

Identify and Analyze the Drivers That Affect the Pricing of Professional Players in the Iraqi Football Premier League

Abdulrazzaq Abed Algam¹, Mehdi Salimi², Mohammad Soltanhosseini³

1. Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran E-mail: abd.algam@spr.ui.ac.ir
2. Corresponding Author, Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran.
E-mail: m.salimi@spr.ui.ac.ir
3. Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran.
E-mail: m.soltanhosseini@spr.ui.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Article history: Received: 16 April 2022 Received in revised form: 23 June 2022 Accepted: 28 June 2022 Published online: 23 October 2023</p> <p>Keywords: <i>Club Features, Football Players, Player Features, Pricing, Sports Clubs,</i></p>	<p>Introduction: In the marketing mix, price is the only factor that generates revenue, and determining the right price in any field can lead to a steady stream of revenue, so the purpose of this study was to identify and analyze price-driven drivers of professional players in the Iraqi Football Premier League.</p> <p>Methods: The method of the present study was mixed and its design was harmonization. The statistical population of this study consisted of experts, 15 of whom were selected purposefully and based on theoretical saturation. In order to analyze the qualitative information, three overlapping processes of open coding, axial coding and theoretical coding were used and in a quantitative part, DEMATEL analysis was used.</p> <p>Results: Findings of this study showed 47 final concepts, 11 sub-categories with the letters of human capital, club efficiency, sports performance, time effects, geographical factors, league characteristics, player behavior, social value, transfer rules, the rule of financial conditions and factors and the four main categories of player characteristics, club characteristics, internal factors and external factors affect the pricing of football players. It was also found that human capital, financial and time effects factors have the greatest impact on explaining player pricing, respectively.</p> <p>Conclusion: Based on what has been said, it is suggested not emphasizing only a specific factor or an indicator in the evaluation of football players, and trying to examine and to follow the discussion of evaluation and pricing in all aspects.</p>

Cite this article: Abed Algam, A., Salimi, M., & Soltanhosseini, M. (2023). Identify and Analyze the Drivers That Affect the Pricing of Professional Players in the Iraqi Football Premier League. *Sport Management Journal*, 15(3); PP.

[DOI:http://doi.org/10.22059/JSM.2022.339768.2913](https://doi.org/10.22059/JSM.2022.339768.2913).



Journal of Sport Management by University of Tehran Press is licensed under CC BY-NC 4.0
| web site: <https://jsm.ut.ac.ir/> | Email: jsm@ut.ac.ir.

Extended Abstract

Introduction

Sports clubs need a lot of resources to cover the necessary and unavoidable costs of club football, among which one of the most important variables is the price (Sadeghi et al., 2010). In the marketing mix, price is the only factor that generates income and the other three factors are cost-effective, also price is the most flexible factor in the mix and it is also the factor that creates the fastest reaction in competitors (Moore, 2010). Today, it has been proven that pricing is an art and pricing decisions reflect a combination of insight, past experiences and complex analysis, and determining the right price in any field can be a stable flow of income will result, on the other hand, very low pricing may not even cover the costs of that area (Saeidi, 2018).

Pricing is defined as determining the price for goods or services and the process of setting and matching the price that the customer must pay for the product or service (Soltan Hosseini et al., 2018) and its purpose is to continue life, to maximize current profit, maximizing market share is extracting market juice and leading in terms of quality (Armstrong et al., 2014). Also, pricing is done with three pricing methods based on competition, pricing based on cost price and pricing based on demand, each of which provides several basic methods for decision making. And their success is a function of the method, the business model and the suitability of the pricing method with the business model (Digris, 2015).

Methods

The method of this research was mixed and its design was of alignment type. In the first part of this research, the data theory method of the Glazeri Approach Foundation was used, and in the quantitative part, the descriptive-survey type method was used. The statistical population of this research was made up of experts and they participated in the research in two stages. In this research, an expert was meant to be a person who played a role in the field of transferring football players or valuing and pricing them. These people were selected purposefully and based on theoretical saturation; the total number of participating experts was equal to 15 people.

Results

Based on the results of the open, central and theoretical coding stages through reviewing the interviews

conducted with experts and combining concepts and sub-categories based on semantic affinity, 47 final concepts in order, 11 sub-categories with the names of human capital, club efficiency, sports performance, time effects, geographic factors, league characteristics, player behavior, social value, transfer rules, governing conditions and financial factors and 4 main categories named player characteristics, characteristics clubs, internal organizational factors and external organizational factors related to the research topic were identified.

Conclusion

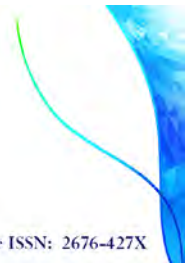
Adapting from what was said and considering the finding that human capital has the most influence on the pricing of Iraqi football players, it is considered a causal variable, it has the least influence and in At the same time, it is the variable that has the most interaction with other components of the pricing of football players, it is suggested to the managers and owners of football clubs in Iraq, in order to use or sell the considered players to this variable more than other variables in Weigh your decisions and include indicators such as age, the position the players play in, skills, characteristics of the players, talent, style of play, and the player's reputation in the price calculation formula. Also, because the findings showed that financial factors and time effects after human capital have the greatest effect on pricing, it is suggested to the mentioned people that the financial strength and financial value of their clubs along with the period The time of the player's contract and the time of the player's transfer should be included in the pricing formula along with the indicators of human capital. In addition, club managers and owners are suggested to give the least weight in their decisions to the pricing based on the player's behavior, which includes the player's goodwill, the player's treatment with Allocate your teammates and the player's interest, because this variable has the least effect on pricing. Also, due to the fact that the efficiency of the club is the most affected in the matter of pricing, it is suggested to the mentioned people to always refer to the causal indicators in the pricing of the players they want to use or sell. because they pay attention to human capital, financial factors, time effects and player performance and try to leave the best performance in these factors; Because based on the findings, the efficiency of the club depends on the mentioned reasons. Finally, it is suggested to the mentioned people not to pay attention to a specific index or criterion in the pricing of the players, and to be involved in the pricing according to the weight of the criteria, because the mere reference to a specific model



University of Tehran
Faculty of
Sport Sciences and Health

Sport Management Journal

Online ISSN: 2676-427X



or criterion is shortcoming. And it has errors, and in pricing based on all effective indicators, these errors are reduced.

Ethical Considerations

Authors undertake to adhere to ethical principles.

Funding: Authors have used personal expense.

Authors' contribution: The contributions of the authors in this article have been equal.

Conflict of interest: There is no conflict of interest.

Acknowledgments: The respected referees are thanked for providing structural and scientific comments.



شناسایی و تحلیل پیشران‌های مؤثر بر قیمت‌گذاری بازیکنان حرفه‌ای در لیگ برتر فوتبال عراق

عبدالرزاق علگم^۱، مهدی سلیمی^۲، محمد سلطان حسینی^۳

۱. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران. رایانامه: abd.algam@spr.ui.ac.ir
۲. نویسنده مسؤل، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران. رایانامه: m.salimi@ui.spr.ac.ir
۳. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران. رایانامه: m.soltanhoseini@spr.ui.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی	مقدمه: در آمیخته بازاریابی قیمت تنها عاملی است که ایجاد درآمد می‌کند و تعیین قیمت مناسب در هر زمینه‌ای می‌تواند به یک جریان پایدار درآمد منجر شود، از این رو هدف تحقیق حاضر، شناسایی و تحلیل پیشران‌های مؤثر بر قیمت‌گذاری بازیکنان حرفه‌ای در لیگ برتر فوتبال عراق بود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۲۷	روش پژوهش: روش پژوهش حاضر آمیخته و طرح آن از نوع همسوسازی بود. جامعه آماری تحقیق را صاحب‌نظران تشکیل می‌دادند که به صورت هدفمند و مبتنی بر اشباع نظری ۱۵ نفر از آنها انتخاب شدند. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات کیفی از سه فرایند همپوش کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری نظری و در بخش کمی از تحلیل دیمتل استفاده شد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۴/۲	یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد ۴۷ مفهوم نهایی، ۱۱ مقوله فرعی با نام‌های سرمایه انسانی، کارایی باشگاه، عملکرد ورزشی، تأثیرات زمانی، عوامل جغرافیایی، ویژگی‌های لیگ، رفتار بازیکن، ارزش اجتماعی، قوانین نقل و انتقالات، حاکمیت شرایط و عوامل مالی و چهار مقوله اصلی به نام‌های ویژگی‌های بازیکن، ویژگی‌های باشگاه، عوامل درون‌سازمانی و عوامل برون‌سازمانی مؤثر بر قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال هستند. همچنین مشخص شد عوامل سرمایه انسانی، مالی و تأثیرات زمانی به ترتیب بیشترین تأثیر را در تبیین قیمت‌گذاری بازیکنان دارند.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۰۷	نتیجه‌گیری: با اقتباس از آنچه بیان شد پیشنهاد می‌شود در ارزش‌گذاری بازیکنان فوتبال صرفاً به یک فاکتور یا یک شاخص خاص تأکید نشود و سعی شود از همه جهات بحث ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری بررسی و دنبال شود.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۸/۰۱	
کلیدواژه‌ها: بازیکنان فوتبال، باشگاه‌های ورزشی، قیمت‌گذاری، ویژگی‌های بازیکن، ویژگی‌های باشگاه	

استناد: نام خانوادگی، نام؛ نام خانوادگی، نام؛ و نام خانوادگی، نام (۱۴۰۲). شناسایی و تحلیل پیشران‌های مؤثر بر قیمت‌گذاری بازیکنان حرفه‌ای در لیگ برتر فوتبال عراق، نشریه مدیریت ورزشی، (۳) ۱۵، صص.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2022.339768.2913>

این نشریه علمی رایگان است و حق مالکیت فکری خود را بر اساس لایسنس کربیتو کامنز (CC BY-NC 4.0) به نویسندگان واگذار کرده است. | آدرس نشریه: <https://jsm.ut.ac.ir/> | ایمیل: jsm@ut.ac.ir



ناشر: انتشارات دانشگاه تهران. © نویسندگان.

مقدمه

باشگاه‌های ورزشی برای تأمین هزینه‌های ضروری و اجتناب‌ناپذیر فوتبال باشگاهی به منابع زیادی نیاز دارند، در این بین یکی از مهم‌ترین متغیرها قیمت است (صادقی و همکاران، ۲۰۱۰). در آمیخته بازاریابی قیمت تنها عاملی است که ایجاد درآمد می‌کند و سه عامل دیگر هزینه‌برند، همچنین قیمت انعطاف‌پذیرترین عامل در آمیخته بوده و نیز عاملی است که سریع‌ترین واکنش را در رقبا ایجاد می‌کند (مور، ۲۰۱۰). امروزه دیگر ثابت شده است که قیمت‌گذاری یک هنر است و تصمیم‌های قیمت‌گذاری منعکس‌کننده ترکیبی از بصیرت، تجارب گذشته و تجزیه و تحلیل‌های پیچیده است و تعیین قیمت مناسب در هر زمینه‌ای می‌تواند به یک جریان پایدار درآمد منجر شود، در مقابل قیمت‌گذاری خیلی پایین ممکن است حتی هزینه‌های آن حوزه را هم پوشش ندهد (سعیدی، ۲۰۱۸).

قیمت‌گذاری به‌مثابه تعیین قیمت برای کالا یا خدمات و فرایند تنظیم و تطبیق قیمتی که مشتری در ازای محصول یا خدمت باید بپردازد، تعریف شده است (سلطان حسینی و همکاران، ۲۰۱۸) و هدف از آن ادامه حیات، به حداکثر رساندن سود فعلی، به حداکثر رساندن سهم بازار، کشیدن عصاره بازار و پیشرو شدن از نظر کیفیت است (آرمسترانگ و همکاران، ۲۰۱۴). همچنین قیمت‌گذاری با سه روش قیمت‌گذاری مبتنی بر رقابت، قیمت‌گذاری مبتنی بر قیمت تمام‌شده و قیمت‌گذاری مبتنی بر تقاضا انجام می‌شود که هر کدام چندین روش مبنایی برای تصمیم‌گیری در اختیار می‌گذارند و موفقیت آنها تابعی از روش، مدل کسب‌وکار و تناسب روش قیمت‌گذاری با مدل کسب‌وکار است (دیگریس، ۲۰۱۵).

بی‌شک در دو دهه گذشته در ورزش حرفه‌ای به‌طور خاص ورزش فوتبال، قیمت‌گذاری بازیکنان آن بیشترین توجه را از سوی محافل خبری به خود جلب کرده است (ازدین، ۲۰۱۸)، چراکه نتایج یک بررسی در سال ۲۰۱۹ نشان داد باشگاه‌های فوتبال برای اولین بار در طول تاریخ بیش از ۱۰ میلیارد یورو برای نقل و انتقالات هزینه کرده‌اند و به موازات این اتفاق تاریخی به تعداد پایگاه‌های تخصصی قیمت‌گذاری و ارزش‌گذاری بازیکنان فوتبال (برای مثال ترانسفر مارکت، هواسکورد و غیره) افزوده شده است (پولی و همکاران، ۲۰۲۰). افزون بر این ارزش بازیکنان فوتبال از ۱۰۰ میلیون یورو فراتر رفته و این عدد در مقایسه با نرخ تورم معمولی بسیار بیشتر است، از سوی دیگر مهم‌ترین تصمیمی که باشگاه‌های فوتبال باید بگیرند، انتخاب و قیمت‌گذاری بازیکن است (الاسدی، ۲۰۲۲).

طی سال‌های گذشته همواره مدل‌های اقتصادسنجی مختلفی برای تبیین بهتر قیمت‌گذاری ارائه شده است و در حال حاضر نیز با پیشرفت فناوری قیمت‌گذاری در بسیاری از موارد با کمک ماشین (یالدو و شمیر، ۲۰۱۷) و هوش مصنوعی انجام می‌گیرد (آرول^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). علاوه بر این تبیین قیمت‌گذاری و شناخت عوامل مؤثر بر آن همواره در کانون توجه پژوهشگران حوزه اقتصاد، روان‌شناسی و ورزشی بوده است، کما اینکه با بررسی بعد زمانی انجام تحقیقات مشاهده می‌شود طی سال‌های گذشته علاقه روزافزونی در این زمینه شکل گرفته است. برای مثال می‌توان به تحقیق طیبی (۲۰۲۱) با عنوان «قیمت بازیکنان حرفه‌ای فوتبال ایران با استفاده از شبکه‌های عصبی مصنوعی» اشاره کرد که در تعیین قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال عملکرد بازیکن، ویژگی‌های شخصی و توانایی‌های آنها را مؤثر تشخیص داده بود. حیدری توپکانلو و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیقی با هدف شناسایی و وزن‌دهی متغیرهای عملکردی مؤثر بر قیمت‌گذاری مهاجمان لیگ برتر فوتبال ایران، نشان دادند گل‌زنی، پاس‌گل و ایجاد موقعیت گل به ترتیب مهم‌ترین متغیرهای عملکردی مؤثر بر قیمت‌گذاری مهاجمان هستند. در مقابل تکل‌زنی، نبرد هوایی دفاعی و دفع توپ، متغیرهایی هستند که پایین‌ترین وزن و اهمیت را دارند. معماری و همکاران (۲۰۱۱) با بررسی قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال با تکنیک داده‌کاوی مورد مطالعه: بازیکنان باشگاه استقلال

1. Moore

2. Armstrong

3. DeGaris

4. Ezzeddine

5. Poli

6. Al-Asadi

7. Yaldo & Shamir

8. Arrul

شاخص‌های سن و پست بازیکن را شناسایی کرده بودند. بصیریت و همکاران (۲۰۲۰) در تبیین عوامل مؤثر بر ارزش رسانه‌ای بازیکنان فوتبال عوامل فردی، کاری و حرفه‌ای، رسانه‌ای و عوامل کنترل‌نشده را مطرح کرده بودند. سعیدی (۲۰۱۸) در تحقیقی با هدف تخمین قیمت بازیکنان برتر بسکتبال ایران با تکنیک داده‌کاوی نشان داد قیمت‌گذاری تحت تأثیر میانگین بازی ملی و میانگین سطح تیم در دو فصل گذشته است. عبدی و همکاران (۲۰۱۷) که در بررسی نقش عوامل اثرگذار بر ارزش‌گذاری بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران عوامل سن، تعداد بازی‌های ملی، تعداد گل‌های زده بازیکن، سطح تیم قبلی بازیکن و تعداد حضور در ترکیب ثابت در فصل قبل را شناسایی کرده بودند و همچنین مشخص کردند که سایر عوامل مانند پست بازی، جوایز و افتخارات فردی و تیمی، وضعیت پا، قد، نسبت گل و دقایق بازی در تعیین قیمت بازیکنان اثر ندارند. همچنین ایزدیار، معماری و موسوی (۲۰۱۷) در تحقیق خود با عنوان «معادله قیمت‌گذاری بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران با روش حداقل مربعات معمولی» به این نتیجه رسیدند که عواملی مانند تاکتیک، تکنیک، آمادگی جسمانی، مقبولیت اجتماعی و برند باشگاه در معادله قیمت‌گذاری بازیکنان مؤثرند. علاوه بر این پولی^۱ و همکاران (۲۰۲۲) با اتخاذ رویکرد اقتصادسنجی جهت ارزیابی‌ها هزینه‌ها و ارزش نقل و انتقالات بازیکنان حرفه‌ای فوتبال، به این نتیجه رسیدند که یک مدل آماری مناسب می‌تواند بیش از ۸۰ درصد از تفاوت‌ها در هزینه‌های پرداختی نقل و انتقالات را توضیح دهد. همچنین تحقیق موصوف نشان داد سن، پاس، دریبل و کارتی می شاخص‌های مهم ارزش‌گذاری هستند. متلسکی^۲ (۲۰۲۱) که در تحقیق خود با عنوان «عوامل مؤثر بر ارزش بازیکنان فوتبال در بازار نقل و انتقالات» کشف کرد که موقعیت در زمین، سن انتقال، سال انتقال، کشور مقصد و باشگاه‌ها فروشنده در ارزش‌گذاری بازیکنان مذکور مؤثرند. کارلوس^۳ (۲۰۲۰) با ارائه مدل مفهومی اندازه‌گیری ارزش بازیکنان فوتبال با استفاده از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی بیان کرد که متغیرهای ورزشی چون گل‌زده، پاس گل، پاس صحیح، دریبلینگ و غیره نسبت به مهارت‌های شخصی چون رهبری، رقابت‌پذیری، ثبات و متغیرهای بازار چون محبوبیت، فعالیت‌های تجاری و مدت قرارداد تأثیر بیشتری بر ارزش‌گذاری دارند. فلیپ^۴ و همکاران (۲۰۲۰) با بررسی اثرگذاری عوامل مؤثر بر ارزش بازیکنان به سن، موقعیت، کیفیت تیم و کیفیت لیگ اشاره کرده بودند. پرابهنور و لمبا^۵ (۲۰۱۹) در تحقیقی با بررسی تأثیر جامعه، محبوبیت و آمار سال قبل، در برآورد ارزش بازار بازیکنان فوتبال دریافتند عواملی مانند دروازه، گل، پاس گل، دقایق بازی، تعداد شوت، تعداد پاس، پارامتر عملکرد در بازی فیفا، پارامترهای لیگ فانتزی و محبوبیت بازیکن در ارزش مالی بازیکنان تأثیر دارد. پاتنیاک^۶ و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی مدل‌های پیش‌بینی ارزش‌گذاری بازیکنان فوتبال از طریق آمارهای کمی و ویژگی‌های اقتصادی برای بازار نقل و انتقالات جهانی پرداختند. تحقیق آنها برای تعیین ارزش بازیکنان، ویژگی‌های بازیکن (سن، پای غالب، لیگی که در آن شاغل است و پست بازی)، عملکرد بازیکن (میزان دقایق بازی کرده، گل، پاس گل، پاس صحیح، دریبلینگ، دوئل‌های هوایی، نبرد موفق، بازپس‌گیری توپ، قطع توپ، تعداد خطا، کارت زرد و کارت قرمز) و میزان محبوبیت بازیکن (میزان بازدید در ویکی‌پدیا، شاخص سرچ در گوگل، ویدئوها در یوتیوب) را گزارش کرده است. یالدو و شمیر^۷ (۲۰۱۷) به مهارت‌های فوتبالی و متغیرهای فیزیولوژیکی مانند ارتفاع، وزن و سن اشاره کردند. ماجوسکی^۸ (۲۰۱۶) در تحقیق خود نشان داد متغیرهای مستقل زیادی بر ارزش بازیکنان تأثیر دارند. همچنین مدل‌های مختلفی وجود دارد که برای ارزش‌گذاری حقوق بازیکنان فوتبال استفاده می‌شوند که به‌طور کلی در سه دسته سازمانی، سرمایه انسانی و عملکرد بازیکن (بهره‌وری) قابل دسته‌بندی هستند. هرم^۹ و همکاران (۲۰۱۴) به سن، دقت پاس، تعداد گل زده، مدیر باشگاه، مربی تیم و متخصصان

1. Poli

2. Metelski

3. Carlos

4. Felipe

5. Prabhnoor & Lamba

6. Patnaik

7. Yaldo & Shamir

8. Majewski

9. Herm

رسانه‌های ورزشی اشاره داشتند و لی^۱ (۲۰۱۴) نشان داد حقوق و دستمزد بازیکن فقط با عملکرد در سال قرارداد مشخص نمی‌شود، بلکه عملکرد سال قرارداد و یک سال قبل از آن نیز مهم است.

مرور تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که قیمت‌گذاری در عین حال که شاخص مهمی است، یک عامل پیچیده نیز است، چراکه قیمت‌گذاری تحت تأثیر عوامل مستقل (پیشران‌ها یا تعیین‌کننده‌های) مختلفی قرار دارد. از طرفی موفقیت قیمت‌گذاری تابع روش قیمت‌گذاری، مدل و تناسب قیمت‌گذاری است و بی‌شک اگر عوامل موصوف مهیا نباشند، قیمت‌گذاری یا صحیح انجام نمی‌شود یا به شکست منجر می‌شود. بر اساس گزارش سازمان لیگ فوتبال عراق، باشگاه‌های فوتبال در این کشور به دلیل ارزش‌گذاری ناصحیح در قیمت‌گذاری متضرر شده‌اند، از سوی دیگر باشگاه‌های نامبرده عیار خاصی برای قیمت‌گذاری بازیکنان و مربیان خود ندارند و به موازات آن بازیکنان شاغل در لیگ با در نظر گرفتن شرایط خود و باشگاهی که تابع آن هستند و همچنین قدرت رسانه، دلال‌ها و فشار هواداران درصد بالا بردن قیمت خود هستند. در نتیجه این امر، باشگاه‌های فوتبال ناخواسته و به اجبار برای به اختیار گرفتن بازیکنان یا بازیکنان موردنظر خود قیمت بالاتری از قیمت واقعی پرداخت می‌کنند. علی‌رغم آن برخی باشگاه‌های متمول نیز با سوءاستفاده از شرایط و ارائه پیشنهادهای اغواکننده غیررقابتی، به طور کاذب قیمت بازیکنان را روزبه‌روز افزایش می‌دهند. به نظر می‌رسد سرانجام این روند در کوتاه‌مدت و بلندمدت آسیب‌های جدی و در عین حال جبران‌ناپذیری را متوجه باشگاه‌های فوتبال در لیگ برتر عراق کند. مبنی بر اینکه عدم تناسب در قیمت‌گذاری و در عین حال قیمت‌گذاری غیرواقعی منجر به این می‌شود که بخشی از سرمایه مالی باشگاه از بین برود. از سوی دیگر، با قیمت‌گذاری غیرواقعی که مسلماً پشتوانه منطقی ندارد و خارج از چارچوب قانونی و عرفی است، بازیکنان هر فصل دستمزد بیشتری را مطالبه می‌کنند که شاید استحقاقش را نداشته باشند. همچنین در اختیار گرفتن بازیکنان، با قیمت‌های غیرکارشناسی و غیرواقعی، توازن و نظم باشگاه‌های فوتبال را از بین می‌برد و این عامل می‌تواند زمینه‌ساز تعارض بین بازیکنان و باشگاه‌ها شود. در مقابل اگر قیمت‌گذاری نظام‌مند و ساختارمند انجام شود، نه تنها باشگاه‌ها بخشی از منابع مالی خود را از دست نمی‌دهند، بلکه می‌توانند از طریق خرید و فروش بازیکنان موردنظر خود یک جریان پایدار درآمد برای خود ایجاد کنند. حال این سؤال مطرح می‌شود که چگونه باشگاه‌های فوتبال در عراق می‌توانند بازیکنانشان را قیمت‌گذاری کنند، یا به عبارتی دیگر باشگاه‌های موصوف برای قیمت‌گذاری بازیکنانی که می‌خواهند به خدمت بگیرند یا به فروش برسانند، چگونه امر قیمت‌گذاری را انجام دهند؟ بی‌شک شناخت پیشران‌های مؤثر بر قیمت‌گذاری و ارزش‌گذاری بازیکنان در مرتفع کردن این مشکل در کنار سایر اقدامات مدیریتی و فرهنگی و غیره نقش شایان توجهی دارد. در این بین به دلیل متعدد بودن عوامل مؤثر بر قیمت‌گذاری استفاده از روشی که کمک کند از بین عوامل مذکور اثرگذارترین و اثرپذیرین عامل شناسایی شود، بسیار حائز اهمیت است، به این دلیل که قیمت‌گذاری هرگز در خلأ انجام نمی‌گیرد و بیشتر فرایندی پویا و چندوجهی است و زمانی می‌توان سیاست مدون و اثربخشی برای آن در نظر گرفت که از روابط درونی این عوامل آگاهی داشته باشیم و وزن آنها برای تصمیم‌گیری مشخص شده باشد. پرداختن به این مهم کمک می‌کند ابعاد تازه‌ای از قیمت‌گذاری و شرایطی که در آن مؤثرند برای مدیران، دست‌اندرکاران و پژوهشگران مربوطه پدیدار شود. از طرفی به باشگاه‌های ورزشی فعال در این عرصه کمک می‌شود که در استخدام، فروش یا انتقال بازیکنان فوتبال به شاخص‌های شناسایی شده استناد کنند، در نتیجه انتظار می‌رود با انجام این پژوهش راندمان ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری بازیکنان بهبود پیدا کند.

روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش آمیخته و طرح آن از نوع همسوسازی بود. در بخش اول از روش نظریه داده‌بنیاد رهیافت گلگیری و در بخش کمی از روش نوع توصیفی-پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری تحقیق را صاحب‌نظران تشکیل می‌دادند و طی دو مرحله در تحقیق مشارکت کردند. در این تحقیق منظور از صاحب‌نظر فردی بود که در حوزه نقل و انتقال بازیکنان فوتبال یا ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری آنها نقش

^۱. Li

ایفا کرده باشد. این افراد به صورت هدفمند انتخاب شدند و بر اساس اشباع نظری مجموع صاحب نظران مشارکت کننده برابر با ۱۵ نفر بود. در جدول ۱ اطلاعات جمعیت‌شناختی این افراد گزارش شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در تحقیق

ردیف	حوزه فعالیت	تحصیلات	سابقه کاری (سال)
۱	مدیر باشگاه	لیسانس	۲۰
۲	مدیر باشگاه	لیسانس	۲۳
۳	ایجت رسمی فوتبال	فوق لیسانس	۱۷
۴	مدیر باشگاه	دکتری	۱۱
۵	مربی حرفه‌ای فوتبال	لیسانس	۲۵
۶	مدیر باشگاه	فوق لیسانس	۱۳
۷	ایجت رسمی فوتبال	فوق لیسانس	۹
۸	کارشناس حوزه نقل و انتقال	دکتری	۱۹
۹	ایجت رسمی فوتبال	دکتری	۱۸
۱۰	ایجت رسمی فوتبال	فوق لیسانس	۱۸
۱۱	مدیر باشگاه	دکتری	۵
۱۲	مربی حرفه‌ای فوتبال	لیسانس	۳۱
۱۳	ایجت رسمی فوتبال	فوق لیسانس	۱۳
۱۴	کارشناس حوزه نقل و انتقال	فوق لیسانس	۱۰
۱۵	کارشناس حوزه نقل و انتقال	لیسانس	۱۹

در بخش کیفی به منظور گردآوری داده‌ها از مصاحبه عمیق استفاده شد. سؤالات این مصاحبه در دو بخش پرسش‌های جمعیت‌شناختی و پرسش‌های مرتبط با موضوع تحقیق تنظیم شده بود. در بخش کمی از ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه استفاده شد، اطلاعات این پرسشنامه و ساختار آن منطبق با یافته‌های بخش کیفی بود. به منظور بررسی کیفیت و اعتباربخشی به نتایج کیفی در تحقیق حاضر از معیارهای ارزشیابی لینکلن و گابا^۱ (۱۹۸۵) شامل معیارهای اعتبار، انتقال، قابلیت اعتماد و تأییدپذیری استفاده شد (۲۲).

اعتبار: برای دستیابی به این معیار در فرایند جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات و انتخاب نمونه پژوهش برای مصاحبه و طراحی سؤالات مصاحبه از منابع و جنبه‌های گوناگونی استفاده شد. انتقال‌پذیری: به منظور دستیابی به این معیار تمام مراحل پژوهش برای استفاده احتمالی محققان دیگر به صورت مکتوب مستندسازی شد و شرایط جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان به صورت تفصیلی ارائه شد.

قابلیت اعتماد: در پژوهش حاضر دستیابی به این معیار از طریق استفاده از دو کدگذار انجام گرفت. بدین منظور از یکی از متخصصان حوزه مدیریت در فرایند کدگذاری در پژوهش کمک گرفته شد. به صورت تصادفی دو مصاحبه انتخاب شد و پس از آموزش‌های لازم کدگذاری توسط ایشان انجام گرفت. در هریک از مصاحبه‌ها کدهایی که از نظر دو نفر مشابه باشند، با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم توافق مشخص شدند و درصد توافق بین دو کدگذار محاسبه شد و نتایج آن در قالب جدول ۲ ارائه شد.

^۱. Lincoln & Guba

جدول ۲. نتایج بررسی پایایی بین دو کدگذار

شماره مصاحبه	کل کدها	توافقات	عدم توافقات	درصد پایایی
۱	۸	۳	۲	۰/۷۵۰
۵	۱۵	۶	۳	۰/۸۰۰
مجموع	۲۳	۹	۵	۰/۷۸۲

بنابر توافق موجود، میزان توافق درونی بالای ۷۸ درصد بیانگر پایایی مناسب ابزار خواهد بود. تأییدپذیری: برای تحقق این مهم از ارزیابی متخصصان خارج از فرایند پژوهش استفاده شد. علاوه بر این، به منظور تأیید اعتبار ابزار اندازه‌گیری در بخش کمی، از روش روایی محتوایی استفاده شد. همچنین برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری از آلفای کرونباخ استفاده شد. سرانجام در بخش کیفی به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات کیفی از سه فرایند همپوش کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری نظری و در بخش کمی از تحلیل دیمتل استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

با استناد به نتایج مراحل کدبندی باز، محوری و نظری از طریق بازبینی مصاحبه‌های انجام‌گرفته با صاحب‌نظران و ترکیب مفاهیم و مقوله‌های فرعی بر اساس قرابت معنایی به ترتیب ۴۷ مفهوم نهایی، ۱۱ مقوله فرعی با نام‌های سرمایه انسانی، کارایی باشگاه، عملکرد ورزشی، تأثیرات زمانی، عوامل جغرافیایی، ویژگی‌های لیگ، رفتار بازیکن، ارزش اجتماعی، قوانین نقل و انتقالات، حاکمیت شرایط و عوامل مالی و ۴ مقوله اصلی به نام‌های ویژگی‌های بازیکن، ویژگی‌های باشگاه، عوامل درون‌سازمانی و عوامل برون‌سازمانی در ارتباط با موضوع تحقیق شناسایی شدند.

جدول ۳. مفاهیم، مقوله‌های فرعی و اصلی مؤثر بر قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال

منبع (مصاحبه)	مفاهیم	مقوله‌های فرعی	مقوله‌های اصلی
P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11, P13, P14, P15	سن بازیکنان		
P11, P12, P14	شهرت بازیکن		
P1, P4, P6, P8, P9, P10, P11, P14, P15	پست بازی بازیکن		
P1, P2, P5, P6	مهارت بازیکن	سرمایه انسانی	ویژگی‌های بازیکن
P2, P3, P4, P7, P10, P11, P12, P14	ویژگی‌های بدنی بازیکن		
P8, P10	استعداد بازیکن		
P3, P5, P6, P8, P11, P14, P15	سبک بازی بازیکن		
P2, P3, P4, P11, P13, P15	موقعیت تیم در لیگ در پایان فصل		
P2, P4, P5, P7, P12	موقعیت تیم (عنوان قهرمانی)	کارایی باشگاه	ویژگی‌های باشگاه
P7, P8, P9, P12	قدرت چانه‌زنی باشگاه		
P3, P5, P13, P14	عملکرد مدیر باشگاه		
P4, P6, P9, P12, P14	کل زمان حضور در زمین در طول فصل (در دقیقه)		
P2, P6, P8, P13, P15	تعداد بازی در تیم ملی	عملکرد ورزشی	ویژگی‌های بازیکن
P9, P10, P13, P14	نمرات کسب‌شده در سایت‌های معتبر		

منبع (مصاحبه)	مفاهیم	مقوله‌های فرعی	مقوله‌های اصلی
P3, P7, P8, P10, P14	تجربه بازی بازیکن		
P9, P11, P13	تعداد بازی در طول فصل		
P4, P7, P9, P12, P15	زمان انتقال (نیم‌فصل / پایان فصل)		
P2, P5, P6, P8, P10, P12	مدت قرارداد بازیکن	تأثیرات زمانی	عوامل درون‌سازمانی
P5, P6, P11, P12, P13	سال‌های باقیمانده از قرارداد بازیکن		
P4, P5, P6, P11, P14	ملیت بازیکن		
P9, P10, P11, P13	مقصد انتقال بازیکن	عوامل جغرافیایی	عوامل برون‌سازمانی
P3, P9, P13, P15	مبدأ انتقال بازیکن		
P2, P3, P7, P9, P10, P12	موقعیت لیگ		
P2, P5, P10	کیفیت لیگ	ویژگی‌های لیگ	عوامل درون‌سازمانی
P9, P10, P11, P12, P15	ظرفیت بازار نقل و انتقالات لیگ		
P3, P8, P10	حسن نیت بازیکن		
P4, P5, P13, P15	برخورد بازیکن با هم تیمی‌های خود	رفتار بازیکن	ویژگی‌های بازیکن
P1, P3, P11, P12	علاقه بازیکن		
P7, P8, P11, P15	حق پخش		
P4, P5, P8, P12	حامی مالی		
P9, P13, P15	توانایی ایجنت	ارزش اجتماعی	عوامل برون‌سازمانی
P6, P8, P9, P12	پوشش رسانه‌ها		
P9, P10, P13, P14	پوشش روزنامه‌نگاران ورزشی		
P5, P6, P10, P12	قوانین و مقررات (فیورپلی مالی)		
P9, P11, P13	محدودیت جذب بازیکن	قوانین نقل و انتقالات	عوامل درون‌سازمانی
P3, P6, P7, P9	سقف قرارداد		
P12, P14	نرخ تورم		
P1, P2, P4, P5	کارگزارها (دلال‌ها)		
P12, P13	نابرابری حقوق		
P7, P11, P15	کمبود بازیکن در پست تخصصی	حاکمیت شرایط	عوامل برون‌سازمانی
P1, P3, P5, P10, P11	ارتباط بازیکن با اصحاب رسانه		
P2, P6, P7, P11	رقم فسخ		
P1, P5, P6, P10, P13, P15	ارزش‌گذاری سایت ترانسفر مارکت		
P12, P13, P14, P15	تنوع قیمت‌ها در بازار نقل و انتقالات		
P3, P4, P5, P13	ارزش تیم (ارزش کل بازیکنان باشگاه)		
P1, P5, P7, P10, P14, P15	به میلیون دلار)	عوامل مالی	ویژگی‌های باشگاه
P8	توان مالی باشگاه		
	بازار سهام		

برای تعیین روابط علی‌الگوریتیم اجرای تکنیک دیمتل در پنج مرحله پیاده‌سازی شد. در گام نخست برای شناسایی الگوی روابط میان n معیار ابتدا یک ماتریس $n \times n$ تشکیل شد. تأثیر عنصر مندرج در هر سطر بر عناصر مندرج در ستون در این ماتریس درج شد و از یک طیف با امتیاز ۰ تا ۴ برای امتیازدهی استفاده شد. به طوری که اگر هیچ تأثیری وجود نداشته باشد، عدد صفر و اگر تأثیر بسیار زیاد باشد، عدد ۴ استفاده شد. همچنین برخلاف تکنیک‌های *AHP* و *ANP* در اینجا شرط معکوسی برقرار نیست. یعنی اگر تأثیر عنصر A بر B برابر ۳ باشد، تأثیر عنصر B بر A لزوماً $\frac{1}{3}$ نخواهد بود و ممکن است هر عددی بین صفر تا ۴ باشد. درایه‌های قطر اصلی یعنی تأثیر هر عنصر بر خودش نیز صفر در نظر گرفته شد.

چون از دیدگاه ۱۵ نفر استفاده شد، هریک از خبرگان ماتریس موجود را تکمیل کردند و سپس از میانگین ساده نظرها استفاده شد و ماتریس ارتباط مستقیم X تشکیل شد.

$$X = \begin{bmatrix} 0 & \dots & x_{n1} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{1n} & \dots & 0 \end{bmatrix}$$

در گام دوم برای نرمال‌سازی ابتدا جمع تمامی سطرها و ستون‌های ماتریس ارتباط مستقیم محاسبه شد. بزرگ‌ترین عدد مجموع سطرها و ستون‌ها با k نمایش داده شد. برای نرمال‌سازی تک‌تک درایه‌های ماتریس ارتباط مستقیم بر k تقسیم شد.

$$k = \max \left\{ \max \sum_{j=1}^n x_{ij}, \sum_{i=1}^n x_{ij} \right\}$$

$$N = \frac{1}{k} * X$$

در گام سوم برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل ابتدا یک ماتریس همانی $n \times n$ تشکیل داده شد. سپس این ماتریس همانی منهای ماتریس نرمال شد و ماتریس حاصل معکوس شد. در نهایت ماتریس نرمال در ماتریس حاصل ضرب شد و در نتیجه ماتریس ارتباط کامل تعیین شد.

$$T = N \times (I - N)^{-1}$$

در گام چهارم برای محاسبه ماتریس روابط داخلی ارزش آستانه محاسبه شد. با این روش این امکان فراهم شد از روابط جزئی صرف‌نظر شده و شبکه روابط قابل اعتنا یا همان نقشه شبکه روابط (NRM) ترسیم شود. شایان ذکر است تنها روابطی که مقادیر آنها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگ‌تر بود، در NRM نمایش داده شد. برای محاسبه مقدار آستانه روابط میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شد. پس از تعیین شدت آستانه، تمامی مقادیر ماتریس T که کوچک‌تر از آستانه بودند، صفر شده، یعنی آن رابطه‌ی علی در نظر گرفته نمی‌شد.

سرانجام در آخرین گام نمودار علی چهار جنبه ارائه شد. در این نمودار اطلاعات به شرح زیر قابل تفسیر بود:

میزان تأثیرگذاری متغیرها: جمع عناصر هر سطر (D) برای هر عامل بیانگر میزان تأثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است.

میزان تأثیرپذیری متغیرها: جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل بیانگر میزان تأثیرپذیری آن عامل از سایر عامل‌های سیستم است. بنابراین بردار افقی ($D + R$) میزان تأثیر و تأثر عامل موردنظر در سیستم است. به عبارت دیگر هرچه مقدار $D + R$ عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد.

بردار عمودی ($D - R$) قدرت تأثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. به طور کلی اگر $D - R$ مثبت باشد، متغیر یک متغیر علی و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود.

در نهایت یک دستگاه مختصات دکارتی ترسیم شد. در این دستگاه محور طولی مقادیر $D + R$ و محور عرضی بر اساس $D - R$ بود. موقعیت هر عامل با نقطه‌ای به مختصات $(D + R, D - R)$ در دستگاه معین شد. به این ترتیب یک نمودار گرافیکی نیز به دست آمد.

همان طور که اشاره شد جهت انعکاس روابط درونی میان معیارهای قیمت گذاری بازیکنان فوتبال از تکنیک دیمتل استفاده شد و چون از دیدگاه ۱۵ خبره استفاده شد، از میانگین حسابی ساده نظرها استفاده شد و ماتریس ارتباط مستقیم یا X تشکیل شد. علاوه بر این در جدول نامبرده جمع تمامی سطرها و ستونها محاسبه شد تا بزرگترین عدد مشخص شود و تمامی درایه‌های ماتریس بر معکوس این عدد ضرب و ماتریس نرمال شود.

معکوس بزرگترین عدد مجموع سطر و ستون با k نمایش داده می‌شود. بر اساس تحلیل‌های انجام گرفته بزرگترین عدد ۲۶ بود و تمامی درایه‌های ماتریس بر معکوس این عدد ضرب شد تا ماتریس نرمال شود.

$$k = \frac{1}{\max \sum_{j=1}^n x_{ij}} = \frac{1}{26} = 0.038$$

$$\rightarrow N = 0.038 * X$$

در ادامه برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل ابتدا ماتریس همانی $I_{5 \times 5}$ تشکیل شد:

$$I_{5 \times 5} = \begin{bmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 1 \end{bmatrix}$$

سپس ماتریس حاصل از تفریق ماتریس همانی از ماتریس نرمال معکوس شد و در نهایت ماتریس نرمال در ماتریس معکوس ضرب شد:

$$T = N \times (I - N)^{-1}$$

همچنین ماتریس ارتباط کامل (T) معیارهای اصلی محاسبه شد. در نهایت برای تعیین نقشه روابط شبکه (NRM) ارزش آستانه محاسبه شد. با این روش می‌توان از روابط جزئی صرف نظر کرده و شبکه روابط قابل اعتنا را ترسیم کرد. شایان ذکر است مقدار آستانه روابط یعنی میانگین مقادیر ماتریس T برابر ۰/۲۳۶ به دست آمد. تمامی مقادیر ماتریس T که کوچک‌تر از ۰/۲۳۶ باشد، صفر شده، یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود.

جدول ۴. ماتریس شدت روابط غیرمستقیم

معیارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱	۰/۲۱۸	۰/۲۳۲	۰/۲۲۱	۰/۲۳۹	۰/۲۲۶	۰/۲۳۴	۰/۲۳۴	۰/۲۳۲	۰/۲۲۰	۰/۲۱۹	۰/۲۳۵
۲	۰/۱۴۶	۰/۱۶۵	۰/۱۵۸	۰/۱۶۶	۰/۱۵۶	۰/۱۶۳	۰/۱۶۲	۰/۱۶۰	۰/۱۵۴	۰/۱۵۲	۰/۱۶۴
۳	۰/۱۳۶	۰/۱۵۳	۰/۱۵۰	۰/۱۵۸	۰/۱۵۰	۰/۱۵۴	۰/۱۵۵	۰/۱۵۲	۰/۱۴۷	۰/۱۴۴	۰/۱۵۴
۴	۰/۱۴۱	۰/۱۶۰	۰/۱۵۴	۰/۱۶۹	۰/۱۵۵	۰/۱۶۱	۰/۱۶۳	۰/۱۵۹	۰/۱۵۳	۰/۱۵۰	۰/۱۶۰
۵	۰/۱۵۹	۰/۱۷۶	۰/۱۷۰	۰/۱۸۴	۰/۱۷۷	۰/۱۷۸	۰/۱۷۹	۰/۱۷۶	۰/۱۷۰	۰/۱۶۵	۰/۱۷۸
۶	۰/۱۵۸	۰/۱۷۳	۰/۱۶۶	۰/۱۸۲	۰/۱۷۲	۰/۱۸۱	۰/۱۷۸	۰/۱۷۳	۰/۱۶۵	۰/۱۶۲	۰/۱۷۵
۷	۰/۱۵۹	۰/۱۷۲	۰/۱۶۵	۰/۱۷۹	۰/۱۷۱	۰/۱۷۸	۰/۱۸۲	۰/۱۷۳	۰/۱۶۵	۰/۱۶۲	۰/۱۷۴
۸	۰/۱۵۸	۰/۱۷۲	۰/۱۶۲	۰/۱۷۶	۰/۱۶۶	۰/۱۷۳	۰/۱۷۶	۰/۱۷۷	۱۶۷۰	۰/۱۶۴	۰/۱۷۳
۹	۰/۱۵۸	۰/۱۷۶	۰/۱۶۷	۰/۱۷۶	۰/۱۶۷	۰/۱۷۴	۰/۱۷۷	۰/۱۷۴	۰/۱۷۲	۰/۱۶۷	۰/۱۷۷
۱۰	۰/۱۴۶	۰/۱۶۲	۰/۱۵۳	۰/۱۶۴	۰/۱۵۳	۰/۱۶۰	۰/۱۶۲	۰/۱۶۰	۰/۱۵۶	۰/۱۵۶	۰/۱۶۴
۱۱	۰/۱۵۴	۰/۱۷۱	۰/۱۶۴	۰/۱۷۵	۰/۱۶۵	۰/۱۷۰	۰/۱۷۰	۰/۱۶۹	۰/۱۶۵	۰/۱۶۲	۰/۱۷۷

در نهایت خروجی نهایی و نمودار علی معیارهای قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال در لیگ برتر عراق به صورت زیر قابل تفسیر است:

جدول ۵. خروجی نهایی

معیار	D	R	D+R	D-R
سرمایه انسانی	۳/۵۱۴	۲/۳۹۹	۵/۹۱۴	۱/۱۱۴
عوامل مالی	۲/۶۵۳	۲/۵۸۱	۵/۲۳۴	-۰/۰۷۲
تأثیرات زمانی	۲/۶۲۰	۲/۶۷۶	۵/۲۹۶	-۰/۰۵۶
عوامل جغرافیایی	۲/۶۱۶	۲/۵۴۸	۵/۱۶۴	-۰/۰۶۷
ویژگی‌های لیگ	۲/۶۱۴	۲/۶۹۴	۵/۳۰۸	-۰/۰۸۰
قوانین نقل و انتقالات	۲/۵۹۰	۲/۶۴۵	۵/۲۳۶	-۰/۰۵۵
حاکمیت شرایط	۲/۵۵۶	۲/۶۸۲	۵/۲۳۸	-۰/۱۲۶
عملکرد ورزشی	۲/۴۱۷	۲/۶۵۵	۵/۰۷۲	-۰/۲۳۸
ارزش اجتماعی	۲/۴۰۷	۲/۴۹۸	۴/۹۰۶	-۰/۰۹۱
کارایی باشگاه	۲/۳۷۸	۲/۷۳۶	۵/۱۱۵	-۰/۳۵۸
رفتار بازیکن	۲/۲۸۴	۲/۵۳۱	۴/۸۱۶	-۰/۲۴۷

مطابق جدول ۹، جمع عناصر هر سطر (D) بیانگر میزان تأثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است. بر این اساس سرمایه انسانی از بیشترین تأثیرگذاری برخوردار است. معیار عوامل مالی و تأثیرات زمانی به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم قرار داشتند. سایر معیارها در درجات بعدی تأثیرگذاری قرار گرفتند و معیار رفتار بازیکن نیز کمترین تأثیرگذاری را داشت.

جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل بیانگر میزان تأثیرپذیری آن عامل از سایر عامل‌های سیستم است. بر این اساس معیار کارایی باشگاه از میزان تأثیرپذیری بسیار زیادی برخوردار بود و معیار سرمایه انسانی نیز کمترین تأثیرپذیری را از سایر معیارها داشت. بردار افقی ($D+R$) میزان تأثیر و تأثر عامل موردنظر در سیستم است. هرچه مقدار $D+R$ عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد. بر این اساس معیار سرمایه انسانی بیشترین تعامل را با سایر معیارهای مورد بررسی داشت، در مقابل معیار رفتار بازیکن کمترین تعامل را با سایر متغیرها داشت.

بردار عمودی ($D-R$) قدرت تأثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. به طور کلی اگر $D-R$ مثبت باشد، متغیر یک متغیر علی و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود. در این مدل سرمایه انسانی، عوامل مالی و عوامل جغرافیایی نقش متغیر علی و تأثیرات زمانی، ویژگی‌های لیگ، قوانین نقل و انتقالات، حاکمیت شرایط، عملکرد ورزشی، ارزش اجتماعی، کارایی باشگاه و رفتار بازیکن نقش متغیر معلول را داشتند.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش شناسایی و تحلیل پیشران‌های مؤثر بر قیمت‌گذاری بازیکنان حرفه‌ای در لیگ برتر فوتبال عراق بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد چهار مقوله اصلی ویژگی‌های بازیکن، ویژگی‌های باشگاه، عوامل درون‌سازمانی و عوامل برون‌سازمانی که بر مبنای ۱۱ مقوله فرعی تشکیل شده بودند، بر قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال در لیگ برتر فوتبال عراق مؤثرند. همچنین مشخص شد عوامل سرمایه انسانی، مالی و تأثیرات زمانی به ترتیب بیشترین تأثیر را در تبیین قیمت‌گذاری بازیکنان دارند. سایر معیارها در درجات بعدی تأثیرگذاری

قرار گرفتند و معیار رفتار بازیکن نیز کمترین تأثیرگذاری را داشت. این یافته با نتایج تحقیقات سعیدی (۲۰۱۸)، یالدو و شمیر^۱ (۲۰۱۸)، طیبی (۲۰۲۱)، بصیریت و همکاران (۲۰۲۰)، متلسکی^۲ (۲۰۲۱)، فلیپ^۳ و همکاران (۲۰۲۰)، ماجوسکی^۴ (۲۰۱۶)، هرم^۵ و همکاران (۲۰۱۴) و لی^۶ (۲۰۱۴) مبنی بر اینکه شاخص‌های شناسایی شده در این تحقیق به نوعی با شاخص‌های اشاره شده در تحقیقات مذکور یکسان بود. در مقابل این یافته با نتایج مطالعات عبدی و همکاران (۲۰۱۷) و ایزدیار و همکاران (۲۰۱۷) ناهمخوان بود. به این دلیل که در تحقیق عبدی و همکاران گزارش شده است که عواملی مانند پست بازی، جوایز و افتخارات فردی و تیمی، دقایق بازی در تعیین قیمت بازیکنان اثر معناداری ندارند. همچنین ایزدیار و همکاران نشان دادند عواملی مانند تاکتیک، تکنیک، آمادگی جسمانی، مقبولیت اجتماعی و برند باشگاه در معادله قیمت‌گذاری بازیکنان مؤثرند که در تحقیق حاضر چنین شاخص‌های شناسایی نشد. به نظر می‌رسد تفاوت در واحدهای بررسی شده به چنین نتیجه متفاوتی منجر شده باشد.

علت اینکه سرمایه انسانی که معرف ویژگی‌های بازیکنان است مؤثرترین عامل بر قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال انتخاب شد، این است که سرمایه انسانی اولین و ابتدایی‌ترین شاخصی است که در قیمت‌گذاری مورد توجه قرار می‌گیرد. البته صرف اینکه این شاخص یک شاخص اولیه و ابتدایی است، نباید به غفلت از اهمیت این شاخص منجر شود، چراکه بر مبنای نظر خبرگان و تحلیل دیمتل این عامل بیشترین تأثیر را بر سایر عوامل داشته است و در عین حال بیشترین تعامل ثبت شده در خصوص شاخص‌های بررسی شده به عامل سرمایه انسانی تعلق دارد. در نتیجه می‌توان سرمایه انسانی را عاملی خطاب کرد که با تغییر ارزش آن به تبع ارزش سایر عوامل نیز دستخوش تغییر می‌شود، چراکه سرمایه انسانی به مثابه یک عامل پیشران عمل می‌کند. برای مثال می‌توان به انتقال بازیکنان مطرح در لیگ‌های معتبر فوتبال دنیا اشاره کرد که با بالا رفتن سن بازیکنان قیمت کمتری برای جذب و انتقال آنها پرداخت می‌شود. به طور موردی می‌توان به لیونل مسی بازیکن نامدار و پیشین بارسلونا اشاره کرد که هنگام انتقال به پاری سن ژرمن قرارداد پایین تری از بسیاری از هم تیمی‌های خود ثبت کرد. این در حالی است که میزان اثرگذاری و کارایی او به مراتب ممکن است بیشتر از بسیاری از بازیکنان دیگر باشگاه باشد، اما چون سن او رو به افزایش است و در فوتبال حرفه‌ای سن ملاک تعیین کننده است، مشاهده می‌شود سایر معیارهای قیمت‌گذاری او تابع این معیار دستخوش تغییر شده است. در مقابل مشاهده می‌شود بسیاری از باشگاه‌های مطرح جهان حاضرند با قیمت‌های نجومی ارلیک هالند را از دورتمند که بازیکن مستعد و دارای ظرفیت بالقوه‌ای است، به خدمت بگیرند. شایان ذکر است سن بازیکن تنها شاخص تبیین کننده سرمایه انسانی نیست و در کنار آن توجه به شهرت، پست بازی، بازیکن، مهارت بازیکن، ویژگی‌های بدنی، استعداد بازیکن و سبک بازی نیز مؤثر است.

همچنین علت اینکه عامل مالی پس از سرمایه انسانی بیشترین تأثیر را بر قیمت‌گذاری بازیکنان دارد این است که عامل مالی به نوعی توان مالی باشگاه را نشان می‌دهد و بی‌گمان باشگاه‌هایی که توان مالی بیشتری دارند، محدودیت کمتری در خرید بازیکن از بعد مالی دارند. برای مثال می‌توان به تیم پاری سن ژرمن اشاره کرد که تحت هدایت ناصر الخلیفی تاجر و سرمایه‌دار اهل قطر رکورد گران‌ترین انتقالات را در تاریخ فوتبال شکسته است. در این حالت چون یک قیمت غیررقابتی به بازیکنان مطرح می‌شود تا باشگاه مبدأ راضی شود قیمت بازیکنان بیش از آنچه باید باشد، ارزش‌گذاری می‌شود. این در حالی است که از زمان انتقال نیمار و کیلیان امباپه که رکورد نقل و انتقالات جابه‌جا شده است، این بازیکنان به اندازه کریستیانو رونالدو و لیونل مسی افتخارت فردی کسب نکرده‌اند، ولی با این حال قیمت بالاتری به نسبت آنها دارند. شایان ذکر است به مانند سرمایه انسانی عوامل مالی نیز بخشی از قیمت‌گذاری را تبیین می‌کند. در این زمینه آرمسترانگ^۷ و همکاران (۲۰۱۴) اظهار کردند از آنجا که همیشه بین باشگاه‌های خریدار و فروشنده چانه‌زنی

1. Yaldo & Shamir

2. Metelski

3. Felipe

4. Majewski

5. Herm

6. Li

7. Armstrong

می‌شود، علاوه بر توان مالی ارزش تیم و عملکرد آن نیز در قیمت‌گذاری بازیکنان مؤثرند. به گفته کارمایشل^۱ (۲۰۰۶) دو روش برای ارزش‌گذاری بازیکنان در فوتبال وجود دارد. اولین روش از نظریه اقتصادی انحصار پیروی می‌کند، جایی که هزینه انتقال بر اساس چانه‌زنی بین باشگاه‌ها تعیین می‌شود. در این روش، ویژگی‌های باشگاه‌های خرید و فروش از بعد مالی مهم‌ترین عامل است. دومین روش از نظریه اقتصادی رقابت کامل پیروی می‌کند و در آن بیشتر بر سرمایه انسانی تأکید می‌شود.

افزون بر این، دلیل اینکه تأثیرات زمانی پس از سرمایه انسانی و عوامل مالی بیشترین تأثیر را در قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال دارد این است که ارزش مبادله یک محصول یا خدمت در طول زمان تغییر می‌کند. اینکه چه زمانی می‌بایست باشگاه قیمت بازیکنش را کاهش دهد یا بالا ببرد؟ عکس‌العمل رقبا و مشتریان در زمانی که باشگاه قیمت‌هایش را بالا یا پایین می‌آورد چگونه خواهد بود؟ چه زمانی باشگاه می‌بایست به ارزان‌فروشی بیش‌ازحد روی بیاورد؟ و غیره مشاهده می‌شود در همه این موارد زمان محور تصمیم‌گیری است. زمان حتی قدرت چانه‌زنی بین باشگاه‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد، چراکه زمانی که یک باشگاه به دنبال جذب بازیکن خاصی است اگر در آن زمان تعداد باشگاه‌های کمی خواهان آن بازیکن باشند، به مراتب قدرت چانه‌زنی بیشتری پیدا می‌کند و می‌تواند قیمت بازیکن را مطابق خواسته‌های خودش تغییر دهد. به همین سبب در الگوهای قیمت‌گذاری که کم هم نیستند، همواره تأثیرات زمانی به‌عنوان یک پارامتر ثابت در نظر گرفته شده است.

همچنین دلیل اینکه کارایی باشگاه بیشترین تأثیرپذیری را در بین عامل‌های مؤثر بر قیمت‌گذاری داشت، این است که کارایی باشگاه بیشتر از اینکه نهاد قیمت‌گذاری باشد، ستاده قیمت‌گذاری است، چراکه در تحلیل یافته‌ها، کارایی باشگاه نقش معلول و سازه‌های علی زمینه‌ساز آن هستند. به این معنی که کارایی باشگاه نتیجه و پیامد سیستم قیمت‌گذاری و ارزش‌گذاری بازیکنان است و مادامی که به عوامل علی در قیمت‌گذاری استناد شود، می‌توان انتظار داشت که کارایی باشگاه افزایش پیدا کند و به تناسب آن، این عامل نیز به یک عامل مؤثر بر قیمت‌گذاری تبدیل شود. اما ذکر این نکته حائز اهمیت است که کارایی باشگاه حتی با تغییر نقشی که در سیستم قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال پیدا می‌کند، نمی‌تواند به اندازه عوامل علی مهم باشد.

دلیل اینکه یافته‌ها نشان داد رفتار بازیکن در الگوی قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال عراق، کمترین اثرگذاری و در عین حال کمترین تعامل را با دیگر اجزای سیستم قیمت‌گذاری دارد، این است که در بسیاری از نقل و انتقالات انجام‌شده مشاهده می‌شود، بازیکنان رفتارهای غیراخلاقی از خود نشان می‌دهند و مادامی که باشگاه‌ها قیمت بالاتری را به آنها پیشنهاد دهند، منفعت مالی را بر منفعت رفتاری ترجیح می‌دهند و محتمل است این مهم در کشورهایی که فوتبال در آنها حرفه‌ای نشده است، به مراتب برجسته‌تر باشد، چراکه نه قوانین سخت و محکمی برای نقل و انتقال بازیکن دارند و نه بازیکنان از حق‌الزحمه‌ای که دریافت می‌کنند به تناسب خدماتی که از جامعه دریافت می‌کنند، راضی‌اند. علی‌رغم این مسئله یافته‌ها تأیید می‌کند که رفتار بازیکنان در قیمت‌گذاری مؤثر است و باید به آن توجه شود، اما در بین شاخص‌های قیمت‌گذاری لازم است کمترین وزن را به خود اختصاص دهد.

سرانجام دلیل اینکه سایر عوامل موقعیت بینابینی داشتند، یعنی اینکه نه بسیار تأثیرگذار و نه بسیار تأثیرپذیر بودند این است که این عامل‌ها در مقایسه با سایر عوامل اهمیت نسبی کمتری داشتند. از این رو نمی‌توانند جزء هسته اصلی قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال باشند، هرچند مؤثرند و نقش آنها در سیستم غیرقابل چشم‌پوشی است؛ چراکه قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال به‌مثابه یک اکوسیستم است و هر بخش از آن در عین حال که کارکرد متفاوتی دارد، مؤثر است.

با اقتباس از آنچه بیان شد و با در نظر گرفتن این یافته که سرمایه انسانی در موضوع قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال لیگ برتر فوتبال عراق بیشترین تأثیرگذاری را دارد، یک متغیر علی به‌شمار می‌رود، کمترین تأثیر را می‌پذیرد و در عین حال متغیری است که بیشترین تعامل را با سایر اجزای قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال دارد، به مدیران و مالکان باشگاه‌های فوتبال در عراق پیشنهاد می‌شود، به‌منظور به خدمت گرفتن یا فروش بازیکنان مدنظر به این متغیر بیش از متغیرهای دیگر در تصمیم‌گیری‌های خود وزن دهند و در فرمول محاسبه

^۱. Carmichael

قیمت‌گذاری شاخص‌هایی چون سن، پستی که بازیکنان در آن بازی می‌کنند، مهارت، ویژگی‌های بازیکنان، استعداد، سبک بازی و شهرت بازیکن را بگنجانند. همچنین به دلیل اینکه یافته‌ها نشان داد عوامل مالی و تأثیرات زمانی پس از سرمایه‌انسانی، بیشترین تأثیر را بر قیمت‌گذاری دارند، به افراد نامبرده پیشنهاد می‌شود که توان مالی و ارزش مالی باشگاه‌های خود را به همراه مدت زمان قرارداد بازیکن و زمان انتقال بازیکن همگام با شاخص‌های سرمایه‌انسانی در فرمول قیمت‌گذاری لحاظ کنند. افزون بر این، به مدیران و مالکان باشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود که در قیمت‌گذاری بازیکنان، کمترین وزن را در تصمیم‌گیری‌های خود به قیمت‌گذاری بر مبنای رفتار بازیکنان که شامل حسن نیت بازیکن، برخورد بازیکن با هم‌تیمی‌های خود و علاقه بازیکن است، اختصاص دهند، چراکه در قیمت‌گذاری این متغیر کمترین اثرگذاری را دارد. همچنین به دلیل اینکه کارایی باشگاه در موضوع قیمت‌گذاری بیشترین تأثیر را می‌پذیرد، به افراد نامبرده پیشنهاد می‌شود که در قیمت‌گذاری بازیکنانی که می‌خواهند به خدمت بگیرند یا به فروش برسانند، همواره به شاخص‌های علی چون سرمایه‌انسانی، عوامل مالی، تأثیرات زمانی و عملکرد بازیکن توجه و سعی کنند بهترین کارکرد را در این عوامل از خود برجای بگذارند؛ چراکه بر مبنای یافته‌ها، کارایی باشگاه تابع علت‌های نامبرده است. سرانجام به افراد نامبرده پیشنهاد می‌شود در قیمت‌گذاری بازیکنان صرفاً به شاخص یا معیار خاصی توجه نکنند و برحسب وزنی که معیارها دارند در قیمت‌گذاری دخالت داده شوند، چراکه استناد صرف به یک الگو یا معیار خاص، کاستی‌ها و خطاهایی دارد و در قیمت‌گذاری بر پایه همه شاخص‌های مؤثر، این خطاها کمتر می‌شود.

تقدیر و تشکر

از داوران محترم به سبب ارائه نظره‌های ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

References

- [Sadeghi, H., Asgharpour, H., & Gholchinfar, N. \(2009\). Estimation of Demand Function of Iran's Football Premier League. The Economic Research, 9\(3\), 183-202. \(In Persian\)](#)
- [Moore, J. \(2010\). Premier League Pricing An investigation of spectator ticket pricing strategy of football clubs within the English Premier League. Bachelor Thesis, Aarhus School of Business.](#)
- [Saeedi F. \(2018\). Estimating the price of Iranian Basketball Premier League players using data mining technique. Master Thesis, Physical Education and Sports Sciences, University of Guilan. \(In Persian\)](#)
- [Soltanhoseini, M., Razavi, S. M. J., & Salimi, M. \(2017\). Identifying and Prioritizing Barriers to the Privatization of Soccer Industry in Iran Using Multi-Criteria Analysis and Copeland's Approach. Sport Management Studies, 9\(41\), 15-36. \(In Persian\)](#)
- [Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. \(2014\). Principles of marketing. Pearson Australia.](#)
- [DeGaris, L. \(2015\). Sports marketing: a practical approach. Routledge.](#)
- [Ezzeddine, M. \(2020\). Pricing football transfers: determinants, inflation, sustainability, and market impact: finance, economics, and machine learning approaches \(Doctoral dissertation, Paris 1\).](#)
- [Poli, D. R., Ravenel, L., & Besson, R. \(2020\). Scientific evaluation of the transfer value of football players. CIES Football Observatory Monthly Report, 53.](#)
- [Yaldo, L., & Shamir, L. \(2017\). Computational estimation of football player wages. International Journal of Computer Science in Sport, 16\(1\).](#)
- [Taybi M. \(2021\). Estimating the price of professional football players in Iran using artificial neural networks. PhD Thesis, Physical Education and Sports Sciences, Strategic Management Trend in Sports Organizations, Faculty of Physical Education and Sports Sciences, University of Isfahan. \(In Persian\)](#)

- [Memari, Z., Hoda, K., & Safaie, A. \(2020\). The Valuation of Football Players with Data Mining Technique \(Case Study: Esteghlal Club\). *Sport Management Journal*, 12\(3\), 735-757. \(In Persian\)](#)
- [Basirat, M., Khajeheian, D., & Roshandel Arbatani, T. \(2019\). A Theoretical Model for Identifying Media Value of Football Players in Iranian Professional League. *Sport Management Studies*, 11\(57\), 121-140. \(In Persian\)](#)
- [Abdi, S., Zangiabadi, M., & Talibpour, M. \(2015\). Determining the role of factors affecting the evaluation of Iranian Premier League players. *Journal of Human Resource Management in Sports*, 3\(2\), 121-136. \(In Persian\)](#)
- [Izadyar, M., Memari, Z., & Mousavi, M. H. \(2016\). Pricing equation for Iranian Premier League football players. *Journal of Economic Research \(Tahghighat-E-Eghtesadi\)*, 51\(1\), 25-40. \(In Persian\)](#)
- [Metelski, A. \(2021\). Factors affecting the value of football players in the transfer market. *Journal of Physical Education and Sport*, 21, 1150-1155.](#)
- [Fernández Luna, Á., Felipe Hernández, J. L., Burillo Naranjo, P., Riva del Río, L. E. D. L., Sánchez Sánchez, J., & García Unanue, J. F. \(2020\). Money Talks: Team Variables and Player Positions that Most Influence the Market Value of Professional Male Footballers in Europe.](#)
- [Majewski, S. \(2016\). Identification of factors determining market value of the most valuable football players. *Central European Management Journal*, 24\(3\), 91-104.](#)
- [Herm, S., Callsen-Bracker, H. M., & Kreis, H. \(2014\). When the crowd evaluates soccer players' market values: Accuracy and evaluation attributes of an online community. *Sport Management Review*, 17\(4\), 484-492.](#)
- [Li, N. \(2014\). The Determinants of the Salary in NBA and the Overpayment in the Year of Signing a New Contract \(Doctoral dissertation, Clemson University\).](#)
- [Paul, D. J., Bradley, P. S., & Nassis, G. P. \(2015\). Factors affecting match running performance of elite soccer players: shedding some light on the complexity. *International journal of sports physiology and performance*, 10\(4\), 516-519.](#)
- [Jensen, M. M., Grønbæk, K., Thomassen, N., Andersen, J., & Nielsen, J. \(2014\). Interactive football-training based on rebounders with hit position sensing and audio-visual feedback. *Intentional Journal of Computer Science in Sport*, 13\(1\), 57-68.](#)
- [Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. \(1985\). *Naturalistic inquiry*. sage.](#)
- [H Carmichael, F. \(2006\). The Player Transfer System. In W.](#)
- [Heidari Toopkanlu, M., Sadeghi Boroujerdi, S., Andref, W., & Amiri, S. H. \(2022\). Identification and weighting of performance variables affecting the pricing of strikers in the Iranian Football Premier League. *Sport Management Journal*, 13\(4\), 1337-1355. \(In Persian\)](#)
- [Carlos, PA. \(2020\). Conceptual Model to Measure Football Player's Market Value. A Proposal by means of an Analytic Hierarchy Process. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 59, 24-42.](#)
- [Singh, P., & Lamba, P. S. \(2019\). Influence of crowdsourcing, popularity and previous year statistics in market value estimation of football players. *Journal of Discrete Mathematical Sciences and Cryptography*, 22\(2\), 113-126.](#)
- [Patnaik, D., Praharaj, H., Prakash, K., & Samdani, K. \(2019, March\). A study of Prediction models for football player valuations by quantifying statistical and economic attributes for the global transfer market. In 2019 IEEE International Conference on System, Computation, Automation and Networking \(ICSCAN\) \(pp. 1-7\). IEEE.](#)

[Poli, R., Besson, R., & Ravenel, L. \(2021\). Econometric approach to assessing the transfer fees and values of professional football players. *Economies*, 10\(1\), 4.](#)

[Arrul, V. S., Subramanian, P., & Mafas, R. \(2022, April\). Predicting the football players' market value using neural network model: a data-driven approach. In *2022 IEEE international conference on distributed computing and electrical circuits and electronics \(ICDCECE\)* \(pp. 1-7\). IEEE.](#)

[Al-Asaii M A & Taseemir S \(2022\). Predict the value of football players using FIFA video game data and machine learning techniques. *IEEE Access*, 10, 22631-22645.](#)

