صورت دقیق و منظم تأثیر ورزش را بر اقتصاد کشور خود، ارزیابی و تعیین کنند (۱۲).

علاوه بر این، از دهه ۱۹۶۰ اقتصاد و ورزش به مدد گسترش رسانه‌ها با یکدیگر به تعامل پرداختند و روند موسوم به تجاری شدن در ورزش شکل نوینی به خود گرفت. این تعامل دارای سودمندی‌های متقابلی بود؛ به‌گونه‌ای که صنعت ورزش توانست با بهره‌گیری از سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی، ضمن افزایش توانمندی در عرصه زیرساخت‌ها و رشد و گسترش کمی و کیفی، وضعیت اقتصادی ورزشکاران را متحول کند و فضای جدیدی موسوم به حرفه‌ای شدن را به‌وجود آورد (۱۳).

در کشور ما، با ایجاد اصلاحات در اصل ۴۴ قانون اساسی در پی ابلاغیه مقام معظم رهبری، بیش‌ازپیش ضرورت مشارکت مردم در توسعه همه‌جانبه کشور مطرح شد؛ و در موارد متعددی از بندهای برنامه چهارم توسعه کشور، لزوم واگذاری فعالیت‌های زیر پوشش دولت به بخش خصوصی گنجانده شده است. به بیان روشن، خصوصی‌سازی عبارت است از انتقال مالکیت یا کنترل بنگاه‌های اقتصادی از دولت به بخش خصوصی (۱۴). در این برنامه، خصوصی‌سازی در صنایع مختلف و به‌ویژه صنعت ورزش مورد توجه قرار گرفته است، به‌گونه‌ای که

براساس تقسیم‌بندی کوهن^۱ (۲۰۰۹) از دارایی‌های نامشهود، این دارایی‌ها در پنج دسته قرار می‌گیرند: دارایی‌های نامشهود در ارتباط با بازار، مشتریان، قراردادهای مسائل نمایشی و تکنولوژی (۵). در تقسیم‌بندی کلی‌تر، این دارایی‌ها به سه دسته ساختاری، ارتباطی و انسانی تقسیم می‌شوند که ارزش آنها با تغییرات محیط اقتصادی، تغییر خواهد کرد (۶).

در تحقیق گودریج و همکاران^۲ (۲۰۱۴) به نقش دارایی‌های نامشهود و سرمایه‌های معنوی در بازار سرمایه انگلستان اشاره و مشخص شده است که بعد از رکود اقتصادی جهانی در سال ۲۰۱۰-۲۰۰۹، دارایی‌های نامشهود توانسته مجدداً جایگاه واقعی خود را در بازار سهام ۲۰۱۱-۲۰۱۲ انگلستان به‌دست آورد. این در حالی است که سهم دارایی‌های مشهود در بازار سهام به فلات رسیده است (۷). سایر مطالعات تجربی نیز نشان می‌دهد که رابطه مثبتی بین دارایی‌های نامشهود و قیمت سهام وجود دارد (۸).

در مجموع، تجارب و تحقیقات انجام‌گرفته نشان داده است که دارایی‌های نامشهود در صنایع مختلف با یکدیگر تفاوت دارند و در نتیجه مدل‌های متفاوتی برای شناسایی و دسته‌بندی آنها ارائه شده که همگی علاوه بر داشتن اشتراکات، بر منحصربه‌فرد بودن دارایی‌های نامشهود هر حوزه کاری دلالت دارند. در واقع، مدیران و متخصصان هر حوزه با معرفی الگوها و نظارت بر کار حسابداران، می‌توانند آنها را در جهت شناسایی این دارایی‌ها که به تعیین ارزش عددی دارایی‌های مشهود و نامشهود در حیطه کاری خود منجر می‌شوند، سوق دهند (۱۰، ۹). اگرچه مدیریت این دسته از دارایی‌ها، همان‌طور که از اسم

1. Michael Brian Cohen

2. Peter Goodridge, Jonathan Haskel & Gavin Wallis

بنابراین، ارزیابی عملکرد و حسابداری باشگاه‌های فوتبال موضوعی است که همواره از اهمیت فراوانی برخوردار بوده است و همانند سایر سازمان‌ها و شرکت‌ها، برای ارزیابی عملکرد باشگاه‌های فوتبال نیز می‌توان از نسبت‌های مالی استاندارد استفاده کرد. با توجه به خاص بودن ماهیت و فعالیت‌های یک باشگاه فوتبال، هیچ‌گاه اطلاعاتی که همانند سایر سازمان‌ها بیانگر فعالیت‌های مالی آن باشد، وجود ندارد و نمی‌توان الگوی یکسانی را برای شناسایی دارایی‌های نامشهود صنعت فوتبال تمامی کشورها ارائه داد (۱۸).

در انتها این سؤال اساسی در ذهن شکل می‌گیرد که با توجه به جایگاه امروزی خصوصی‌سازی در صنعت فوتبال ایران، آیا تعریف دقیقی از دارایی‌های نامشهود و زیرمجموعه‌های آنها در باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال ارائه شده است؟ و آیا صاحبان سرمایه و مدیران باشگاه‌های لیگ برتر برای تعیین ارزش حقیقی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌ها، آگاهی کافی دارند؟

براساس نتایج تحقیق پاداش (۱۳۹۰) عوامل بسیاری بر خصوصی‌سازی باشگاه‌های ورزشی تأثیر می‌گذارند که مهم‌ترین آنها به ترتیب شامل درصد اهمیت به ورزش در برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور، فقدان قوانین لازم و هماهنگ با اجرای فرایند واگذاری به بخش خصوصی، چگونگی اتخاذ روش‌های مناسب در مراحل اجرا و نهایتاً وجود قوانین دست‌وپاگیر است (۱۳).

بنابراین، مدیران و مسئولان ورزشی باید با بهره‌گیری از متخصصان بازاریابی ورزشی، ایجاد شرایط مناسب جهت ارتباط بهتر بخش دولتی با باشگاه‌ها، پوشش رسانه‌ای، تبلیغات، بهبود اماکن و امکانات، و نیز با جذب بازیکنان و مربیان مشهور، در راستای رفع موانع جذب حامیان مالی ورزشی شرایط مناسب و بهینه‌ای را ایجاد کنند تا حامیان با اطمینان بیشتری در این صنعت سرمایه‌گذاری کنند

در مواد ۱۱۷، ۱۳۶ و ۱۴۵ از برنامه چهارم توسعه به شرح وظایف و مأموریت‌های بخش تربیت بدنی به‌منظور گسترش امر ورزش و کاهش تصدی‌گری بخش دولتی اشاره شده است. در ماده ۱۱۷، قانونگذاران نگاه ویژه‌ای به باشگاه‌های ورزشی داشته‌اند (۲).

باشگاه‌های ورزشی نقش بسیار مؤثری در عمومی کردن ورزش، ایجاد انگیزه، جذب جوانان به ورزش قهرمانی و تربیت ورزشکاران در رشته‌های مختلف دارند و با برگزاری رقابت‌های ورزشی سبب ازدیاد شور و نشاط در جامعه می‌شوند. از این‌رو، نقش و سهم باشگاه‌های ورزشی به‌عنوان بنگاه‌های اقتصادی نباید فراموش شود (۱۲).

از دیدگاه شجاع (۱۳۹۲) فوتبال به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی، همواره مورد توجه پژوهشگران بوده است. این پدیده تأثیر قابل تأمل و چشمگیری بر بهبود ارتباطات اجتماعی دارد و هم‌نواپی گروهی را موجب می‌شود (۱۵). ورزش فوتبال به گواه شواهد موجود، پرطرفدارترین و محبوب‌ترین ورزش در عرصه بین‌المللی است، تا جایی که بسیاری از کشورهای پنج‌قاره آن را در ردیف ورزش ملی خود محسوب می‌دارند (۱۶).

با توجه به اهمیت مقوله اقتصاد فوتبال و عمومیت داشتن این رشته ورزشی در ایران، مسابقات منظم لیگ حرفه‌ای در فصل مسابقات ۱۳۸۱-۱۳۸۰ آغاز شد و اکنون دور چهاردهم آن در فصل مسابقات ۹۴-۹۳ با حضور شانزده تیم در حال اجراست. از آنجا که باشگاه‌ها زیرساخت اصلی صنعت فوتبال را تشکیل داده‌اند، این قدرت را دارند که با بهره‌گیری از تجهیزات و امکانات، نیروی انسانی ماهر و مدیریت اثربخش، فوتبال را به صنعتی پول‌ساز تبدیل سازند (۱۷)؛ که با علم به این موضوع تمایل بخش خصوصی در جذب مالکیت باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران بیش‌ازپیش به چشم می‌آید.

بخشند. در نهایت می‌توان اذعان داشت که موارد مذکور، محقق را بر آن داشت تا ضمن طراحی پرسشنامه‌ای برای تعیین دارایی‌های نامشهود لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران، به تعیین روایی و پایایی آن بپردازد تا اعتبار و قابلیت اعتماد ابزار نیز تثبیت شود.

روش پژوهش

با توجه به نیاز موجود در شناسایی دارایی‌های نامشهود لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران، پژوهش حاضر از نوع کاربردی و توسعه ابزار محسوب می‌شود و در دسته مطالعات پیمایشی قرار می‌گیرد.

در ابتدای کار، برای تعیین دامنه محتوایی پرسشنامه با مطالعه منابع معتبر و بررسی پرسشنامه‌های مشابه، فهرست اولیه‌ای از ۳۵ عامل در قالب چهار بعد اصلی تهیه شد. براساس تحقیقات سوئیبی^۱ (۲۰۱۰)، چهار بعد اصلی دارایی‌های نامشهود شامل دارایی‌های نامشهود ساختاری، انسانی، ارتباطی و معنوی بود که به‌عنوان الگوی ساختاری این پرسشنامه از آن استفاده شد (۲۱). سپس این پرسشنامه توسط تعدادی از استادان مدیریت ورزشی که کارشناس فوتبال و صاحب‌نظر نیز بودند، ارزیابی و ویرایش شد تا روایی صوری و محتوایی پرسشنامه بررسی شود. با توجه به اینکه پاسخ‌دهندگان در این موضوع صاحب‌نظر بودند، با نظر محققان عامل‌هایی که اهمیتی کمتر از حد متوسط داشتند (میانگین کمتر از ۳)، از مجموعه اولیه حذف شدند. در نهایت و با حذف ۷ مورد، پرسشنامه‌ای در چهار بعد با ۲۸ عامل تنظیم شد که روش امتیازگذاری سوالات براساس مقیاس لیکرت پنج‌گزینه‌ای (بسیار ارزشمند، ارزشمند، ارزش متوسط، کم‌ارزش، بسیار کم‌ارزش) تعیین شد.

(۱۹). در نهایت، حضور حامیان مالی قدرتمند در عرصه ورزش می‌تواند اثر مفیدی بر فرایند واگذاری باشگاه‌ها به بخش خصوصی بگذارد.

اکنون و با نگاهی متفاوت در شناسایی دارایی‌های مشهود و نامشهود باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال می‌توان دریافت که دارایی‌های نامشهود حلقه مفقوده ارزش‌گذاری در هنگام واگذاری آنها هستند و تنها عامل قابل‌تحلیل و حسابرسی تاکنون، دارایی‌های فیزیکی بوده‌اند. بنابراین و با توجه به نقصان موجود در ارزش‌گذاری حقیقی باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال، می‌توان تصور کرد که شناسایی و معرفی دارایی‌های نامشهود به‌عنوان اولین گام در متحول کردن روش‌های سنتی محاسباتی و متعاقباً تعیین ارزش نهایی آن مؤثر خواهد بود (۲۰).

با توجه به رشد پژوهش‌های مختلف در این زمینه و اهمیت شناسایی دارایی‌های نامشهود در صنایع، متأسفانه تأکید کمی بر ساخت ابزاری مناسب برای تعیین مؤلفه‌ها و عامل‌های این دسته از دارایی‌ها در ورزش صورت گرفته است. از طرف دیگر و با توجه به پررنگ‌تر شدن بحث خصوصی‌سازی، ارزیابی عملکرد و بررسی وضعیت دارایی‌های مشهود و نامشهود باشگاه‌های فوتبال موضوعی است که به‌نوعی چالش تبدیل شده است و لزوم ایجاد ابزارهای اطلاعاتی معتبر جهت جمع‌آوری اطلاعات جامع در این زمینه ضروری به‌نظر می‌رسد.

در حقیقت محقق در پی آن است که با ارائه ابزاری برای تعیین دارایی‌های نامشهود لیگ حرفه‌ای فوتبال، به مسئولان کمک کند تا بتوانند کل دارایی‌های باشگاه حرفه‌ای ورزشی خود را که بیانگر میزان ارزش اقتصادی آن است، به‌درستی ارزیابی کنند. بدین‌وسیله و در جریان فرایند واگذاری به بخش خصوصی، صاحبان سرمایه قادر خواهند بود تا از بروز هر گونه ضرر اقتصادی آتی جلوگیری کنند و به محاسبات بنگاه خود، جهت

1. Karl Erik Sveiby

داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری Spss نسخه ۲۲ و Amos نسخه ۲۲ تجزیه و تحلیل شدند.

یافته‌ها

استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای بررسی نرمالیتی داده‌ها، نشان داد که هیچ‌یک از عامل‌ها به تفکیک و همچنین در کل دارای توزیع نرمال نبودند ($P < 0/05$). مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه (که نشان‌دهنده پایایی درونی پرسشنامه است) $0/81$ به دست آمد. این ضریب پس از حذف سؤال ۱۳ به $0/82$ افزایش یافت، البته با توجه به بهبود اندک آلفای کرونباخ، تصمیم به ماندگاری این سؤال گرفته شد (جدول ۱).

جامعه آماری تحقیق شامل استادان اقتصاد و مدیریت ورزشی، کارشناسان مالی، حسابداری و بازاریابی باشگاه‌های لیگ حرفه‌ای فوتبال، کارشناسان مربوطه در سازمان لیگ و صاحب‌نظران فوتبال و کارشناسان سازمان خصوصی‌سازی بود. با توجه به اینکه برای انجام تحلیل عاملی تأییدی، به ازای هر سؤال پرسشنامه بین ۵ تا ۱۰ نمونه پیشنهاد می‌شود (۲۲)، انتخاب نمونه براساس نوع هدف تحقیق و به روش آسان صورت گرفت ($N=300$). از کل پرسشنامه‌های توزیع‌شده، ۲۷۴ مورد جمع‌آوری شد. برای بررسی پایایی پرسشنامه از آمار توصیفی و همچنین آمار تحلیلی استفاده شد و در نهایت

جدول ۱. مقادیر میانگین، انحراف معیار و آلفای کرونباخ پرسشنامه در شرایط حذف هر سؤال

شماره سؤال	میانگین پرسشنامه	انحراف معیار پرسشنامه	آلفای کرونباخ پرسشنامه
۱	۱۰۸/۴۷	۱۱۸/۰۲۳	۰/۸۰۸
۲	۱۰۸/۶۷	۱۱۶/۱۵۵	۰/۸۰۶
۳	۱۰۸/۴۸	۱۲۰/۸۱۵	۰/۸۱۳
۴	۱۰۸/۸۹	۱۱۶/۱۴۵	۰/۸۰۵
۵	۱۰۸/۷۶	۱۱۳/۶۵۴	۰/۸۰۰
۶	۱۰۸/۷۹	۱۱۳/۵۳۵	۰/۷۹۹
۷	۱۰۹/۱۰	۱۰۸/۷۱۹	۰/۷۹۵
۸	۱۰۸/۸۰	۱۱۰/۹۲۳	۰/۷۹۴
۹	۱۰۸/۲۵	۱۱۴/۶۳۴	۰/۸۰۰
۱۰	۱۰۸/۰۰	۱۱۸/۶۷۸	۰/۸۰۷
۱۱	۱۰۸/۰۱	۱۱۸/۵۹۳	۰/۸۰۵
۱۲	۱۰۸/۲۸	۱۱۶/۶۵۷	۰/۸۰۲
۱۳	۱۰۹/۰۰	۱۱۸/۲۸۲	۰/۸۱۶
۱۴	۱۰۸/۴۹	۱۱۴/۵۶۶	۰/۸۰۴
۱۵	۱۰۸/۸۰	۱۰۸/۸۹۹	۰/۷۹۲
۱۶	۱۰۸/۹۸	۱۰۹/۵۲۳	۰/۷۹۴
۱۷	۱۰۸/۵۵	۱۱۱/۲۷۴	۰/۷۹۸
۱۸	۱۰۸/۳۲	۱۱۶/۰۱۴	۰/۸۰۳
۱۹	۱۰۸/۹۹	۱۱۷/۱۲۸	۰/۸۰۷
۲۰	۱۰۹/۲۸	۱۱۹/۰۳۲	۰/۸۱۳
۲۱	۱۰۸/۰۸	۱۱۸/۱۰۰	۰/۸۰۵
۲۲	۱۰۸/۱۶	۱۱۸/۴۸۹	۰/۸۰۶
۲۳	۱۰۸/۱۹	۱۱۷/۳۹۵	۰/۸۰۴
۲۴	۱۰۸/۲۲	۱۱۸/۲۰۳	۰/۸۰۵
۲۵	۱۰۸/۷۳	۱۱۸/۸۲۶	۰/۸۱۰
۲۶	۱۰۸/۳۲	۱۱۷/۳۷۶	۰/۸۰۷
۲۷	۱۰۹/۱۹	۱۱۲/۳۱۰	۰/۷۹۹
۲۸	۱۰۸/۵۳	۱۱۲/۵۲۸	۰/۷۹۷

پرسشنامه، از روش دونیمه‌سازی استفاده شد. این روش

به‌منظور کبررسی بیشتر در پایایی و تعیین ثبات نتایج

(AGFI)^۶ و شاخص نیکویی برازش ایجاز و صرفه‌جویی (PGFI)^۷ بودند که برازندگی مدل را تأیید کردند (جدول ۳).

براساس تقسیم پرسشنامه به دو بخش عمل می‌کند. بررسی‌ها نشان داد که اگر ابعاد دارایی‌های نامشهود ساختاری و معنوی با هم در یک پرسشنامه و ابعاد دارایی‌های نامشهود ارتباطی و انسانی در پرسشنامه مجزای دیگری فرض شوند، نتایج بهتری به دست خواهد آمد. در این حالت، همبستگی بین دو بخش ۰/۵۴ و ضرایب دونیمه‌سازی گاتمن^۲ و اسپیرمن- براون^۳ برابر با ۰/۷ به دست آمد.

برای تعیین روایی ثبات درونی پرسشنامه از ضرایب همبستگی پیرسون و اسپیرمن بین هر سؤال با نمره کل استفاده شد (جدول ۲). همبستگی پیرسون نشان‌دهنده قدرت یا میزان ارتباط خطی دو متغیر و همبستگی اسپیرمن نشان‌دهنده میزان ارتباط غیرخطی دو متغیر است.

با توجه به نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون، مشخص شد که به جز سؤالات ۱، ۳، ۱۳، ۲۰ و ۲۵، بقیه عامل‌ها همبستگی خوبی را با نمره کل نشان می‌دهند. براساس نتایج حاصل از ضریب همبستگی اسپیرمن نیز معلوم شد که سؤالات ۲، ۳، ۱۰، ۱۳، ۱۹، ۲۰ و ۲۵ همبستگی ضعیف (کمتر از ۰/۳) و بقیه عامل‌ها همبستگی خوبی با نمره کل دارند ($P < 0/05$).

در نهایت برای تعیین روایی سازه پرسشنامه، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. براساس تحلیل انجام‌گرفته، به جز شاخص ریشه میانگین مربع خطا از تقریب (RMSEA)^۴؛ سایر ارزیابی‌ها شامل شاخص نیکویی برازش (GFI)^۵، شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده

1. Split-Half
2. Guttman Split-Half Coefficient
3. Spearman-Brown Coefficient
4. RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation
5. GFI: Goodness of Fit Index

6. AGFI: Adjusted Goodness of Fit Index
7. PGFI: Parsimony Goodness of Fit Index

جدول ۲. مقادیر ضرایب همبستگی پیرسون اسپیرمن در هر یک از ابعاد پرسشنامه

دارایی‌های نامشهود			دارایی‌های نامشهود			دارایی‌های نامشهود			دارایی‌های نامشهود		
معنوی			انسانی			ارتباطی			ساختاری		
ضریب همبستگی اسپیرمن	ضریب همبستگی پیرسون	شماره سؤال	ضریب همبستگی اسپیرمن	ضریب همبستگی پیرسون	شماره سؤال	ضریب همبستگی اسپیرمن	ضریب همبستگی پیرسون	شماره سؤال	ضریب همبستگی اسپیرمن	ضریب همبستگی پیرسون	شماره سؤال
۰/۳۰۶	۰/۳۳۵	۲۲	۰/۵۴۲	۰/۶۲۱	۱۵	۰/۵۲۶	۰/۶۰۷	۸	۰/۳۰۰	۰/۲۸۹	۱
۰/۳۷۵	۰/۳۷۲	۲۳	۰/۵۲۶	۰/۵۹۷	۱۶	۰/۴۲۴	۰/۴۸۱	۹	۰/۲۸۸	۰/۳۵۰	۲
۰/۳۶۵	۰/۳۴۸	۲۴	۰/۴۹۹	۰/۵۱۹	۱۷	۰/۲۰۶	۰/۳۰۲	۱۰	۰/۱۳۵	۰/۱۶۴	۳
۰/۲۸۷	۰/۲۵۲	۲۵	۰/۳۲۴	۰/۴۰۵	۱۸	۰/۳۰۶	۰/۳۵۶	۱۱	۰/۳۵۶	۰/۳۷۲	۴
۰/۳۲۷	۰/۳۲۵	۲۶	۰/۲۹۱	۰/۳۲۹	۱۹	۰/۴۵۴	۰/۴۳۳	۱۲	۰/۳۸۷	۰/۴۷۸	۵
۰/۴۸۸	۰/۵۰۸	۲۷	۰/۲۰۲	۰/۲۲۶	۲۰	۰/۲۸۹	۰/۲۳۳	۱۳	۰/۴۰۳	۰/۵۱۶	۶
۰/۵۱۲	۰/۵۴۴	۲۸	۰/۳۵۵	۰/۳۶۷	۲۱	۰/۳۸۳	۰/۴۰۷	۱۴	۰/۵۳۷	۰/۵۷۶	۷

جدول ۳. مقادیر شاخص‌های آزمون خوبی برازش

RMSEA	GFI	PGFI	AGFI
۰/۱۷۷	۰/۶۰۷	۰/۵۱۵	۰/۵۳۷

بحث و نتیجه‌گیری

نامشهود و مؤلفه‌های آن در فوتبال ایران می‌تواند در آگاه‌سازی صاحبان سرمایه، مدیران ورزشی، باشگاه‌داران، سهام‌داران و سایر ذی‌نفعان مربوطه مؤثر واقع شود تا آنها بتوانند در پیشبرد اهداف اقتصادی‌شان و کسب مزیت رقابتی پیروز شوند.

چنانچه فردی از ارزش حقیقی دارایی خود آگاه نباشد، بی‌شک نمی‌تواند به بهترین نحو از آن نگهداری کند و برای توسعه آن برنامه‌ریزی صحیحی انجام دهد. یکی از مشکلات صاحبان سرمایه، مدیران ورزشی، باشگاه‌داران، سهام‌داران و ذی‌نفعان مربوط، تعیین ارزش واقعی باشگاه و سازمان ورزشی خود است (۱۰).

اگر مسئولان باشگاه‌ها بدانند که دارایی‌های نامشهود چه سرمایه عظیمی را در اختیار آنها قرار می‌دهد، تلاش بیشتری در جهت حفظ و توسعه آن منابع

با توجه به مصوبات دولت در گسترش خصوصی‌سازی، پیش‌بینی می‌شود که صاحبان سرمایه و متخصصان مسائل مالی در شناسایی تمامی دارایی‌های یک باشگاه ورزشی حرفه‌ای به هنگام واگذاری آن به بخش خصوصی دچار ابهامات و مشکلاتی شوند. به عبارت دیگر، اگر باشگاه‌داران و سایر ذی‌نفعانشان نتوانند دارایی‌های مشهود و نامشهود سازمان خود را به خوبی ارزش‌گذاری کنند، ضررهای جبران‌ناپذیری را به اقتصاد صنعت ورزش وارد خواهند کرد.

بنابراین، امروزه نبود ابزاری مطلوب برای شناسایی دارایی‌های نامشهود در لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران که از قابلیت اطمینان و روایی قابل قبولی برخوردار باشد، به‌عنوان یک نقص شناخته شده است. تبیین دارایی‌های

پرسشنامه تأیید شود. با توجه به اینکه پاسخ‌دهندگان در این موضوع صاحب‌نظر بودند، سوؤالاتی که میانگین کمتر از ۳ داشتند، از نظر محقق نیز کم‌اهمیت تلقی شدند و تصمیم به حذف آنها گرفته شد. در نهایت، ۷ مورد حذف و پرسشنامه‌ای با ۲۸ عامل تنظیم شد. این عوامل حذف‌شده از پرسشنامه شامل حق کسب و پیشه، الگوی حقوقی قراردادهای، رمز و راز تجاری، موقعیت جغرافیایی، حق امتیازهای خدمات شهری و صنعتی، شرط‌بندی و سرقفلی بود، که در صنایع مختلف به‌عنوان دارایی نامشهود به‌حساب می‌آیند.

در بررسی ثبات درونی پرسشنامه، آلفای کرونباخ که بیانگر تجانس ابزار اندازه‌گیری در کل سؤال‌هاست، بررسی شد. این ضریب به‌عنوان شاخص هماهنگی درونی کل سؤال‌ها برابر با ۰/۸۱ بود که نشان می‌دهد فقط ۱۹ درصد واریانس نمره‌ها در اثر خطای اندازه‌گیری بوده است. این مقدار نشان از پایایی خوب پرسشنامه دارد.

در یک دسته‌بندی گفته شده است که آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۹ بیانگر پایایی عالی، بین ۰/۹ تا ۰/۷ خوب، بین ۰/۷ تا ۰/۵ متوسط و کمتر از ۰/۵ بیانگر پایایی غیرقابل قبول خواهد بود (۲۲). براساس این طبقه‌بندی، آلفای کرونباخ به‌دست‌آمده در این مطالعه، خوب و قابل قبول گزارش می‌شود و این پرسشنامه ابزار معتبری برای تعیین دارایی‌های نامشهود لیگ حرفه‌ای فوتبال در ایران است.

پایایی ابعاد دارایی‌های نامشهود معنوی و ساختاری از دو بعد دیگر، یعنی دارایی‌های نامشهود ارتباطی و انسانی بیشتر بوده است که نشان می‌دهد خطای اندازه‌گیری در این ابعاد کمتر است (جدول ۴). نتایج حاصل از روش دونیمه‌سازی نیز پایایی مناسب پرسشنامه را تأیید کرد.

کرده و با اعمال روش‌های صحیح مدیریتی، از این دارایی ارزشمند به‌خوبی نگهداری خواهند کرد (۱۳). اگر بخواهیم مهم‌ترین عوامل خلق مزیت رقابتی در فوتبال را مدیران، سرمربی، تاریخ، هواداران، اعتبار و فرهنگ‌سازمانی باشگاه در نظر بگیریم، می‌توان بر میزان اهمیت و ارزش این دسته از دارایی‌های نامشهود صحنه‌گذاری کرد (۲۳).

با بهره‌گیری از مبانی نظری و پیشینه تحقیقات انجام‌گرفته و همچنین مروری بر مطالعات گذشته، می‌توان نتیجه گرفت که نه‌تنها روش مشخصی برای ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود در صنعت فوتبال وجود ندارد، بلکه این دسته از دارایی‌ها نادیده گرفته شده‌اند و صاحبان سرمایه از ارزش واقعی آنها بی‌اطلاع‌اند. در واقع فقدان ماهیت فیزیکی منابع نامشهود و نبود فرصت یادگیری از رقبای داخلی و خارجی، تا حد زیادی توانسته مانعی برای دسترسی باشگاه‌های فوتبال به این منابع باشد (۲۱).

بنابر آنچه بیان شد، هدف از این پژوهش ساخت پرسشنامه جدیدی برای تعیین دارایی‌های نامشهود لیگ حرفه‌ای فوتبال در ایران بود که شاخص‌ها و عامل‌هایی قابل اعتماد و معتبر داشته باشد. در این زمینه محققان بیان داشته‌اند که اساس و مبنای انجام هر پژوهشی استفاده از ابزارهای اندازه‌گیری معتبر و پایاست و توضیح و تفسیر نتایج به اعتبار ابزار به‌کار گرفته‌شده بستگی دارد، محققان نیز باید از اعتبار ابزارها مطمئن باشند (۲۴).

در ابتدای کار و با مطالعه منابع معتبر و بررسی پرسشنامه‌های مشابه، فهرست اولیه‌ای از ۳۵ عامل در قالب چهار بعد اصلی تهیه شد و توسط تعدادی از استادان مدیریت ورزشی که کارشناس فوتبال و صاحب‌نظر نیز بودند، ویرایش و ارزیابی شد تا روایی صوری و محتوایی

جدول ۴. مقدار آلفای کرونباخ هر یک از ابعاد پرسشنامه

مقدار آلفای کرونباخ	عامل
۰/۶۷	بعد اول: دارایی‌های نامشهود ساختاری
۰/۵۹	بعد دوم: دارایی‌های نامشهود ارتباطی
۰/۵۸	بعد سوم: دارایی‌های نامشهود انسانی
۰/۷۳	بعد چهارم: دارایی‌های نامشهود معنوی

یافته‌های استخراج‌شده از تحلیل عاملی تأییدی، به حمایت از پرسشنامه طراحی شده پرداخته است. در انتها با توجه به نتایج این پژوهش، پرسشنامه شناسایی دارایی‌های نامشهود لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران که در ۴ بعد و ۲۸ عامل طراحی شده است، ابزاری قابل اعتماد و معتبر است که می‌توان از آن در شناسایی، اولویت‌بندی و حتی ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود لیگ‌های فوتبال استفاده کرد. همچنین پیش‌بینی می‌شود که این ابزار در شناسایی دارایی‌های نامشهود سایر رشته‌های ورزشی مؤثر واقع شود.

برای بررسی روایی درونی پرسشنامه از ضرایب همبستگی پیرسون و اسپیرمن استفاده شد و مجموع نتایج آنها بیانگر همبستگی خوب عامل‌ها بود (به‌جز عوامل ۳، ۱۳ و ۲۵). این سه عامل شامل سیستم‌های مدیریتی و ساختار سازمان، تبلیغات و گواهی‌های ملی و بین‌المللی بودند که با نمره کل همبستگی ضعیفی را نشان دادند.

مهم‌ترین و ضروری‌ترین مرحله در تعیین روایی پرسشنامه‌ها با زمینه فرهنگی متفاوت، تعیین روایی ساختاری پرسشنامه است که استفاده از تحلیل عاملی تأییدی می‌تواند کارآمد باشد. به گفته باربارا^۱ (۲۰۰۵) در تحلیل عاملی تأییدی، الگوی نظری خاصی با هم مقایسه شده و در واقع روش مفید و سودمندی برای بازنگری ابزارهای مناسب جهت انجام تحقیقات است (۲۴).

در راستای استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، محققان اظهار داشتند که معمولاً شاخص‌های چندگانه می‌توانند ارزیابی جامعی از برازش مدل ارائه دهند (۲۵). در این پژوهش، از میان چهار معیار در نظر گرفته‌شده برای نیکویی برازش مدل، تنها RMSEA برازش مدل را تأیید نکرد و سه شاخص دیگر AGFI، GFI و PGFI برازش مدل را تأیید کردند. در مجموع می‌توان گفت که

منابع و مآخذ

1. Seyednejad Fahim R. Eghdami E. [The Importance of Intangible Asset on Creating Sustainable Competitive Advantage (In Persian)]. Journal of Iranian Certified Accountants. 2011; 14: 120-124.
2. Aliakbar M. [Privatization from the First Developmental Mater plan Until Today (In Persian)]. Publication of Iran Privatization Organization. 2013; 35-57.
3. Damodaran A. [Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset (In Persian)]. Translated by Amin Company: Keyhan Publication. 2009; 25: 899-942.
4. Nakamura L.I. Intangible Assets and National Income Accounting. Review of Income and Wealth. 2010; 56(1): 135-155.
5. Cohen M. B. Hedonistic Pricing Models and the Valuation of Intangible Assets. PhD Thesis, Southern Cross University, Lismore, NSW. 2009; p. 26.
6. Chen L. A Mixed Methods Study Investigating Intangibles in the Banking Sector. PhD Thesis, University of Glasgow. <http://Theses.gla.ac.uk/> 2012; p. 64.
7. Goodridge P. Haskel J. Wallis G. Estimating UK Investment in Intangible Assets and Intellectual Property Rights. Intellectual Property Office of UK, Crown Copyright. 2014; p. 3.
8. Salamudin N. et al. Intangible Assets Valuation in the Malaysian Capital Market. Journal of Intellectual Capital. 2010; 11 (3): 368-390.
9. Tanhaie J.[The Importance of Brand Identification as an Intangible Asset (In Persian)]. Quarterly Journal of Iranian Certified Accountants. 2012; 16: 20-24.
10. Martins A. Model of Intellectual Capital Approach on the Human Capital Vision. Journal of Management Research. 2010; 2(1): 1-20.
11. Vallejo Alonso B. et al. Real Options in the Valuation of Intangibles: Managers Perception. The Electronic Journal of Knowledge Management. 2013; 11(2): 168-182.
12. Nana G. Sanderson K. Goodehid M. Economic Impact of Sport. Business and Economic Research Ltd – BERL. New Zealand. 2002; p. 20.
13. Padash D. Soltan Hosseini M. Khabiri M. [Rating Social and Legal Factors Affecting privatization of Sport Clubs (In Persian)]. Journal of Sport Management, University of Tehran. 2011; 11: 33-52.
14. Kabolizadeh A. [Democratic Privatization – Efficiency with Justice (In Persian)]. Publication of Iran Islamic Council Research Center. First Edition. 2005; p.185.
15. Shajie R. [Modern Theories and Approaches in Football Sociology (In Persian)]. Naghd Afkar Publication. First Edition. 2013; p.123.
16. Elahi A. [Barriers and Solutions of Football Industry's Economical Development in the Islamic Republic of Iran (In Persian)]. PhD Thesis in Sport Management and Planning, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran. 2008; P. 26.

17. Kazem M. [Football in Stock Market and Stock in Football (In Persian)]. Publication of Iran Islamic Guidance and Culture Center. First Edition. 2003; p.224.
18. Amir E. Livne G. Accounting, Valuation and Duration of Football Player Contracts. *Journal of Business Finance and Accounting*. 2005; 32 (3) (4): 549-586.
19. Seyed Ameri M. Moharramzadeh M. Bashiri M. Hadi H. [Obstacles of Attracting Sponsorship in the Sport Industry of East Azerbaijan Province (In Persian)]. *Quarterly Productivity Management (Beyond Management)*. 2009; 3(10): 147-164.
20. Darcy J. A Test of Rational Expectations in the Valuation of Human Capital. *International Journal of Business Strategy*. 2012;12(2): 88-98.
21. Sveiby K.E. *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge Based Assets*. Berrett Koehler, San Francisco, CA. www.sveiby.com. 2010; 53-62.
22. Creswell J. W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publication Inc. 2003; 15-39.
23. Rahmanseresht H. Khalilnejad SH. Ganji I. [Creating Sustainable Competitive Advantage in Football Industry with Intrinsic Strategic Overview (In Persian)]. *Sport Management National Conference Proceedings: 20 years Vision of Iran's Master Plan*. National Olympic Academy. 2009; p. 7.
24. Barbara H. M. *Statistical Methods for Health Care Research*. Lippincott Williams and Wilkins Publications. Walters Clower Company. 2005; 325-330.
25. Hu L. Bentler P.M. Cut Off Criteria for Fit Indices in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*. 1999; 6(1): p. 55.

پرسشنامه پژوهش

بسیار کم ارزش (۱)	کم ارزش (۲)	ارزش متوسط (۳)	ارزشمند (۴)	بسیار ارزشمند (۵)	دارایی‌های نامشهود		
					استراتژی باشگاه (چشم‌انداز، مأموریت و اهداف)	دارایی‌های ساختاری	۱
					فرهنگ سازمانی باشگاه		۲
					سیستم‌های مدیریتی و ساختار سازمانی		۳
					سبک رهبری مدیران باشگاه		۴
					تحقیقات و برنامه‌های توسعه‌ای		۵
					سیستم‌های نرم‌افزاری		۶
					قراردادهای بلندمدت و آتی		۷
					دامنه و پایگاه اینترنتی	دارایی‌های ارتباطی	۸
					علامت تجاری و برند باشگاه		۹
					شهرت، نام و نشان نیک		۱۰
					هواداران		۱۱
					حامیان مالی		۱۲
					تبلیغات		۱۳
					انتشارات		۱۴
					نیروی انسانی (بازیکنان، کادر فنی و ...)	دارایی‌های انسانی	۱۵
					آموزش تخصصی مدیران و کادر اجرایی باشگاه		۱۶
					آموزش تخصصی مربیان و کادر تیم		۱۷
					آموزش تخصصی بازیکنان (از رده پایه تا حرفه‌ای)		۱۸
					داشتن آموزشگاه‌های حرفه‌ای (مدرسه فوتبال)		۱۹
					پیشکسوتان باشگاه		۲۰
					ارتباطات غیررسمی و روابط غیرمعااهده‌ای		۲۱
					سهیمیه حضور در لیگ حرفه‌ای	دارایی‌های معنوی	۲۲
					حق پخش (تلویزیون، رادیو، ماهواره و غیره)		۲۳
					دانش فنی		۲۴
					گواهی‌های ملی و بین‌المللی		۲۵
					عضویت در سازمان‌های مرتبط		۲۶
					مجوزها و پروانه‌ها		۲۷
					بانک اطلاعاتی		۲۸