

Predicting Market Value of Iranian Soccer Players Using Linear Modeling Techniques

Saeid Mahmoodzad Azari¹ , Mohammad Ehsani² , Rasool Nazari³ , Rasoul Nurozi Seyed Hosaini⁴ 

1. Department of Sport Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran. E-mail: azarisaeid@gmail.com
2. Corresponding Author, Department of Sport Management Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: ehsani@modares.ac.ir
3. Department of Sport Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran. E-mail: r.nazari@khuif.ac.ir
4. Department of Sport Management Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: Rasool.norouzi@modares.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Article history: Received: 8 October 2020 Received in revised form: 11 January 2021 Accepted: 16 January 2021 Published online: 16 November 2022</p> <p>Keywords: Commercialization, Football Market Player Value</p>	<p>Introduction: The purpose of this study was to predict the market value of professional football players in the Iranian Premier League in the 2020-2021 season of Iranian football.</p> <p>Methods: The present research method was descriptive-survey. The statistical population of the present study included all Iranian and foreign players working in the Premier Football League of Iran, which was a total of 409 people. The appropriate sample size for the research was calculated to be 200 people based on the sampling formula from the limited population. Descriptive statistics were used for analysis and multiple regression method was used for inferential analysis.</p> <p>Results: The findings showed that there is a significant relationship between player valuation and age variables, goalkeeper position, midfielder position, striker position, individual awards, foot position and his appearances for a team.</p> <p>Conclusion: Therefore, it can be concluded that when evaluating, the mentioned factors should be considered to attract the desired players of the clubs in the transfer seasons. In general, it can be acknowledged that the estimated coefficients of this model have the necessary efficiency to determine the market value of professional football players in the Iranian Premier League. According to this study, it is suggested that the factors affecting the evaluation of Iranian Premier League players, including the nationality of foreign players, the popularity of Iranian football players and finally individual skills, by relevant evaluating models, the necessary research be conducted.</p>

Cite this article: Mahmoodzad Azari, S., Ehsani, M., Nazari, R., & Nurozi Seyed Hosaini, R. (2022). Predicting Market Value of Iranian Soccer Players Using Linear Modeling Techniques. *Sport Management Journal*, 14(3), 89-103.
[DOI:https://doi.org/10.22059/JSM.2021.310880.2582](https://doi.org/10.22059/JSM.2021.310880.2582)



Extended Abstract

Introduction

The sports industry has the characteristics of increasing domestic demand, increasing employment and creating new points of economic and business growth. With the continuous expansion of the sports industry, the effect of the promotion of the sports industry on economic development has gradually emerged. Professional sports, meaning sports for earning, is a main part of the sports industry. Professional athletes receive high salaries. These rights are usually secured through ticket sales, television broadcasting rights and corporate support. The pillars of professional sports are professional athletes, professional coaches and clubs, and the financial resources of professional sports in Iran include ticket sales and tournament advertisements, public donations, player transfers, television broadcasting rights, membership fees, government grants, sponsors, financial and tax exemptions. Football is a sport that, with its expansion, humanity refers to it as one of the most popular sports in the world, which attracts the most viewers.

Methods

The aim of the current research was to predict the market value of professional football players in the Iranian Premier League in the 2020-2021 Iranian football season. The present research method was descriptive-survey. The statistical population of the present study included all Iranian and foreign players working in the Premier Football League of Iran, which was a total of 409 people. The appropriate sample size for the research was calculated to be 200 people based on the sampling formula from the limited population. Descriptive statistics were used for analysis and multiple regression method was used for inferential analysis.

Results

The findings indicated that there is a significant relationship between the valuation of players and the variables of age, goalkeeper position, midfielder position, forward position, individual awards, foot position and his appearances for a team. Therefore, it can be concluded that when valuing, the mentioned factors should be taken into consideration to attract the desired players of the clubs during the transfer seasons. In general, it can be acknowledged that the estimated coefficients of this model have the necessary efficiency to determine the market value of professional football players in the Iranian league.

Conclusion

In general, it can be acknowledged that in order to improve the sports industry and its commercialization, the desired criteria should be used as development policies. In fact, paying attention to cultural factors, organizational factors, social factors, legal factors and structural factors can cause commercialization of sports in a sustainable way. Therefore, it is recommended to the sports managers of the country to emphasize the results of this research. Finally, in order to complete the studies on business in sports, the following

suggestions can be made: the football federation should familiarize club managers with training on income generation methods and how to spend money in the world's leading clubs; The hardware infrastructure and software design for the development of sports commercialization model should be created first by the government and responsible institutions in sports.

Ethical Considerations

All the statistical sample in the present study participated in the research process knowingly and with full satisfaction.

Compliance with ethical guidelines: The participants were asked to express their opinions in order to comply with ethical points in the research process and then applied by the research team.

Funding: This research did not use any institutional research budget.

Authors' contribution: All members of the research team had an equal contribution to the present research.

Conflict of interest: The authors do not have any conflict of interest at present.

Acknowledgments: We appreciate all managers, coaches, experts and players of professional football clubs who helped the research team in the process of conducting the research.



مدیریت ورزشی



پیش‌بینی ارزش بازار بازیکنان فوتبال ایران با استفاده از تکنیک‌های مدل‌سازی خطی

سعید محمودی زاد آذری^۱ ID، محمد احسانی^۲ ID✉، رسول نظری^۳ ID، رسول نوروزی سید حسینی^۴ ID

۱. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. رایانامه: azarisaeid@gmail.com
۲. نویسنده مسؤؤل، گروه مدیریت ورزشی دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: ehsani@modares.ac.ir
۳. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. رایانامه: r.nazari@khuisf.ac.ir
۴. گروه مدیریت ورزشی دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: Rasool.norouzi@modares.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	مقدمه: هدف از پژوهش حاضر پیش‌بینی ارزش بازار بازیکنان حرفه‌ای فوتبال لیگ برتر ایران فصل ۹۸-۹۹ فوتبال ایران بود.
تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۴/۹	روش پژوهش: شرکت‌کنندگان در پژوهش بازیکنان شاغل در لیگ برتر فوتبال ایران و در مجموع ۴۰۹ نفر بودند. حجم نمونه مناسب برای پژوهش، براساس فرمول نمونه‌گیری از جامعه محدود و در سطح خطای ۵ درصد، ۲۰۰ نفر محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل از آمار توصیفی و به‌منظور تحلیل استنباطی از روش رگرسیون چندگانه استفاده شد.
تاریخ بازنگری: ۱۳۹۹/۶/۲۰	یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد رابطه معناداری در ارزش‌گذاری بازیکنان و متغیرهای سن، پست دروازه‌بان، پست هافبک، پست مهاجم، جوایز فردی، وضعیت پا و تعداد بازی وجود دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که هنگام ارزش‌گذاری باید عوامل ذکر شده را برای جذب بازیکنان موردنظر باشگاه‌ها در فصول نقل و انتقال مدنظر قرار داد.
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۸/۲۵	نتیجه‌گیری: به‌طور کلی ضرایب برآوردی این مدل کارایی لازم را برای مشخص کردن ارزش بازار بازیکنان حرفه‌ای فوتبال در لیگ ایران دارد. با توجه به بررسی به‌عمل‌آمده در این پژوهش پیشنهاد می‌شود عوامل اثرگذار بر ارزش‌گذاری بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران از جمله ملیت بازیکنان خارجی، میزان محبوبیت بازیکنان فوتبال ایران و در نهایت مهارت‌های فردی با ارزش‌گذاری مدل‌های مربوط بررسی شود. همچنین با توجه به تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام در ایجاد ارتباط ارزش بازیکنان و محبوبیت ایجاد شده برای آنان و ارتباط آن با افزایش ارزش بازیکنان، تحقیقاتی انجام گیرد.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۸/۲۵	کلیدواژه‌ها: ارزش، بازار، بازیکن، تجاری‌سازی، فوتبال

استناد: محمودی زاد آذری، سعید؛ احسانی، محمد؛ نظری، رسول؛ و نوروزی سیدحسینی، رسول (۱۴۰۱). پیش‌بینی ارزش بازار بازیکنان فوتبال ایران با استفاده از تکنیک‌های مدل‌سازی خطی. نشریه مدیریت ورزشی، (۳)، ۱۴-۸۹.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2021.310880.2582>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی.

مقدمه

صنعت ورزش، دارای ویژگی‌های افزایش تقاضای داخلی، افزایش اشتغال و ایجاد نقاط جدید رشد اقتصادی و کسب‌وکار است (ژو و یانگ، ۲۰۱۹). با گسترش مداوم صنعت ورزش، به تدریج اثر ارتقای صنعت ورزش بر توسعه اقتصادی پدیدار شده است (یانگ، ژو و یانگ، ۲۰۲۰). این صنعت با در اختیار داشتن عامل محرکی همچون مسابقات بزرگ ورزشی، امکان بهره‌مندی از فرصت‌های تبلیغاتی در رسانه‌ها را فراهم کرده که این موضوع موجب ایجاد بستر لازم برای تعامل بین صنعت، تجارت و ورزش شده است (رضایی، ۲۰۱۷). ورزش حرفه‌ای به معنای ورزش برای کسب درآمد، بخش اصلی از صنعت ورزش است. ورزشکاران حرفه‌ای حقوق بالایی دریافت میکنند. این حقوق معمولاً از طریق فروش بلیت، حق پخش تلویزیونی و حمایت شرکتها تأمین میشود (رضایی صوفی و شعبانی، ۲۰۱۷). ارکان ورزش حرفه‌ای، ورزشکاران حرفه‌ای، مربیان حرفه‌ای و باشگاه‌ها هستند و منابع مالی ورزش حرفه‌ای در ایران شامل بلیت‌فروشی و تبلیغات مسابقات، کمک‌های مردمی، نقل و انتقال بازیکنان، حق پخش تلویزیونی، حق عضویت، کمک‌های دولتی، حامیان مالی و معافیت‌های مالیاتی است (عرب نرمی، سجادی و خبیری، ۲۰۱۸).

فوتبال، ورزشی است که با گسترش آن بشریت از آن به‌عنوان یکی از محبوب‌ترین ورزش‌های جهان یاد می‌کند که پربیننده‌ترین مخاطبان را به خود اختصاص می‌دهد (بونداری، پیلاتی و هورست، ۲۰۲۰). در ایران نیز، فوتبال از محبوب‌ترین ورزش‌هاست و در واقع، بخشی از جامعه است و روزبه‌روز اهمیت بیشتری می‌یابد. به همین دلیل، لازم است که مسئولان و مدیران سازمان‌های ورزشی توجه زیادی به این رشته داشته باشند (صادقی و گلچین‌فر، ۲۰۰۹). سازمان اقتصادی دلوویت^۱ در سال ۲۰۱۶ گردش مالی صنعت فوتبال اروپا را در فصل ۲۰۱۴-۲۰۱۵ بالغ بر ۲۲ میلیارد یورو و فصل ۲۰۱۶-۲۰۱۷ را ۲۵ میلیارد یورو پیشبینی کرده است؛ بنابراین امروزه فوتبال صاحب همه عوامل لازم برای «صنعت» شدن است. فوتبال تجارت رو به رشدی است و موجب ایجاد علاقه اقتصادی چشمگیری در بین انواع مصرف‌کنندگان و تعداد زیادی از ذی‌نفعان می‌شود (یاپانز، ثرایو و ورونتیس، ۲۰۲۰). در بسیاری از کشورها، برگزاری لیگ‌های حرفه‌ای و صنعت باشگاه‌داری حرفه‌ای فوتبال موجب رشد و توسعه اقتصادی مطلوبی در صنعت فوتبال شده است (رضایی، ۲۰۱۶). رشد فوتبال به‌عنوان پدیده‌ای تجاری در چند دهه گذشته در همه جوامع و به‌ویژه در ایران چشمگیر بوده است و از درآمدزاترین صنایع در سده حاضر به‌شمار می‌رود. راه‌اندازی لیگ حرفه‌ای فوتبال در ایران اگرچه همسو با سیاست‌های جهانی فدراسیون فوتبال در راستای تجاری‌سازی فوتبال در کشورهای عضو است، توسعه و بقای آن در دنیای تجاری امروز نیازمند تدارک وسایل تجهیزات، فرهنگ، قوانین و آئین‌نامه‌های مخصوص به خود است (عیدی‌پور و آری، ۲۰۱۵). کسب درآمد در باشگاه‌های فوتبال مثل تمام باشگاه‌های ورزشی راهکار مهمی برای بقا و توسعه است که البته این راه‌های کسب درآمد معمولاً از قبل مشخص شده‌اند و قوانینی نیز در این خصوص وجود دارد که باشگاه‌ها بتوانند در چارچوب آن پیش روند. در ایران به‌عنوان کشوری در حال توسعه استفاده از تمامی فرصت‌های تجاری و اقتصادی قابل بهره‌برداری همانند فوتبال ضرورتی انکارناپذیر است. همچنین بهبود وضعیت تأمین مالی و اقتصادی فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر می‌تواند به پیشرفت عمده در وضعیت فنی فوتبال در بعد قهرمانی و ملی نیز منجر شود (عابدی و طالب‌پور، ۲۰۱۵). امروزه باشگاه‌های فوتبال در سراسر جهان به شرکت‌های تجاری حرفه‌ای معتبر تبدیل شده‌اند. برای نمونه در حال حاضر بیست باشگاه مطرح انگلستان در بورس لندن حضور دارند و هزاران نفر طرفدار فوتبال سهامدار این باشگاه‌ها هستند و از طریق دادوستد سهام خود علاوه بر کسب سود به باشگاه‌های خود نیز کمک مالی فراوانی می‌کنند. این شکل اداره سبب شده تا باشگاه‌ها به دو هدف اصلی خود (موفقیت تجاری و ورزشی) دست یابند (دلدار و غفوری، ۲۰۱۶). مشارکت دولت، روابط عمومی، توسعه ظرفیت و فرهنگ تأثیر مثبت و معناداری در تجارت‌سازی ورزشی در بخش‌هایی از فوتبال داشته است. مشارکت دولت، روابط عمومی، توسعه ظرفیت و فرهنگ ملی عوامل راهبردی قابل توجهی برای تجاری‌سازی ورزشی فوتبال در کنیا بوده است و پیشنهاد می‌کند که مدیریت سازمان‌های فوتبال در کنیا باید عمداً

1. XY & Yang

2. Bondarki, Pilatti & Horsat

3. Deloitte

4. Yiapanas, Thrassou & Vrontis

عوامل راهبردی مختلفی از جمله مشارکت دولت، روابط عمومی، توسعه ظرفیت و فرهنگ ملی را برای اطمینان از تجاری‌سازی در بخش‌های فوتبال در کنیا اتخاذ کنند (اوريجی و دیا، ۲۰۱۹). راهبردهای بازاریابی جهانی باشگاه بایرن مونیخ را باید از لحاظ دستاوردهای ورزشی، عملکرد مالی و تعداد هواداران جهانی تحلیل کرد. علاوه بر اینکه گام‌های گذشته این باشگاه در جلب نظر هواداران داخلی و خارجی در کنار ابزارهای درآمدزایی برای باشگاه‌ها و تعاملات بین آنها و تیم‌های ورزشی می‌تواند در افزایش ارزش ویژه برند تأثیرگذار باشند (باثنا، ۲۰۱۹).

از دیدگاه مدیریتی، از مهم‌ترین تصمیماتی که مدیران تیم‌ها اتخاذ می‌کنند، تصمیم در خصوص نقل و انتقالات بازیکنان است، از این‌رو موضوع مربوط به ارزش‌گذاری بازیکن، به‌ویژه تعیین هزینه‌های نقل و انتقالات و ارزش‌های بازار به روش علمی و مؤثر جزو دغدغه‌های اساسی مدیران باشگاه‌های فوتبال در سراسر جهان به‌شمار می‌رود. به مدیران فدراسیون فوتبال پیشنهاد می‌شود به‌منظور تعالی برند ملی فوتبال ایرانی شاخصه‌های احصاشده از جمله درآمدزایی از طریق فروش بازیکنان آکادمی را مدنظر قرار دهند (نظری و عظیم‌زاده، ۲۰۱۹). ارزش‌های بازار را می‌توان تخمین هزینه‌های نقل و انتقال دانست، یعنی هزینه‌ها و قیمت‌هایی که برای یک بازیکن در بازار نقل و انتقالات فوتبال پرداخت می‌شود. بنابراین آنها نقش مهمی در مذاکرات نقل و انتقالات دارند. با توجه به اینکه سالانه مبالغ بسیار شگفت‌انگیزی در صنعت فوتبال جهان برای نقل و انتقالات بازیکنان که از ارزشمندترین منابع مالی و سرمایه‌ای یک باشگاه محسوب می‌شوند، هزینه می‌شود، از این‌رو مسئله اصلی شایان ملاحظه در این زمینه توانایی پیش‌بینی ارزش هر یک از بازیکنان در بازار نقل و انتقالات با استفاده از تکنیک‌ها و مدل‌های ارزش‌گذاری است که براساس جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از منابع مختلف میسر خواهد بود و یکی از این منابع وب‌سایت آلمانی ترانسفر مارکت است که کنترل در خصوص قضاوت کردن ارزش بازیکنان در بازار نقل و انتقالات را انجام می‌دهد. براساس اطلاعات درج‌شده در این وب‌سایت، در خصوص بازیکنان مهم و اصلی جزئی‌ترین اطلاعات در خصوص آنان ضبط می‌شود و از سویی از نظرهای کارشناسان نیز بهره‌مند می‌شود و به ارزیابی ارزش آنان براساس تجزیه و تحلیل این داده‌ها در بازار می‌پردازد. این قیمت‌ها و ارزش آنان به‌صورت مستقیم از طریق الگوریتم‌ها به دست نمی‌آیند، ولی از سویی عواملی از تمامی جنبه‌های موجود در این زمینه قابل ملاحظه بوده‌اند که در زمینه تصمیم‌گیری و تعیین ارزش عددی و قیمت یک بازیکن در بازار نقل و انتقالات بحث کرده‌اند (بی و هوویتز، ۲۰۱۰).

با توجه به اینکه ارزش مادی بازیکنان حرفه‌ای فوتبال برای باشگاه‌ها از جنبه اقتصادی بسیار مهم و تأثیرگذار است، به‌نظر می‌رسد که روش‌شناسی پیش‌بینی ارزش آنان در بازار به‌عنوان یک دارایی واقعی می‌تواند در کل صنعت فوتبال، وضعیت بیمه و سرمایه‌گذاری جهانی برای تمامی افراد در این ورزش تأثیرگذار باشد. به هر حال فوتبال در هر دو وجه کمی و کیفی در زمینه صنعت رو به گسترش مربوط به خود درگیر است و این موضوع در تمامی نقل و انتقالات هدفمندشده و همچنین مباحثات و مذاکرات مربوط به دستمزد بازیکنان و ارزیابی قیمت آنان از هر حیث قابل ملاحظه است (وندربگ، ۲۰۱۱). از این‌رو قیمت به‌عنوان عنصر بسیار حیاتی و تأثیرگذار در پیش‌بینی ارزش بازار بازیکنان فوتبال مورد توجه ویژه‌ای است (هی، ۲۰۱۲). همه‌ساله مقدار بسیار زیادی نقدینگی و پول در چرخه نقل و انتقال بازیکنان در لیگ‌های مختلف جهان به‌ویژه لیگ‌های اروپایی مبادله شده است و به علل مختلف، به‌دست آوردن ارزیابی مناسب اقتصادی برای انتقال بازیکنان در طول سال بسیار حائز اهمیت و ارزشمند است. برای مثال عملکرد این بازیکنان در طی فصل وابستگی زیادی با ارزش این بازیکنان در بازار نقل و انتقالات دارد (ایزدیار و موسوی، ۲۰۱۵).

نظر به اینکه در ایران نیز به‌تبع ضرورت جهانی شدن ورزش حرکت‌های چشمگیری صورت پذیرفته است، باید با توجه به تحقیقات انجام‌پذیرفته کشورهای را که در جوامع بین‌المللی در آنها آزمایش‌هایی انجام شده و موفقیت آنها به اثبات رسیده است، به‌عنوان الگو

1. Origi & Deya

2. Baena

3. Bee & Havitz

4. Van den Berg

5. He

به کار برد تا از کشورهای پیشرو ورزش جهان بیش از این جا نماند. طی دهه‌های اخیر باشگاه‌های ورزشی متعددی در ساختار ورزش ایران فعالیت کرده‌اند که قسمت اعظم این باشگاه توسط دستگاه‌های دولتی حمایت می‌شوند یا اینکه توسط این سازمان‌ها و ارگان‌ها و بعضاً توسط بخش خصوصی تأمین مالی می‌شوند و تمامی هزینه‌های مربوط به آورده این باشگاه‌ها که شامل هزینه‌های نقل و انتقال بازیکنان فوتبال نیز می‌شود، از همین محل‌ها تأمین می‌شود (امیر و لیون؛ ۲۰۰۵). تجارت‌های جدیدی در فوتبال که با مضمون ذی‌حسابی و سرمایه‌گذاری در فوتبال عنوان کرد، باشگاه‌هایی که فعالیت‌های خود را به فوتبال معطوف می‌کنند، به درآمد زیادی نیاز دارند تا بتوانند هزینه‌های ضروری و اجتناب‌ناپذیر این رشته ورزشی پرترفدار را تأمین کنند. هزینه‌های عمده و کلی تیم‌های فوتبال شامل حقوق و پاداش بازیکنان، انتقال بازیکنان به باشگاه‌های دیگر، مدیریت نیروی انسانی، ایجاد و نگهداری فضاهای ورزشی، هزینه‌های مسافرت، مالیات، بیمه، هزینه‌های اداری و خدمات است و درآمدهای عمده و کلی نیز شامل حامیان مالی، حق پخش تلویزیونی، فروش بازیکنان، تبلیغات، فروش وسایل ورزشی و فروش بلیت ورودی برای تماشای بازی‌ها توسط تماشاگران است (فورکر؛ ۲۰۰۵).

باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال به طور کلی در سه فعالیت اصلی درگیرند. اولین فعالیت، تولید درآمد حاصل از فروش بلیت مسابقات، حق پخش تلویزیونی و جذب حامیان مالی است. دومین فعالیت تجارت میلیاردری قراردادهای خرید و فروش و یا نقل و انتقالات بازیکنان فوتبال در تیم‌های مختلف را شامل می‌شود و بالاخره فعالیت سوم، پرورش بازیکنان خلاق و با استعداد در جهت استفاده از منافع آنان در آینده است. از این رو می‌توان ارزش دوره‌های قراردادهای بازیکنان فوتبال رویه مناسب و به موقع را برای بررسی الزامات استانداردهای بین‌المللی برای شناسایی مبلغ قرارداد بازیکنان می‌توان به کار گرفت (تونرو، کلارک و ونی؛ ۲۰۰۵). ارزش هر بازیکن از باشگاهی به باشگاه دیگر بسته به تعداد معیارهای عملکردی همچون عضویت در باشگاه خارجی، تأثیر مصدومیت و سطح باشگاه قبلی آن بازیکن فرق می‌کند. برای سنجش ارزش اقتصادی بازیکنان از اطلاعات عملکرد ورزشی بازیکنان استفاده کردند و نتایج آنان نشان داد که یک درصد افزایش در ارزش اجتماعی موجب ۵ درصد افزایش در قرارداد انتقال بازیکن می‌شود و عوامل دیگری در ارزش گذاری بازیکن نقش دارند که شامل سن و ملیت است و ارزش بالای بازیکن را به همراه دارد. همچنین این اثر به این واقعیت برمی‌گردد که تیم‌های مشهور و مهم‌تر به شدت برای تعداد جذب بازیکنان برتر که تعداد آنها نیز محدود است، به رقابت می‌پردازند، همچنین نتایج نشان می‌دهد که باشگاه‌های توانمند در بخش مالی توانایی بیشتری برای تولید بازده اقتصادی بیشتر از ارزش رسانه‌ای بازیکنان دارند. یکی از مهم‌ترین عناصر در این میان عامل سن بازیکنان است، بازیکنان مسن‌تر ۳۰ تا ۳۵ سال، با توجه به چگونگی عملکرد خود و کیفیت آن و نظر به اینکه به پایان دوران حرفه‌ای خود می‌رسند، ارزش بالایی در بازده نقل و انتقالات ندارند (باقری، خدامرادی و قربانی، ۲۰۱۱). با توجه به وابستگی شدید باشگاه‌های ورزشی ایران به‌ویژه باشگاه‌هایی که فقط در رشته فوتبال فعالیت دارند، مانند فولاد مبارکه سپاهان، ذوب‌آهن، سایپا، فولاد خوزستان، استقلال و پرسپولیس به بودجه‌های دولتی یا سازمان‌های صنعتی، مدیریت هزینه کمتری در این باشگاه‌ها در راستای تعادل بودجه‌های مربوط به بازار نقل و انتقالات لحاظ می‌شود (ماروو، ۱۹۹۹). با توجه به اینکه باشگاه‌های ورزشی برای تأمین هزینه‌های ضروری و مورد نیاز خود در بازار نقل و انتقالات به منابع مالی قابل توجهی نیازمندند، از این رو خرید بازیکنان مورد نیاز و قدرت پیش‌بینی اینکه بازیکنان موردنظر در لیست خرید باشگاه چه نقشی در بازار نقل و انتقالات هر فصل از مسابقات لیگ حرفه‌ای کشور ایران دارند و قیمت هریک از آنان از بهترین متغیرهای اقتصادی مؤثر به تقاضا در بازار نقل و انتقالات است، بدیهی است که قیمت و ارزش پیش‌بینی‌شده آنان به‌نوعی اساسی‌ترین عنصر در عوامل مؤثر بازاریابی در باشگاه‌های ورزشی است (هی، ۲۰۱۲). بر همین اساس در مباحث مربوط به بازاریابی باشگاه‌های ورزشی بالأخص در توجه به عنصر آمیخته بازاریابی که از عوامل مختلفی مانند مردم، قیمت، تبلیغ فراورده یا محصولات تشکیل شده است، قیمت تنها عاملی است که ایجاد درآمد می‌کند، اما سه عنصر دیگر موجب هزینه می‌شوند،

1. Amir & Livne

2. Forker

3. Tunaru, Clark & Viney

4. Morrow

همچنین قیمت انعطاف‌پذیرترین عامل در آمیخته بازاریابی و نیز عاملی در آمیخته است که سریع‌ترین واکنش را در رقبا ایجاد می‌کند (ایزدیار و موسوی، ۲۰۱۵).

با توجه به مسائل مطرح‌شده در خصوص قیمت و ارزش بازیکنان در بازار نقل و انتقالات و همچنین نظر به نحوه چگونگی تأمین منابع مالی برای حضور باشگاه‌ها در بازار نقل و انتقالات، اختلاف نظر و چانه‌زنی و به‌نوعی پیش‌بینی ارزش بازیکنان و مبالغ قرارداد آنها از موضوعات بحث‌برانگیزی است که طی سال‌های اخیر با توجه به جهت‌گیری ورزشکاران به سمت‌وسوی حرفه‌ای شدن در فوتبال ایران بروز و ظهور بیشتری نسبت به سال‌های قبل یافته است، به‌خصوص با توجه به اینکه دولت به‌منظور تعیین سطح دستمزد بازیکنان طی سال‌های اخیر به‌نوعی تصمیم‌گیری و به نحوه انعقاد قراردادهای بازیکنان نیز نظارت می‌کند. درحالی‌که همه‌ساله مبالغ هنگفتی برای خرید بازیکنان در فوتبال توسط باشگاه‌ها هزینه می‌شود. سازمان لیگ حرفه‌ای ایران ضعف‌های عمده‌ای در زمینه کمبود بودجه و همچنین مشکلات مالی دارد. از سویی مدیران دولتی نیز دغدغه زیادی در زمینه سود و زیان باشگاه‌های خود که به‌نوعی یک بنگاه اقتصادی هستند، ندارند. با توجه به اینکه بیشتر باشگاه‌های ورزشی کشور به‌نوعی توسط سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی و بعضاً بخش خصوصی تأمین مالی می‌شوند و درآمدزایی اندکی دارند، هزینه‌های غیرواقعی برای خرید بازیکنان در ایران برای عده‌ای قابل تأمل است، ضمن اینکه در حیطه قراردادهای بازیکنان حرفه‌ای و نقل و انتقالات بازیکنان فوتبال نیز اختلاف چشمگیری بین لیگ فوتبال ایران و سایر کشورها وجود دارد. در حال حاضر در لیگ حرفه‌ای ایران، بازیکن حرفه‌ای و قرارداد حرفه‌ای به‌روشنی تعریف نشده است (دییکن و راجاسخار، ۲۰۱۰). از مهم‌ترین این منابع خرید و فروش بازیکنان است. با توجه به موارد اشاره‌شده می‌توان گفت که لیگ برتر فوتبال یکی از رقابت‌هایی است که در ایران به‌صورت حرفه‌ای برگزار می‌شود. روند نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران ضروری است، زیرا به جذابیت مسابقات و حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها منجر می‌شود. همچنین تیم‌های ورزشی به حمایت احتیاج دارند و حضور تماشاگران می‌تواند از عوامل موفقیت این تیم‌ها قلمداد شود. بنابراین حضور بازیکنان ستاره در مسابقات و نتیجه‌گیری تیم‌ها مؤثر است و از سویی برای باشگاه‌ها منبع مالی مناسبی محسوب می‌شوند. از این‌رو شناخت عوامل تأثیرگذار بر نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران، مسئولان تیم‌ها را در جهت کسب درآمد بیشتر مدد می‌رساند.

درحالی‌که طی سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۷ شاهد افزایش چشمگیر قراردادهای بازیکنان لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران بوده‌ایم و از سویی کاهش درآمدهای باشگاه نیز سیر نزولی چشمگیری برداشته است و منابع ایجاد درآمد باشگاه‌ها که قسمت اعظم آن باید از تبلیغات محیطی و همچنین حق پخش تلویزیونی تأمین شود با چالش‌های بسیاری روبه‌رو بوده است، این چالش‌ها ما را بر آن می‌دارد که با استفاده از تحقیقات مؤثر علمی بتوانیم پیش‌بینی لازم در خصوص عوامل تأثیرگذار در بازار نقل و انتقالات و همچنین تعیین ارزش بازار بازیکنان فوتبال در لیگ حرفه‌ای ایران را با استفاده از مدل‌های با اعتبار ریاضی تعیین کنیم و با استفاده از نتایج احتمالی تأثیر مثبتی در راه منطقی بودن دریافت این دستمزدها و واقعی ساختن حداکثر ارزش آنان در بازار نقل و انتقالات ایجاد کنیم. از منظر دیگر عدم پیش‌بینی در ارزش‌گذاری بازیکنان در بازار نقل و انتقالات نه‌تنها برای توسعه تیم‌ها می‌تواند بسیار مخرب و بحران‌ساز باشد، بلکه از نگاهی دیگر برای بازیکنان و واسطه‌هایی که در نقل و انتقالات فعالیت دارد نیز کاملاً ضروری است. با توجه به موارد مطرح‌شده می‌توان گفت که امروزه فوتبال با پشت سر گذاشتن تغییرات فراوان، از حالت یک ورزش ساده به تجارت تبدیل مبدل شده و خود را در کنار سایر صنایع و حرفه‌های موجود مطرح کرده است. به‌دلیل جهانی شدن مقوله اقتصاد فوتبال و عمومیت داشتن رشته ورزشی فوتبال در ایران، ملاحظه می‌شود که موضوعات اقتصادی و درآمدزایی فوتبال بحث داغ بسیاری از روزنامه‌های رادیو و تلویزیون و نیز محافل علمی شده است. در این میان موضوع حائز اهمیت اینکه به‌دلیل نوپا بودن صنعت فوتبال حرفه‌ای در کشور، مقوله توسعه اقتصادی صنعت فوتبال به‌شدت نیازمند انجام پژوهش‌های علمی منظم و سازمان‌یافته است. با اجرای چنین پژوهش‌هایی می‌توان پیشنهادهایی را به سیاستگذاران دولتی و غیردولتی ارائه کرد تا آنها بتوانند با تصمیم‌گیری‌های پژوهش‌محور گام‌های اساسی را در جهت توسعه اقتصادی صنعت فوتبال کشور بردارند. از سوی دیگر یکی از عوامل مؤثر در فوتبال رشد فزاینده پدیده دلالتی در فوتبال ایران است که به‌جرات

می‌توان گفت که سرعت رشد آن از توسعه فنی فوتبال و حتی اجزای فوتبال پیشی گرفته است. بیشتر این افراد، سابقه یا حتی دانش فوتبالی ندارند و به لحاظ تحصیلی و اجتماعی از جایگاه مناسبی برخوردار نیستند و با توسل به ارتباطات، رابطه دوستی یا فامیلی که دارند وارد این عرصه شده‌اند و طی چند سال اخیر، بیشترین تأثیر را بر بدنه فوتبال گذاشته‌اند. با توجه به این عوامل می‌توان گفت که انجام چنین پژوهشی ضروری به نظر می‌رسد و طراحی الگوی مناسب در زمینه نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال می‌تواند گامی مهم در این راستا باشد. نبود خطمشی مدون که بتواند نقل و انتقالات خود را طبق آن انجام دهند، از مشکلات بزرگی است که گریبانگیر باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال شده است، بنابراین طراحی الگویی مدون در نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال می‌تواند درصد زیادی از مشکلات آنها را حل کند. از این رو پژوهشگر به دنبال پاسخ دادن به این پرسش است که ارزش بازار بازیکنان فوتبال ایران براساس چه عواملی صورت می‌پذیرد؟

روش‌شناسی پژوهش

هدف پژوهش حاضر پیش‌بینی ارزش بازار بازیکنان حرفه‌ای لیگ برتر فوتبال ایران در فصل ۹۸-۹۹ اس. این پژوهش کاربردی به منظور استفاده از نفعان فوتبال ایران بود. پژوهش حاضر به دو صورت کیفی و کمی انجام پذیرفت. از لحاظ روش توصیفی - پیمایشی و از لحاظ هدف کاربردی است. در این پژوهش با استفاده از تکنیک‌های مدلسازی خطی به پیش‌بینی ارزش بازار بازیکنان حرفه‌ای لیگ فوتبال برتر ایران در فصل ۹۸-۹۹ که تعداد آنان حدود ۴۰۹ نفر بود، پرداخته شده است. متغیرهای مورد بررسی در قالب یک مدل مفهومی و شرح چگونگی بررسی و اندازه‌گیری متغیرها در این پژوهش، با استفاده از تکنیک‌های مدلسازی آماری بر روی عوامل پیش‌بینی‌کننده ارزش‌گذاری در بازار نقل و انتقالات فوتبال حرفه‌ای ایران در فصل ۹۸-۹۹ متمرکز شده‌اند و برای رسیدن به این هدف دو مرحله در روش پژوهش طی شده است: الف) اطلاعات به صورت متغیر وابسته (ارزش بازار) و متغیرهای مستقل (عوامل پیش‌بینی‌کننده) جمع‌آوری و سازماندهی شده است؛ ب) عوامل پیش‌بینی‌کننده با استفاده از بهترین مدل انتخاب شده بررسی شدند و در نهایت در خصوص هر یک بحث و نتیجه‌گیری نهایی به عمل آمده است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی بازیکنان ایرانی و خارجی شاغل در فوتبال ایران بودند که مجموعه آنان حدوداً برابر با ۴۰۹ نفر بود، این تعداد بازیکن صرفاً در فصل ورزشی ۹۸-۹۹ بررسی شدند. حجم نمونه مناسب برای انجام پژوهش، براساس فرمول نمونه‌گیری از جامعه محدود و در سطح خطای آلفای ۰/۵ و به صورت زیر محاسبه شده است:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 / 2 \times p(1-p)}{Z_{\alpha}^2 (N-1) + Z_{\alpha}^2 \times p(1-p)}$$

$$= \frac{409 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{1.96^2 \times (409 - 1) + 1.96^2 \times 0.5(1 - 0.5)} \sim 200$$

روش جمع‌آوری داده‌های پژوهش میدانی بود. با توجه اینکه تمامی اطلاعات مورد نیاز هر یک از بازیکنان که در این پژوهش جامعه آماری را تشکیل می‌دادند، از طریق مراجعه به کمیته برگزاری مسابقات لیگ حرفه‌ای در دسترس بود، از این رو جمع‌آوری اطلاعات به طور مستقیم از قراردادهای موجود بازیکنان نزد آن سازمان و همچنین مراجعه به وبسایت سازمان لیگ حرفه‌ای ایران و مشاهده و بررسی فهرست‌های تمامی تیم‌های حاضر در فصل مسابقات ۹۸-۹۹ انجام پذیرفت. از سویی برای حصول اطمینان از منابع کتابخانه‌ای دیگر مانند مجلات، وبسایت‌های معتبر داخلی، مانند وبسایت‌های باشگاه‌های دارنده بازیکنان، وبسایت رسمی فدراسیون فوتبال جمهوری اسلامی ایران استفاده شد. همچنین برای جمع‌آوری اطلاعات برخی از بازیکنان خارجی شاغل در لیگ از وبسایت بسیار معتبر ترانسفر مارکت اطلاعات لازم بازیکنان جمع‌آوری و به منظور انجام عملیات آماری آماده شد. در همین زمینه برای دستیابی به شاخص پیش‌بینی‌کننده سن به صورت میانگین اطلاعات برای هر یک از بازیکنان برای پنج فصل متوالی از منابع موصوف که در بالا ذکر شد، جمع‌آوری شد. پانزده متغیر می‌تواند بر ارزش بازار بازیکنان فوتبال مؤثر باشد که در سه دسته طبقه‌بندی شدند. همچنین برای به دست

آوردن برخی از شاخص‌های فیزیولوژیکی مانند پای برتر و قد بازیکنان از اطلاعات ثبت‌شده فرم‌های استاندارد سازمان پزشکی فدراسیون فوتبال ایران (ایفمارک) استفاده شد. با به‌دست آوردن داده‌ها از منابع معتبر توسط محقق همه پدیده‌های مرتبط با پژوهش بررسی و شناسایی شد و در نهایت داده‌های مورد نیاز تحقیق به‌منظور انجام فرایندهای نهایی پژوهش گردآوری شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از شاخص‌های مرکزی همچون میانه، میانگین و شاخص‌های پراکندگی انحراف معیار، چولگی و کشیدگی انجام پذیرفت. در ادامه برای تحلیل استنباطی داده‌ها از روش رگرسیون چندگانه و به‌منظور محاسبه و پردازش متغیرها از نرم‌افزار Eviews نسخه ۸ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

پیش از تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه‌ها باید پایایی متغیرهای پژوهش بررسی شود. پایایی متغیرهای پژوهش به این معناست که میانگین و واریانس متغیرهای پژوهش بین سال‌های مختلف ثابت بوده است. در نتیجه استفاده از این متغیرها در مدل، موجب به‌وجود آمدن رگرسیون کاذب نمی‌شود. به عبارت دیگر قبل از برآورد مدل‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش، باید پایایی متغیرها بررسی شود. وجود متغیرهای ناپایا در مدل سبب می‌شود تا آزمون‌های از اعتبار لازم برخوردار نباشند و کمیته‌های بحرانی ارائه‌شده توسط توزیع‌های مذکور، مقادیر صحیحی برای انجام آزمون‌های آماری نباشند. آزمون پایایی با استفاده از روش‌های آزمون لوین، لین و چو (۲۰۰۲) انجام گرفت.

بر اساس اطلاعات جدول ۱ مشخصات افراد مشارکت‌کننده در مصاحبه‌ها همراه با تعداد مقالات استفاده‌شده برای استخراج مفاهیم معنادار آورده شده است.

جدول ۱. گستره و تعداد منابع جهت کدگذاری

منبع	تعداد
مصاحبه با مدیران ارشد باشگاه‌های حرفه‌ای	۷ نفر
مصاحبه با استادان دانشگاه با تجربه مدیریت فوتبال حرفه‌ای	۱۳ نفر
مصاحبه با کارشناسان و مربیان فوتبال حرفه‌ای	۵ نفر
ادبیات و مبانی نظری، اسناد و مدارک	۲۰ مقاله

شایان ذکر است که عوامل استفاده‌شده در تحلیل مدل خطی جدول ۲ براساس پژوهش کیفی برآمده از نظر نخبگان، متخصصان و مربیان حوزه فوتبال حرفه‌ای، فاکتورهای سایت ترانسفر مارکت و مفاهیم استخراج‌شده از مقالات در این زمینه به‌دست آمده است.

جدول ۲. آزمون ریشه واحد برای متغیرها

متغیرها	لوین، لین و چو
	آماره
سن	-۷۲/۸
تعداد گل	-۱/۸۵
تعداد بازی‌های ملی	-۴/۱۷
قد	-۲۶/۴۸
نسبت گل	-۱۶/۱۹
تعداد بازی	-۴۱/۱۸
دقایق بازی	-۵۳/۲۱
پست دروازه‌بان	-۲۵/۰۵

پست دفاع	-۴۸/۱۱	۰/۰۰۱
پست هافبک	-۳۲/۹۶	۰/۰۰۱
پست مهاجم	-۱۷/۸۳	۰/۰۰۲
جوایز فردی	-۱۹/۰۳	۰/۰۰۱
وضعیت پای برتر	-۴۲/۰۳	۰/۰۰۱
سطح تیم	-۵۲/۴۶	۰/۰۰۱
جوایز	-۴۱/۶۷	۰/۰۰۱
قیمت	-۳۸/۹۴	۰/۰۰۱

نتایج آزمون پایایی متغیرها نشان می‌دهد که سطح خطای تمامی متغیرها کمتر از ۵ درصد بوده و متغیرهای پژوهش پایا هستند؛ بنابراین، فرضیه صفر مبنی بر ریشه واحد داشتن متغیرها رد شده و استفاده از متغیرها در برآورد مدل‌های پژوهش، به رگرسیون کاذب منجر نمی‌شود.

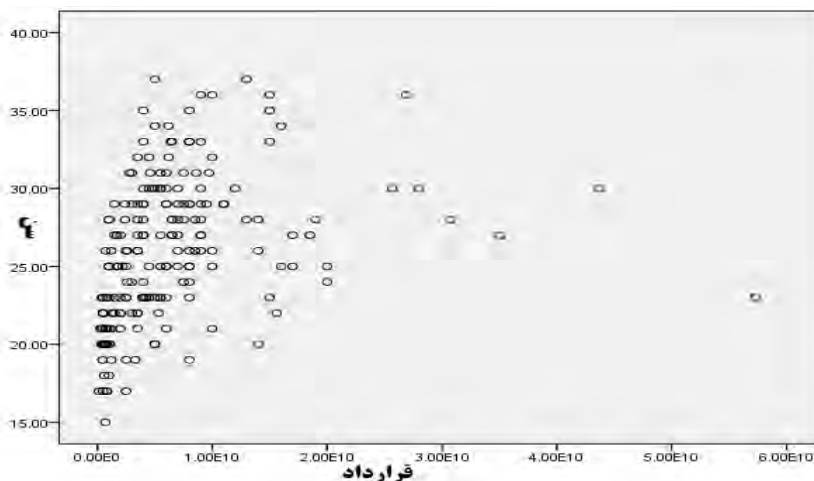
جدول ۳. آزمون مدل رگرسیونی

متغیرها	Beta	آماره t	Sig
عرض از مبدأ	-۱/۷۶	-۵/۷۹	۰/۰۰۰
سن	۰/۰۷	۳/۲۷	۰/۰۰۱
پست دروازه‌بان	-۰/۱۲	-۳/۲۴	۰/۰۰۱
پست دفاع	-	-	-
پست هافبک	-۰/۰۲	-۳/۰۲	۰/۰۰۴
پست مهاجم	-۰/۰۶	-۳/۴۶	۰/۰۰۱
تعداد گل	۱/۲۲	۱/۳۳	۰/۶۰۶
تعداد بازی‌های ملی	۰/۹۸	۱/۳۲	۰/۶۱۰
جوایز فردی	۰/۸۳	۳/۱۲	۰/۰۰۱
وضعیت پای برتر	۰/۰۲۶	۵/۱۶	۰/۰۰۰۱
قد	۱/۰۱	۱/۸۱	۰/۰۷۶
سطح تیم	۱/۰۳	۱/۰۱	۰/۰۸۴۵
نسبت گل	۰/۹۹	۰/۰۹۳	۰/۳۴۷
جوایز تیمی	۰/۶۷	۱/۹۸	۰/۵۶۱
تعداد بازی	۰/۵۵	۳/۴۵	۰/۰۰۰۱
دقایق بازی	۰/۰۳۴	۱/۲۹	۰/۴۷۱
R Square	۰/۴۸	Adjusted R	۰/۴۶
آماره F	۷۳/۹۵	Sig	۰/۰۰

در جدول ۳، آلفا عرض از مبدأ معادله رگرسیونی را نشان می‌دهد. ضریب رگرسیون (b) عبارت از شیب خط رگرسیون و معادله رگرسیون عبارت است از: $y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_kx_k$. ضریب رگرسیون (b) نشان‌دهنده مقدار تأثیر یک متغیر بر y است (به ازای یک واحد تغییر در x_i ، y چه مقدار تغییر می‌کند). ضریب بتای مدل رگرسیونی پژوهش برابر با ۱/۷۶ است و نشان می‌دهد که به ازای تغییر در متغیرهای مستقل، متغیر وابسته به همین اندازه تغییر پیدا می‌کند.

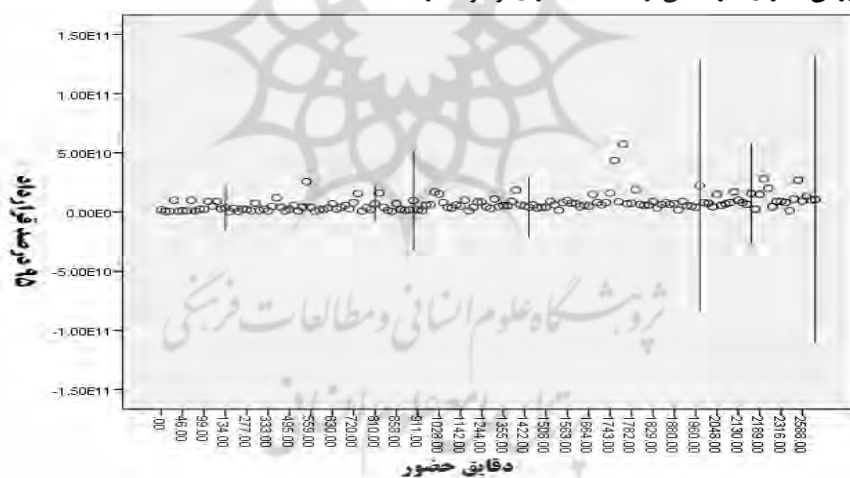
در این پژوهش، چهار متغیر مصنوعی (پست دروازه‌بان، دفاع، هافبک و مهاجم) وجود داشت که به‌طور همزمان پست یک بازیکن را می‌سازند؛ این همزمانی می‌تواند در مدل‌های رگرسیونی سبب هم‌خطی شود؛ از این رو باید یکی از این متغیرها به دلخواه از مدل حذف شود. این یافته‌ها نشان می‌دهد که بین پست دروازه‌بان، پست هافبک، پست فورواردها، جوایز فردی بازیکنان، تعداد بازی، تعداد بازی‌های

ملی بازیکنان، وضعیت پای بازیکنان ارزش گذاری بازیکنان رابطه معناداری وجود دارد. بین قد بازیکنان، بین سطح تیم، نسبت گل، بین جوایز تیمی، بین دقایق بازی و ارزش گذاری بازیکنان رابطه معناداری وجود ندارد.



شکل ۱. نمودار رابطه بین سن و قرارداد

با توجه به نتایج، آماره t و p -Value این متغیر که برابر با $0/001$ بوده، نتایج بیانگر معناداری این ضریب است. این یافته‌ها نشان می‌دهد که بین سن و ارزش گذاری بازیکنان رابطه معناداری وجود دارد.



شکل ۲. نمودار دقایق حضور و درصد قراردادها

با توجه به نتایج، آماره t و p -Value این متغیر که برابر با $0/001$ است، نتایج بیانگر معناداری این ضریب است. این یافته‌ها نشان می‌دهد که بین دقایق بازی در فصل قبل و ارزش گذاری بازیکنان رابطه معناداری وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به انجام عملیات آماری و به دست آوردن یافته‌های توصیفی تحقیق مشاهده شد که میانگین سن بازیکنان شاغل در لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران ۲۵/۹۸ سال، میانگین تعداد گل آنها ۱/۲۱، تعداد بازی‌های ملی ۱۶۰۵۶ دقیقه، میانگین دقایق بازی در لیگ

۱۰۹۸/۱۶۳ دقیقه، میانگین تعداد بازی در لیگ ۱۴/۶۱۲ بازی، میانگین ثبت گل ۶۶ درصد، میانگین قد ۱۸۱/۷۹ سانتی‌متر است. در تحقیق انجام‌گرفته میانگین سن بازیکنان حدود ۲۵/۹۸ است، از این‌رو می‌توان دریافت که در مقایسه با تحقیق عبدی و همکاران (۲۰۱۵) که میانگین سن بازیکنان فوتبال در آن پژوهش ۲۷ سال بوده است، بازیکنان مورد بررسی از میانگین سنی کمتری در این مطالعه برخوردارند و می‌توان نتیجه گرفت که در طول سال‌های بین ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۸ میانگین سن بازیکنان شاغل در لیگ حرفه‌ای ایران ۱/۰۲ سال کاهش یافته است. این یافته می‌تواند بیانگر جوان‌گرایی تیم‌های حاضر در لیگ حرفه‌ای فوتبال ایران در حد فاصل این سال‌ها باشد و این مسئله را می‌توان از نقاط مثبت عملکرد باشگاه‌ها در راستای جذب بازیکنان جوان تلقی کرد و گفت که امکان دارد با توجه به این رویکرد آینده‌ای امیدوارکننده برای تیم‌های ملی ایران و باشگاه‌های مالک بازیکنان در سال‌های آتی پیش رو باشد.

از سویی در مقایسه میانگین تعداد گلی که در فصل ۹۴-۹۵ در پژوهش عبدی و همکاران (۲۰۱۵) با عدد ۱/۹۶ به ثبت رسیده است، با میانگین تعداد گل به ثمر رسیده در فصل ۹۸-۹۹ حاصل از نتایج این پژوهش و تعداد آن در هر بازی ۱/۲۱ گل بوده است، می‌توان مشاهده کرد که میانگین این متغیر به میزان ۰/۷۵ کاهش یافته است. برای توصیف تفاوت دلایل علمی در این زمینه به تحقیق بیشتری نیاز است، ولی در ظاهر می‌توان نتیجه گرفت که تغییر در روش کادر فنی تیم‌ها و گرایش به شیوه‌های دفاعی و همچنین گرایش باشگاه‌ها و مربیان برای حفظ نتایج بازی‌ها و ترس از شکست می‌تواند مربیان را وادارد که برنده شدن با حداقل تعداد گل و کسب نتیجه نهایی بر تعداد بالای گل به ثمر رسیده و نمایش بازی هجومی اولویت دارد.

با بررسی میانگین کل متغیرهای پانزده‌گانه پژوهش که در سه دسته عملکردی، فنی و شخصی دسته‌بندی شده‌اند، می‌توان دریافت که متغیرهای یادشده مشخصه فعالیت‌های صورت‌پذیرفته در تمامی بازیکنان است که در این پژوهش برای حصول به نتایج و اهداف از پیش تعیین‌شده توسط باشگاه‌های مطبوعشان انتخاب شده‌اند، از این‌رو این راهبرد را می‌توان در طول مطالعه به‌طور مستقیم مشاهده کرد، به‌طوری‌که در پایان با استفاده از بررسی‌های به‌عمل‌آمده و انجام عملیات آماری مربوط به ارائه یک مدل تعیین ارزش بازار بازیکنان مورد پژوهش منجر شد و نتایج پژوهش نیز نشان داد که متغیرهای سن، تعداد گل، تعداد بازی‌های ملی، سطح تیم قبلی و پست‌های بازی و در نهایت تعداد دقیق بازی بازیکنان مربوطه می‌تواند بر نتایج حاصل از مدل تعیین ارزش بازیکنان مورد استفاده مؤثر بوده باشد.

در تحقیق انجام‌گرفته یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در تعیین مدل ارزش بازار بازیکنان فوتبال متغیر سن بود. بنابراین می‌توان گفت که چنانچه باشگاه‌ها به جذب بازیکنانی که دارای مهارت‌های فنی تقریباً مشابهی هستند، تمایل دارند، اولویت آنان باید جذب بازیکنی باشد که دارای میانگین سنی کمتری باشد. آنان با جذب این‌گونه بازیکنان از سویی می‌توانند با فروش آنان در بازار به سودرسانی تراز مالی نهایی خود کمک کنند و از سوی دیگر نیز دامنه زمانی استفاده از خدمات ورزشی آنان را افزایش دهند و سال‌های بیشتری از مهارت‌های آنان در فوتبال استفاده کنند، از این‌رو می‌توانند با آنان قراردادهای درازمدت عقد کنند، البته باید متوجه بود که خرید و ارزش این دسته از بازیکنان ممکن است دارای میانگین قیمت‌های بالاتری باشد. چنان (۲۰۰۹) در تحقیقی در همین زمینه بیان کرد بازیکنانی با سه سال سن کمتر قیمتی به‌مراتب بالاتر از بازیکنان در سنین بالاتر دارند. عبدی و همکاران (۲۰۱۵) نیز در تحقیق مشابهی در زمینه تعیین نقش عوامل اثرگذار در تعیین قیمت بازیکنان فوتبال، نتایج کاملاً مشابهی را به‌دست آوردند که در این خصوص صحنه‌گذاری لازم را انجام داده است. در ایران به‌عنوان کشوری در حال توسعه استفاده از تمامی فرصت‌های تجاری و اقتصادی قابل بهره‌برداری همانند فوتبال ضرورتی انکارناپذیر است. همچنین بهبود وضعیت تأمین مالی و اقتصادی فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر از علل توسعه و بهبود وضعیت قهرمانی است. تجربه و ویژگی‌های فردی به‌عنوان عوامل اثرگذار بر ارزش‌گذاری و ارزیابی بازیکنان بیان شده است، به‌نظر می‌رسد شاید به‌تبع سن بالاتر، تجربه بازیکن نیز بالاتر خواهد رفت یا اینکه بازیکن جوان‌تر به‌واسطه بازی‌های فراوان در رده‌های سنی پایین‌تر به تجربه مناسبی دست یافته باشد که می‌تواند با پژوهش حاضر نیز همخوان باشد. دپکن و رجاسخر (۲۰۱۰) نیز، سن را از فاکتورهای ارزش‌گذاری بازیکنان بیان کردند که با پژوهش حاضر همخوانی دارد. همچنین هی (۲۰۱۲)، سن را به‌عنوان یکی از عوامل

جمع‌آوری داده‌ها به منظور تعیین ارزش بازار بازیکنان مدنظر قرار داد. ارزش بازار به این نکته اشاره دارد که در بازار خرید و فروش بازیکنان فوتبال، قیمتی که روی هر بازیکن گذاشته می‌شود، به‌عنوان ارزش بازار آن بازیکن مطرح می‌شود. عوامل مهمی در تعیین ارزش بازار یک بازیکن فوتبال نقش دارند که شاید بتوان گفت یکی از مهم‌ترین آنها، میزان سن بازیکن باشد. باشگاه‌های مطرح و سرشناس در سراسر دنیا امروزه سیاست‌هایی را برای جذب بازیکنان با سنین پایین در نظر گرفته‌اند، به‌گونه‌ای که این باشگاه‌ها بازیکنان مستعد نوجوان و خیلی جوان را شناسایی کرده، با جذب و توانمندسازی آنها تا سالیان طولانی باشگاه خود را از وجود آن بازیکنان منتفع می‌سازند. سایر عوامل همچون تعداد بازی ملی، تعداد گل‌های زده، سطح تیم قبلی بازیکن و تعداد بازی در فصل پیش نیز، از جمله عوامل اثرگذار در قیمت‌گذاری بازیکنان است. حضور بازیکن در سطوح تیم‌های ملی، اعم از نوجوانان، جوانان، امید و بزرگسالان که در این پژوهش به تمامی این رده‌ها توجه شد، به نظر می‌رسد تا حدود زیادی نشان‌دهنده توانایی و شایستگی بازیکن است و بازیکنی که توانسته به این جایگاه دست یابد، دارای قابلیت‌های بیشتری به نسبت سایر بازیکنان است؛ همچنین توانایی گل زدن و تعداد گل‌های زده بازیکن نیز، می‌تواند یکی از عوامل اثرگذار بر قیمت بازیکنان قلمداد شود.

بی‌گمان بازیکنان در پست‌های مختلف بازی دارای عملکردهای متفاوتی در گلزنی هستند، به‌گونه‌ای که شرایط مهاجم برای گلزنی به مراتب مساعدتر از مدافع است و انتظار می‌رود که فرد مهاجم در طول فصل تعداد گل‌های زده بیشتری نیز داشته باشد، اما بازیکنان سایر پست‌ها در صورت گلزنی، دارای ارزشی به مراتب بالاتر از بازیکن بدون گل زده در همان پست می‌شوند و به‌نوعی گل زده برای بازیکن ایجاد ارزش می‌کند. یوان هی (۲۰۱۴) عواملی مانند سطح تیم قبلی بازیکن که در آن بازی کرده است و همچنین تعداد گل‌های زده بازیکن را جزو اطلاعات عملکردی بازیکن بیان کرد و از آنها به منظور پیشگویی ارزش بازیکنان استفاده کرد که نتایج با پژوهش حاضر همخوانی دارد. سطح تیم قبلی بازیکن هم به‌عنوان یکی دیگر از عوامل اثرگذار بر قیمت بازیکن مطرح است، به نظر می‌رسد، بازیکنی که در تیم‌های سطح بالا و سرشناس بازی می‌کند، به نسبت بازیکن تیم‌های رده پایین و دسته‌های پایین‌تر قیمت بالاتری داشته باشد. تعداد بازی در فصل پیش، به‌نوعی می‌تواند نشان‌دهنده کلیدی بودن و شایستگی بازیکن باشد، بی‌شک باشگاه‌ها در طول فصل از بازیکنانی استفاده خواهند کرد که بتوانند برای تیم خود بهترین عملکرد را داشته باشد و باشگاه و تیم خود را به سمت اهداف از قبل برنامه‌ریزی شده سوق دهد، در غیر این صورت بازیکنان هم پست جای آن فرد را در ترکیب اصلی از آن خود خواهند کرد. جرسن شمس‌آبادی (۲۰۱۰) در بخشی از مدل خود ارتباط میان داده‌های عملکردی بازیکنان با درصد برد تیم را بررسی کرد که داده‌های عملکردی بازیکنان مواردی را که در بالا مطرح شد، در برمی‌گیرد.

ایزدیار و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی در همین زمینه به این نتیجه دست یافتند که آنچه در فوتبال ایران برای تعیین قیمت بازیکنان مطرح است، موضوع آمادگی جسمانی، مقبولیت اجتماعی، برند باشگاه و متغیرهایی است که در طول تحقیق نامبردگان به‌عنوان عناصر و عوامل اثرگذار با آن مواجه بوده‌اند. همه‌ساله مقدار بسیار زیادی نقدینگی و پول در چرخه نقل و انتقال بازیکنان در لیگ‌های مختلف جهان به‌ویژه لیگ‌های اروپایی مبادله شده است و به علل مختلف، به‌دست آوردن ارزیابی مناسب اقتصادی برای انتقال بازیکنان در طول سال بسیار حائز اهمیت و ارزشمند است. برای مثال عملکرد این بازیکنان در طی فصل وابستگی زیادی با ارزش این بازیکنان در بازار نقل و انتقالات دارد.

به‌طور کلی می‌توان گفت به‌منظور بهبود صنعت ورزش و تجاری‌سازی آن باید ملاک‌های موردنظر را به‌عنوان سیاست‌های توسعه‌ای به‌کار برد. در واقع توجه به عوامل فرهنگی، سازمانی، اجتماعی، قانونی و ساختاری می‌تواند سبب تجاری‌سازی ورزش به‌صورت پایدار شود. از این رو به مدیران کلان ورزش کشور توصیه می‌شود بر نتایج این پژوهش تأکید کنند. در نهایت می‌توان برای تکمیل کردن مطالعات در خصوص تجارت در ورزش به ارائه پیشنهادها ذیل پرداخت: آشنا کردن باشگاه‌ها با آموزش روش‌های درآمدزایی و نحوه هزینه کردن در باشگاه‌های مطرح دنیا توسط فدراسیون فوتبال مدیران؛ ایجاد زیرساخت‌های سخت‌افزاری و طراحی نرم‌افزاری توسعه الگوی تجاری‌سازی ورزش ابتدا توسط دولت و نهادهای مسئول در ورزش. با توجه به بررسی به‌عمل‌آمده در این پژوهش پیشنهاد می‌شود عوامل اثرگذار بر ارزش‌گذاری بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران از جمله ملیت بازیکنان خارجی، میزان محبوبیت بازیکنان فوتبال

ایران و در نهایت مهارت‌های فردی با ارزش‌گذاری مدل‌های مربوط تحقیقات لازم به‌عمل آید. با توجه به تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام در ایجاد ارتباط ارزش بازیکنان و محبوبیت ایجادشده برای آنان و ارتباط آن با افزایش ارزش بازیکنان، مطالعاتی انجام گیرد.

تقدیر و تشکر

از تمامی مدیران، مربیان، کارشناسان و بازیکنان باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال که تیم پژوهش را در فرایند انجام پژوهش یاری کردند، سپاسگزاریم.

References

- Abdi Sh ZM, Talibpour M.(2015). "Determining the role of factors affecting the evaluation of Iranian Premier League players". *Journal of Human Resource Management in Sports*.3(2):121-36 (In Persian).
- Arab Nermi, M; Sajjadi, N; Khabiri, M.(2018). "Analysis of the status of professional sports in Iranian national television". *Studies of Sports Management*. 47(1):37-17. (In Persian).
- Amir, E., & Livne, G. (2005). Accounting, valuation and duration of football player contracts. *Journal of Business Finance & Accounting*, 32(3-4), 549 -586.
- Baena, V. (2019). Global marketing strategy in professional sports. Lessons from FC Bayern Munich. *Soccer & Society*, 20(4), 660-674.
- Bagheri M NM, Khodamradi S, Ghorbani M.(2011), "Evaluation and selection of Premier League football players based on financial and sports indicators". *Journal of Accounting and Financial Management*.1(1):50-65. (Persian).
- Bee, C. C., & Havitz, M. E. (2010). Exploring the relationship between involvement, fan attraction, psychological commitment and behavioural loyalty in a sports spectator context. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 11(2), 37-54.
- Bondarik, R., Pilatti, L. A., & Horst, D. J. (2020). Sports mega-events and overestimated promises: the case of the 2014 FIFA World Cup in Brazil. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(3), 351-367.
- Chan, M. (2014). Factors to determine a football player's transfer Value-comparison to US Sport. *Arsenal review, NP, nd Web, 1*.
- Deldar EK, Gholam Ali; Ghafouri, Farzad. (2016)."Investigation of economic barriers to privatization of professional football clubs in the country", *bi-monthly sports management and development*. 5.(2)9-19. (In Persian).
- Depken, C. A., & Rajasekhar, R. (2010). Open market valuation of player performance in cricket: Evidence from the Indian Premier League. *Available at SSRN 1593196*.
- Eidipour KK, Ali Ashraf; Arian, Elham; "Gholami Tarskloyeh, Sajjad.(2015). Challenges and Barriers to the Development and Advancement of Football Sports in the Western Provinces of the Country". *Organizational Behavior Management Studies in Sports*.2(5):58-1. (In Persian).
- Forker, J. (2005). Discussion of accounting, valuation and duration of football player contracts. *Journal of Business Finance & Accounting*, 32(3-4), 587 -598.
- He, Y. (2012). Predicting market value of soccer players using linear modeling techniques. *University of Berkeley (working paper)*.
- Izdiar M MJ, Mousavi M.(2015). "The equation of pricing of Iranian Premier League players", *Journal of Economic Research*.51(1):25-401. (Persian).
- Jarsat Shamsabadi, P. (2010). *Valuation of professional football players based on their performance, using the capital asset pricing model (CAPM)* (Doctoral dissertation, Master Thesis in Financial Management, Faculty of Administrative Sciences and Economics, University of Isfahan. P 125).

- Morrow, S. (1999). *The new business of football: Accountability and finance in football*. Springer.
- Nazari RH, Ali Amir; Azimzadeh, Seyed Morteza.(2019). "Comprehensive identification of the excellence model of Iran's national football brand". *new approaches in sports management*.7(24):109-95. (In Persian).
- Origi, A. O., & Deya, J. (2019). Strategic Drivers of Sport Commercialization in Kenya: A Survey of Football Subsector. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(9), 1-19.
- Rezaei S.(2017). "Football club's revenue model design: a grounded theory approach". *Applied Research in Sport Management*.6(3):116-01. (In Persian).
- Rezaei S.(2016). "Sports Economics, Leisure and Tourism", First Edition, Ilam Publications. 1 (1)89-65. (In Persian).
- Rezaei Sufi MF, Abolfazl; Shabani, Abbas.(2017). "Analysis of professional sport environment". *Applied Research in Sport Management*.6(1):118-07. (In Persian).
- Sadeghi HA, Hossein. Golchinfar, Nazli.(2009). "Estimation of the demand function of watching the Iranian Football Premier League". *Quarterly Journal of Economic Research*.3(1):41-27. (In Persian).
- Tunaru, R., Clark, E., & Viney, H. (2005). An option pricing framework for valuation of football players. *Review of financial economics*, 14(3-4), 281-295.
- Van den Berg, E. (2011). The valuation of human capital in the football player transfer market. *Rotterdam: Erasmus University*.
- Xu, J., & Yang, R. (2019). Sports industry agglomeration and green economic growth—Empirical research based on panel data of 30 provinces and cities in China. *Sustainability*, 11(19), 5399.
- Yang, S., Xu, J., & Yang, R. (2020). Research on coordination and driving factors of sports industry and regional sustainable development—Empirical research based on panel data of provinces and cities in eastern China. *Sustainability*, 12(3), 813.
- Yiapanas, G., Thrassou, A., & Vrontis, D. (2020). An integrated, multi-agency, consumer-focused, safety management approach in the sports industry. In *Handbook of Research on Contemporary Consumerism* (pp. 222-241). IGI Global.