



Economic valuation of the intangible assets of basketball clubs in Iran with a choice Experiment approach

Mohammad Ali Sahebkar^{*1}, Mazyar kalashi², Seyed Mohammad Javad Razavi³, Mohammad Ghorbani⁴

Received: May 07, 2021

Accepted: Jul 21, 2021

Abstract

Objective: The purpose of the present study is to design of the economic valuation model of Iranian basketball clubs was a choice experiment approach.

Methodology: This study is analytical and descriptive. The statistical population of the study included four groups of faculty members, club managers, coaches and experts, and, basketball veterans. Then, from each group according to the existing population, the sample was selected by a proportional distribution method. Therefore, in this study, 85 people were selected as a sample, which included 19 faculty members, 11 club managers, 23 coaches, and 32 basketball experts and veterans, respectively. For statistical analysis and also to present the proposed model of intangible assets of Iran Basketball Club, the Choice experiment test and conditional logit and STATA13 software were used.

Results: The results of economic valuation showed six models for valuation. Based on comments provided by the experts, sport federation officials, and the basketball champion league, the fourth pattern was more practical than the other ones. The factor bearing the most amount of value in this pattern was related to the fans of a club with an acceptance inclination index of WTA: 2130673014 Tomans and the most amount of value for the inclination to pay indices was related to awarding one's shirt to the fans with WPT of 1984774741 Tomans.

Conclusion: Considering the results of the present study, it is suggested that sports officials and champion leagues use the suggested model of nonmarket assets of basketball clubs.

Keywords: Economic valuation, Iranian basketball clubs, Choice experiment, Willingness to accept, Willingness to pay

1. Assistant Professor in sport management, University of Birjand, Khorasan Jonobi, Iran
2. Ph.D. in Sport Management Razi University, Kermanshah, Iran
3. Assistant Professor in Sport Management, Sepahan Science and Technology Higher Education Institute, Esfahan, Iran.
4. Professor in Agricultural Economics, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

* Corresponding author's e-mail address: msahebkaran@birjand.ac.ir

Economic valuation of the intangible assets of basketball clubs in Iran with a choice Experiment approach

Extended Abstract

Introduction and State of Problem

Examining the financial and economic trends of Iran's sports clubs shows a big fundamental-economic problem; Many sports clubs in Iran should enter the capital market or be handed over to the private sector in the near future. Meanwhile, the economic value of sports clubs in Iran has not been determined, so there are many differences of opinion in the discussion of handing it over to the private sector. In the meantime, there are well-known and reliable methods for estimating tangible assets, but the economic estimation and economic valuation of intangible assets for sports clubs is somewhat complicated and dumb. In recent years, only a few studies have attempted to Intangible assets of sports clubs have been identified (Sahebkar et al, 2019; Sahebkar et al, 2020; Harati et al, 2020; Harati et al, 2020), but no research has been done on its economic valuation, so Formulating a reliable and scientific mechanism for valuing basketball clubs is a necessity and a basic principle. Currently, it is very important for managers to identify and quantify the intangible assets of a company because these assets can generate economic benefits in the future. Although it is difficult to identify and evaluate intangible assets, managers cannot abandon the efforts that should be made for cost-benefit analysis to make decisions about the identification and measurement of intangible assets. Evaluation of intangible assets is important for managerial decision-making, whether it is for transactions or legal disputes or strategic improvement of company activities (Tulvinschi., 2018). This study first determines the factors affecting the value of the intangible assets of Iran Basketball Club, and then in the next step, it deals with the economic valuation of Iran Basketball Club with regard to the identified intangible assets and the appropriate and optimal model.

Methodology

The method used in this research is the economic method of selection test and conditional logit model. Due to the fact that in this type of research, the questionnaire acts as a data collection tool for the final analysis, the quality of the final results is largely determined by the quality of the questionnaire. Therefore, in the design of the questionnaire, it is necessary to use short, precise, fluent, neutral, and direct words and express the importance and necessity of the survey for the respondent in order to have a positive effect on the response rate. To ensure the validity of the questionnaire, the content validity method was used using the opinions of 9 sports management professors and experts in the field of sports economics. The reliability of the questionnaire was evaluated using the Kappa

coefficient of agreement and its results were confirmed in the moderate range (0.60-0.41) to almost perfect (-1.810). In this study, 19 sports management professors familiar with sports economics, 11 club managers, 23 coaches, and 32 basketball experts and veterans, totaling 85 people, were purposefully selected as the research sample. Also, in this study, Stata13, SPSS25, and Excel2016 software packages have been used for statistical estimations and operations in different stages of the research.

Results

The results showed that the conditional logit model with the interaction effects of the fourth policy is consistent with reality, or in other words, it is very close to reality, and the other models are less consistent with reality, so the model can be estimated. The fourth policy was the basis of willingness to pay calculations. The basis for choosing the fourth model among the six models or policies is the opinion of experts and specialists as well as officials and managers of Iran's premier basketball league clubs, who have chosen the model in the stage of answering the questionnaires, and the results are exemplary. The fourth one is more similar to this basic model and somehow closer to reality. Since the willingness to pay in the conditional logit model is consistent with reality and has not led us to misleading results, there is no need to perform the IIA test.

Discussion and Conclusion

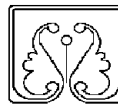
The results of this study showed that the important features for valuing basketball clubs include the number of club fans, the hosting of competitions by the club (this means that your (your favorite) basketball club hosts junior, Omid and adult competitions throughout the year. is in charge of), having a foreign coach, having a foreign player, geographical location of the club (the geographical location of the club is defined as a location that is structurally and having facilities in the upper area of the city of your club (your favorite) and the location of the club is meant Geographically less developed is a situation that structurally and having facilities is located in the middle and lower region of the city of your club (your favorite), incentive measures to increase the number of fans of a club (incentive measures considered in this research include : Giving jerseys, increasing the number of leaders, exempting ticket payments and having a fan club), job creation (the meaning of this job creation in this research is that the Iranian basketball club has the potential to create jobs for up to a few people compared to its current conditions), the history of the club (it is divided into three sections, clubs with (low) age between 1 and 10 years, (medium) age between 11 and 20 years and long age more than 20 years), membership of club members in national and international organizations, quality Technical (the technical quality of a club means things like having experienced coaches, leading players, having a dedicated field, having an academy, specialized staff and training equipment. A club that has the following items is a grade 1 club, a club that has relatively the following items is grade 2 and has very little of the above items, it is considered

a grade 3 club brand (the meaning of stability and instability of its club brand is as follows: a club that has had a continuous and continuous presence in the Iranian Basketball Premier League for many years is considered a club with a stable brand, and a club that has not had a continuous and continuous presence in the Iranian Basketball Premier League for many years is considered a club with an unstable brand. and are the last characteristic of the club's commercial activity. The results of the selection test showed that out of the six conditional logit models designed for the assets of Iranian basketball clubs, the fourth model is consistent with the reality, or in other words, it is very close to the reality, and the other models are less realistic. Yes, so the fourth model can be used as the basis for calculating the willingness to pay.

Keywords: Economic valuation, Iranian basketball clubs, Choice experiment, Willingness to accept, Willingness to pay

References

- Harati, M., Peymanizad, H., Talebpour, M., Keshtedar, M. (2020). Identification of Effective Indicators in the Economic Valuation of Intangible Assets of the Handball League Superior Clubs. *Applied Research in Sport Management*, 8(4), 11-24. (Persian).
- Harati, M., Peymanizad, H., Talebpour, M., Keshtedar, M. (2020). Developing the Economic Valuation Model of Intangible Assets of Iran Handball Premier League Clubs. *Journal of sport Management*, 12(2), 425-445. (Persian).
- Sahebkar M A, Talebpour M, Keshtidar M, Ghorbani M. (2019). Designing an Economic Valuation Model of the Intangible Assets of Volleyball Clubs in Iran. *Ann Appl Sport Sci*. 7 (2): 41-53.
- Sahebkar, M. A., Talebpour, M., Kashtidar, M., & Ghorbani, M. (2020). The construction and validation of a scale for the evaluation of the capitals of Volleyball clubs in Iran. *Journal of Advanced Pharmacy Education & Research*| Jan-Mar, 10(S1), 178-187.
- Tulvinschi, M. (2018). Recognition and Assessment of Identifiable and Unidentifiable Intangible Assets. *The USV Annals of Economics and Public Administration*, 18(2), 99-106.



ارزش گذاری اقتصادی دارایی های نامشهود باشگاه های بسکتبال ایران با رویکرد آزمون انتخاب

محمد علی صاحبکاران^{۱*}، مازیار کلاشی^۲، سید محمد جواد رضوی^۳، محمد قربانی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۳۰

چکیده

هدف: هدف از انجام پژوهش حاضر، طراحی مدل ارزش گذاری اقتصادی باشگاه بسکتبال ایران با رویکرد آزمون انتخاب بود.

روش شناسی: روش پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش شامل چهار گروه اعضای هیات علمی، مدیران باشگاه، مربیان و کارشناسان و پیشکسوتان بسکتبال بودند. سپس از هر گروه به تناسب جمعیت موجود، نمونه مورد نظر به روش تقسیم متناسب انتخاب شد. لذا در این مطالعه ۸۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند که به ترتیب شامل ۱۹ نفر عضو هیات علمی، ۱۱ نفر مدیر باشگاه، ۲۳ نفر مربی و ۳۲ نفر کارشناس و پیشکسوت بسکتبال بودند. برای تجزیه و تحلیل آماری و نیز ارائه الگوی پیشنهادی دارایی های نامشهود باشگاه بسکتبال ایران از آزمون های انتخاب و لاجیت شرطی و نرم افزار STATA13 استفاده شد.

یافته ها: نتایج ارزش گذاری اقتصادی شش الگو را برای ارزش گذاری نمایان کرد که با توجه به نظر خبرگان و متخصصان و نیز مسئولین و مدیران باشگاه های لیگ برتر بسکتبال ایران، الگوی چهارم اقتصادی، بیشتر به واقعیت نزدیک تر بوده که در آن بیشترین ارزش مربوط به تعداد هواداران یک باشگاه با شاخص تمایل به پذیرش ۲۱۳۰۶۷۳۰۱۴ تومان = WTA و بیشترین شاخص تمایل به پرداخت اهدای پیراهن به هواداران با ۱۹۸۴۷۷۴۷۴۱ تومان = WTP است.

نتیجه گیری: با توجه به نتایج پژوهش، به مسئولین ورزش و باشگاه های بسکتبال ایران پیشنهاد می شود برای ارزش گذاری باشگاه های بسکتبال خود از مدل اقتصادی پیشنهادی دارایی های غیربازاری باشگاه های بسکتبال ایران استفاده کنند.

واژه های کلیدی: آزمون انتخاب، ارزش گذاری اقتصادی، تمایل به پرداخت، تمایل به پذیرش، باشگاه های بسکتبال ایران

۱. استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه بیرجند، خراسان جنوبی، ایران ۲. دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران ۳. استادیار مدیریت ورزشی مؤسسه آموزش عالی علوم و فناوری سپاهان، اصفهان، ایران ۴. استاد اقتصاد کشاورزی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

* نشانی الکترونیک نویسنده مسئول: msahebkar@birjand.ac.ir

مقدمه

باشگاه های ورزشی به عنوان هسته اصلی صنعت ورزش، همانند یک بنگاه اقتصادی عمل می کنند و با بهره گیری از تجهیزات و امکانات، نیروی انسانی ماهر، متخصص و مدیریت اثربخش، خود را به صنعتی که تولیدکننده ثروت است، مبدل ساخته و زمینه ساز بسیاری از تحولات در دنیای ورزش شده اند (Adams & Armitage, 2002). به عبارتی با گسترش روز افزون صنعت ورزش و در رأس آن باشگاه های حرفه ای، و نیز سرمایه گذاری های هنگفتی که در ورزش سراسر دنیا صورت گرفته، بدیهی است که نظارت مستمر بر کارکردهای مختلف این بنگاه های اقتصادی، خصوصاً در بعد مالی، لازم می باشد تا نه تنها خود را در برابر تغییرات سریع محیطی آماده نگه دارند، بلکه از منابع، امکانات و ظرفیت باشگاه ها حداکثر استفاده صورت پذیرد (Asmid et al., 2009). علاوه بر این، با توجه به این که بخش اعظم فعالیت های اقتصادی بر پایه تبدیل ثروت های موجود به درآمدها و ستاده های جاری است، برآورد ارزش پولی خدمات و دارایی های موجود در صنعت ورزش می تواند بسیار سازنده باشد. در حال حاضر ارزش گذاری تیم های ورزشی حرفه ای سال هاست که مورد توجه دنیای اقتصادی قرار گرفته است (Flora., 2020). از این رو، یکی از راهکارهایی که می توان به وسیله آن در جهت توانمندی اقتصادی باشگاه های پرهزینه ورزشی کمک کند، توجه به بخش بازاریابی و نیز رویکردهای اقتصادی می باشد. رویکرد اقتصادی به معنی برخورداری از «بینش اقتصادی» و استفاده از ابزارهای اقتصادی با توجه به مفاهیم

و مبانی پذیرفته شده علم اقتصاد برای حل مشکلات و معضلات است. بررسی روندهای مالی و اقتصادی باشگاه های ورزشی ایران نشان از یک معضل بزرگ بنیادی-اقتصادی دارد؛ بسیاری از باشگاه های ورزشی در ایران در آینده نزدیک می باید وارد بازار سرمایه شوند و یا به بخش خصوصی واگذار گردند. از آنجایی که ارزش اقتصادی باشگاه های ورزشی در ایران مشخص نگردیده است بنابراین در بحث واگذاری آن به بخش خصوصی اختلاف نظر بسیاری وجود دارد. در این بین جهت برآورد دارایی هایی مشهود روش های شناخته شده و معتبر وجود دارد اما برآورد اقتصادی و ارزش گذاری اقتصادی دارایی های نامشهود برای باشگاه های ورزشی مقداری پیچیده و گنگ است در سال های اخیر تنها مطالعات اندکی اقدام به شناسایی دارایی های نامشهود باشگاه های ورزشی نموده اند (Sahebkar et al., 2019; Sahebkar et al, 2020; Harati et al, 2020; Harati et al, 2020) اما در زمینه ارزش گذاری اقتصادی آن پژوهشی صورت نگرفته است بنابراین تدوین یک سازوکار معتبر و علمی در راستای ارزش گذاری باشگاه های بسکتبال یک ضرورت و اصل اساسی می باشد. در حال حاضر برای مدیران، شناسایی و کمی سازی دارایی های نامشهود یک شرکت از اهمیت ویژه ای برخوردار است زیرا این دارایی ها می توانند در آینده منافع اقتصادی ایجاد کنند. اگرچه شناسایی و ارزیابی دارایی های نامشهود دشوار است، اما مدیران نمی توانند تلاش هایی را که باید برای تجزیه و تحلیل هزینه و فایده برای تصمیم گیری در مورد شناسایی و اندازه گیری

به دست آورد (Mohammadi., 2018). در همین راستا، موناسینگ^۲ (۱۹۹۳) برای اولین بار، ارزش کل اقتصادی^۳ را به دو شاخه اصلی ارزش‌های مصرفی^۴ و غیر مصرفی^۵، و ارزش‌های غیر مصرفی را به دو گروه ارزش‌های وجودی و میراثی تقسیم‌بندی کرده است که در آن، ارزش مصرفی شامل ارزش‌های مصرفی مستقیم، غیر مستقیم و ارزش انتخابی می‌شود. از این رو می‌توان گفت، ارزش‌گذاری اقتصادی فرآیندی است که طی آن میزان بهای جاری یک دارایی تعیین می‌گردد. واضح‌ترین نوع دارایی، دارایی مشهود (بازاری یا مصرفی)، مانند ساختمان‌ها، لوازم و تجهیزات و اثاثیه اداری است که دارای شکل و ماهیت فیزیکی‌اند. دارایی‌ها ممکن است به صورت دارایی‌های نامشهود باشد. چنین دارایی‌هایی در یک واحد اقتصادی، شامل تمام دارایی‌های است که ماهیت فیزیکی ندارند اما دارای فواید و منافع مهمی برای موفقیت واحد اقتصادی هستند (Damodaran., 2012). طبق استانداردهای ارزیابی بین المللی ۲۰۲۰، یک دارایی نامشهود چنین تعریف شده است: "یک دارایی غیرپولی که خود را با خصوصیات اقتصادی نشان می‌دهد. این ماده فیزیکی نیست اما به صاحب آن حقوق و یا منافع اقتصادی اعطا می‌کند." (Rodionov et al., 2020). دارایی نامشهود (غیربازاری و غیر مصرفی) سازمان‌ها (قابلیت ایجاد شده توسط صلاحیت و منابع دانش) از جمله ساختار سازمانی شرکت، مهارت تخصصی کارمندان، قابلیت نوآوری، اندازه مشتری، نام تجاری، به رسمیت شناختن و سهم

دارایی‌های نامشهود انجام شود را رها کنند. ارزیابی دارایی‌های نامشهود برای تصمیم‌گیری مدیریتی مهم است، خواه برای معامله باشد و یا اختلافات حقوقی یا بهبود استراتژیک فعالیت‌های شرکت (Tulvinschi., 2018). مرور نتایج تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که ورزش‌های تویی همچون فوتبال و بسکتبال قابلیت‌ها، دارایی‌ها و ارزش‌های^۱ بیشماری را با خود به همراه دارند که 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 می‌باشد (Johnson & Whitehead., 2000). در این راستا علم اقتصاد می‌تواند بسیار کمک کننده باشد زیرا یکی از موضوعات علم اقتصاد، ارزش‌گذاری اقتصادی کالاها و خدماتی است که ارزش بازاری معینی ندارند (Mohammadi., 2018). دارایی‌های نامشهود نیز از جمله کالاها و خدماتی هستند که ارزش بازاری معینی برای آن‌های تعریف نشده 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 (Johnson & Whitehead., 2000). به عبارت دیگر ارزش اقتصادی عبارت است از حداکثر مقداری که یک فرد تمایل دارد تا از بقیه کالاها و خدمات صرف نظر کند تا مقداری از کالاها، خدمات و یا موقعیت خاصی را در جهان

گرفت، بلکه توانایی و قدرت ایجاد ارزش توسط دارایی‌های نامشهود را نیز باید مدنظر قرار داد (Eckstein., 2004). با توجه به کمبود قوانین و مقررات و افشای اندک مربوط به سرمایه نامشهود، گزارشگری مالی قادر به انعکاس واقعی و صحیح ارزش دارایی‌های نامشهود نمی‌باشد (Mashayekhi et al., 2015). بنابراین یکی از راه‌کارهای موجود ارزش‌گذاری اقتصادی از طریق ترجیحات بیان شده و یا ترجیحات آشکار شده می‌باشد. روش آزمون انتخاب، از زیر مجموعه روش‌های ارزش‌گذاری ویژگی‌های چندگانه و جزء رویکردهای ترجیحات بیان شده است که در تحقیقات انگشت شماری برای ارزیابی شاخص‌های دارایی‌های نامشهود و برآورد ترجیحات افراد در رابطه با تاثیرات هر یک از این شاخص‌ها و در نهایت ارائه مقادیر عددی مورد نیاز جهت ارزش‌گذاری اقتصادی باشگاه‌های ورزشی مورد استفاده قرار گرفته است. با توجه به ادبیات تحقیق، تعیین ارزش دارایی‌های نامشهود به عوامل متعددی وابسته است. این امر منجر به طرح این سوال می‌شود که اهمیت هر یک از این متغیرها در تعیین و پیش‌بینی ارزش باشگاه‌های حرفه‌ای ورزشی به چه صورت است؟ از این‌رو این مطالعه نخست به تعیین عوامل موثر بر ارزش دارایی‌های نامشهود باشگاه بسکتبال ایران می‌پردازد و سپس در گام بعدی نسبت به ارزش‌گذاری اقتصادی باشگاه بسکتبال ایران با توجه به دارایی‌های نامشهود شناسایی شده و مدل مناسب و بهینه اقدام می‌نماید.

بازار هستند که نشان دهنده فرصت‌های رشد آینده و سودآوری سازمان‌ها است. از طرفی، تمرکز بر دارایی‌های مشهود در عصر صنعتی جای خود را به دارایی‌های نامشهود در عصر دانش داد و در نتیجه، امروزه مسائل مرتبط با دارایی‌های نامشهود به موضوع حائز اهمیت و مورد علاقه بسیاری از پژوهشگران مبدل شده است (Mashayekhi & Beirami., 2019). امروزه بخش عمده‌ای از ارزش شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، منعکس‌کننده دارایی‌های نامشهود است بنابراین، برای ارزیابی ارزش شرکت، نه تنها باید دارایی‌های مشهود را در نظر گرفت، بلکه می‌باید به توانایی و قدرت ایجاد ارزش به وسایل دارایی‌های نامشهود نیز توجه کرد (Mashayekhi et al., 2015). زیرا برای سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان، درک عوامل مؤثر بر ارزش شرکت بسیار مهم است. از آنجایی‌که اقتصاد امروز مبتنی بر دانایی است، یکی از محرک‌های با اهمیت ارزش شرکت‌ها، دارایی‌های نامشهود آن‌ها می‌باشد (Arefmanesh & Rahmani., 2015). از آنجایی‌که اقتصاد دانش‌محور در حال تکامل یافتن است، روش ایجاد ارزش شرکتی از شیوه سنتی مبتنی بر دارایی‌های فیزیکی به دانش نامشهود تغییر یافته است. از این‌رو در آینده نه چندان دور، ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود به موضوع مهمی در اقتصاد مبدل خواهد شد (Mashayekhi & Beirami., 2019). در چنین شرایطی ممکن است بخش بزرگی از ارزش شرکت منعکس‌کننده دارایی‌های نامشهود باشد. از این‌رو جهت ارزیابی ارزش شرکت، نه تنها باید دارایی‌های مشهود را در نظر

خانواده رویکرد ترجیحات بیان شده است. الگوسازی انتخاب یکی از مشتقات تحلیل توام^۴ است (Carlsson & Martinsson., 2001). ساختار نظری آزمون انتخاب از تحلیل انتخاب گسسته‌ی چند جمله‌ای^۵ (MDC) ناشی می‌شود که در آن پاسخ دهنده‌گان مرجح‌ترین گزینه را از بین چند گزینه انتخاب می‌کنند (Arcidiacono et al., 2016). هر گزینه در برگیرنده‌ی چند ویژگی است که با سطوح متناظر توصیف شده‌اند. هدف اصلی آزمون انتخاب برآورد ساختار ترجیحات مصرف‌کننده-گان با تاکید بر اهمیت نسبی ویژگی‌هاست. برای نیل به این هدف از فرد خواسته می‌شود که یکی از چند گزینه‌ای را که در یک مجموعه انتخاب گرد آمده است انتخاب کند و مطلوبیتی که فرد از یک گزینه‌ی خاص در یک مجموعه انتخاب به دست می‌آورد به وسیله‌ی مطلوبیت فرد از سطوح هر یک از ویژگی‌های مورد نظر در گزینه-ی انتخاب شده محاسبه می‌شود (Sharzahi & Javidi Abdullah Zadeh., 2011). روش آزمون انتخاب بر پایه تئوری مصرف لنکستر^۶ و مدل مطلوبیت تصادفی^۷ (RUM)، شکل گرفته است. تئوری مصرف لنکستر بیان می‌کند مطلوبیت برخاسته از مصرف یک کالا مجموع مطلوبیت ویژگی‌ها و مشخصات آن کالا می‌باشد نه صرفاً از مصرف کالا. همچنین نظریه مطلوبیت تصادفی بیان می‌کند که تمام اجزاء تابع مطلوبیت که از انتخاب افراد ناشی می‌شود به طور مستقیم برای محقق قابل مشاهده نیستند (Hearne & Salinas., 2002).

روش‌شناسی پژوهش

روش مورد استفاده در پژوهش حاضر، روش اقتصادی آزمون انتخاب و مدل لاجیت شرطی می‌باشد. روش انتخاب تجربی یکی از روش‌های ترجیحات بیان شده است که پیشرفت‌های اخیر نظری و عملی، موجب گسترش کاربرد این روش در علوم مختلف شده است (Rose & Masiero., 2010). از میان طیف گسترده-ای از روش‌های ارزش‌گذاری، روش انتخاب تجربی یکی از جدیدترین روش‌های برآورد ترجیحات افراد است. این روش به ویژه برای موضوعات پیچیده، کاربرد فراوانی دارد (Kallas et al., 2011). روش آزمون انتخاب به منظور ارزش‌گذاری کالاهای غیربازاری به کار گرفته می‌شود. از آن‌جا که کالاهای غیربازاری در بازار معامله نمی‌شوند، ارزش اقتصادی آن کالاهای به طور حتم نمی‌تواند به طور مستقیم از طریق بازار کسب شود. تحقیقات ارزش‌گذاری کالاهای غیربازاری به دو طریق اجرا می‌گردد: روش ترجیحات آشکار شده^۱ و روش ترجیحات بیان شده^۲ (Sharzahi & Javidi Abdullah Zadeh., 2011). در مورد ترجیحات بیان شده چون هیچ ارتباطی بین عوامل بازار وجود ندارد و هیچ مبادله‌ای صورت نمی‌گیرد، ما از بازارهای فرضی برای ارزش‌گذاری کالاهای غیربازاری استفاده می‌کنیم. در مورد ترجیحات آشکار شده چون مبادله‌ای در بازار صورت می‌گیرد و علائم قیمتی عمل می‌کنند، از بازارهای ساختگی استفاده می‌کنیم. آزمون انتخاب زیر مجموعه‌ای از شیوه‌ی الگوسازی انتخاب و از

4. Multinomial Discrete Choice
5. Lancasterian Consumer Theory
6. Random Utility Model

1. Revealed Preference
2. Stated Preference
3. Conjoint Analysis

k از این مجموعه به شرطی که مطلوبیت گزینه j از گزینه k بیشتر باشد ($U_{ij} > U_{ik}$) ترجیح می‌دهد. احتمال انتخاب گزینه j از مجموعه انتخاب C_i بوسیله فرد i با توجه به ($U_{ij} > U_{ik}$) به صورت زیر بیان می‌شود (Han et al., 2008):

$$Pr_i(j|C_i) = Pr$$

$$\{V_{if} + e_{if} > V_{ik} + e_{ik}\}$$

$$= Pr\{V_{if} + e_{if} > V_{ik} + e_{ik}\}$$

جهت تخمین معادله بالا پیش‌فرض‌هایی درباره توزیع جملات اخلاص بایستی وجود داشته باشد. تحت مدل MNL با فرض توزیع ارزش بی نهایت (Weibull) برای جملات اخلاص (توزیع همسان و مستقل)، احتمال انتخاب گزینه j بوسیله فرد i به صورت زیر بیان می‌شود (Hearne & Salinas., 2002):

$$Pr_i(j|C_i) = \exp(\mu V_{if}) / \sum_{k \in C_i} \exp(\mu V_{ik})$$

در مدل فوق متغیر وابسته احتمال انتخاب گزینه j توسط فرد i و متغیرهای توضیحی ویژگی‌های موجود در مجموعه‌های انتخاب می‌باشند. همچنین در این مدل μ پارامتر مقیاس می‌باشد که بطور معکوس با انحراف معیار جملات اخلاص متناسب می‌باشد و معمولاً فرض می‌شود که برابر با یک می‌باشد. همچنین وقتی ویژگی‌های کالا یا خدمت به عنوان متغیرهای توضیحی باشند مدل مورد نظر مدل لاجیت

ساختار رهیافت آزمون انتخاب همانند ساختار رهیافت ارزش گذاری مشروط با استفاده از مدل مطلوبیت تصادفی تدوین می‌گردد. با توجه به بیش از دو سطحی بودن متغیر وابسته حاصل از مجموعه‌های انتخاب، جهت برآورد نمی‌توان از مدل لاجیت ساده که در آن متغیر وابسته دوتایی می‌باشد استفاده کرد. لذا از مدل لاجیت چند گزینه‌ای استفاده می‌گردد. رگرسیون لاجیت چند گزینه‌ای زمانی که متغیر وابسته، اسمی و بیش از دو طبقه باشد مورد استفاده قرار می‌گیرد. طبقات در این نوع رگرسیون از طریق هیچ روش معناداری قابل رتبه‌بندی نیستند. توسعه مدل لاجیت چند گزینه‌ای (MNL) مک فادن (۱۹۷۴) چارچوب آماری برای مدلسازی نقش ویژگی‌های باشگاه‌های ورزشی مختلف در احتمال انتخاب یک گزینه را فراهم کرد. این مدل بر پایه تابع مطلوبیت غیر مستقیم^۱ می‌باشد. با توجه به مدل چند گزینه‌ای لاجیت تابع مطلوبیت غیر مستقیم ناشی از انتخاب گزینه j بوسیله فرد i از مجموعه انتخاب C_i می‌تواند به صورت رابطه زیر بیان شود (Han et al., 2008):

$$U_{ij} = V_{ij}(Z_{ij}, S_i) + e_{ij}$$

که U_{ij} مطلوبیت فرد i از انتخاب گزینه j، V_{ij} مؤلفه قطعی قابل مشاهده و e_{ij} مؤلفه تصادفی که اثرات غیر قابل مشاهده در انتخاب افراد می‌باشد. تابع ویژگی‌های گزینه‌های موجود در مجموعه انتخاب (Z_{ij}) و خصوصیات پاسخ گوینان (S_i) می‌باشد. یک پاسخگوی i گزینه j از مجموعه انتخاب C_i را به هر گزینه دیگر مانند

1. Indirect Utility Function

$$MWTP = -\frac{dV/dZ_1}{dV/dZ_5} = -\frac{dZ_5}{dZ_1} = -\frac{\beta_1}{\beta_5}$$

معادله بالا بطور مؤثر نرخ نهایی جایگزینی بین تغییر قیمت و ویژگی اول مورد مطالعه یا تمایل به پرداخت نهایی را نشان می‌دهد. در واقع قیمت هر ویژگی یا صفت را در ارزش نهایی نشان می‌دهد. از طرفی، با توجه به این که در این نوع پژوهش‌ها از پرسشنامه به عنوان ابزار جمع‌آوری داده برای تحلیل نهایی عمل می‌کند، لذا کیفیت نتایج نهایی تا حد زیادی به وسیله کیفیت پرسشنامه تعیین می‌شود. بنابراین در طراحی پرسشنامه استفاده از عبارت کوتاه، دقیق، روان، بی‌طرف و مستقیم و بیان اهمیت و ضرورت بررسی برای پاسخ‌دهنده به منظور تأثیر مثبت بر نرخ پاسخ‌دهی ضروری می‌نماید. برای اطمینان از روایی پرسشنامه، از روش روایی محتوا با استفاده از نظرات ۹ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و متخصصان حوزه اقتصاد ورزش استفاده گردیده است. لازم به ذکر است که پیش از آزمون نیز به وسیله پرسشنامه‌های پاسخ داده شده توسط این گروه از متخصصین به انجام رسیده است. بنابراین بعد از اعمال کلیه پیشنهادات اصلاحی، تغییرات در پرسشنامه جهت مطابقت با شرایط و ویژگی‌های جامعه آماری مورد تحقیق، بر اساس نظرات اساتید، صورت پذیرفت. برای برآورد پایایی پرسشنامه نیز به دلیل اینکه پرسش‌های این پرسشنامه به گونه‌ای طراحی شده‌اند (داده‌های اسمی و رتبه‌ای) که نمی‌توان

چند گزینه‌ای؛ ولی اگر به همراه ویژگی‌های کالا یا خدمت، مشخصات فردی پاسخگویان هم به عنوان متغیرهای توضیحی لحاظ شود مدل لاجیت شرطی ۱ مدل مورد نظر ما می‌باشد (Mogas et al., 2006). معادله ۴ را می‌توان با استفاده از تابع لگاریتم حداکثر راست‌نمایی که به صورت زیر بیان می‌شود، برآورد کرد (Han et al., 2008):

$$\ln L = \sum_{i=0}^N \sum_{f=1}^M \{Y_{if} \cdot \ln[Pr_i(jC_i)]\}$$

اگر پاسخگو گزینه j را انتخاب کند ارزش Y_{ij} برابر با یک می‌باشد در غیر اینصورت ارزش Y_{ij} برابر با صفر می‌باشد. از مدل‌های مختلفی جهت استخراج تمایل به پرداخت نهایی استفاده می‌شود (Han et al., 2008):

۱- در یک مدل ساده بدون متغیرهای کمکی، مؤلفه قطعی قابل مشاهده تابع مطلوبیت غیر مستقیم (V_{ij}) به عنوان یک تابع خطی از بردار ویژگی‌ها (Z) بدون جمله عرض از مبدأ بیان می‌گردد:

$$V_{if} = \beta_1 Z_{1.if} + \beta_2 Z_{2.if} + \beta_3 Z_{3.if} + \beta_4 Z_{4.if} + \beta_5 Z_{5.if}$$

که β_1 تا β_5 ضرایب ویژگی‌های مؤثر روی مطلوبیت پاسخگویان می‌باشند. بنابراین با دیفرانسیل گیری کلی از معادله بالا تمایل به پرداخت نهایی (MWTP) برای هر یک از ویژگی‌ها بدست می‌آید:

1. Conditional Logit

دومین بخش شامل سوالات اجتماعی-اقتصادی از جمله سن پاسخ‌دهندگان، جنسیت، تحصیلات، سطح درآمد، محل سکونت و سمت فعلی فرد پاسخ‌دهنده می‌باشد.

سومین بخش، آزمون انتخاب می‌باشد که شامل ۳۶ مجموعه انتخاب است و پاسخ‌دهنده باید در هر مجموعه انتخاب گزینه‌ای را انتخاب نماید. طراحی مجموعه‌های انتخاب بسیار مهم است. این مجموعه‌های انتخاب تعیین می‌کنند که چه اطلاعاتی و چه میزان اطلاعات می‌تواند از تحلیل پاسخ‌ها در مراحل بعدی به دست آید. ویژگی‌های استفاده شده در این پرسشنامه مشتمل بر ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران می‌باشد به منظور برآورد میزان تمایل به پرداخت برای هر ویژگی، افزایش در قیمت باشگاه در هر یک از گزینه‌های مجموعه انتخاب گنجانیده شد. جدول (۱) ویژگی‌ها و سطوح‌شان را در آزمون انتخاب این مطالعه نشان می‌دهد.

نمره کل پرسشنامه را محاسبه نمود، به تبع آن امکان استفاده از آلفای کرونباخ نیز وجود نداشته است. در نتیجه پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب توافق کاپا مورد ارزیابی قرار گرفته و نتایج آن در محدوده متوسط (۰/۴۱-۰/۶۰) تا تقریباً کامل (۰/۸۱-۱)، مورد تایید قرار گرفته است. ساختار پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش مشتمل بر سه بخش اصلی می‌باشد: بخش معرفی هدف پژوهش و نحوه پر کردن پرسشنامه بخش سوالات اقتصادی-اجتماعی و سوالات مربوط به ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران

بخش آزمون انتخاب

در بخش اول هدف پژوهش، نحوه پر کردن پرسشنامه و توضیحاتی راجع به ویژگی‌های دارایی‌های باشگاه بسکتبال و سطوح‌شان بیان شد. از پاسخ‌دهنده خواسته شده که آن را صادقانه و به ترتیبی که در پرسشنامه قرار دارند، تکمیل نماید. علاوه بر این به پاسخ‌دهنده این اطمینان داده شده است که پاسخ‌های وی محرمانه خواهد بود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۱. ویژگی‌ها و سطوح‌شان در پرسشنامه مطالعه

ویژگی	سطح
تعداد هواداران باشگاه	کم، متوسط، زیاد
میزبانی مسابقات	دارد، ندارد
داشتن مربی خارجی	دارد، ندارد
داشتن بازیکن خارجی	دارد، ندارد
موقعیت جغرافیایی	کمتر توسعه یافته، توسعه یافته
اقدامات تشویقی هواداران	اعطای پیراهن، افزایش تعداد لیدرها، معافیت در پرداخت وجه بلیت و داشتن کانون هواداران
اشتغالزایی	۳ نفر، ۵ نفر، ۷ نفر
قدمت باشگاه	۱ تا ۱۰ سال (کم)، ۱۱ تا ۲۰ سال (متوسط)، بیشتر از ۲۰ سال (زیاد)
عضویت افراد باشگاه در سازمان‌های ملی و بین‌المللی	دارد، ندارد
کیفیت فنی باشگاه	کیفیت فنی یک باشگاه مواردی همچون داشتن مربیان مجرب، بازیکنان شاخص، داشتن زمین اختصاصی، داشتن آکادمی، کادر تخصصی و تجهیزات تمرینی است. باشگاهی که موارد زیر را داشته باشد باشگاه درجه ۱، نسبتاً موارد زیر را داشته باشد درجه ۲ و خیلی کم از موارد بالا برخوردار باشد درجه ۳ محسوب می‌شود
برند باشگاه	باشگاهی که سال‌های متمادی، حضور پیوسته و مداوم در مسابقات لیگ برتر بسکتبال ایران داشته است باشگاه با برند پایدار محسوب می‌شود و باشگاهی که سال‌های متمادی، حضور پیوسته و مداوم در مسابقات لیگ برتر بسکتبال ایران نداشته است باشگاه با برند ناپایدار محسوب می‌شود.
فعالیت تجاری	دارد، ندارد
هزینه‌های باشگاه	هزینه‌های انجام شده از قبیل حق شرکت در مسابقات، هزینه به خدمت گرفتن بازیکنان و مربیان و پرسنل و تدارکات و نیز لباس و هتل‌ها و ... است. ۴۰ درصد کمتر از ۷ میلیارد تومان، ۷ میلیارد تومان و ۴۰ درصد بیشتر از ۷ میلیارد تومان است.

گرفت سپس به هر کدام از مجموعه انتخاب‌ها گزینه هیچکدام یا وضعیت فعلی اضافه شد. سپس به شش بلوک شش‌تایی تقسیم و در شش پرسشنامه مجزا قرار داده شد. به عبارتی هر مجموعه انتخاب شامل دو گزینه فرضی ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران و یک گزینه هیچکدام یا وضعیت موجود است.

با توجه به ویژگی‌های تعریف شده و سطوح مربوط به هر ویژگی، شمار گزینه‌های ممکن برای آزمون انتخاب ۴۳۸ گزینه خواهد بود. اما امکان آزمون این تعداد گزینه وجود ندارد و با استفاده از روش‌های آماری بایستی تعداد محدودی از این گزینه‌ها انتخاب شود. بر این اساس با استفاده از بسته نرم‌افزاری SAS بر اساس طرح فاکتوریل کسری، تعداد ۱۰۸ گزینه انتخاب و ۳۶ مجموعه انتخاب دوتایی شکل

با وضعیت موجود خود مقایسه کنند. در جدول (۲) نمونه‌ای از مجموعه انتخاب که در اختیار افراد مورد مطالعه قرار گرفته، ارائه شده است.

گزینه هیچکدام به این معنی است که هیچ گونه سطحی یا انتخابی برای ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران مورد نیاز نیست. در واقع باشگاه‌ها می‌توانند این گزینه را

جدول ۲. نمونه‌ای از مجموعه انتخاب

ویژگی‌ها	گزینه ۱	گزینه ۲	گزینه ۳ (وضعیت فعلی)
تعداد هواداران باشگاه	متوسط	کم	
میزبانی مسابقات	خیر	بلی	
باشگاه مربی خارجی دارد	خیر	بلی	
باشگاه بازیکنان خارجی دارد	خیر	بلی	
موقعیت جغرافیایی	کمتر توسعه یافته	کمتر توسعه یافته	
اقدامات تشویقی هواداران	کانون هواداران	اعطای پیراهن	
اشتغال‌زایی	۷ نفر	۷ نفر	
قدمت باشگاه	۱۱ تا ۲۰ سال	بیشتر از ۲۰ سال	
عضویت افراد باشگاه در سازمان‌های ملی و بین‌المللی	دارد	دارد	
کیفیت فنی باشگاه	درجه ۱	درجه ۲	
برند باشگاه	ناپایدار	پایدار	
فعالیت تجاری	دارد	ندارد	
هزینه‌های باشگاه	بطور میانگین ۷ میلیارد تومان	بطور میانگین ۷ میلیارد تومان	
لطفاً یک گزینه را انتخاب کنید	←	○	○

است (Hooman., 2015). لذا در این مطالعه به ترتیب از ۱۹ نفر استاد مدیریت ورزشی آشنا به اقتصاد ورزش، ۱۱ نفر مدیر باشگاه، ۲۳ نفر مربی و ۳۲ نفر کارشناس و پیشکسوت بسکتبال که جمعاً برابر با ۸۵ نفر بودند به صورت هدفمند به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. همچنین در این مطالعه در مراحل مختلف پژوهش به منظور برآوردها و عملیات آماری، از بسته‌های نرم‌افزاری Stata13، SPSS25 و Excel2016 استفاده شده است.

جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش اعضای هیات علمی مدیریت ورزشی و اقتصاد، مدیران و مربیان باشگاه‌های بسکتبال و نیز کارشناسان و پیشکسوتان رشته بسکتبال می‌باشند. آمار و اطلاعات استفاده شده در این پژوهش در سال ۱۳۹۸ از طریق پرسشنامه و پیمایش‌های میدانی در استان‌های دارای تیم بسکتبال در سطح لیگ برتر و لیگ یک جمع‌آوری شده است. از آنجا که حجم نمونه گیری هدفمند برای گروه‌های همگن و متجانس بین ۶ تا ۸ نفر پیشنهاد شده

یافته های پژوهش

نتایج حاصل از مدل لاجیت شرطی در جدول (۳) ارائه شده است. بر اساس اطلاعات ارائه شده در این جدول، ملاحظه می شود که همه ی ضرائب به جز ضریب ویژگی میزبانی مسابقات توسط باشگاه، داشتن مربی خارجی، داشتن ورزشکار خارجی، اشتغالزایی باشگاه، عضویت اعضای باشگاه ها در سازمان های ملی و بین المللی، برند باشگاه و داشتن فعالیت تجاری باشگاه در سطح ۱۰٪ معنی دار هستند. علامت مثبت ضریب متغیرهای تعداد هواداران، داشتن مربی خارجی، کیفیت فنی باشگاه، برند باشگاه و هزینه های باشگاه، نشان دهنده این است که از دیدگاه صاحب نظران این ویژگی ها سبب افزایش ارزش اقتصادی دارایی های باشگاه های بسکتبال ایران می شود و اقدامات برگزاری رویدادهای ورزشی توسط باشگاه، داشتن بازیکنان خارجی، اشتغالزایی باشگاه، موقعیت جغرافیایی باشگاه، اهدای پیراهن به هواداران، افزایش تعداد لیدرهای باشگاه، معافیت در پرداخت وجه بلیت، قدمت باشگاه، عضویت اعضای باشگاه ها در سازمان های ملی و بین المللی و داشتن فعالیت های تجاری باشگاه در باشگاه های بسکتبال ایران را می پذیرند. علامت منفی ویژگی قیمت بدین مفهوم است

که گزینه های دارای قیمت پیشنهادی بالاتر، باعث کاهش مطلوبیت توسط باشگاه شده و نسبت به سایر گزینه ها از احتمال انتخاب پابینی برخوردارند به عبارتی باشگاه های بسکتبال ایران سیاست هایی را که به افزایش قیمت باشگاه منجر می شود، ترجیح نمی دهند. همچنین می توان مشاهده کرد که بزرگ ترین ضریب به تعداد هواداران باشگاه اختصاص دارد. کیفیت فنی باشگاه در مرتبه دوم جای می گیرد و هزینه های باشگاه، داشتن مربی خارجی و اشتغالزایی به ترتیب در مرتبه سوم، چهارم و پنجم قرار می گیرند. علامت منفی ضریب متغیر وضعیت موجود نشان می دهد که کل باشگاه های بسکتبال ایران مورد مطالعه سیاست هایی را که تضمین کننده ارزشگذاری اقتصادی باشگاه های بسکتبال ایران هستند به وضعیت کنونی خود ترجیح می دهند.

LR chi2 بیانگر معیار نسبت راست نمایی است که برای آزمون معنی داری کل رگرسیون به کار می رود. بر اساس نتایج به دست آمده فرض صفر مبنی بر بی معنی بودن کلیه ضرایب رد می شود. Pseudo-R2 نشان دهنده قدرت توضیح دهندگی مدل است. مقدار این آماره برای این مدل معادل ۰/۳۱۵ شده که حکایت از قدرت توضیح دهندگی خوب مدل دارد.

جدول ۳. نتایج مدل لاجیت شرطی برای سیاست‌های دارایی‌های اقتصادی باشگاه‌های بسکتبال ایران

معناداری	انحراف معیار	مقدار ضریب	متغیر
۰/۰۰۱	۰/۰۶۸۸۷۳۴	۰/۳۹۷۴۱۱	تعداد هواداران باشگاه
۰/۶۳۰	۰/۰۹۸۱	-۰/۰۵۱۵۴۹۶	میزبانی مسابقات توسط باشگاه
۰/۳۴۸	۰/۰۸۹۱۰۱	۰/۰۸۳۲۹۷	باشگاه مربی خارجی دارد
۰/۸۱۲	۰/۰۵۶۸۴۵۹	-۰/۰۲۸۸۷۱۹	باشگاه بازیکنان خارجی دارد
۰/۰۰۱	۰/۰۵۷۱۳۵۰	-۰/۳۶۸۸۷۱۰	موقعیت جغرافیایی
۰/۰۰۱	۰/۰۷۸۹۹۸۱	-۰/۳۷۰۱۹۸۲	اهدای پیراهن به هواداران
۰/۰۰۷	۰/۰۷۹۱۸۰۹	-۰/۲۰۹۲۲۱۷	کانون هواداران
۰/۰۰۱	۰/۰۸۷۰۹۲۱	-۰/۳۶۸۷۳۹	معافیت در پرداخت وجه بلیت
۰/۴۸۱	۰/۰۷۷۱۴۹۳	۰/۰۳۰۸۸۱۹	اشتغالزایی
۰/۳۷۵	۰/۰۴۷۶۱۲۹	-۰/۰۶۱۳۹۸۷	قدمت باشگاه
۰/۸۱۶	۰/۰۷۰۹۳۱۸	-۰/۰۱۳۹۴۴۱	عضویت افراد باشگاه در سازمان‌های ملی و بین‌المللی
۰/۰۰۹	۰/۰۶۹۱۸۰۱	۰/۲۱۳۷۶۴۸	کیفیت فنی باشگاه
۰/۱۹۲	۰/۰۲۹۳۹۸۴	۰/۱۳۹۰۱۹۳	برند باشگاه
۰/۴۸۷	۰/۰۵۹۸۳۱	-۰/۰۴۸۹۰۳۱	فعالیت تجاری
۰/۰۰۵	۰/۰۴۰۹۸۱	۰/۱۸۶۵۱۹	هزینه‌های باشگاه
		۱۵۳۰	تعداد مشاهدات
		-۳۸۷۰/۰۸	لگاریتم درست‌نمایی
۰/۰۰۱		۳۰۱/۶۷	LR chi2(15)
		۰/۰۴۷۶	Pseudo-R ²

از ویژگی‌های سیاست‌های ارزشگذاری اقتصادی برای شش الگو محاسبه شده که نتایج محاسبات در جدول (۴) ارائه شده است.

به دلیل عدم امکان تفسیر مستقیم ضرایب در این گونه الگوها، نرخ نهایی جانشینی بین ویژگی‌های غیربازاری و ویژگی پولی محاسبه می‌شود. نتایج این محاسبه را می‌توان به عنوان نسبت‌های متوسط تمایل به پرداخت نهایی برای تغییر در هر ویژگی یا قیمت‌های ضمنی هر ویژگی تفسیر نمود (Hausman & McFadden., 1984). در این پژوهش، قیمت ضمنی به عنوان تمایل به پرداخت نهایی دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران از طریق افزایش هزینه‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران در هر یک

جدول ۴. تمایل به پرداخت نهایی (MWTP)/ تمایل به دریافت نهایی (MWTa) ارزش‌های نهایی ویژگی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران در مدل لاجیت شرطی (تومان)

ویژگی‌ها	الگوها یا سیاست‌ها				
	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم
تعداد هواداران	-۱۵۹۷۳۲۳۰۴	-۲۰۸۹۱۱۲۳۰۱	-۱۷۰۹۱۴۳۸۲۵	-۲۱۳۰۶۷۳۰۱۴	-۴۷۸۹۰۲۸۲۴
میزبانی مسابقات	۳۰۷۸۸۶۵۴۸۷	۱۷۳۰۸۹۷۶۵۱	-----	۲۷۶۳۷۷۲۰۵	-----
باشگاه مربی	-۴۷۸۹۰۹۸۵	-۴۳۴۴۰۸۹۶۶	-۴۹۰۸۸۷۰۳۲	-۴۶۵۸۷۳۱۰	-۱۲۳۲۰۹۹۸۳
باشگاه بازیکنان	۴۲۸۷۰۳۲۵۶	۲۱۷۸۷۶۵۰۹	۳۸۹۰۹۴۳۲۷	۱۵۴۷۹۳۴۵	۱۷۹۸۰۷۱۱
موقعیت	۳۲۱۸۰۹۳۳۲۵	۲۹۰۰۰۸۷۶۵۴۳	۲۶۵۵۴۹۸۰۳	۱۹۷۷۶۵۹۱۱۲	۱۹۴۰۵۵۶۳۱
اهدای پیراهن به هواداران	۳۴۹۸۷۶۵۴۴۶	۳۵۶۷۸۹۰۰۳	۳۵۶۷۸۷۲۱۲	۱۹۸۴۷۷۴۷۴۱	۴۸۰۹۹۰۸۳۲
جغرافیایی	۱۷۳۳۱۰۹۳۳۱	۱۷۳۳۱۰۹۳۳۱	۱۷۳۳۱۰۹۳۳۱	۱۷۳۳۱۰۹۳۳۱	۱۷۳۳۱۰۹۳۳۱
خارجی دارد	-۱۵۹۷۳۱۰۵۹	-۱۵۹۷۳۱۰۵۹	-۱۵۹۷۳۱۰۵۹	-۱۵۹۷۳۱۰۵۹	-۱۵۹۷۳۱۰۵۹
خارجی دارد	۲۸۹۵۳۲۴۲	۲۸۹۵۳۲۴۲	۲۸۹۵۳۲۴۲	۲۸۹۵۳۲۴۲	۲۸۹۵۳۲۴۲
توسط باشگاه	۳۷۰۰۸۸۷۶۸	۳۷۰۰۸۸۷۶۸	۳۷۰۰۸۸۷۶۸	۳۷۰۰۸۸۷۶۸	۳۷۰۰۸۸۷۶۸
باشگاه	-۵۱۸۸۷۰۱۴۵	-۵۱۸۸۷۰۱۴۵	-۵۱۸۸۷۰۱۴۵	-۵۱۸۸۷۰۱۴۵	-۵۱۸۸۷۰۱۴۵

افزایش تعداد لیبرها	کانون هواداران	مقایست در پرداخت وجه بلیت	اشتغالزایی	قدمت باشگاه	عضویت افراد باشگاه در سازمان های ملی	کیفیت فنی باشگاه
۲۱۸۷۹۰۰۵۳	-----	۱۹۰۳۳۷۱۴۸۵	-۱۳۴۳۳۵۹۸۷	۴۹۸۷۵۹۰۳۲	۲۴۷۴۸۹۱۰۲	-۱۳۵۱۴۲۸۱۷۴
-----	۲۰۷۸۷۶۵۴۳۹	۳۷۸۹۹۸۰۷۱۲	۱۹۷۵۴۸۹۳۳	۵۰۹۸۳۳۲۹۷	۱۹۸۴۳۵۷۱۰	-۱۲۸۲۹۱۰۳۶۳
-----	۱۸۶۶۵۴۳۹۰۷	۲۸۷۶۵۵۹۰۱۲	-۴۷۸۷۱۹۲۳۹	۵۵۹۳۷۱۰۳۱	۳۲۹۰۸۹۳۵۶	-۱۵۸۸۴۹۱۱۷۳
-----	۱۱۲۱۷۱۷۸۹۴	۱۹۷۶۹۵۱۴۰۹	۱۶۵۵۶۹۷۲۷	۳۳۹۱۸۳۰۱۳	۷۴۷۵۹۶۷۵	-۱۱۴۶۰۷۵۱۹۸
-----	۲۸۳۳۵۸۹۰۹	۳۹۸۷۶۱۲۰۳	۲۰۷۶۵۴۸۳	۷۹۸۱۲۶۸۷	۲۰۸۱۷۳۵۶	-۷۶۵۴۰۹۱۲
-----	۲۸۰۷۶۵۳۸۱	۳۱۸۷۶۳۲۲۹	-۵۸۹۸۷۶۵۴	۸۱۷۳۲۰۴۶	۱۸۹۱۶۳۲۱	-۲۴۰۹۱۸۱۶۵

برند باشگاه	فعالیت تجاری
-۱۹۰۷۶۵۵۴۲	۵۴۹۹۷۷۶۵۱
-۲۹۸۸۶۱۵۲۶/۶	۲۹۸۸۲۷۶۹۱/۶
-۲۴۱۵۲۱۴۶۱	۲۸۰۹۲۸۱۷۳
-۷۴۵۳۳۵۸۶۳	۲۶۲۱۸۸۳۰۲
-۲۵۸۱۴۰۲۱	۷۶۰۹۳۳۸۱
-۱۵۹۰۲۹۴۶	۷۶۵۲۳۹۱۸

مأخذ: یافته‌های تحقیق اعداد منفی (MWTa= Marginal willingness accept)

اعداد مثبت (MWTP= Marginal willingness pay)

سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد که این نشان می‌دهد، تعداد هواداران باشگاه‌های بسکتبال به عنوان رکن اصلی برای دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال محسوب می‌شود که تمایل به پذیرش بیشتری نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال دارند. تمایل به پذیرش برای تعداد هواداران در مدل دوم، سوم، اول، ششم و پنجم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند.

بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی میزبانی مسابقات توسط باشگاه مربوط به مدل اول می‌باشد (۳۰۷.۸۸۶.۵۴۸/۷ تومان). تمایل به پرداخت برای میزبانی مسابقات توسط باشگاه در مدل چهارم (۲۷۶.۳۷۷.۲۰۵ تومان)، دوم (۱۷۳.۰۸۹.۷۶۵/۱ تومان) و ششم (۳۷.۰۰۸.۸۷۶/۸ تومان) به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، قرار دارند. در مدل‌های سوم و پنجم این ویژگی قرار نداشت.

اطلاعات جدول (۴) نشان می‌دهند که نتایج مدل لاجیت شرطی با اثرات متقابل سیاست چهارم نسبت به بقیه مدل‌های سیاست‌های دیگر، با واقعیت سازگار بوده یا به عبارتی به واقعیت بسیار نزدیک است و سایر الگوها با واقعیت سنخیت کمتری دارد، پس می‌توان مدل برآورد سیاست چهارم مبنای محاسبات تمایل به پرداخت قرار داد. مبنای انتخاب الگوی چهارم از بین شش الگو یا سیاست، نظر خبرگان و متخصصان و نیز مسئولین و مدیران باشگاه‌های لیگ برتر بسکتبال ایران می‌باشد، که در مرحله پاسخ‌گویی به پرسشنامه‌ها الگوی را انتخاب نموده‌اند که نتایج الگویی چهارم به این الگوی مبنای شبیه‌تر و به نوعی بیشتر به واقعیت نزدیک بوده است.

از آن‌جا که تمایل به پرداخت‌ها در مدل لاجیت شرطی با واقعیت سازگار بوده و ما را به نتایج گمراه‌کننده‌ای هدایت نکرده است، احتیاجی به انجام آزمون IIA نمی‌باشد.

بیشترین تمایل به پذیرش دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی تعداد هواداران مربوط به مدل سیاست چهارم نسبت به

پنجم (۱۷۰۹۸۰۰۰۷۱۱) به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند. بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای موقعیت جغرافیایی باشگاه مربوط به مدل اول می‌باشد (۳۰۹۳۲۵۰۰۲۱۸۰۰۰۹۳۰۳۲۵) تومان). تمایل به پرداخت برای موقعیت جغرافیایی در مدل دوم (۲۰۹۰۰۸۷۶۰۵۴۳) ، چهارم سوم (۲۰۶۵۵۰۴۳۹۰۸۰۳) ، پنجم (۱۰۹۷۷۰۶۵۹۰۱۱۲) و ششم (۱۰۷۲۳۰۱۰۹۰۳۳۱) به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند. بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای اقدامات تشویقی مربوط به مدل سوم می‌باشد (۳۰۵۶۶۰۷۸۷۰۲۱۲) تومان). تمایل به پرداخت برای اهدای پیراهن در مدل دوم (۳۰۴۵۶۰۷۸۹۰۰۰۳) اول (۳۰۱۳۶۰۲۷۶۰۸۸۱) ، چهارم (۱۰۹۸۴۰۷۷۴۰۷۴۱) ، ششم (۵۱۳۰۶۵۴۰۸۹۰) و پنجم (۴۸۰۰۹۹۰۰۸۳۲) به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند. بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران در مورد اقدام تشویقی کانون هواداران مربوط به مدل دوم می‌باشد (۲۰۷۸۰۷۶۵۰۴۳۹) . تمایل به پرداخت برای کانون هواداران در مدل سوم (۱۰۸۶۶۰۵۴۳۰۹۰۷) ، چهارم (۱۰۱۲۱۰۷۱۷۰۸۹۴) ، پنجم (۲۸۳۰۲۵۸۰۹۰۹) و ششم (۲۸۰۰۷۶۵۰۳۸۱) به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم قرار دارند. لازم به ذکر است در الگوی اول کانون هواداران در برازش مدل نبود. بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران در مورد اقدام

بیشترین تمایل به پذیرش دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی تعداد هواداران مربوط به مدل چهارم می‌باشد که نشان می‌دهد تعداد هواداران باشگاه‌های بسکتبال به عنوان رکن اصلی برای دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال محسوب می‌شود (۲۰۱۳۰۰۶۷۳۰۰۱۴) - تومان). تمایل به پذیرش برای تعداد هواداران در مدل دوم (۲۰۰۸۹۰۱۱۲۰۳۰۱) - تومان)، سوم (۱۰۷۰۹۰۱۴۳۰۸۲۵) -، اول (۱۰۵۹۷۰۳۲۲۰۳۰۴) -، ششم (۵۱۸۰۸۷۰۰۱۴۵) - و پنجم (۴۷۸۰۹۰۲۰۸۲۴) - به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند. بیشترین تمایل به پذیرش دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی داشتن مربی خارجی مربوط به مدل سوم می‌باشد که نشان می‌دهد، مربی خارجی باشگاه‌های بسکتبال به عنوان رکن اصلی برای دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال محسوب می‌شود (۴۹۰۰۸۸۷۰۰۳۲) - تومان). تمایل به پذیرش برای مربی خارجی در مدل اول (۴۷۸۰۸۹۰۰۹۸۵) -، چهارم (۴۳۴۰۴۰۸۰۹۶۶) -، دوم (۴۴۶۰۵۸۷۰۲۱۰) -، ششم (۱۵۰۶۷۲۰۱۰۵/۹) - و پنجم (۱۲۰۰۹۹۸/۱۸/۳) - به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند. بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی داشتن بازیکن خارجی مربوط به مدل اول می‌باشد (۴۲۸۰۷۰۳۰۲۵۶) تومان). تمایل به پرداخت برای داشتن بازیکن خارجی در مدل سوم (۲۸۹۰۰۹۴۰۳۲۷) ، دوم (۲۱۷۰۸۷۶۰۵۰۹) ، چهارم (۲۸۰۹۵۳۰۳۴۲) ، ششم (۱۵۴۰۷۹۳۰۳۴۵) و

ششم قرار دارند. بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای عضویت افراد باشگاه در سازمان‌های ملی و بین‌المللی مربوط به مدل اول می‌باشد (۲۴۷.۴۸۹.۱۰۲ تومان). تمایل به پرداخت برای عضویت افراد باشگاه در سازمان‌های ملی و بین‌المللی در مدل سوم (۲۲۹.۰۸۹.۳۵۶)، دوم (۱۹۸.۴۳۵.۷۱۰)، چهارم (۷۴.۷۵۹.۶۷۵)، پنجم (۲۰.۸۱۷.۳۵۶) و ششم (۱۸.۹۷۶.۳۲۱) به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند. بیشترین تمایل به پذیرش دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی کیفیت فنی باشگاه مربوط به مدل سوم (۱.۵۸۸.۴۹۲.۱۷۳-) می‌باشد. تمایل به پذیرش برای کیفیت فنی باشگاه در مدل اول (۱.۳۵۱.۴۲۸.۱۷۴-)، دوم (۱.۲۸۲.۹۱۰.۳۶۳-)، چهارم (۱.۱۴۶.۰۷۵.۱۹۸- تومان)، ششم (۲۴۰.۹۱۸.۱۶۵-) و پنجم (۲۷۶.۵۴۰.۹۱۲-) به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند. بیشترین تمایل به پذیرش دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی برند باشگاه مربوط به مدل چهارم (۷۴۵.۳۳۵.۸۶۳-) می‌باشد. تمایل به پذیرش برای برند باشگاه در مدل دوم (۲۹۸.۷۶۱.۵۲۶/۶- تومان)، سوم (۲۴۱.۵۲۱.۴۶۱-)، اول (۱۹۰.۷۶۵.۵۴۲-)، پنجم (۲۵.۸۱۴.۰۲۱-) و ششم (۱۵.۹۰۲.۹۴۶-) به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند. بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای فعالیت تجاری باشگاه مربوط به مدل اول می‌باشد (۵۴۹.۹۷۷.۶۵۱) تومان).

معافیت در پرداخت وجه بلیت مربوط به مدل سوم می‌باشد (۲.۸۷۶.۵۵۹.۰۱۲ تومان). تمایل به پرداخت برای معافیت در پرداخت وجه بلیت در مدل دوم (۲.۷۸۹.۹۸۰.۷۱۲)، چهارم (۱.۹۰۳.۳۷۱.۴۸۵)، اول (۱.۹۷۶.۹۵۱.۴۰۹)، پنجم (۳۹۸.۷۶۱.۲۰۳) و ششم (۳۱۸.۷۶۳.۲۲۹) به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند. علاوه بر این تنها الگوی تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای اقدامات تشویقی که افزایش لیدرها را مورد برزش قرار داد الگوی اول بود که این مقدار برابر با (۲۱۸.۷۹۰.۰۵۳) تومان است و در سایر الگوها این مقدار نتوانست برزش بدست آورد. در مورد متغیر اشتغالزایی در شش الگو تفاوت وجود داشت به عبارتی تمایل به پرداخت در سه الگوی دوم (۱۹۷.۵۴۸.۹۲۳-)، چهارم (۱۶۵.۵۶۹.۷۲۷) و پنجم (۲۰.۷۶۵.۴۸۳) وجود داشت که به ترتیب در مرتبه اول و دوم و سوم می‌باشند و سه الگوی دیگر تمایل به پذیرش داشتند که شامل الگوی سوم (۴۷۸.۷۱۹.۲۳۹-)، اول (۱۳۴.۳۳۲.۵۹۸/۷-) و ششم (۵۸.۹۸۷.۶۵۴-) وجود داشت که به ترتیب در مرتبه اول تا سوم در قسمت تمایل به پذیرش داشتند. بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای قدمت باشگاه مربوط به مدل سوم می‌باشد (۵۵۹.۳۷۱.۰۲۱) تومان. تمایل به پرداخت برای قدمت باشگاه در مدل دوم (۵۰۹.۸۳۳.۲۹۷)، اول (۴۹۸.۷۵۹.۰۳۲)، چهارم (۳۲۹.۱۸۲.۰۱۳)، ششم (۸۱.۷۳۲.۰۴۶) و پنجم (۷۹.۸۱۲.۶۸۷) به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و

تمایل به پرداخت برای فعالیت تجاری باشگاه در مدل سوم (۳۸۰.۹۲۸.۱۷۳)، دوم (۲۹۸.۳۷۶.۹۱۶)، چهارم (۲۶۲.۱۸۸.۳۰۲)، ششم (۷۶.۵۲۲.۹۱۸) و پنجم (۷۶.۰۹۲.۳۸۱) به ترتیب در مرتبه سوم، دوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند.

بحث و نتیجه گیری

این مطالعه در چارچوب آزمون انتخاب و بهره‌گیری از الگوی لاجیت شرطی تمایل به پرداخت ارزش اقتصادی دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران با استفاده از روش ارزشگذاری مشروط و کاربرد الگوی دو مرحله‌ای هکمن محاسبه شد. نتایج حاصل از این مطالعه نشان داد که ویژگی‌های مهم جهت ارزشگذاری باشگاه‌های بسکتبال شامل تعداد هواداران باشگاه، میزبانی مسابقات توسط باشگاه (منظور این است که باشگاه بسکتبال شما (مورد علاقه شما) در طول سال میزبانی مسابقات نوجوانان، امید و بزرگسالان را بر عهده دارد)، داشتن مربی خارجی، داشتن بازیکن خارجی، موقعیت جغرافیایی باشگاه (منظور از موقعیت جغرافیایی توسعه یافته موقعیتی است که از لحاظ ساختاری و داشتن امکانات در منطقه بالای شهر باشگاه شما (مورد علاقه شما) قرار دارد و منظور از موقعیت جغرافیایی کمتر توسعه یافته، موقعیتی است که از لحاظ ساختاری و داشتن امکانات در منطقه میانی و پایینی شهر باشگاه شما (مورد علاقه شما) قرار دارد)، اقدامات تشویقی جهت افزایش تعداد هواداران یک باشگاه (اقدامات تشویقی در نظر گرفته شده در این پژوهش شامل: اعطای پیراهن، افزایش تعداد لیدرها، معافیت در

پرداخت وجه بلیت و داشتن کانون هواداران)، اشتغالزایی (منظور از این اشتغالزایی در این پژوهش این است که باشگاه بسکتبال ایران تا چند نفر نسبت به شرایط فعلی خود پتانسیل اشتغالزایی را دارد)، قدمت باشگاه (به سه بخش باشگاه‌هایی با قدمت (کم) بین ۱ تا ۱۰ سال، قدمت (متوسط) بین ۱۱ تا ۲۰ سال و قدمت زیاد بیشتر از ۲۰ سال، تقسیم بندی شده است)، عضویت افراد باشگاه در سازمان‌های ملی و بین‌المللی، کیفیت فنی (منظور از کیفیت فنی یک باشگاه مواردی همچون داشتن مربیان مجرب، بازیکنان شاخص، داشتن زمین اختصاصی، داشتن آکادمی، کادر تخصصی و تجهیزات تمرینی است. باشگاهی که موارد زیر را داشته باشد باشگاه درجه ۱، نسبتاً موارد زیر را داشته باشد درجه ۲ و خیلی کم از موارد بالا برخوردار باشد درجه ۳ محسوب می‌شود)، برند باشگاه (منظور از پایداری و ناپایداری برند باشگاه آن به شرح زیر است: باشگاهی که سال‌های متمادی، حضور پیوسته و مداوم در مسابقات لیگ برتر بسکتبال ایران داشته است باشگاه با برند پایدار محسوب می‌شود و باشگاهی که سال‌های متمادی، حضور پیوسته و مداوم در مسابقات لیگ برتر بسکتبال ایران نداشته است باشگاه با برند ناپایدار محسوب می‌شود) و ویژگی آخر فعالیت تجاری باشگاه هستند. نتایج آزمون انتخاب نشان داد از شش الگوی لاجیت شرطی طراحی شده برای دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران، الگوی چهارم نسبت به بقیه مدل‌های، با واقعیت سازگار بوده یا به عبارتی به واقعیت بسیار نزدیک است و سایر الگوها با واقعیت سنخیت کمتری دارد، پس می‌توان مدل

بازیکن خارجی مربوط به مدل سیاست اول نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد که این نشان می‌دهد، بازیکنان خارجی با توجه به اینکه ورزش بسکتبال در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و نیز ورزشکاران از سطحی تقریباً برابر نسبت به سایر ورزشکاران کشورهای صاحب نام بسکتبال در دنیا برخوردارند، پس مدیران باشگاه تمایل کمتری به هزینه برای خرید ورزشکار خارجی برای باشگاه دارند. تمایل به پرداخت برای داشتن بازیکن خارجی در مدل سوم، دوم، چهارم، ششم و پنجم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند.

بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای موقعیت جغرافیایی باشگاه مربوط به مدل سیاست اول نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد که این نشان می‌دهد، که داشتن موقعیت جغرافیایی باشگاه تاثیر چندانی برای ارزشگذاری اقتصادی باشگاه‌های بسکتبال ایران ندارد. تمایل به پرداخت برای موقعیت جغرافیایی در مدل دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند.

بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای اقدامات تشویقی که شامل اهدای پیراهن به هواداران، افزایش تعداد لیدرها، کانون هواداران و معافیت در پرداخت وجه بلیت می‌شود، در اقدام تشویقی اول یعنی اهدای پیراهن به هواداران باشگاه مربوط به مدل سیاست سوم نسبت به سایر

چهارم را مبنای محاسبات تمایل به پرداخت قرار داد.

نتایج نشان داد بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی میزبانی مسابقات توسط باشگاه مربوط به مدل سیاست اول نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد که این نشان می‌دهد، مدیران باشگاه تمایلی به میزبانی مسابقات توسط باشگاه ندارند. تمایل به پرداخت برای میزبانی مسابقات توسط باشگاه در مدل چهارم، دوم و ششم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، قرار دارند. لازم به ذکر است که در مدل‌های سیاست‌های سوم و پنجم این ویژگی قرار نداشت.

بیشترین تمایل به پذیرش دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی داشتن مربی خارجی مربوط به مدل سیاست سوم نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد. با توجه به اینکه مقدار بدست آمده در مدل سوم با مدل چهارم و مدل اول تفاوت چندانی ندارد نتیجه می‌گیریم، مربی خارجی باشگاه‌های بسکتبال به عنوان رکن اصلی برای دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال محسوب می‌شود که تمایل به پذیرش بیشتری نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال دارند. تمایل به پذیرش برای مربی خارجی در مدل اول، چهارم، دوم، ششم و پنجم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند.

بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی داشتن

مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد که این نشان می‌دهد، که باشگاه‌های بسکتبال برای اینکه تعداد هواداران خود را افزایش دهند تمایل به پرداخت بیشتری دارند. به عبارت دیگر برای اینکه بتوانند هواداران را ترغیب به خرید از بازارهای اسپانسرهای مالی باشگاه‌های تمایل دارند هزینه بیشتری انجام دهند. تمایل به پرداخت برای اهدای پیراهن در مدل دوم، اول، چهارم، ششم و پنجم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند. بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران در مورد اقدام تشویقی کانون هواداران مربوط به مدل سیاست دوم نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد. تمایل به پرداخت برای کانون هواداران در مدل سوم، چهارم، پنجم و ششم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم قرار دارند. لازم به ذکر است در سیاست اول کانون هواداران در برازش مدل نبود. بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران در مورد اقدام معافیت در پرداخت وجه بلیت مربوط به مدل سیاست سوم نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد. تمایل به پرداخت برای معافیت در پرداخت وجه بلیت در مدل دوم، چهارم، اول، پنجم و ششم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند.

در مورد متغیر اشتغالزایی در شش سیاست تفاوت وجود داشت به عبارتی تمایل به پرداخت

در سه سیاست دوم، چهارم و پنجم وجود داشت که به ترتیب در مرتبه اول و دوم و سوم در قسمت تمایل به پرداخت داشتند و سه سیاست دیگر تمایل به پذیرش داشتند که شامل سیاست سوم، اول و ششم وجود داشت که به ترتیب در مرتبه اول تا سوم در قسمت تمایل به پذیرش داشتند.

بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای قدمت باشگاه مربوط به مدل سیاست سوم نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد که این نشان می‌دهد، که داشتن قدمت باشگاه یک عامل تاثیرگذار برای ارزشگذاری اقتصادی باشگاه‌های بسکتبال ایران است. تمایل به پرداخت برای قدمت باشگاه در مدل دوم، اول، چهارم، ششم و پنجم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند.

بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای عضویت افراد باشگاه در سازمان‌های ملی و بین‌المللی مربوط به مدل سیاست اول نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد که این نشان می‌دهد، که داشتن عضویت افراد باشگاه در سازمان‌های ملی و بین‌المللی یک عامل تاثیرگذار برای ارزشگذاری اقتصادی باشگاه‌های بسکتبال ایران نیست. تمایل به پرداخت برای عضویت افراد باشگاه در سازمان‌های ملی و بین‌المللی در مدل سوم، دوم، چهارم، پنجم و ششم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند.

می‌توانند با ارتباطی که با صنعت و نیز بازارهای مختلف برای ورزشکاران و هواداران داشته باشند به یک بنگاه اقتصادی بالفعل تبدیل گردد. تمایل به پرداخت برای فعالیت تجاری باشگاه در مدل سوم، دوم، چهارم، ششم و پنجم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه سوم، دوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند.

از آنجایی که در زمینه ارزشگذاری باشگاه‌ها نباید تنها به دارایی‌های مشهود اکتفا نمود در نتیجه الگوی پیشنهادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های بسکتبال ایران و برآوردهای اقتصادی صورت گرفته از آن در پژوهش حاضر می‌تواند یک چارچوب و شمای کلی از روند و نحوه ارزشگذاری اقتصادی، به متولیان و مسئولان و همچنین مدیران باشگاه‌های بسکتبال ایران بدهد تا بتوانند به کمک چنین روش‌ها و رویکردهایی نسبت به برآورد ارزش واقعی باشگاه‌های تحت امر خود اقدام نمایند و بتوانند در راستای خصوصی‌سازی و واگذاری و حتی در پاره‌ای موارد انتقال مالکیت باشگاه‌ها، گام‌های اصولی و علمی بردارند تا باشگاه‌ها با ارزش واقعی خود به مدیریت جدید واگذار گردند.

رفرنس

- Adams, A., & Armitage, S. (2002). Mutuality for football clubs? Lessons from the financial sector. *Studies in Economics and Finance*. 22(1): 26-41.
- Arcidiacono, P., Bayer, P., Blevins, J. R., & Ellickson, P. B. (2016). Estimation of dynamic discrete choice models in continuous time with an application to retail competition. *The Review of Economic Studies*. 83(3): 889-931.

بیشترین تمایل به پذیرش دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی کیفیت فنی باشگاه مربوط به مدل سیاست سوم نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد که این نشان می‌دهد، که باشگاه‌های بسکتبال ایران برای داشتن تیمی با کیفیت بالاتر تمایل به پذیرش هزینه‌ای دارند و یا به عبارتی می‌توان گفت از نظر صاحب‌نظران در این حوزه می‌توان ادعان داشت که برای داشتن کیفیت فنی بالاتر، باشگاه‌های بسکتبال نیاز به دریافت وجه بیشتری دارند. تمایل به پذیرش برای کیفیت فنی باشگاه در مدل اول، دوم، چهارم، ششم و پنجم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند.

بیشترین تمایل به پذیرش دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای ویژگی برند باشگاه مربوط به مدل سیاست چهارم نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد که این نشان می‌دهد، که باشگاه‌های بسکتبال ایران تمایل بر این دارند اسپانسرهای بیشتری برای حمایت مالی باشگاه اقدام کنند تا بتوانند سال‌های متعددی در رویدادهای ورزشی شرکت کنند. تمایل به پذیرش برای برند باشگاه در مدل دوم، سوم، اول، پنجم و ششم سیاست‌های دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران به ترتیب در مرتبه دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم قرار دارند.

بیشترین تمایل به پرداخت دارایی‌های باشگاه‌های بسکتبال ایران برای فعالیت تجاری باشگاه مربوط به مدل سیاست اول نسبت به سایر مدل‌های سیاست‌های دیگر می‌باشد که این نشان می‌دهد، که باشگاه‌های بسکتبال ایران

- (2020). Identification of Effective Indicators in the Economic Valuation of Intangible Assets of the Hundball League Superior Clubs. *Applied Research in Sport Management*, 8(4), 11-24. (Persian).
- Harati, M., Peymanizad, H., Talebpour, M., Keshtedar, M. (2020). Developing the Economic Valuation Model of Intangible Assets of Iran Handball Premier League Clubs. *Journal of sport Management*, 12(2), 425-445. (Persian).
 - Hausman, J.A., McFadden, D. (1984). Specification tests for the multinomial logit model. *Econometrica*. 52(5): 1219-1240.
 - Hearne, R., Salinas, Z. (2002). The use of choice experiments in the analysis of tourist preferences for ecotourism development in Costa Rica. *Journal of Environmental Management*. 65:153-163.
 - Hooman, H. (2015). A practical guide to qualitative research. Tehran: Samat Publications.
 - Johnson, B. K., & Whitehead, J. C. (2000). Value of public goods from sports stadiums: The CVM approach. *Contemporary Economic Policy*. 18(1): 48-58.
 - Kallas, Z., Lambarraa, F., Gil, J. M. (2011). A stated preference analysis comparing the analytical hierarchy process versus choice experiments. *Food Quality and Preference*. 22 (2): 181-192.
 - Mashayekhi, B., Beirami, H. (2019). Presenting a Model for Measurement of Intangible Assets in Iran. *Journal of Financial Accounting Research*. 10(3): 45-68. (Persian).
 - Mashayekhi, B., Beirami, H., Beirami, H. (2015). Valuation of
 - Arefmanesh, Z., Rahmani, A. (2015). Modeling of intangible assets in Tehran Stock Exchange Firms. *Management Accounting*. 8(26): 81-112. (Persian).
 - Asmild, M., Paradi, J. C., & Pastor, J. T. (2009). Centralized resource allocation BCC models. *Omega*. 37(1): 40-49.
 - Carlsson, F., Martinsson, P. (2001). Do hypothetical and actual marginal willingness to pay differ in choice Experiments? Application to the valuation of the environment. *Journal of Environmental Economics and Management*. 41: 179-192.
 - Damodaran, A. (2012). Investment valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset (Vol. 666). John Wiley & Sons.
 - Eckstein, C. (2004). The measurement and recognition of intangible assets *Accounting Forum*. *Accounting Forum*, 28: 139-158.
 - Flora, R. (2020). The Economic Determinants of American Professional Sports Franchise Valuations. Honors College Capstone Experience/Thesis Projects, Western Kentucky University.
 - Han, S.Y., Kwak, S.J., Yoo, S.H. (2008). Valuing environmental impacts of large dam construction in Korea: An application of choice experiments. *Environmental Impact Assessment Review*. 28: 256-266.
 - HashemiBonab, P. (2012). Evaluating Economic-Environmental Consequences of Land Use Change in Mazandaran Province. Ph.D. thesis, University of Tehran. (Persian).
 - Harati, M., Peymanizad, H., Talebpour, M., Keshtedar, M.

- Sharzahi, G. H., Javidi Abdullah Zadeh I.N. (2011). Internalization of lateral costs in power generation by choice of test method. Quarterly Journal of Energy Economics; 29: 1-29. (Persian).
- Tulvinschi, M. (2018). Recognition and Assessment of Identifiable and Unidentifiable Intangible Assets. The USV Annals of Economics and Public Administration, 18(2), 99-106.
- Rodionov, D.; Perepechko, O.; Nadezhina, O. (2020). Determining Economic Security of a Business Based on Valuation of Intangible Assets according to the International Valuation Standards (IVS). Risks, 8, 110.
- Rose, J. M., Masiero, L. (2010). A comparison of the impacts of aspects of prospect theory on WTP/WTa estimated in preference and WTP/WTa space. European Journal of Transport and Infrastructure Research. 10 (4): 330-346.
- Intangible Assets by Using of Artificial Neural Network. Empirical Research in Accounting. 4(2): 223-238. (Persian).
- Mohammadi, M. (2018). Economic Valuation: Alternative Approaches. Comparative Economics. 4(2): 60-72. (Persian).
- Mogas, J., Riera, P. Bennett, J. (2006). A comparison of contingent valuation and choice modeling with second-order interactions. Journal of Forest Economics. 12:5-30.
- Sahebkar M A, Talebpour M, Keshtidar M, Ghorbani M. (2019). Designing an Economic Valuation Model of the Intangible Assets of Volleyball Clubs in Iran. Ann Appl Sport Sci. 7 (2): 41-53.
- Sahebkar M. A., Talebpour, M., Kashtidar, M., & Ghorbani, M. (2020). The construction and validation of a scale for the evaluation of the capitals of Volleyball clubs in Iran. Journal of Advanced Pharmacy Education & Research| Jan-Mar, 10(S1), 178-187.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی