

Estimation of Economic Value of Persepolis Football Club

(Fans' Point of View)

Farzaneh Hoseini¹, Morteza Dosti^{2✉}, Saeid Tabesh³

1. Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.
E-mail: Farzane.hoseini59@yahoo.com
2. Corresponding Author, Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.
E-mail: dosti@umz.ac.ir
3. Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.
E-mail: Saeid_tabesh.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

15 March 2020

Received in revised form:

26 May 2020

Accepted:

5 June 2020

Published online:

16 November 2022

Keywords:

*Contingent valuation,
Fans,
General goods,
Ranked Probit Model,
Willingness to pay*

ABSTRACT

Introduction: The overall objective of the present study was to estimate the economic value of Persepolis football club from its fans point of view in Iran.

Methods: The present study is a descriptive-analytic one that is applied research. The statistical population included Persepolis football club fans all over Iran. The sample size was 506 people according to the table of Mitchell and Carson. To this end, a researcher-made questionnaire was designed to determine the fans' willingness to pay for Persepolis Club for the goods and benefits produced by the club and also identify the factors affecting their willingness to pay. Then, The rank ordered probit (ROP) model was used for data analysis.

Results: The results showed that 77.3% of the fans are willing to participate in funding for Persepolis at competitive levels; and for willingness to pay for Persepolis fans to attend and win the Premier League the values were 70% and 72.3% respectively. The values for Iranian Hazfi Cup and the AFC Champions League were 71.9% and 78.1%, respectively. 89.9 percent of Persepolis football club intended to buy the match tickets and attend the stadiums, 83.8 percent wanted to watch their favorite team matches on TV and 43.5 percent purchase the club's products/kits.

Conclusion: the fans willingness to pay indicated that the presence of Persepolis football team in the high competitive levels of Iran's domestic Premier League has had a positive impact on their well-being, in other words the intend to support their favorite team.

Cite this article: Hoseini, F., Dosti, M., & Tabesh, S. (2022). Estimation of Economic Value of Persepolis Club of Tehran from the Point of View of the Fans. *Sport Management Journal*, 14 (3), 53-70.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2020493.2436>



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran, Faculty of Sport Sciences and Health.

Extended Abstract

Introduction

The impact of sports as a social phenomenon is undeniable. The economic aspect of sports has been as interesting as the sports phenomenon itself. Football is the most global sport in the world and is an important part of the global economy. The importance of football is so great that it can even be used as an indicator of social development. In addition to being the most popular sport in terms of followers and fans, soccer is a multi-billion-dollar industry that dominates the sports economy. The major sources of revenue for the soccer industry include television rights, sponsors, and match day revenue, respectively. The general purpose of the current research is to estimate the economic value of Persepolis football club for the fans of this club in Iran.

Methods

The current research is a descriptive-analytical method, which is a part of applied research in terms of its purpose. The statistical population included Persepolis fans in Iran and the statistical sample size was equal to 506 people according to Mitchell and Carson's table. For this purpose, a researcher-made questionnaire was designed and the questionnaire was made available to fans online among different age, gender, and social groups, and through that, the willingness of Persepolis football fans to pay for the goods and benefits produced by this club and the factors affecting them were asked about their willingness to pay. The data analysis method is quantitative and The rank ordered probit (ROP) model was used, and Excel and Spss software were also used for data analysis.

Results

The results of the research showed that 33.4% of the research population are women and 66.6% are men, Of these, people with bachelor's education have the most fans. 77.3 percent of the fans are willing to participate in providing funds for the presence of the Persepolis team at competitive levels and the willingness of Persepolis fans to pay to participate and win in the domestic Premier League competitions, 70% and 72.3%, respectively, Winning in the Iranian Hazfi Cup and the Asian Champions League competitions, 71.9% and 78.1%, respectively. Buying tickets to watch the matches of Persepolis football team at stadiums about 89.9%, Television viewing of Persepolis team matches is 83.8% and the purchase rate of the club's products/kits is 43.5%. In this research, there is a significant relationship between income and willingness to pay for winning the Iranian Hazfi Cup, buying stadium tickets, and buying Persepolis club products. According to the results, men tend to pay more than women.

Conclusion

The willingness to pay expressed by the fans shows that the presence of the Persepolis football team in the high competitive levels of Iranian sports has had a positive effect on their well-being; So that fans want to support their favorite team.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines:

Funding: The research was done without using financial resources.

Authors' contribution: The authors have contributed equally.

Conflict of interest: The authors have no conflicts of interest.

Acknowledgments: This research was done with the guidance of distinguished professors and the cooperation of research participants.



مدیریت ورزشی



برآورد ارزش اقتصادی باشگاه پرسپولیس تهران از دیدگاه هواداران

فرزانه حسینی^۱، مرتضی دوستی^۲، سعید تابش^۳

۱. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. رایانامه: Farzane.hoseini59@yahoo.com

۲. نویسنده مسؤول، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. رایانامه: dosti@umz.ac.ir

۳. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. رایانامه: Saeid_tabesh.com

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>مقدمه: هدف کلی پژوهش حاضر برآورد ارزش اقتصادی باشگاه پرسپولیس تهران برای هواداران این باشگاه در کشور ایران است.</p> <p>روش پژوهش: پژوهش حاضر، به روش توصیفی-تحلیلی و از نظر هدف جزء پژوهش‌های کاربردی است. جامعه آماری، هواداران باشگاه پرسپولیس در سطح کشور و حجم نمونه آماری نیز طبق جدول میشل و کارسون برابر با ۵۰۶ نفر بود. برای این منظور پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته طراحی شد و به وسیله آن تمایل به پرداخت هواداران باشگاه پرسپولیس تهران در سطح کشور برای کالاها و منافع تولیدشده توسط این باشگاه و عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت از آن‌ها پرسیده شد.</p> <p>یافته‌ها: برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از مدل پروبیت رتبه‌ای استفاده شد. نتایج نشان داد که ۷۷/۳ درصد هواداران مایل به مشارکت در تأمین بودجه برای حضور تیم پرسپولیس در سطوح رقابتی‌اند و تمایل به پرداخت هواداران باشگاه پرسپولیس برای حضور و قهرمانی در رقابت‌های لیگ برتر به ترتیب ۷۰ و ۷۲/۳ درصد، قهرمانی در جام حذفی و رقابت‌های لیگ قهرمانان آسیا به ترتیب ۷۱/۹ و ۷۸/۱ درصد، تهیه بلیت تماشای مسابقات تیم فوتبال پرسپولیس از استادیوم ۸۹/۹ درصد، تماشای تلویزیونی مسابقات تیم پرسپولیس ۸۳/۸ درصد و میزان خرید محصولات این باشگاه ۴۳/۵ درصد است.</p> <p>نتیجه‌گیری: تمایل به پرداخت‌هایی که هواداران بیان کردند، نشان می‌دهد حضور تیم فوتبال پرسپولیس در سطوح بالای رقابتی ورزش کشور ایران بر رفاه آنها تأثیر مثبت داشته است؛ به طوری که هواداران مایل‌اند حامی تیم محبوب خود شوند.</p>	<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۲۴</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۳۹۹/۳/۵</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۱۶</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۸/۲۵</p> <p>کلیدواژه‌ها: ارزش‌گذاری مشروط، تمایل به پرداخت، کالاها عمومی، مدل پروبیت رتبه‌ای، هواداران</p>

استناد: حسینی، فرزانه؛ دوستی، مرتضی؛ و تابش، سعید (۱۴۰۱). برآورد ارزش اقتصادی باشگاه پرسپولیس تهران از دیدگاه هواداران. نشریه مدیریت ورزشی، (۳)، ۱۴.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2020493.2436> .۵۳-۷۰



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی.

مقدمه

تأثیر ورزش به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی انکارناپذیر است. بعد اقتصادی ورزش به همان اندازه خود پدیده ورزشی جالب توجه بوده است (نونز پومر^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). یکی از تأثیرات مهم ورزش بر جامعه، اثر اقتصادی آن است، ورزش در ایران همیشه یکی از مباحث فرعی در اقتصاد به‌شمار می‌رود، موضوعی که در کشورهای توسعه‌یافته یک اصل مهم اقتصادی، سیاسی و اجتماعی محسوب می‌شود (قادرپور و همکاران، ۱۳۹۴). اقتصاد ورزشی نه‌تنها در اندازه، بلکه در پیچیدگی و تنوع نیز در دهه‌های اخیر رشد چشمگیری داشته است. رویکرد استاندارد در اقتصاد ورزشی مربوط به تخصیص و ارزیابی منابع کارآمد در ورزش‌های حرفه‌ای و تیمی است که از آن به‌عنوان یک صنعت رقابتی استفاده می‌شود (پوتس^۲ و همکاران، ۲۰۱۸). بر این اساس، اقتصاد ورزش به کاربرد تئوری‌های اقتصادی برای بررسی و آنالیز فعالیت‌های ورزشی گفته می‌شود یا به بیان دیگر اقتصاد ورزش در سه زمینه عملکرد ورزش، تولیدات ورزش و توسعه ورزش مسائل را بررسی می‌کند؛ ورزش از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین صنایع در سده بیست و یکم محسوب می‌شود. بررسی‌ها در جوامع پیشرفته نشان داده‌اند که ورزش از عوامل مؤثر در رشد و توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها، در آینده خواهد بود (جوانی، ۱۳۹۶).

ورزش پدیده‌ای است با ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، به‌طوری‌که بخش زیادی از جمعیت جهان را به خود جلب کرده است (خداداد کاشی و همکاران، ۱۳۹۶). هنگامی که هدف برآورد حجم اقتصاد ورزش و تعیین میزان تأثیر آن بر شاخص‌های کلان اقتصادی باشد، وظیفه محاسبه و برآورد به‌طور فزاینده‌ای دشوارتر می‌شود (کلاشی و همکاران، ۱۳۹۸). کانون توجه دانش اقتصاد بر این است که عوامل اقتصادی چگونه رفتار و تعامل می‌کنند و اقتصادهای مختلف چگونه کار می‌کنند (پوریا و همکاران، ۱۳۹۶). مطالعات تأثیر اقتصادی سودآوری یک سرمایه‌گذاری برای یک قلمرو و ساکنان آن را مشخص می‌کند. در خصوص ورزش، چنین مطالعاتی برای مسابقات ورزشی، امکانات یا انجمن ورزشی صورت می‌گیرد. رویادهای ورزشی به‌طور معمول به‌عنوان تولیدکننده اصلی فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل در نظر گرفته می‌شوند (باراجاس^۳ و همکاران، ۲۰۱۶). اقتصاد ورزش را از دو دیدگاه می‌توان بررسی کرد: ۱. مطالعه از زاویه ورزش به مفاهیم و دستاوردهای اقتصادی؛ ۲. مطالعه و بررسی از منظر میانی، مفاهیم و متغیرهای مؤثر اقتصادی بر کارکرد ورزش (دشتبانی و همکاران، ۱۳۹۶).

اخیراً، اقتصاد ورزش پیشرفت چشمگیری داشته است؛ تا حدی که می‌توان از طریق مدل‌های تحلیلی و روش‌های تجربی، به اهمیت ورزش پی برد، باشگاه‌های ورزشی برای توسعه اقتصادی قابل استفاده نیستند، اما جایگاه آنها نسبت به محیط شهری در فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی باشگاه‌ها نقش زیادی دارد، تیم‌های ورزشی کالاهای خصوصی را به بازار عرضه کرده و همچنین تیم‌های حرفه‌ای کالاهای عمومی را نیز وارد بازار می‌کنند که به‌طور معمول در آنالیزهای اقتصادی کمتر به آن توجه می‌شود، طبق مطالعات انجام‌گرفته در زمینه تأثیرات ورزش بر اقتصاد نظرهای فراوانی وجود دارد؛ تا جایی که پژوهشگران بسیاری ارتباط بین احداث زیرساخت‌های ورزشی مثل استادیوم و امکانات ورزشی را با رشد اقتصادی در مناطق کلان‌شهری مثبت اعلام کرده‌اند (بیدرام و همکاران، ۱۳۹۶). اگرچه ورزش‌های حرفه‌ای لزوماً ابزارهای توسعه اقتصادی نیستند، اما موقعیت و ادغام آنها با محیط شهری در میزان فعالیت اقتصادی ایجادشده نقش ایفا می‌کند: وقتی یک شهر یک راهبرد توسعه را ایجاد می‌کند که شامل ورزش به‌عنوان بخش انبوهی از جاذبه‌های جذاب است، مردم را وارد هسته شهری کنید، پس یک تیم ورزشی یا محل برگزاری می‌تواند ارزش اقتصادی قابل‌توجهی را به شهر ارائه دهند (کاستانیوس^۴ و همکاران، ۲۰۰۷).

فوتبال جهانی‌ترین ورزش دنیا و بخش مهمی از اقتصاد جهانی است. اهمیت فوتبال به‌حدی است که حتی می‌توان از آن به‌عنوان شاخص توسعه اجتماعی استفاده کرد (رویولا^۵ و همکاران، ۲۰۱۹). علاوه بر محبوب‌ترین ورزش از نظر پیروان و هواداران، فوتبال صنعتی

1. Núñez-Pomar

2. Potts

3. Barajas

4. Castellanos

5. Royuela

چند میلیارد دلاری است که بر اقتصاد ورزشی حاکم است، بدون شک باشگاه‌های فوتبال اروپا و دستگاه‌های مدیریتی، ذی‌نفعان برجسته این صنعت هستند (یلماز^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). به مرور زمان تغییرات زیادی در فوتبال حرفه‌ای رخ داده و آن را فقط از یک ورزش به یک صنعت بین‌المللی تبدیل کرده است، در بیشتر کشورهای پیشرفته، به‌علت رشد همه‌روزه فوتبال، به‌خصوص در بخش‌های اقتصادی و تجاری، آن را صنعت فوتبال می‌نامند (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۷). امروزه فوتبال همه عوامل لازم برای «صنعت» شدن را دارد؛ هر صنعت بخشی از اقتصاد است که به تولید و عرضه محصولات یا خدمات معین می‌پردازد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۷). امروزه فوتبال در بسیاری از کشورها ورزش ملی شمرده می‌شود و در میان ارکان صنعت فوتبال، نقش باشگاه‌ها از بقیه مهم‌تر است، زیرا مانند کارخانه‌های تولیدی و بنگاه‌های اقتصادی آن عمل می‌کند (دلدار و همکاران، ۱۳۹۵).

عمده‌ترین منابع درآمدی صنعت فوتبال به‌ترتیب شامل حق پخش تلویزیونی، حامیان مالی و درآمد روز مسابقه است (الهی و همکاران، ۱۳۸۸). طرفداران یارانه‌ها ادعا می‌کنند که امکانات و تیم‌های ورزشی از نظر افزایش درآمد، ایجاد شغل و افزایش درآمد مالیاتی، تأثیر اقتصادی چشمگیری را ایجاد می‌کنند (فنگ^۲ و همکاران، ۲۰۱۸). لی^۳ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «برآورد ارزش اقتصادی برای انواع مختلف مسیرهای دوچرخه با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط» بیان کردند که کاربران مایل به پرداخت بالاترین قیمت برای پیست‌های دوچرخه‌سواری هستند و این مسیرهای دوچرخه به اشتراک گذاشته‌شده با عابران پیاده و خطوط دوچرخه‌سواری است، نتایج این تحقیق می‌تواند منبع مفیدی برای تجزیه‌وتحلیل ترجیحات کاربران در مورد نوع دوچرخه و تخمین مزایای استفاده از دوچرخه باشد، این اطلاعات برای سیاست‌گذارانی که در تلاش برای تصمیم‌گیری در مورد امکانات جدید دوچرخه و افزایش سطح دوچرخه‌سواری هستند، مفید خواهد بود. دیوئر^۴ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «تمایل واقعی و پیش‌بینی‌شده برای پرداخت میزبانی یک رویداد ورزشی بین‌المللی بزرگ» بیان کردند که پیروی از یک رویداد در رسانه‌ها و حضور در رویداد نقش مهمی در توضیح تمایل به پرداخت ساکنان ایفا می‌کند.

جانسون^۵ و همکاران (۲۰۰۱) در پژوهش خود با عنوان «ارزش کالاهای عمومی تولیدشده توسط یک تیم ورزشی لیگ برتر (رویکرد CVM)» بیان کردند که تجزیه‌وتحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که یک تیم بزرگ ورزشی لیگ می‌تواند کالاهای عمومی پرمصرفی مانند غرور مدنی و روح جامعه را تولید کند و ممکن است ارزش آن کالاهای عمومی شایان توجه باشد، با وجود این، در مورد پنگوئن‌ها، ارزش کالاهای عمومی به‌مراتب کمتر از هزینه ساخت یک عرصه جدید است. اگرچه تجزیه‌وتحلیل کالاهای عمومی تولیدشده توسط تیم‌های دیگر در شهرهای دیگر ممکن است نتایج متفاوتی را به‌دنبال داشته باشد، نتایج این مقاله سبب می‌شود که شیوه گسترده بودجه دولت از استادیوم‌های ورزشی و میادین ورزشی اخذ شود، زیرا به‌نظر می‌رسد هزینه‌های تحمیل‌شده توسط مالیات‌دهندگان از مزایا فراتر رفته است.

رابرت^۶ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «روش ارزش‌گذاری مشروط در ارزیابی ارزش استادیوم ورزشی در کشورهای در حال توسعه، مطالعه موردی: لهستان» بیان کرد که نتایج وجود مزایای نامشهود و هزینه‌های مرتبط با رویداد را تأیید می‌کند، با این حال، باید توجه داشت که اهمیت مزایای خالص ناچیز است و جبران هزینه‌های کلان از منابع عمومی نمی‌شود. مورگان و وایتهد^۷ (۲۰۱۸) در پژوهش خود به موضوع تمایل به پرداخت برای توسعه بازیکنان فوتبال در ایالات‌متحده پرداخته‌اند و در نتیجه بیان کردند از روش ارزش‌گذاری مشروط برای بررسی مزایای ناملموس مرتبط با بودجه فدرال برای توسعه بازیکنان فوتبال آمریکا و موفقیت تیم‌های با پتانسیل استفاده می‌کنند؛ هدف اصلی چنین سیاستی بهبود شانس موفقیت برای تیم ملی در مسابقات بزرگ بین‌المللی مانند جام جهانی فیفاست؛ با

1. Yilmaz

2. Feng I

3. Lee

4. De Boer

5. Johnson

6. Robert

7. Morgan & Whitehead

مشاهده آمارهای تلویزیونی تقریباً ۲۵ میلیون برای تک‌بازی‌های آمریکا در جام جهانی ۲۰۱۴ فیفا، علاقه به فوتبال و شاید قدردانی رو به رشد از وحدت ملی و غرور مربوط به پیروی از تیم ملی در رقابت‌های بین‌المللی در ایالات متحده رو به افزایش است.

زاوادسکی^۱ (۲۰۱۵) در پژوهش خود با عنوان «برآورد میزان تمایل به پرداخت برای حفظ ورزشگاه فوتبال آرنا در گدانسک» به این موضوع اشاره کردند که وجود مزایای نامشهود مرتبط با تأسیسات ساخته‌شده را تأیید می‌کند؛ اما باید توجه داشت که اهمیت این مزایا ناچیز است و هزینه‌های کلان از منابع عمومی جبران نمی‌شود. کلاسی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «ارزش‌گذاری اقتصادی مشارکت در ورزش و تعیین میزان تمایل افراد به پرداخت هزینه (تقاضا برای ورزش)» بیان می‌کنند که عوامل تعداد افراد خانواده، سن، تأهل و قیمت پیشنهادی بر تمایل به پرداخت افراد برای مشارکت در ورزش اثرگذار و معنادار بوده است، اما متغیر تحصیلات، جنسیت، میزان اهمیت ورزش و درآمد ماهیانه خانوار مؤثر و معنادار نیست.

طبق بررسی‌های محقق، پژوهش‌های کمی در زمینه برآورد ارزش اقتصادی باشگاه‌های ورزشی در ایران انجام گرفته است و نزدیک‌ترین پژوهش به پژوهش حاضر، بیدرام و همکاران (۱۳۹۶) است که در آن به برآورد ارزش اقتصادی باشگاه فوتبال فولاد مبارکه سپاهان برای شهر اصفهان پرداختند و اظهار کردند که حضور این تیم در مهم‌ترین تورنمنت‌های ورزشی در سطح کشور و حتی قاره آسیا بر آرامش شهروندان اصفهانی تأثیر زیادی دارد؛ به‌طوری‌که مردم حتی حاضرند از تیم محبوب خود حمایت کنند؛ هر سازمان ورزشی برای پیشبرد برنامه‌ها و پروژه‌های خود به حمایت مالی نیاز دارد؛ این حمایت‌ها موجب می‌شود تا سازمان ورزشی به آرمان‌هایش نائل شود. بخش مهم این منابع در ایران از محل منابع دولتی تأمین می‌شود. امروزه بسیاری از باشگاه‌های ورزشی برای تأمین منابع مالی مورد نیاز خود به‌سوی ساماندهی کانون هواداری باشگاه‌ها رفته‌اند که از طریق حمایت‌های مالی هواداران، بتوانند تأمین‌کننده منابع مالی باشگاه‌ها باشند. بنابراین با توجه به محدودیت پژوهش‌های داخلی در این زمینه و همچنین موقعیت راهبردی باشگاه فوتبال پرسپولیس از نظر تعداد هواداران در سطح کشور محقق در این پژوهش در تلاش پاسخگویی به پرسش‌های زیر است:

۱. تعیین مقدار ارزش منافع اقتصادی باشگاه فوتبال پرسپولیس تهران برای هواداران کشور ایران؟

۲. تعیین عوامل تأثیرگذار بر تمایل به پرداخت (WTP) هواداران برای حیات این تیم ورزشی در کشور ایران؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، به روش توصیفی-تحلیلی و از نظر هدف جزء پژوهش‌های کاربردی است. جامعه آماری مورد بررسی هواداران باشگاه پرسپولیس در سطح کشور بودند و حجم نمونه آماری نیز به‌وسیله جدول میشل و کارسون^۲ اندازه‌گیری خواهد شد که برابر با ۵۰۶ نفر است. به‌طور معمول اندازه نمونه در مطالعات ارزش‌گذاری مشروط طبق روش‌های همیشگی محاسبه نمی‌شود؛ چون اندازه نمونه برای برآورد و تخمین باید زیاد باشد، به همین علت، از روشی محاسبه می‌شود که میشل و کارسون در جدولی خاص پیشنهاد کرده‌اند که در زیر به آن اشاره می‌شود:

جدول ۱. روش نمونه‌گیری میشل و کارسون

	D=۰/۵۰	D=۰/۰۱	D=۰/۵۱	D=۰/۲
$V=1/51514465/1, a=0/01$	۱۷۵۲	۳۴۲	۶۸۲	۱۶۱
$V=1/5, a=0/50$	۸۵۴۳	۵۶۸	۵۸۳	۷۱۲
$V=2, a=0/01$	۰۷۵۴	۳۴۱۱	۸۰۵	۶۸۲
$V=2/5, a=0/50$	۷۴۱۶	۷۳۵۱	۳۸۶	۵۸۳
$V=2/5, a=0/01$	۱۴۱۷	۶۸۷۱	۴۹۷	۷۴۴
$V=2/5, a=0/50$	۴۰۶۹	۱۰۴۲	۸۰۶۱	۱۰۶

۱. Zawadzki

۲. Michelle & Carson

در جدول ۱، $V =$ خطای نسبی، $a =$ سطح اطمینان و $D =$ اختلاف میان تمایل به پرداخت واقعی و تمایل به پرداخت برآورد شده است که به صورت درصدی از تمایل به پرداخت واقعی آمده است؛ برای مشخص کردن حجم نمونه در برآورد تمایل به پرداخت از فرمول میشل و کارسون استفاده شده است که در آن حجم نمونه، متکی بر انحراف مشخص تمایل به پرداخت برآورد شده از تمایل به پرداخت واقعی است، به طوری که در ۹۰ تا ۹۵ درصد مشاهده‌ها، تمایل به پرداخت برآورد شده به مقدار D درصد از تمایل به پرداخت واقعی انحراف داشته باشد، اندازه نمونه انتخاب شده نیز به دقت آماری و انحراف از میانگین واقعی جامعه با توزیع نرمال (U) در سطح اطمینان مشخص و اختلاف میان تمایل به پرداخت واقعی و تمایل به پرداخت برآورد شده بستگی دارد و به صورت زیر بیان می‌شود (صیفوری و همکاران، ۱۳۹۷):

$$n = \left(\frac{U(1 - \frac{\alpha}{2})}{D} \right)^2 \quad \text{رابطه ۱}$$

در رابطه ۱، N اندازه نمونه، V خطای معیار نسبی، $1 - \frac{\alpha}{2}$ سطح اطمینان و D اختلاف میان تمایل به پرداخت واقعی و تمایل به پرداخت برآورد شده است که به صورت درصدی از تمایل به پرداخت واقعی آمده است؛ در بیشتر مطالعات انجام گرفته، اندازه خطای معیار نسبی (V)، مقداری بین ۰/۷۵ و ۰/۶ و سطح معناداری را معمولاً ۵، ۱۰، یا ۲۰ درصد محسوب می‌کنند؛ در این پژوهش برای خطای معیار نسبی عدد ۱/۷۰، سطح معناداری ۱۰ درصد و ۱۰ درصد تفاوت میان تمایل به پرداخت واقعی و تمایل به پرداخت برآورد شده در نظر گرفته شده است که با جای گذاری در رابطه ۱، حجم نمونه به شکل زیر محاسبه شده است:

$$\text{حجم نمونه باشگاه فوتبال پرسپولیس تهران} = \left(\frac{1/80 \times 0/75}{0/06} \right)^2 = (22/5)^2 = 506$$

با توجه به جدول میشل و کارسون در سطح ۵ درصد، حجم نمونه‌ای برابر با ۵۰۶ نفر برای باشگاه پرسپولیس در نظر گرفته شد. با تعیین حجم نمونه، برای انتخاب نمونه از نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد، برای این منظور پرسشنامه‌ای طراحی و پرسشنامه‌ها به صورت آنلاین بین گروه‌های مختلف سنی، جنسیتی و اجتماعی توزیع شد و به وسیله آن تمایل به پرداخت هواداران باشگاه فوتبال پرسپولیس در سطح کشور ایران برای کالاها و منافع تولید شده توسط این باشگاه از آنها پرسیده شد. همچنین عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت هواداران برای باشگاه پرسپولیس از همین طریق مشخص شدند. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز کمی است و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از نرم‌افزارهای Excel و SPSS استفاده شد.

پرسشنامه مورد استفاده در پژوهش محقق ساخته و دارای ۱۷ سؤال است و از دو بخش تشکیل شده است. بخش اول سؤالات به دریافت اطلاعات جمعیت‌شناختی و اجتماعی - اقتصادی پاسخ‌دهندگان اختصاص داشت. سپس از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا میزان تمایل به پرداخت خود را برای حضور تیم فوتبال پرسپولیس در رقابت‌های لیگ برتر و قهرمانی این تیم در رقابت‌های لیگ برتر، جام حذفی و لیگ قهرمانان آسیا، به طور جداگانه بیان کنند. در بخش پایانی پرسشنامه نیز به سؤالات مرتبط با میزان علاقه‌مندی و استفاده افراد از کالاهای تولید شده توسط باشگاه فوتبال پرسپولیس سنجش شد.

به منظور سنجش روایی^۱ صوری پرسشنامه در مرحله مطالعات مقدماتی از نظرهای ۱۰ نفر از استادان و متخصصان رشته‌های تربیت بدنی و اقتصاد دانشگاه مازندران استفاده شد که پس از چند مرحله اصلاح و بازنگری از روایی پرسشنامه اطمینان حاصل شد. در پیش‌آزمون دوم نیز حدود ۳۰ پرسشنامه بین استادان و کارشناسان رشته‌های تربیت بدنی و اقتصاد دانشگاه مازندران توزیع شد و برای تست پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ^۱ در نرم‌افزار SPSS استفاده شد که ضریب ۰/۸۵ به دست آمد. برآورد منافع اقتصادی که

1. Validity

2. Reliability

در استفاده از کالاهای غیربازاری نصیب مصرف‌کنندگان می‌شود، بسیار پیچیده و مشکل است. اغلب روش‌هایی که برای این منظور به کار می‌روند، هر یک نواقصی دارند. روش مورد استفاده در این تحقیق، روش ارزش‌گذاری مشروط یا CVM است. روشی است که بر تصمیمات و رفتار مصرف‌کننده متکی است.

برای کاربرد CVM برای برآورد تمایل به پرداخت هواداران باشگاه پرسپولیس در سطح کشور باید به طریق زیر عمل شود:

۱. طراحی یک بازار فرضی برای کالا یا خدمتی برای محاسبه تمایل به پرداخت هواداران

۲. ساخت و آزمون پرسشنامه

۳. جمع‌آوری یافته‌ها

۴. محاسبه متوسط تمایل به پرداخت افراد

۵. برآورد عوامل تأثیرگذار بر تمایل به پرداخت

۶. استفاده نتایج برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی (بیدرام و همکاران، ۱۳۹۶).

نتایج تحقیقات وایتینگتون^۲ و همکاران (۱۹۹۰) نشان می‌دهد که درجه اطمینان به مقدارهای انتخابی از بین دامنه‌ای از اعداد نسبت به مقدارهایی که افراد اعلام می‌کنند، بیشتر است. به این علت در این پژوهش نیز از مقدارهای دامنه‌ای استفاده شده است و برای آنالیز عوامل تأثیرگذار بر تمایل به پرداخت افراد از دامنه‌های انتخابی، از مقدارهای رتبه‌ای استفاده شد؛ در این صورت، متغیر وابسته (تمایل به پرداخت) دارای دامنه گسسته‌ای است که رتبه‌گذاری شده است و این مقدارها شامل رتبه صفر که نشان‌دهنده تمایل به پرداخت صفر تومان است و مقدارهای ۱ تا ۵ برای رتبه‌های بعدی دامنه تمایل به پرداخت در پرسشنامه است؛ در نتیجه در این مواقع برای برآورد تمایل به پرداخت از الگوی پروبیت رتبه‌ای^۳ می‌توان استفاده کرد (گرین، ۲۰۰۳).

یافته‌های پژوهش

توزیع فراوانی متغیرهای فردی پاسخ‌دهندگان به تفکیک جنسیت، سن، تحصیلات، رشته، تعداد افراد خانواده، میزان درآمد، میزان مشارکت سالانه در تأمین بودجه و تمایل به پرداخت در جدول ۲ نشان داده شده است، ۳۳/۴ درصد (۱۶۹ نفر) جامعه پژوهش را زنان و ۶۶/۶ درصد (۳۳۷ نفر) را مردان تشکیل می‌دهند که از این میان، افراد با تحصیلات کارشناسی، دیپلم و زیر دیپلم، کارشناسی ارشد و دکتری به ترتیب بیشترین هواداران را به خود اختصاص داده‌اند، و ۲۱/۳ درصد (۱۰۸ نفر) جامعه پژوهش را افراد با رشته تحصیلی تربیت بدنی و ۷۸/۷ درصد (۳۹۸ نفر) را افراد با رشته غیر تربیت بدنی تشکیل می‌دهند، همچنین ۷۷/۳ درصد (۳۹۱ نفر) از جامعه پژوهش برای مشارکت سالانه در تأمین بودجه اعلام موافقت کردند و ۲۲/۷ درصد (۱۱۵ نفر) موافق با مشارکت سالانه در تأمین بودجه نبودند.

جدول ۲. توصیف داده‌های پرسشنامه

متغیر	فراوانی	درصد	
سن	۱۵-۲۰	۷۱	۱۴
	۲۱-۲۵	۱۳۴	۲۶/۵
	۲۶-۳۰	۱۰۲	۲۰/۲
	۳۱-۳۵	۷۱	۱۴
	۳۶-۴۰	۵۷	۱۱/۳
	۴۱-۴۵	۳۴	۶/۷
	بالتر از ۴۶	۳۷	۷/۳

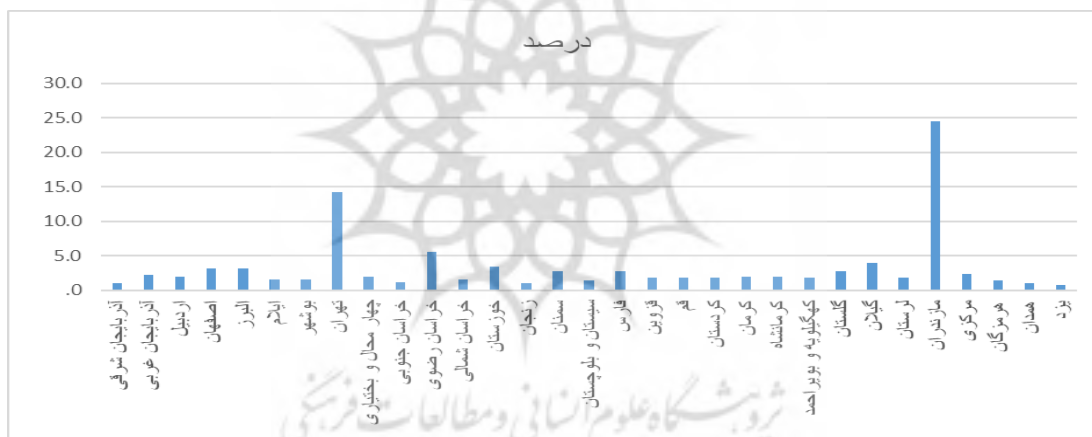
1. Cronbach's alpha

2. Whittington

3. Ranked probit

4. Greene

۲۳/۱	۱۱۷	دیپلم و زیر دیپلم	تحصیلات
۴۹/۴	۲۵۰	کارشناسی	
۲۱/۹	۱۱۱	کارشناسی ارشد	
۵/۵	۲۸	دکترا	
۴۱/۵	۲۱۰	۱-۳	تعداد افراد خانواده
۵۵/۹	۲۸۳	۴-۶	
۲	۱۰	۷-۹	
۰/۶	۳	بیشتر از ۱۰	
۱۲/۶	۶۴	صفر تا ۱ میلیون	میزان درآمد
۲۵/۳	۱۲۸	تا ۲ میلیون	
۴۳/۵	۲۲۰	۲-۵ میلیون	
۱۸/۶	۹۴	بیشتر از ۵ میلیون	
۷۰	۳۵۴	حضور پرسپولیس در لیگ برتر	تمایل به پرداخت
۷۲/۳	۳۶۶	قهرمانی پرسپولیس در رقابت‌های لیگ برتر	
۷۱/۹	۳۶۴	قهرمانی پرسپولیس در رقابت‌های جام حذفی	
۷۸/۱	۳۹۵	قهرمانی در رقابت‌های لیگ قهرمانان آسیا	
۸۹/۹	۴۵۵	تهیه بلیت تماشای مسابقات در استادیوم	
۸۳/۸	۴۲۴	تماشای تلویزیونی مسابقات پرسپولیس	
۴۳/۵	۲۲۰	میزان خرید محصولات باشگاه پرسپولیس	



نمودار ۱. درصد مشارکت افراد برحسب استان

جدول ۳. میانگین تمایل به پرداخت‌های اظهار شده به تفکیک جنسیت (تومان)

متغیر	مرد	زن	میانگین
حضور در لیگ برتر	۳۵۰۰۰	۲۵۰۰۰	۳۰۰۰۰
قهرمانی در لیگ برتر	۴۰۰۰۰	۲۸۰۰۰	۳۴۰۰۰
قهرمانی در جام حذفی	۲۸۰۰۰	۲۷۰۰۰	۲۲۵۰۰
قهرمانی آسیا	۶۵۰۰۰	۲۸۰۰۰	۴۶۵۰۰
بلیت استادیوم	۱۱۰۰۰	۱۲۰۰۰	۱۱۵۰۰
تماشای تلویزیونی	۴۵۰۰	۵۰۰۰	۴۷۵۰
میزان خرید محصولات	۱۳۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۱۵۰۰

طبق نتایج جدول ۳، میانگین تمایل به پرداخت سالانه برای حضور و قهرمانی باشگاه فوتبال پرسپولیس در رقابت‌های لیگ برتر فوتبال کشور، جام حذفی و لیگ قهرمانان آسیا و میزان تمایل به پرداخت برای بلیت استادیوم، تماشای تلویزیونی و میزان خرید سالانه محصولات باشگاه پرسپولیس توسط هواداران برآورد شده است.

عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت از روش پروبیت رتبه‌ای

جدول ۴. ضرایب مربوط به متغیرهای مستقل در مدل پروبیت رتبه‌ای
متغیر وابسته: تمایل به پرداخت برای حضور تیم فوتبال پرسپولیس در لیگ برتر (هزار تومان)

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره والد	سطح معناداری
جنسیت	۰/۲۲۲	۰/۱۱۶	۸۹/۱۳۱	۰/۰۵۵
سن	۰/۰۹۱	۰/۰۲۹	۹/۶۷۸	۰/۰۰۲
تحصیلات کد (۱)	۰/۱۲۴	۰/۲۴۸	۰/۲۴۸	۰/۶۱۹
تحصیلات کد (۲)	۰/۲۵۵	۰/۲۲۹	۱/۲۴۲	۰/۲۶۵
تحصیلات کد (۳)	۰/۳۷۷	۰/۲۳۹	۲/۴۸۶	۰/۱۱۵
رشته تحصیلی	۰/۱۹۰	۰/۱۲۶	۲/۲۸۹	۰/۱۳۰
درآمد	۰/۲۶۹	۰/۰۵۷	۲۲/۱۳۴	۰/۰۰۰
میزان حضور در مسابقات	۰/۲۶۷	۰/۰۸۶	۹/۶۹۹	۰/۰۰۲
میزان تماشای تلویزیونی	۰/۴۳۶	۰/۰۴۶	۸۹/۱۳۱	۰/۰۰۰

طبق نتایج جدول ۴، در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد، جنسیت، سن و میزان حضور در مسابقات، عواملی هستند که با میزان تمایل به پرداخت افراد برای حضور تیم فوتبال پرسپولیس در لیگ برتر فوتبال، به‌طور معناداری رابطه مستقیم دارند.

جدول ۵. ضرایب مربوط به متغیرهای مستقل در مدل پروبیت رتبه‌ای؛
متغیر وابسته: تمایل به پرداخت برای قهرمانی تیم فوتبال پرسپولیس در لیگ برتر (هزار تومان)

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره والد	سطح معناداری
جنسیت	۰/۱۸۷	۰/۱۱۵	۲/۶۵۰	۰/۱۰۴
سن	۰/۱۳۸	۰/۰۲۹	۲۲/۲۴۰	۰/۰۰۰
تحصیلات کد (۱)	۰/۱۵۳	۰/۲۴۵	۰/۳۸۸	۰/۵۳۳
تحصیلات کد (۲)	۰/۱۲۷	۰/۲۲۶	۰/۳۱۵	۰/۵۷۵
تحصیلات کد (۳)	۰/۴۰۵	۰/۲۳۶	۲/۹۳۲	۰/۰۸۷
رشته تحصیلی	۰/۳۲۲	۰/۱۲۵	۶/۶۵۶	۰/۰۱۰
درآمد	۰/۲۲۲	۰/۰۵۶	۱۵/۵۴۰	۰/۰۰۰
میزان حضور در مسابقات	۰/۲۴۳	۰/۰۸۵	۸/۱۲۰	۰/۰۰۴
میزان تماشای تلویزیونی	۰/۴۰۱	۰/۰۴۵	۷۸/۳۰۰	۰/۰۰۰

طبق نتایج جدول ۵، در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد، رشته تحصیلی، میزان حضور در مسابقات، عواملی‌اند که با میزان تمایل به پرداخت افراد برای قهرمانی تیم فوتبال پرسپولیس در لیگ برتر فوتبال، به‌طور معناداری رابطه مستقیم دارند.

جدول ۶. ضرایب مربوط به متغیرهای مستقل در مدل پروبیت رتبه‌ای؛
متغیر وابسته: تمایل به پرداخت برای قهرمانی تیم فوتبال پرسپولیس در جام حذفی (هزار تومان)

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره والد	سطح معناداری
جنسیت	۰/۲۴۸	۰/۱۱۶	۴/۵۹۹	۰/۰۳۲
سن	۰/۱۶۱	۰/۰۲۹	۲۹/۹۲۳	۰/۰۰۰
تحصیلات کد (۱)	۰/۱۸۲	۰/۲۴۶	۰/۵۴۷	۰/۴۶۰
تحصیلات کد (۲)	۰/۱۳۲	۰/۲۲۶	۰/۳۴۲	۰/۵۵۸
تحصیلات کد (۳)	۰/۴۷۰	۰/۲۳۷	۳/۹۴۹	۰/۰۴۷
رشته تحصیلی	۰/۳۶۴	۰/۱۲۵	۸/۴۶۵	۰/۰۰۴
درآمد	۰/۱۹۱	۰/۰۵۶	۱۱/۵۴۱	۰/۰۰۱
میزان حضور در مسابقات	۰/۳۱۷	۰/۰۸۶	۱۳/۵۱۴	۰/۰۰۰
میزان تماشای تلویزیونی	۰/۳۶۹	۰/۰۴۵	۶۶/۸۶۲	۰/۰۰۰

طبق نتایج جدول ۶ در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد، جنسیت، تحصیلات کد (۳)، رشته تحصیلی و درآمد، عواملی‌اند که با میزان تمایل به پرداخت افراد برای قهرمانی تیم فوتبال پرسپولیس در جام حذفی، به‌طور معناداری رابطه مستقیم دارند.

جدول ۷. ضرایب مربوط به متغیرهای مستقل در مدل پروبیت رتبه‌ای؛
متغیر وابسته: تمایل به پرداخت برای قهرمانی تیم فوتبال پرسپولیس در لیگ قهرمانان آسیا (هزار تومان)

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره والد	سطح معناداری
جنسیت	۰/۰۹۶	۰/۱۱۵	۰/۷۰۲	۰/۴۰۲
سن	۰/۱۰۵	۰/۰۲۹	۱۲/۷۹۵	۰/۰۰۰
تحصیلات کد (۱)	۰/۰۵۰	۰/۲۴۸	۰/۰۴۰	۰/۸۴۱
تحصیلات کد (۲)	۰/۰۳۸	۰/۲۲۹	۰/۰۲۷	۰/۸۶۹
تحصیلات کد (۳)	۰/۳۷۵	۰/۲۴۱	۱/۳۰۶	۰/۲۵۳
رشته تحصیلی	۰/۲۱۱	۰/۱۲۶	۲/۸۱۰	۰/۰۹۴
درآمد	۰/۱۲۱	۰/۰۵۶	۴/۶۷۹	۰/۰۳۱
میزان حضور در مسابقات	۰/۲۳۶	۰/۰۹۰	۶/۹۰۴	۰/۰۰۹
میزان تماشای تلویزیونی	۰/۴۲۱	۰/۰۴۵	۸۷/۳۰۰	۰/۰۰۰

طبق نتایج جدول ۷، در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد، درآمد و میزان حضور در مسابقات، عواملی هستند که با میزان تمایل به پرداخت افراد برای قهرمانی تیم فوتبال پرسپولیس در لیگ قهرمانان آسیا، به‌طور معناداری رابطه مستقیم دارند.

جدول ۸. ضرایب مربوط به متغیرهای مستقل در مدل پروبیت رتبه‌ای؛
متغیر وابسته: تمایل به پرداخت برای بلیت استادیوم (هزار تومان)

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره والد	سطح معناداری
جنسیت	-/۴۸۹	۰/۱۱۱	۱۹/۴۰۹	۰/۰۰۰
سن	-/۰۸۵	۰/۰۲۸	۹/۲۲۹	۰/۰۰۲
تحصیلات کد (۱)	-/۱۰۴	۰/۲۳۴	۰/۱۹۵	۰/۶۵۸
تحصیلات کد (۲)	-/۰۴۰	۰/۲۱۶	۰/۰۳۵	۰/۸۵۲
تحصیلات کد (۳)	-/۲۳۳	۰/۲۲۷	۱/۰۵۲	۰/۳۰۵
رشته تحصیلی	-/۱۱۶	۰/۱۱۹	۰/۹۴۸	۰/۳۳۰
درآمد	-/۳۱۵	۰/۰۵۴	۳۳/۹۹۲	۰/۰۰۰
میزان حضور در مسابقات	-/۳۵۶	۰/۰۸۴	۱۷/۸۷۴	۰/۰۰۰
میزان تماشای تلویزیونی	-/۳۴۲	۰/۰۴۳	۶۴/۳۴۵	۰/۰۰۰

طبق نتایج جدول ۸، در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد، سن و درآمد عواملی هستند که با میزان تمایل به پرداخت افراد برای خرید بلیت استادیوم، به طور معناداری رابطه مستقیم دارند.

جدول ۹. ضرایب مربوط به متغیرهای مستقل در مدل پروبیت رتبه‌ای؛
متغیر وابسته: تمایل به پرداخت برای تماشای تلویزیونی مسابقات (هزار تومان)

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره والد	سطح معناداری
جنسیت	۰/۵۶۳	۰/۱۱۲	۲۵/۱۱۴	۰/۰۰۰
سن	۰/۰۹۵	۰/۰۲۸	۱۱/۳۵۸	۰/۰۰۱
تحصیلات کد (۱)	-/۱۵۰	۰/۲۳۴	۰/۴۰۷	۰/۵۲۳
تحصیلات کد (۲)	-/۲۰۶	۰/۲۱۶	۰/۹۱۳	۰/۳۳۹
تحصیلات کد (۳)	۰/۰۰۳	۰/۲۲۶	۰/۰۰۰	۰/۹۹۱
رشته تحصیلی	۰/۰۵۷	۰/۱۲۰	۰/۲۲۳	۰/۶۳۶
درآمد	۰/۰۳۱	۰/۰۵۴	۰/۳۳۷	۰/۵۶۱
میزان حضور در مسابقات	۰/۴۰۹	۰/۰۸۴	۳۳/۵۳۰	۰/۰۰۰
میزان تماشای تلویزیونی	۰/۳۷۱	۰/۰۴۳	۷۳/۰۸۱	۰/۰۰۰

طبق نتایج جدول ۹، در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد، سن، عاملی است که با میزان تمایل به پرداخت افراد برای تماشای تلویزیونی مسابقات تیم فوتبال پرسپولیس، به طور معناداری رابطه مستقیم دارند.

جدول ۱۰. ضرایب مربوط به متغیرهای مستقل در مدل پروبیت رتبه‌ای؛
متغیر وابسته: تمایل به پرداخت برای خرید محصولات باشگاه پرسپولیس (هزار تومان)

متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آمارهٔ والد	سطح معناداری
جنسیت	۰/۰۶۷	۰/۱۳۱	۰/۲۶۳	۰/۶۰۸
سن	-۰/۰۱۶	۰/۰۳۳	۰/۲۲۶	۰/۶۳۴
تحصیلات کد (۱)	-۰/۵۶۸	۰/۲۶۲	۴/۷۰۳	۰/۰۳۰
تحصیلات کد (۲)	-۰/۵۹۲	۰/۲۴۱	۶/۰۱۵	۰/۰۱۴
تحصیلات کد (۳)	-۰/۲۷۱	۰/۲۵۱	۱/۱۷۲	۰/۲۷۹
رشتهٔ تحصیلی	-۰/۰۹۳	۰/۱۴۱	۰/۴۳۶	۰/۵۰۹
درآمد	-۰/۱۶۸	۰/۰۶۲	۷/۴۳۲	۰/۰۰۶
میزان حضور در مسابقات	۰/۵۱۶	۰/۰۹۲	۳۱/۲۶۵	۰/۰۰۰
میزان تماشای تلویزیونی	۰/۴۳۵	۰/۰۵۱	۷۲/۳۰۴	۰/۰۰۰

طبق نتایج جدول ۱۰، در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد، تحصیلات کد ۱ و ۲ و درآمد عواملی هستند که با میزان تمایل به پرداخت افراد برای خرید محصولات باشگاه فوتبال پرسپولیس، به‌طور معناداری رابطهٔ مستقیم دارند.

محاسبه ارزش کل اقتصادی باشگاه فوتبال پرسپولیس برای هواداران کشور ایران

با توجه به میانگین به‌دست‌آمده از تمایل به پرداخت‌های هواداران برای حضور تیم فوتبال پرسپولیس در لیگ برتر ایران، ارزش کل باشگاه فوتبال پرسپولیس برای هواداران کشور ایران، به شکل زیر محاسبه خواهد شد.

طبق آمارهای غیررسمی در ایران، تعداد هواداران تیم‌های پرسپولیس، استقلال و تراکتورسازی به بیش از ۳۰ میلیون نفر گزارش شده است. طبق بررسی‌های محقق، دقیق‌ترین و موثق‌ترین آمار ارائه‌شده توسط آخرین نظرسنجی برنامهٔ نود در سال ۱۳۹۶، تعداد هواداران باشگاه پرسپولیس ۱۷۵۲۶۱۸ نفر گزارش شده است.

رابطهٔ (۲) ارزش سالانه باشگاه فوتبال پرسپولیس تهران برای هواداران کشور ایران = میانگین تمایل به پرداخت سالانه هواداران × تعداد هواداران باشگاه پرسپولیس

با انجام محاسبات مشابهی ارزش کسب قهرمانی توسط تیم فوتبال پرسپولیس در رقابت‌های مختلف، محاسبه می‌شود. بر این اساس، حضور تیم فوتبال پرسپولیس در رقابت‌های لیگ برتر سالانه به میزان حدوداً ۵۲/۵ میلیارد تومان برای هواداران کشور ایران ارزش اقتصادی ایجاد می‌کند، قهرمانی این تیم در رقابت‌های لیگ برتر حدود ۵۹/۵ میلیارد تومان، قهرمانی در جام حذفی حدود ۵۶/۹ میلیارد تومان، قهرمانی در لیگ قهرمانان آسیا حدود ۸۱/۴ میلیارد تومان و همچنین پرداخت برای بلیت استادیوم حدود ۲۰/۱ میلیارد تومان، پرداخت برای تماشای تلویزیونی حدود ۸/۳ میلیارد تومان و پرداخت برای خرید محصولات حدود ۲۰/۱ میلیارد تومان ارزش اقتصادی ایجاد خواهد کرد.

رابطهٔ (۳) ارزش فعلی باشگاه فوتبال پرسپولیس برای هواداران کشور ایران

$$= \frac{Q(1 + \pi)}{i - \pi}$$

در رابطهٔ ۳ Q برابر با تمایل به پرداخت سالانه؛ π نرخ تورم و i نرخ بهرهٔ اسمی است. با جایگذاری مقادیر ۰/۱۸ برای نرخ بهره و ۰/۱۵ برای نرخ تورم، ارزش فعلی باشگاه فوتبال پرسپولیس برای هواداران کشور ایران به میزان ۱۱۴۵۴ میلیارد تومان محاسبه می‌شود.

تمامی برآوردهای مذکور با توجه به تعداد نمونه و براساس جدول میشل و کارسون در ۹۰ درصد مواقع به میزان ۱۵ درصد با مقادیر واقعی اختلاف خواهد داشت.

بحث و نتیجه گیری

امروزه باشگاه‌های فوتبال مثل شرکت‌های چندملیتی عمل می‌کنند و صنعت فوتبال به‌طور روزمره درگیر تغییر و تحولات می‌شوند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۴). در صنعت ورزش باشگاه‌های فوتبال به‌عنوان هسته اصلی این صنعت مانند بنگاه اقتصادی عمل می‌کنند و با استفاده از تجهیزات و امکانات، نیروی انسانی ماهر و متخصص و مدیریت اثربخش، فوتبال را به صنعتی با گردش مالی زیاد تبدیل کرده‌اند (رمضان‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۶). هدف اصلی این پژوهش برآورد ارزش اقتصادی باشگاه فوتبال پرسپولیس برای هواداران کشور ایران بود. از آنجا که منافع کلی ایجادشده توسط باشگاه فوتبال پرسپولیس برای هواداران کشور ایران به‌علت عدم مبادله در بازار قیمت‌گذاری نشده است، به‌وسیله روش‌های غیر بازاری، ارزش‌گذاری آن ممکن می‌گردد. به این منظور در این پژوهش، از روش ارزش‌گذاری مشروط استفاده شده است. در این روش یک بازار فرضی طراحی شده و از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود تا کالاهای که ویژگی آن در پرسشنامه توضیح داده شده را ارزش‌گذاری کرده و تمایل به پرداخت خود را در مورد آن اظهار دارند. در این پژوهش تمایل به پرداخت برای حضور باشگاه فوتبال پرسپولیس تهران در رقابت‌های لیگ برتر، قهرمانی این تیم در رقابت‌های مختلف، بلیت تماشای مسابقات در استادیوم، تماشای تلویزیونی مسابقات و خرید از محصولات باشگاه فوتبال پرسپولیس، از پاسخ‌دهندگان دریافت و ارزش هر یک از این کالاها برآورد شده است.

براساس نتایج پژوهش، میانگین تمایل به پرداخت سالانه برای حضور باشگاه فوتبال پرسپولیس در رقابت‌های لیگ برتر فوتبال کشور ۳۰۰۰۰ تومان بوده و ارزش کل تمایل پرداخت‌های سالانه برای این تیم در سطح کشور، ۵۲/۵ میلیارد تومان است. ارزش سالانه باشگاه پرسپولیس با ضرب مقدار میانگین تمایل به پرداخت سالانه در تعداد هواداران به‌دست آمده است. همچنین چنانچه تمایل به پرداخت‌های سالانه هواداران در سطح کشور را برای سال‌های متمادی با همین ارزش فرض کنیم؛ ارزش فعلی کل تمایل به پرداخت‌های هواداران کشور ایران برای باشگاه فوتبال پرسپولیس برابر با ۱۱۴۵۴ میلیارد تومان خواهد بود. این مقدار را می‌توان به‌عنوان ارزش اقتصادی باشگاه فوتبال پرسپولیس برای هواداران کشور ایران در نظر گرفت. عوامل مختلفی بر تمایل به پرداخت‌های اظهارشده نقش دارند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هواداران باشگاه پرسپولیس افرادی که برای تماشای مسابقات تیم در استادیوم حضور می‌یابند و افرادی که از محصولات این باشگاه خرید می‌کنند، تمایل به پرداخت بالاتری برای حضور تیم فوتبال پرسپولیس در رقابت‌های لیگ کشور و نیز قهرمانی این تیم در رقابت‌های مختلف دارند؛ و مشخص شد که بانوان تمایل به پرداخت بیشتری برای حضور در استادیوم برای تماشای مسابقات دارند و همچنین طبق نمودار ۱ بیشترین درصد مشارکت هواداران از استان‌های مازندران، تهران و خراسان رضوی بودند.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ۷۷/۳ درصد هواداران مایل به مشارکت در تأمین بودجه برای حضور تیم پرسپولیس در سطوح رقابتی‌اند و تمایل به پرداخت هواداران باشگاه فوتبال پرسپولیس برای حضور و قهرمانی در لیگ برتر به‌ترتیب ۷۰ و ۷۲/۳ درصد، قهرمانی در جام حذفی و رقابت‌های لیگ قهرمانان آسیا به‌ترتیب ۷۱/۹ و ۷۸/۱ درصد، تهیه بلیت تماشای مسابقات تیم فوتبال پرسپولیس از استادیوم ۸۹/۹ درصد، تماشای تلویزیونی مسابقات تیم پرسپولیس ۸۳/۸ درصد و میزان خرید محصولات این باشگاه ۴۳/۵ درصد است. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش بیدرام و همکاران (۱۳۹۶) که در آن به برآورد ارزش اقتصادی باشگاه فولاد مبارکه سپاهان برای شهر اصفهان پرداخته بودند، همراستاست که بیان می‌کنند ۷۵/۳ درصد شهروندان اصفهان به تیم فوتبال سپاهان علاقه دارند و ۵۱/۲ درصد آنان حاضر به پرداخت مبالغی جهت ادامه حضور این تیم در بالاترین سطوح رقابتی فوتبال کشورند؛ تمایل به پرداخت برای قهرمانی تیم فوتبال سپاهان در رقابت‌های لیگ برتر، جام حذفی و لیگ قهرمانان آسیا به‌ترتیب ۴۳، ۴۰/۱ و ۵۰/۹ درصد

است. همچنین ۶۸/۶ درصد شهروندان برای تهیه بلیت تماشای مسابقات تیم فوتبال سپاهان از استادیوم و ۵۸/۴ درصد برای تماشای تلویزیونی مسابقات حاضر به پرداخت پول هستند.

حمایت هواداران وفادار سبب می‌شود باشگاه‌های ورزشی، در مقایسه با شرکت‌های تجاری در وضعیت رقابتی مساعدی قرار گیرند و حضور مستمر هواداران در ورزشگاه‌ها، فروش محصولات و تولیدات ورزشی و حتی غیرورزشی را افزایش می‌دهد (درویشی و همکاران، ۱۳۹۷). دبوئر و همکاران (۲۰۱۹) نیز در نتایج پژوهش خود بیان کردند که پیروی از یک رویداد در رسانه‌ها و حضور در رویداد نقش مهمی در توضیح تمایل به پرداخت ساکنان ایفا می‌کند؛ همچنین ویکر^۱ و همکاران (۲۰۱۶) در نتایج پژوهش خود اظهار کردند که عوامل مختلفی در تصمیم‌گیری برای حمایت از تیم و میزان واقعی تمایل به پرداخت برای شرکت‌کنندگان و افراد غیرمتعهد تأثیر می‌گذارد، کالاهای عمومی به‌ویژه برای گزارش یک تمایل به پرداخت مثبت اهمیت دارند. کاستلانوس و همکاران (۲۰۱۴) در نتایج پژوهش خود بیان می‌کنند که در شرایط بحرانی وضعیت اقتصادی، مردم تمایل کمتری برای قربانی کردن خود برای مصرف کالاهای عمومی تولیدشده توسط تیم فوتبال دارند. در این پژوهش بین درآمد و میزان تمایل به پرداخت برای قهرمانی این تیم در جام حذفی، خرید بلیت استادیوم و خرید محصولات باشگاه پرسپولیس رابطه معنادار وجود دارد. بیدرام و همکاران (۱۳۹۶) به این نتیجه رسیدند که شهروندان اصفهان برای خرید بلیت مسابقات ورزشی در استادیوم باشگاه فوتبال سپاهان تمایل زیادی دارند؛ و نیز کلاشی و همکاران (۱۳۹۸) عنوان می‌کنند که عوامل تعداد افراد خانواده، سن، تأهل و قیمت پیشنهادی بر روی تمایل به پرداخت افراد برای مشارکت در ورزش اثرگذار و معنادار بوده است، اما متغیر تحصیلات، جنسیت، میزان اهمیت ورزش و درآمد ماهیانه خانوار مؤثر و معنادار نیست. همچنین صادقی و همکاران (۱۳۸۸) به این نتیجه رسیدند که تماشاگران فوتبال برای خرید بلیت در شهرهای کم‌جمعیت علاقه‌مندی بیشتری دارند.

طبق نتایج پژوهش افرادی که درآمد بالایی داشتند، علاقه‌مندی بیشتری به مشارکت در تأمین بودجه و حمایت مالی باشگاه پرسپولیس دارند. ویکر و همکاران (۲۰۱۲) عنوان می‌کنند که تمایل به پرداخت در شهروندان جوان با درآمد بالا، علاقه زیاد به ورزش فوتبال و تعصب روی تیم ملی و کشور که نتیجه خوب را از نظر ملی و شخصی مهم می‌دانند، بسیار بالا بود. همچنین چنین برآوردی می‌تواند در شرایط هزینه و سودی که برای مسابقات ورزشی به دنبال دارد، ادغام شود. زاوادسکی (۲۰۱۵) در بیان می‌کند که تصمیم به اختصاص بودجه برای حمایت از ساخت ورزشگاه در گدانسک توسط افرادی که درآمد بالایی دارند، گرفته شده است که علاقه به فوتبال داشتند و متأهل بودند. همچنین سطح تمایل به پرداخت در بین زنانی که درآمد بالایی داشتند و علاقه‌مند به فوتبال بودند و مجرد بودند، بالاست. در مجموع می‌توان گفت از آنجایی که ورزش فوتبال در کشور ما ورزش محبوب و پرطرفداری بین اقشار مختلف مردم است و باشگاه فوتبال پرسپولیس که از تیم‌های پرافتخار و محبوب لیگ برتر فوتبال ایران است که به‌صورت دولتی تأمین مالی می‌شود و با توجه به شرایط حال حاضر کشور و تحریم‌ها و کمبود بودجه و ذخایر مالی دولتی که دولت برای اداره باشگاه‌های دولتی با کمبود بودجه مواجه می‌شود، می‌تواند از روش‌هایی همچون خصوصی‌سازی یا تمایل به پرداخت هواداران از تیم‌های محبوب خود که در این پژوهش به آن اشاره شده است، استفاده کند و از مدیران انتظار می‌رود از یافته‌های این پژوهش و پژوهش‌های مشابه برای ارتقای باشگاه فوتبال پرسپولیس استفاده کنند.

جمع‌آوری اطلاعات به‌صورت پرسشنامه اینترنتی محدودیت‌های خاص خود را دارد؛ از جمله محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به عدم همکاری سایت‌ها و کانال‌های رسمی باشگاه پرسپولیس اشاره کرد. همچنین به‌منظور پخش و قرار دادن لینک پرسشنامه اینترنتی در سایت‌ها و کانال‌های هواداری باشگاه تعرفه تبلیغات زیادی دارد که امید است مسئولان و مدیران باشگاه در جهت کار پژوهشی همکاری لازم را با محققان انجام دهند؛ یکی دیگر از محدودیت‌های این تحقیق که پیشنهاد می‌شود در تحقیقات بعدی مورد توجه قرار گیرد، مقطعی بودن داده‌ها و متعاقباً تحلیل‌های آن است. در زمانی که داده‌های این پژوهش جمع‌آوری و تحلیل شدند، تیم فوتبال

¹ Wicker

پرسپولیس، قهرمانی لیگ برتر ایران بوده و در چند سال اخیر نتایج شایسته‌ای در رقابت‌های حرفه‌ای فوتبال کشور و لیگ قهرمانان آسیا کسب کرده که اغلب توأم با کسب مقام قهرمانی در رقابت‌های مختلف بوده است. مطالعات پیشین در خصوص ارزش‌گذاری باشگاه‌های ورزشی و موفقیت‌های ورزشی نشان می‌دهد که تمایل به پرداخت‌های اظهارشده برای باشگاه‌ها به وضعیت جاری و موفقیت‌ها و افتخارات کسب‌شده توسط آنان نیز بستگی دارد و افزایش موفقیت‌های ورزشی، تمایل به پرداخت را نیز بالا می‌برد. بنابراین تکرار انجام این پژوهش در طول زمان و شرایط مختلف، تأثیر عامل وضعیت تیم و موفقیت‌های آن را نیز بر تمایل به پرداخت نشان خواهد داد.

از جمله پیشنهادهای پژوهشی برای آینده می‌توان ارزش‌گذاری باشگاه‌های ورزشی را با توجه به حیطة پراکندگی طرفداران آنها به لحاظ جغرافیایی، در سطوح استانی و کشوری تعمیم داد و دید جامع‌تر و دقیق‌تری نسبت به ارزش آنها و تأثیرشان در رفاه جامعه به‌دست آورد. همچنین برآورد ارزش اقتصادی باشگاه‌های ورزشی مختلف از طریق تمایل به پرداخت‌ها و مقایسه ارزش آنها با یکدیگر و نیز برآورد ارزش موفقیت‌های ورزشی مختلف در سطوح باشگاهی و ملی و نیز مقایسه باشگاه‌های برتر در کشورهای صاحب‌نام، از موضوعاتی هستند که پیگیری نتایج آنان جالب توجه بوده و همچنین می‌تواند به‌منظور اتخاذ سیاست‌های گوناگون در حوزه‌های مدیریتی و ورزشی کاربردی باشد.

تقدیر و تشکر

این مقاله حاصل یافته‌های پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازاریابی در ورزش دانشگاه مازندران است. پژوهشگران بر خود لازم می‌دانند از حمایت‌ها و مشاوره‌های استادان مدیریت ورزشی دانشگاه مازندران و همچنین هواداران باشگاه پرسپولیس که به‌منظور تکمیل پرسشنامه همکاری داشته‌اند، تقدیر و تشکر کنند.

References

- Barajas, A., Coates, D., & Sanchez-Fernandez, P. (2016). Beyond retrospective assessment. Sport event economic impact studies as a management tool for informing event organization. *European Research on Management and Business Economics*, 22(3), 124-130.
- Bidram, R., Safari, B., Darvar, D. (2018). Estimating the economic value of Isfahan City Mobarakeh Steel Football Club. *urban economy*, 1, 37-50. (in Persian)
- Castellanos, P., & Sánchez, J. M. (2007). The economic value of a sports club for a city: empirical evidence from the case of a Spanish football team. *Urban public economics review*, (7), 13-38.
- Castellanos, P., Garcia, P. C., Villar, J. G., & Santos, J. M. S. (2014). Economic crisis, sport success and willingness to pay: the case of a football club. *Sport, business and management: an international journal*, 4(3), 237-249.
- Darvishi, A., Naseripour, M. & Dousti, M. (2018). Identification of strategies to maintain and increase Persepolis Club football - sports fans. *Journal of Sport Management*, 9(4), 695-679. (in Persian)
- Dashtbany, Y., Abrishami, H., Sajadi, S.N. (2016). Influence of ambiguity as a result of increased level of competitive balance on audience demand in Iranian Premier League. *Sport Management*, 5, 637-654. (in Persian)
- De Boer, W. I., Koning, R. H., & Mierau, J. O. (2019). Ex ante and ex post willingness to pay for hosting a large international sport event. *Journal of Sports Economics*, 20(2), 159-176.
- Deldar, E., Kargar, Gh., & Ghafouri, F. (2017). Investigation of economic barriers to privatization of professional soccer league clubs in Iran. *Journal of Sport Management and Development*, 2(9), 53-68. (in Persian)

- Elahi, A., Sajadi, N., Khabiri, M. & Abrishami, H. (2009). Barriers to the Development of Attracting Financial Support Spending in the Football Industry of the Islamic Republic of Iran. *Journal of Sport Management*, 1, 189-202. (in Persian)
- Feng, X., & Humphreys, B. (2018). Assessing the Economic Impact of Sports Facilities on Residential Property Values: A Spatial Hedonic Approach. *Journal of Sports Economics*, 19(2), 188–210.
- Ghaderpour, E., Sefhrivand, A., & Soltanhoseini, M. (2016). Investigating the economic status of professional stadiums and sports teams on the index of income. *Sport Management*, 2, 265-279. (in Persian)
- Greene, W. H. (2003). *Econometric analysis*. Pearson Education India.
- Javani, V. (2018). Explaining the Basics of Implementing Resistance Economics in the Sports Industry. *Sport Management*, 3, 567-580. (in Persian)
- Johnson, B. K., Groothuis, P. A., & Whitehead, J. C. (2001). The value of public goods generated by a major league sports team: The CVM approach. *Journal of Sports Economics*, 2(1), 6-21.
- Kalashi, M., Eidi, H., Abbasi, H. & Rajaei, M. (2019). Estimation of GDP of sport and its evolution (1995-94). *Sport Management Studies*, 54, 17-32. (in Persian)
- Kalashi, M., Karimi, J. & Eidi, H. (2019). Economic evaluation of participation in sport and determination of people's willingness To pay (demand for sports). *Contemporary Research in Sport Management*, 9(17), 95-107. (in Persian)
- KhodadadKashi, F., KarimNia, E. (2016). The Impact of Economic and Social Factors on Countries' Sports Success at the Olympics (1996- 2012). *Journal of Economic Modeling Research*, 25, 43-67. (in Persian)
- Lee, J. H., Han, S., & Shin, H. C. (2020). Benefit estimation for different types of bikeways using contingent valuation method. *International Journal of Sustainable Transportation*, 1-12.
- Morgan, O. A., & Whitehead, J. C. (2018). Willingness to pay for soccer player development in the United States. *Journal of Sports Economics*, 19(2), 279-296.
- Núñez-Pomar, J. M., Calabuig-Moreno, F., & Rodríguez-Guerrero, P. (2019). Sports economics and management: An analysis of five journals indexed in the JCR. *Journal of Sports Economics & Management*, 8(3), 150-171.
- Poria, M., khabiri, K. (2018). The Impact of Sponsors on Badminton Athletes. *Strategic Studies of Sport and Youth*, 36, 69-76. (in Persian)
- Potts, J., & Thomas, S. (2018). Toward a new (evolutionary) economics of sports. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 8(1), 82-96.
- Ramezaninezhad, R., Hemati nezhad, M., Ramezani, M., Gholizadeh, M. & Hoseini keshtan, M. (2017). The Impact of Managerial Changes on Performance of Football Clubs in Iranian Premier League. *Research in Sport Management & Motor Behavior*, 12(28), 17-26. (in Persian)
- Rezaei, Sh., & Esmaeili, M. (2019). Broadcasting Rights in the Iranian Football Industry. *Journal of Sport Management and Development*, 1, 86-101. (in Persian)
- Rezaei, SH., Ehsani, M., Koozechian, H. & Amiri, M. (2015). Designing effective commercialization mechanisms for football clubs in Iran. *Research in Sport Management & Motor Behavior*, 9(25), 119-130. (in Persian)
- Robert, R. (2017). The Contingent Valuation Method in assessing the value of sport's stadium in developing nations. The case of Poland.
- Royuela, V., & Gásquez, R. (2019). On the Influence of Foreign Players on the Success of Football Clubs. *Journal of Sports Economics*, 20(5), 718-741.
- Sadeghi, H., Asgharpour, H., & Golchinfar, N. (2009). Estimates of watching the Iranian Premier League. *Journal of Economic Research*, 3, 183-202. (in Persian)
- Saifouri, V., Babolhavaeji, F., Nooshinfard, F., & Matlabi, D. (2018). Estimating the Monetary Value of Iranian University Libraries Services and Determining Factors Affecting Users' Willingness to Pay. *Academic librarianship and information research*, 29(4), 55-77. (in Persian)
- Soltani, M., Kargar, Gh., Keshkar, s., & Ghafari, F. (2019). Designing the Revenue Model for Iranian Professional Football Clubs. *Journal of Sport Management and Development*, 4(16), 42-54. (in Persian)

- Whittington, D., Briscoe, J., Mu, X., & Barron, W. (1990). Estimating the willingness to pay for water services in developing countries: A case study of the use of contingent valuation surveys in southern Haiti. *Economic development and cultural change*, 38(2), 293-311.
- Wicker, P., & Breuer, C. (2015). How the economic and financial situation of the community affects sport clubs' resources: Evidence from multi-level models. *International Journal of Financial Studies*, 3(1), 31-48.
- Wicker, P., Prinz, J., & von Hanau, T. (2012). Estimating the value of national sporting success. *Sport Management Review*, 15(2), 200-210.
- Yılmaz, M., Aksezer, Ç., & Atan, T. (2018). Dynamic frontier estimation for monitoring team performances: A case on Turkish first division football league. *Team Performance Management: An International Journal*, 25(3), 212-228.
- Zawadzki, K. (2015). Estimation of The Willingness-to-Pay for Preserving The Football Arena in Gdansk. *e-Finanse*, 11(1), 44-55.

