

شناسایی عوامل مؤثر بر ارزش‌گذاری فوتبال‌یست‌های لیگ برتر ایران

احمد رضا گرجی پور^۱ - وحید شجاعی^{۲*} - محمد حامی^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران ۲ و ۳. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی،

واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۰۵، تاریخ تصویب: ۱۴۰۱/۰۷/۲۳)

چکیده

هدف از این تحقیق، شناسایی عوامل مؤثر بر ارزش‌گذاری فوتبال‌یست‌های لیگ برتر ایران بود. در این پژوهش کیفی که با رویکرد اکتشافی و بر پایه استراتژی نظریه داده بنیاد انجام شد، جمع‌آوری داده‌ها به شکل مصاحبه عمیق با ۱۷ نفر از مدیران بازاریابی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال و مدیر برنامه‌های فعال در فوتبال بود. نمونه‌گیری به صورت غیر تصادفی و هدفمند بود و مصاحبه‌ها تا مرز اشباع نظری ادامه یافت. تحلیل داده‌ها توسط نرم‌افزار MAXQDA 18 انجام گردید. محقق از طریق فرآیند کدگذاری سه مرحله‌ای مفاهیم را استخراج نمود. سپس از طریق دسته‌بندی مقولات و کدگذاری گزینشی، مدلی بر پایه چارچوب گل‌یزری طراحی نمود. یافته‌های کیفی نشان داد که چهار بعد صفات فردی، عملکرد فنی، مهارت‌های روانی-اجتماعی و عوامل زمینه‌ای مشتمل بر ۱۱۲ مقوله با مجموع فراوانی ۶۴۳ کد مفهومی اولیه (در حالت تکرار) از جمله عوامل مؤثر بر ارزش‌گذاری فوتبال‌یست‌های لیگ برتر ایران بودند که از جمله آن‌ها می‌توان به قد، زیبایی بصری و اندامی، وزن، استعداد، جوایز فردی و جوایز تیمی در بعد اول، کیفیت عملکرد، قدرت شوت‌زنی، قدرت پرش، میزان تلاش و دوندگی، استقامت عضلانی، تنوع تکنیکی، قدرت بدنی، دقت پاس، قدرت دریبل‌زنی، دقت شوت و کنترل توپ در بعد دوم، خلاقیت، توانایی تیم‌سازی، سازگاری روانی و اجتماعی، انگیزه درونی و مبارزه در بعد سوم و نهایتاً چانه‌زنی مدیر برنامه، موقعیت اجتماعی و محدودیت‌های حقوقی در بعد چهارم اشاره کرد. نتیجه کلی این تحقیق نشان داد که علیرغم یافته‌های مطالعات پیشین که متمرکز بر جنبه‌های محدودی از عوامل مؤثر بر ارزش‌گذاری فوتبال‌یست‌ها بوده‌اند، در این تحقیق تحلیل جامعی از متغیرهای متعدد اثرگذار بر قیمت‌گذاری بازیکنان صورت گرفته است. به مدیران، فوتبال‌یست‌ها و سایر ذینفعان پیشنهاد می‌شود در زمان مذاکره و تصمیم برای بستن قرارداد به ابعاد مختلف این تحقیق توجه نمایند.

واژه‌های کلیدی

ارزش مالی، لیگ برتر فوتبال، ورزشکار حرفه‌ای، نقل و انتقال.

مقدمه

از نظر مخاطبان ورزشی، فوتبال محبوب‌ترین ورزش دنیاست که منعکس‌کننده احساسات، شور و هیجان و حمایت است. میلیون‌ها نفر از هواداران پرشور در سراسر جهان فعالیت‌های روزمره باشگاه‌های موردعلاقه خود را دنبال می‌کنند و به موفقیت تیمشان اهمیت می‌دهند. باشگاه‌های فوتبال به‌مثابه شرکت‌های بزرگی هستند و داشتن چنین هوادارانی مانند مشتریان این شرکت‌ها سبب شده است تا باشگاه‌های فوتبال، به کانون توجه مخاطبان و سرمایه‌گذاران بزرگ مبدل شوند که می‌تواند در آینده حیات آن‌ها تأثیر شگرفی داشته باشد. امروزه صنعت فوتبال به یک صنعت درآمدزا تبدیل شده است که با توجه به علاقه فراوان مردم به آن همواره در کانون توجهات رسانه‌ها، شرکت‌های تجاری و صاحبان دیگر صنایع قرار داشته است. باشگاه‌ها، مهم‌ترین بخش صنعت فوتبال محسوب می‌شوند که ادامه حیات این صنعت، وابستگی بسیاری به پابرجا ماندن این باشگاه‌ها دارد (۱).

باشگاه‌هایی که در حوزه فوتبال فعالیت می‌کنند، نیازمند درآمدزایی بالایی هستند تا قادر باشند هزینه‌های ضروری و اجتناب‌ناپذیر مرتبط با این رشته ورزشی پرطرفدار را تأمین کنند. هزینه‌های عمده و کلی تیم‌های فوتبال مشتمل بر حقوق و پاداش بازیکنان و انتقال بازیکنان به باشگاه‌ها، مدیریت نیروی انسانی، ایجاد و نگهداری فضاهای ورزشی، هزینه مسافرت، مالیات، بیمه، هزینه‌های اداری و خدمات از یک‌سو و درآمدهای عمده و کلی شامل حامیان مالی، حق پخش تلویزیونی، فروش بازیکن، تبلیغات، فروش وسایل ورزشی و فروش بلیت ورودی برای تماشای بازی‌ها است (۲).

به‌طورکلی، باشگاه‌های فوتبال در سه حوزه اصلی درگیر هستند: الف) درآمدزایی حاصل از فروش بلیت مسابقات، حق پخش تلویزیونی و جذب حامیان مالی؛ ب) تجارت

در زمینه قراردادهای خریدوفروش یا انتقال فوتبالیست‌ها در تیم‌های مختلف؛ و ج) پرورش بازیکنان خلاق و بااستعداد در جهت استفاده از منافع آنان در آینده (۳). تأکید اصلی این مطالعه روی فعالیت دوم باشگاه‌های فوتبال، یعنی مبتنی بر ارزش قراردادهای خریدوفروش فوتبالیست‌ها است. در برخی مطالعات اشاره شده است که بازاریابی و سرمایه‌گذاری در خرید بازیکنان فوتبال ضمن اینکه ساختار مناسبی را برای ارتقای ورزش قهرمانی فراهم می‌سازد، ارزش فعلی خالص درآمدهای آتی باشگاه‌های خصوصی را نیز افزایش می‌دهد و آثار ثانوی گسترده‌ای بر ارتقای رفاه اقتصادی جامعه و ساختارهای جامعه دارد (۴). بنابراین از آنجاکه موفقیت و پیشرفت باشگاه درگرو کیفیت و ارزش بازیکنان آن است بنابراین بازیکنان همواره ارکان اصلی و سرمایه‌های یک باشگاه در نظر گرفته می‌شوند (۵).

در ایران برگزاری مسابقات فوتبال به‌صورت لیگ حرفه‌ای از سال ۱۳۸۰ شروع گردید و سازمان لیگ به‌موازات آن تشکیل اختیارات اجرایی این مسابقات را بر عهده دارد. در نظریه حرفه‌ای بودن سازمان لیگ، یکی از مهم‌ترین جنبه‌های عملکرد این سازمان یعنی عملکرد مالی آن مطرح می‌شود. امروزه لیگ‌های حرفه‌ای معتبری در جهان وجود دارد که نقش برجسته‌ای در اقتصاد کشور خود دارند و سالانه میلیون‌ها و حتی میلیاردها دلار در افزایش تولید ناخالص ملی کشور خود نقش دارند (۶).

این در حالی است که سازمان لیگ حرفه‌ای ایران همچنان وابسته به دولت است. و باشگاه‌ها نمی‌توانند از طریق، حق پخش تلویزیونی و فعالیتهای تجاری و سود حاصل از روز مسابقه کسب درآمد کنند. (۶۵ درصد باشگاه‌های فوتبال حرفه‌ای لیگ برتر ایران از طریق دولت و یا سازمان‌های صنعتی دولتی حمایت می‌شوند). از آنجاکه بیشتر باشگاه‌های فوتبال ایران در پایان سال مالی خود، دارای تراز مالی مثبت نیستند و هزینه‌ها به‌طورمعمول

اهداف بازاریابی سازمان باید تمامی این عناصر به‌طور هماهنگ باهم تعیین شوند. در شرایطی که محصول سازمان یک بازیکن نخبه است، محصول، کاملاً منحصربه‌فرد است، به‌طوری که محصول سایر سازمان‌ها به لحاظ کیفی توان رقابت با این محصول را نداشته باشند، سازمان می‌تواند قیمت را به هر میزانی که لازم بداند، بالا ببرد. مطالعات متعددی در ارتباط با قیمت‌گذاری و ارزش‌گذاری ورزشکاران و به‌ویژه فوتبالیست‌ها انجام شده است که در ادامه به برخی اشاره می‌شود. همچنین باید توجه داشت که ارزش یک بازیکن در هر باشگاه نسبت به باشگاه‌های دیگر متفاوت است و این ارزش به درآمد باشگاه و امتیازات خلق شده توسط تیم، بستگی دارد (۷).

برخی مطالعات عواملی همچون خصوصیات شخصیتی و توانایی‌های ورزشی و عواملی مانند شهرت و محبوبیت بازیکنان و مقوله‌های فنی در کنار سن بازیکن را در ارزش‌گذاری ورزشکاران مهم می‌دانند (۹و۸).

مارتینز (۲۰۱۵) در تحقیقی به تعیین شاخص‌های قیمت‌گذاری فوتبالیست‌ها با استفاده از مدل هدانیک پرداخت. یافته‌های این مطالعه حاکی از آن بود که بازیکنان به لحاظ ویژگی‌های جسمانی، ظاهری، عملکردی و اخلاقی باهم متفاوت‌اند و باید از روش‌های متفاوتی برای قیمت‌گذاری آنان استفاده نمود (۱۰).

رویج و اوپم (۲۰۱۵) نیز عوامل کلیدی تعیین‌کننده ارزش بازیکنان در پروسه نقل و انتقالات فوتبال را مؤلفه‌هایی مانند سن، قد، پای غالب، متوسط تعداد گل زده، متوسط دقایق بازی، متوسط کارت‌های زرد و قرمز، درصد حضور به‌عنوان جانشین، درصد پنالتی گل شده و تعداد بازی‌ها را گزارش دادند (۱۱). همچنین کانیندا و همکاران^۳ در مطالعه‌ای نشان دادند ارزش بازیکنان بر اساس

بیشتر از درآمد است (۵). بنابراین یکی از راه‌کارهای مهم ایجاد سازوکارهای مناسب در جهت کم کردن هزینه‌هاست که بخش عمده این هزینه‌ها به خرید بازیکنان و ارزش مالی واقعی آن‌ها برمی‌گردد.

اهدافی که سازمان‌ها و یا باشگاه‌ها از ارزش‌گذاری دنبال می‌کنند، مشتمل بر حفظ بقا و ادامه حیات، به حداکثر رساندن سود فعلی، به حداکثر رساندن سهم بازار، کشیدن عصاره بازار و پیشرو شدن از نظر کیفیت است. بنا به اظهارات سلطانی و همکاران (۲۰۱۰) (۴)، علی که ارزیابی سرمایه‌گذاری در انتخاب بازیکن برتر را ایجاب می‌کند عبارت‌اند از؛ الف) سرمایه از منابع کمیاب است و در تخصیص آن دقت و توجه کافی لازم است. ب) آثار مترتب بر سرمایه‌گذاری‌های مذکور بلندمدت است و چنانچه تصمیمی نسنجیده اتخاذ شود، آثار طولانی‌مدت خواهد داشت. ج) سرمایه قدرت ایجاد درآمد دارد، از این رو باید بازیکنانی را جذب کرد که حداکثر بازده را در قهرمانی و سودآوری داشته باشند. د) سرمایه‌گذاری در خرید بازیکنان ممکن است از طریق منابع وامی تحصیل شود، بنابراین لازم است پیشاپیش بازده آن مطالعه شود و علاوه بر تأمین بهره‌های وام، درآمدی نیز برای جبران خطرهای سرمایه‌گذاری ایجاد کرد. ه) سرمایه‌گذاری‌های مذکور، سبب افزایش هزینه‌های جاری باشگاه می‌شود، از این رو باید اثر کل آن را بر کل درآمد باشگاه مطالعه کرد. و) در تعیین ارزش دارایی‌های انسانی باشگاه‌های ورزشی رویه‌های مختلفی قابل اجراست که ضرورت شناسایی و انتخاب رویه‌ای متناسب با شرایط حال حاضر فوتبال کشور را ضروری می‌نماید.

قیمت‌گذاری باید با سیاست‌های مرتبط با سایر عناصر آمیخته بازاریابی همخوانی داشته باشد و به‌منظور تحقق

3. Kanyinda et al.

1. Martins
2. Ruijg and Ophem

متغیرهایی مانند مصدومیت و ارزش تبلیغاتی آنان تعیین می‌شود (۱۲).

سین و لمبا^۱ (۲۰۱۹) نیز عواملی مانند اطلاعات شخصی بازیکن؛ مثل سن و پست بازی. پارامتر عملکردی بازیکن؛ شامل بسته نگه داشتن دروازه، گل، پاس گل، دقایق بازی، تعداد شوت، تعداد پاس. پارامتر عملکرد در بازی فیفا؛ پارامترهای لیگ فانتزی و محبوبیت بازیکن را در ارزش مالی بازیکنان مؤثر می‌دانند (۱۳).

همچنین در مطالعه پوزا^۲ (۲۰۱۹) متغیرهای مرتبط با ورزش؛ مانند گل زده، پاس گل، پاس صحیح، و دریبلینگ نسبت به متغیرهای مرتبط با مهارت‌های شخصی؛ مثل رهبری، رقابت‌پذیری، و ثبات. و متغیرهای مرتبط با بازاریابی؛ مثل محبوبیت، فعالیت‌های تجاری، و مدت قرارداد بر ارزش مالی مهاجم تأثیر بیشتری دارد (۱۴). در داخل کشور نیز با عنایت به اهمیت موضوع مطالعاتی به صورت موردی و با روش‌شناسی‌های متنوع انجام گرفته است. در مطالعه عبدی و همکاران (۱۳۹۵) عواملی همچون سن، تعداد بازی‌های ملی، تعداد گل‌های زده بازیکن، سطح تیم قبلی بازیکن و تعداد حضور در ترکیب ثابت در فصل قبل، بر قیمت بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران به عنوان عوامل اثرگذار گزارش شدند (۱۵). همچنین معماری و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با تکنیک داده‌کاوی به ارزش‌گذاری فوتبال‌بایست‌های باشگاه استقلال پرداختند. بر اساس یافته‌ها، در الگوریتم شبکه عصبی متغیر شیرجه بالاترین ضریب تأثیر و متغیر کل زمان بازی شده در طول یک فصل کمترین ضریب تأثیر را در قیمت‌گذاری بازیکن داشت. در الگوریتم درخت تصمیم‌گیری نیز بیشترین عامل تأثیرگذار بر قیمت بازیکن، سن و کمترین عامل، پست بازیکن بود. همچنین اولین عامل تأثیرگذار بر قیمت قدرت بدنی بود. تفاوت مقادیر پیش‌بینی‌شده در روش‌های

الگوریتمی با داده‌های واقعی احتمالاً ناشی از عدم استفاده از رویکرد علمی در ارزش‌گذاری قراردادهای بازیکنان است (۱۶).

ایزدیار و همکاران (۲۰۱۶) نیز در تحقیق خود با بررسی شاخص‌های همچون تکنیک، تاکتیک، آمادگی جسمانی، مقبولیت اجتماعی، و برند باشگاه در مجموع با ۴۰ زیرشاخص و با روش‌های اقتصادسنجی به محاسبه قیمت فوتبال‌بایست‌ها پرداختند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که تکنیک با ارزش‌ترین عامل در قیمت‌گذاری بود (۱۷). مطالعه مراد زاده و همکاران (۱۳۹۶) نیز در انتخاب بازیکنان ورزشی بیشترین اهمیت را به متغیرهای فیزیولوژیکی می‌دهد (۱۸).

همچنین در مطالعه حیدری و همکاران (۱۳۹۹) که به شناسایی متغیرهای عملکردی مؤثر بر ارزش مالی بازیکنان فوتبال ایران برای پست مهاجم پرداخته شده بود به متغیرهای عملکردی (دفاعی و تهاجمی) تأکید زیادی شده است. متغیرهای عملکردی تدافعی مهاجم هدف شامل؛ بازپس‌گیری توپ، قطع توپ، یک در مقابل یک تدافعی، نبرد هوایی تدافعی، دفع توپ و تکل (سرخوردن) و در بخش متغیرهای عملکردی تهاجمی مهاجم شامل؛ گلزنی، پاس گل، ایجاد موقعیت گلزنی، پاس کلیدی، شوت‌زنی، یک در مقابل یک تهاجمی، نبرد هوایی تهاجمی، پاس صحیح و کورس موفق (تصاحب توپ پشت مدافعان) بودند (۵).

با توجه به مطالب اشاره‌شده، در کشور ما، تأمین مالی در بیشتر باشگاه‌های ورزشی به‌نوعی از سوی سازمان‌ها و نهادهای دولتی و منابع ملی صورت می‌گیرد. بنابراین، باشگاه‌ها خصوصی محسوب نمی‌شوند و برای بقای خود به منابع دولتی وابسته‌اند و در فوتبال ایران جریان نقد حاصل از تجارت آزاد سهمی ندارد (۱۹). از این جهت که بیشترین

ادامه یافت؛ به این معنی که با توجه به کدگذاری مفهومی یا اولیه از سوی محقق که به صورت بی‌وقفه و مستمر بلافاصله بعد از انجام مصاحبه‌ها صورت می‌گرفت، استخراج این کدهای اولیه یا مفاهیم تا جایی پیش رفت که دیگر کد جدیدی در مصاحبه‌های انجام‌شده وجود نداشت. فرمت داده‌ها به دو صورت متن و صدا بوده و تجزیه و تحلیل داده‌ها توسط نرم‌افزار MAXQDA 18 انجام گردید. محقق پس از فرآیند کدگذاری باز مصاحبه‌های انجام‌شده، مفاهیم را استخراج نموده است. سپس از طریق کدگذاری محوری، مفاهیم احصاء شده را در قالب مقولات مختلف دسته‌بندی نمود و در نهایت از طریق کدگذاری انتخابی، مدلی اکتشافی را طراحی نمود. در طول فرآیند مصاحبه، محقق از بازخوردهای حاصل از مصاحبه‌های قبلی و نیز تجربیات کدگذاری مفهومی استفاده نمود تا اینکه با مطالعه و شنود چندباره فایل‌های کتبی و صوتی به غنای مصاحبه‌های آتی بیفزاید.

متن/صوت ← مفهوم ← مقوله ← بعد/عامل

به‌منظور دستیابی به روایی مفاهیم و کدهای استخراجی، ۳ نفر از مصاحبه‌شوندگان که از اساتید هیئت‌علمی دانشگاه بوده و تجربه بالایی در انجام تحقیقات کیفی و کار با نرم‌افزار MAXQDA داشتند، فرآیند کدگذاری‌ها را مورد بازبینی قرار دادند و نظراتشان در خصوص مراحل کدگذاری و نیز تصحیح موارد مشخص‌شده اعمال شد. در این تحقیق از روش پایایی آزمون مجدد جهت تعیین ضریب پایایی استفاده شد. به‌منظور محاسبه پایایی آزمون مجدد، چند مصاحبه از میان مصاحبه‌های انجام‌شده به‌عنوان نمونه انتخاب شد و هرکدام از آن‌ها در یک فاصله زمانی مشخص مجدداً تکرار و کدگذاری شد. در ضمن، مشخصات اعضاء مصاحبه‌شونده در جدول ۱ آمده است.

هزینه باشگاه صرف خرید بازیکنان و آماده کردن آنان می‌شود بنابراین اهمیت ارزش مالی واقعی بازیکنان برای مدیران و باشگاه دوچندان است. همچنین با عنایت به تورم و مشکلات اقتصادی جامعه و به تبع آن مشکلات مالی باشگاه‌های ورزشی و عدم سازوکار مشخص باشگاه‌ها در خرید و ارزش‌گذاری بازیکنان فوتبال ضرورت دارد در شرایط و وضعیت‌های جدید نیز عوامل مؤثر بر ارزش‌گذاری بازیکنان فوتبال مطالعه شود. همچنین چنانچه باشگاه‌ها بتوانند بر اساس یک سازوکار مشخص ارزش مالی واقعی بازیکنان را مشخص کنند نه تنها در هزینه‌ها صرفه‌جویی می‌شود بلکه تا حدودی از فساد در قراردادهای فوتبالی نیز جلوگیری خواهد شد. بنابراین هدف از مطالعه حاضر شناسایی عواملی است که در ارزش‌گذاری فوتبالیست‌های لیگ برتر ایران مؤثر هستند. در این مطالعه، با توجه به شرایط اقتصادی موجود جامعه، از نظر روش‌شناسی نگاهی جامع و کل‌نگر اتخاذ شده است. به عبارت دیگر این مطالعه به دنبال پاسخ به این سؤال است که عوامل مؤثر در ارزش‌گذاری فوتبالیست‌های لیگ برتر ایران در شرایط فعلی جامعه کدام است؟

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق در تلاش است تا مدلی کیفی مبتنی بر ادبیات موجود و نظرات خبرگان مدیریت، بازاریابی و حقوق ورزشی به‌ویژه فوتبال در راستای شناسایی عوامل مؤثر بر قیمت‌گذاری فوتبالیست‌های لیگ برتر ایران ارائه نماید.

تحقیق حاضر از منظر پارادایم از نوع تحقیقات تفسیری، رویکرد کیفی، استراتژی گردند تئوری و تاکتیک تحلیل محتوای پنهان بوده است. جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق فردی با ۱۷ نفر از صاحب‌نظران حوزه‌های فوق‌الذکر بوده است. روش نمونه‌گیری به صورت غیر تصادفی و هدفمند بوده و مصاحبه‌ها تا مرز اشباع نظری

جدول ۱. مشخصات اعضاء مصاحبه‌شونده

شماره مصاحبه‌شونده	موقعیت و حرفه	سابقه کاری (سال)	سطح و رشته تحصیلی
P1	دانشیار دانشگاه؛ کسب‌وکار و کارآفرینی ورزشی	۲۳	دکتری مدیریت ورزشی
P2	مربی فوتبال	۱۸	دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی
P3	مدیر بازاریابی	۲۴	ارشد مدیریت بازرگانی
P4	استادیار دانشگاه؛ بازاریابی ورزشی	۱۳	دکتری مدیریت ورزشی
P5	استاد دانشگاه؛ بازاریابی ورزشی	۲۷	دکتری مدیریت ورزشی
P6	ایجنت حرفه‌ای	۹	ارشد حقوق
P7	مربی فوتبال	۱۵	دکتری مدیریت ورزشی
P8	مدیر بازاریابی	۱۴	دکتری مدیریت بازرگانی
P9	مدرس دانشگاه؛ حقوق ورزشی	۱۹	دکتری حقوق ورزشی
P10	دانشیار دانشگاه؛ حقوق	۲۵	دکتری حقوق خصوصی
P11	استادیار دانشگاه؛ مدیریت ورزشی	۱۵	دکتری مدیریت ورزشی
P12	ایجنت حرفه‌ای	۱۲	ارشد مدیریت صنایع
P13	ایجنت حرفه‌ای	۱۴	دکتری حقوق خصوصی
P14	دانشیار دانشگاه؛ مدیریت ورزشی	۲۲	دکتری مدیریت ورزشی
P15	مدیر بازاریابی	۲۲	دکتری مدیریت صنایع
P16	مربی فوتبال	۱۷	ارشد روانشناسی
P17	ایجنت حرفه‌ای	۱۳	دکتری حقوق خصوصی

جدول ۲. محاسبه ضریب پایایی باز آزمون کدهای استخراج‌شده

مصاحبه‌شوندگان	تعداد کدهای استخراجی	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی آزمون مجدد (درصد)
مصاحبه اول	۲۹	۲۶	۳	۸۹/۶۶
مصاحبه دوم	۳۳	۲۷	۶	۸۱/۸۲
مصاحبه سوم	۳۰	۲۶	۴	۸۶/۶۷
مجموع	۹۲	۷۹	۱۳	۸۵/۸۷

یافته‌های مربوط به پایایی باز آزمایی (جدول ۲) نشان داد که ضریب پایایی مصاحبه‌های انجام‌شده برابر با ۸۵،۸۷ درصد است؛ بنابراین پایایی تحقیق در حد قابل قبول است.

یافته‌های پژوهش

پس از بررسی مشخصات دموگرافیک اعضاء نمونه پژوهش، محقق مصاحبه‌های جمع‌آوری‌شده را بر اساس ترتیب زمانی جمع‌آوری آن‌ها، بلافاصله بعد از پایان هر

مصاحبه مورد تجزیه و تحلیل (کدگذاری مفهومی یا اولیه) قرار داده و با اخذ بازخورد از هر مصاحبه، محور مصاحبه‌های بعدی اصلاح شد؛ به عبارت روشن‌تر، مسیر اجرای تحقیق بازطراحی گردید. درنهایت پس از انجام ۱۵ مصاحبه عمیق فردی از جانب محقق، اشباع نظری داده‌ها حاصل شد. حال به‌منظور بالا بردن اعتماد به نتایج تحقیق، ۲ مصاحبه دیگر نیز صورت گرفت و در این مرحله اشباع نظری در بعد مقوله‌های به‌دست‌آمده از کدهای مفهومی نیز

در پروسه کدگذاری اولیه و در قالب ماتریس فراوانی کدها جهت ارائه ضریب اهمیت کدها از نظر فراوانی در پژوهش ارائه می‌شود. در جدول ۳ نمونه کدگذاری مصاحبه‌ها آورده شده است. از آنجا که رویکرد تحلیل کیفی تحقیق مبتنی بر الگوی اکتشافی باز است، پس از کدگذاری اولیه مصاحبه‌های تحقیق و تحلیل مفاهیم و همچنین جهت دسته‌بندی کدها در قالب مقولات اصلی و فرعی، جدول شماره ۴ ارائه شده است. این جدول مراحل سه‌گانه کدگذاری باز/ مفهومی، محوری و گزینشی / انتخابی را نشان می‌دهد.

حاصل گردید. پس از تجزیه و تحلیل کیفی مقدماتی، ۱۸۶ گزاره اولیه به دست آمد که با بررسی مستمر متن و صوت و اعمال نظر اساتید ذی فن، کدهای با مضامین تکراری و مبهم و نیز نامربوط از مجموعه کدها حذف گردید و در نهایت این ۱۱۲ گزاره اولیه/ واحد معنادار با مجموع ۶۴۳ فراوانی آماده دسته‌بندی، تشکیل مقولات چهارگانه و نهایتاً ارائه مدل عوامل مؤثر بر ارزش‌گذاری فوتبال‌یست‌های لیگ برتر فوتبال ایران بود. البته در تحلیل محتوای پنهان که تاکتیک آنالیز مصاحبه‌های پژوهش در قالب استراتژی گردند تئوری است، فراوانی کدها نقشی در میزان اهمیت کدهای اولیه نخواهد داشت، اما جهت ارائه اطلاعات تکمیلی

جدول ۳. نمونه کدگذاری مصاحبه

مصاحبه	کدهای اولیه
ارزش یک فوتبال‌یست به عوامل مختلفی بستگی دارد. رویکردها و نگرش‌های امروزی نسبت به گذشته فرق کرده. مثلاً خیلی از تیم‌ها ابتدا به سراغ قد و قامت بازیکنان میرن که می‌تونه توی بازی‌های فیزیکی و درگیرانه خیلی کاربرد داشته باشه. مهم‌ترین اندام بدن در فوتبال پا هستش. اینکه بازیکن یه پا باشه یا دو پا خیلی مهمه و همین‌طور پای برترش راست هست یا چپ! بازیکن که پا به سن می‌زنه، دیگه برای پول آن‌چنانی هزینه نمی‌کنن؛ نمونه‌اش همین رونالدو هستش. البته فوتبال‌یست‌های سن پایین هم توقع سن بالایی ندارن. اگه فوتبال‌یست استعدادشو نداشته باشه، ول معطله و به نظرم نباید الکی وقت خودشو تلف کنه. البته اینکه سابقه عضویت در باشگاه‌های بزرگ و همین‌طور تیم ملی رو داشته باشی، میتونه آپشن خوبی برای افزایش رقم قرارداد باشه. خوب مسائل فنی برای موفقیت یه فوتبال‌یست خیلی مهمه. مثلاً داشتن کلکسیون از تکنیک‌ها مثل مارادونا و یا همین علی کریمی خودمون. خیلی از استعدادیاب‌ها با استفاده از سیستم‌های کامپیوتری مشخصات فنی فوتبال‌یست‌ها رو در می‌آرن و اونا رو آنالیز می‌کنن و بعدش قیمت‌گذاری می‌کنند مثل جاگیری مناسب، چابکی میدانی، قدرت و دقت شوت‌زنی. اینکه بازیکن بتونه با حریفاش کورس بذاره و موفق باشه، خیلی مهمه. همین‌طور در موقعیت‌هایی که تک‌به‌تک میشه یا یک در مقابل یک هستش، بتونه برتری محسوسی داشته باشه. بتونه توپ رو در موقعیت‌های مختلف به‌خوبی کنترل بکنه و از طریق پاس مناسب به مقصد برسونه. حالا جدا از این مسائل فنی، بازیکن باید بتونه با اعضا دیگه تیم کنار بیاد و با اونا هماهنگ و منج باشه و اهل بگو و مگو نباشه؛ فرقی نمیکنه که با مربی این رفتار رو داشته باشه یا مدیر و یا بازیکنان. فوتبال‌یست باید مسئولیت‌پذیری‌اش رو ثابت کرده باشه و یه نظم خاصی داشته باشه؛ چه توی تیم و چه به‌صورت فردی. فوتبال‌یست خوب باید تسلط روانی خوبی روی خودش داشته باشه. اعتمادبه‌نفس بالا داشته باشه. همین‌طور زود خسته نشه و جا نزنه. با انگیزه بالا توی تمرینات شرکت بکنه. تیم‌ها دنبال بازیکنایی هستن که به باشگاه وفادار باشن و بوقلمون‌صفت نباشن. فوتبال‌یست باید ایرادات و اشتباهات خودشو بپذیره و استقبال کنه. یه چیزی که مهمه اینه که فوتبال‌یست باید اخلاق حرفه‌ای داشته باشه. باید به دنبال موفقیت‌های بیشتر و بیشتر باشه و نباید زود اشباع بشه. یه سری موضوعات دیگه هم هستن که قیمت بازیکن رو میبره بالا مثل داشتن مدیر برنامه خوب و اینکه توی	<p>← قد</p> <p>← پای برتر</p> <p>← سن</p> <p>← استعداد</p> <p>← سوابق</p> <p>← عضویت تیم ملی</p> <p>← تنوع تکنیکی</p> <p>← جاگیری مناسب</p> <p>← چابکی میدانی</p> <p>← قدرت و دقت شوت‌زنی</p> <p>← برتری رودرو</p> <p>← کنترل مناسب توپ</p> <p>← دادن پاس مناسب</p> <p>← سازگاری تیمی</p> <p>← مدیریت تعارض</p> <p>← حس مسئولیت‌پذیری</p> <p>← نظم و انضباط</p> <p>← اعتمادبه‌نفس</p> <p>← سرسختی روانی</p> <p>← وفاداری به باشگاه</p> <p>← قابلیت نقدپذیری</p>

اون پست بازیکن باشگاه‌ها چقدر کمبود دارن. هوادارها هم میتونن قیمت بازیکن رو ببرن ← اخلاق حرفه‌ای بالا.

← توفیق طلبی

← چانه‌زنی مدیر برنامه

← شدت رقابت تیم‌ها

← فشار هوادارها

جدول ۴. مقولات اصلی و فرعی حاصل شده از نرم‌افزار MAXQDA 18

ردیف	مقولات اصلی	مقولات فرعی
۱	توفیق طلبی	قد، استایل حرکت، زیبایی بصری و اندامی، قومیت (قبیله گرایی منطقه‌ای)، اثربخشی رسانه‌ای، وزن، استعداد، جوایز فردی، جوایز تیمی، نژاد، سوابق آسیب‌دیدگی، عضویت در تیم‌های ملی، پای برتر، ملیت، سن، سطح باشگاه قبلی
۲	عملکرد ورزشی	کیفیت عملکرد، قدرت شوت‌زنی، قدرت پرش، میزان تلاش و دوندگی، استقامت عضلانی، تنوع تکنیکی، قدرت بدنی، دقت پاس، قدرت دریبل زنی، دقت شوت، کنترل توپ، سرعت انتقال توپ، چابکی میدانی، تعادل فضایی، عکس‌العمل، دقت تکل، توپ ربایی، برتری رودرو، تمام‌کنندگی، دقت سرزنی، جاگیری مناسب، دقت دید، قدرت عبور، دقت پنالتی، مالکیت توپ، شم گلزنی، قطع پاس، پیش‌بینی، تصاحب مجدد توپ، تخریب توپ، دفع مناسب توپ، چند پسته بودن، پاس گل، کورس موفق، مشارکت در دفاع، مشارکت در حمله، مدت‌زمان فعال بودن در درون زمین مسابقه، سرعت انطباق تاکتیکی، هوش بازی، آگاهی محیطی، ارزیابی ریسک، قابلیت آموزش پذیری، توانایی آغاز هجوم علیه حریف، قابلیت بازی خوانی، توانایی اجرای مطلوب کرنر و ضربات ایستگاهی، مهارت پنالتی زنی، خود انضباطی در تمرین و عمل
۳	مهارت‌های روانی اجتماعی	خلاقیت، توانایی تیم سازی، سازگاری روانی و اجتماعی، انگیزه درونی، مبارزه طلبی، قابلیت اتکا، اعتماد به نفس، سرسختی روانی، مدیریت تعارض، اخلاق حرفه‌ای، توانایی رهبری، حس همدردی، مقبولیت تیمی، تعصب و وفاداری، سرعت تصمیم‌گیری، بلوغ اجتماعی، تفکر انتقادی، وجدان کاری، توفیق طلبی، نظم و انضباط، مسئولیت‌پذیری، خونسردی، آرامش و قدرت ذهنی، شرکت در فعالیت‌های عام‌المنفعه، میزان فداکاری در تیم، میزان همکاری با باشگاه، قابلیت نقدپذیری، مهار استرس و اضطراب، اعتقاد به تمرین برای پیشرفت، خودکنترلی
۴	حواس زنی	چانه‌زنی ایجنت یا مدیر برنامه، موقعیت اجتماعی، محدودیت‌های حقوقی، شرایط نقل و انتقالاتی، شدت رقابت تیم‌ها، سابقه بازیکن، سطح و شرایط تیم، نگرش مربیان و مدیران، بسیج هواداران مجازی، فشار هواداران، ارزش افزوده بازیکن، پست بازیکن، جذابیت برای هواداران، جذابیت برای سایر تیم‌ها، جذابیت برای رسانه‌ها، جذابیت برای اسپانسرها، مقررات سازمان لیگ، دولتی یا خصوصی بودن باشگاه، میزان محرومیت، پرونده انضباطی و اخلاقی

بحث و نتیجه‌گیری

از آنجاکه اقتصاد باشگاه‌های فوتبال متکی به اقتصاد دولتی

است بنابراین موضوع ارزش مالی بازیکنان از درجه اهمیت بیشتری برخوردار است. هدف این تحقیق، شناسایی عوامل مؤثر بر ارزش‌گذاری فوتبال‌بلیست‌های لیگ برتر ایران بود و

فوتبال در کشورهای پیشرفته به یک صنعت بزرگ

تبدیل شده است و موفقیت و پیشرفت هر باشگاه فوتبالی در گرو کیفیت و ارزش بازیکنان آن است. در کشور ما نیز

ارزش‌گذاری بازیکنان می‌دانست (۲۰). به عبارت دیگر هرچه سطح تیم قبلی بازیکن بالاتر باشد نشان‌دهنده توانمندی بیشتر بازیکن است و ارزش مالی بیشتری را برای او ایجاد خواهد کرد. ویژگی‌های فردی بازیکن مانند قد، سن، و استعداد به نوعی نشان‌دهنده توانمندی‌های بازیکن است. به‌طور مثال در شرایط مشابه برای باشگاه ارزش بازیکنی که سنش کمتر است بیشتر از بازیکنی است که سن بیشتری دارد چراکه باشگاه مدت‌زمان طولانی‌تری از بازیکن جوان منتفع خواهد شد. همچنین در کنار ویژگی‌های فردی و با عنایت به تنوع اقوام ایرانی در شرایط مشابه باشگاه‌ها برای بازیکنان بومی خود جهت رضایت هواداران ارزش مالی بیشتری را حاضرند بپردازند.

بعد عملکرد فنی مشتمل بر کیفیت عملکرد، قدرت شوت‌زنی، قدرت پرش، میزان تلاش و دوندگی، استقامت عضلانی، تنوع تکنیکی، قدرت بدنی، دقت پاس، قدرت دریبل زنی، دقت شوت، کنترل توپ، سرعت انتقال توپ، چابکی میدانی، تعادل فضایی، عکس‌العمل، دقت تکل، توپ ربایی، برتری رودررو، تمام‌کنندگی، دقت سرزنی، جاگیری مناسب، دقت دید، قدرت عبور، دقت پنالتی، مالکیت توپ، شم گلزنی، قطع پاس، پیش‌بینی، تصاحب مجدد توپ، تخریب توپ، دفع مناسب توپ، چند پسته بودن، پاس گل، کورس موفق، مشارکت در دفاع، مشارکت در حمله، مدت‌زمان فعال بودن در درون زمین مسابقه، سرعت انطباق تاکتیکی، هوش بازی، آگاهی محیطی، ارزیابی ریسک، قابلیت آموزش‌پذیری، توانایی آغاز هجوم علیه حریف، قابلیت بازی خوانی، توانایی اجرای مطلوب کرنر و ضربات ایستگاهی، مهارت پنالتی زنی و خود انضباطی در تمرین و عمل بوده است. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات مارتینز (۲۰۱۵) (۱۰)، ایزدیار و همکاران (۱۳۹۴) (۱۷)، معماری و همکاران (۱۳۹۹) (۱۶)، عبدی و همکاران (۱۳۹۵) (۱۵)، لنتن، گرلینگ و لومیا (۲۰۱۲) (۸)، راستوگی و

با روش کیفی انجام شد. یافته‌ها نشان داد که در حالت کلی چهار عامل بر قیمت‌گذاری و یا تعیین ارزش مالی فوتبالیست‌های لیگ برتر فوتبال ایران مؤثر هستند که عبارت‌اند از: ویژگی‌های فردی، عملکرد فنی، مهارت روانی اجتماعی و در پایان عوامل زمینه‌ای. این عوامل به‌نوبه خود مشتمل بر ۱۱۲ مقوله بوده‌اند که از ۶۴۳ کد مفهومی اولیه (البته در حالت تکرار) ساخته شده‌اند. بعد ویژگی‌های فردی مشتمل بر مقولات فرعی قد، استایل حرکت، زیبایی بصری و اندامی، قومیت (قبیله‌گرایی منطقه‌ای)، اثربخشی رسانه‌ای، وزن، استعداد، جوایز فردی، جوایز تیمی، نژاد، سوابق آسیب‌دیدگی، عضویت در تیم‌های ملی، پای برتر، ملیت، سن، سطح باشگاه قبلی است. این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش تانارو، کلارک و وینی (۲۰۰۵) (۷)، لنتن، گرلینگ و لومیا (۲۰۱۲) (۸)، راستوگی و ددهار (۲۰۰۹) (۹)، مارتینز (۲۰۱۵) (۱۰)، یوان هی (۲۰۱۴) (۲۰)، معماری و همکاران (۱۳۹۹) (۱۶) و عبدی و همکاران (۱۳۹۵) (۱۵) همسوست. به‌عنوان مثال، تانارو کلارک و وینی (۲۰۰۵) اشاره کرده بودند که ارزش یک بازیکن در هر باشگاه نسبت به باشگاه‌های دیگر متفاوت است و این ارزش به درآمد باشگاه و امتیازات خلق‌شده توسط آن بستگی دارد (۷). مسلماً به هر میزان که درآمد باشگاه بیشتر باشد پول بیشتری را برای جذب بازیکن موردنظر خود پرداخت خواهد کرد.

مارتینز (۲۰۱۵) به تأثیر ویژگی‌های بصری و ظاهری بر روی ارزش یک بازیکن اشاره می‌کند (۱۰). این ویژگی‌ها از بازیکن بازتاب جنبه تبلیغاتی و محبوبیت بازیکن است. بنابراین بازیکنی که مورد توجه بیشتر هواداران و یا رسانه‌ها قرار بگیرد احتمالاً نسبت به بازیکن هم‌سطح برای باشگاه ارزش بیشتری خواهد شد.

یوان هی (۲۰۱۴) عواملی از قبیل سطح تیم قبلی بازیکن که در آن بازی کرده است، را متغیری پیشگو جهت

آرامش و قدرت ذهنی، شرکت در فعالیت‌های عام‌المنفعه، میزان فداکاری در تیم، میزان همکاری با باشگاه، قابلیت نقدپذیری، مهار استرس و اضطراب، اعتقاد به تمرین برای پیشرفت و خودکنترلی است که با یافته‌های تحقیقات معماری و همکاران (۱۳۹۹)، مارتینز (۲۰۱۵) (۱۰)، ایزدیار و همکاران (۱۳۹۴) (۱۷) و لنتن، گرلینگ و لومیا (۲۰۱۲) (۸) همخوانی دارد. مبتنی بر باور محققان معماری و همکاران (۱۳۹۹) قدرت ذهنی مانند مبارزه‌طلبی معیار بااهمیتی در ارتقاء ارزش برند فوتبال است. مارتینز (۲۰۱۵) بر نقش عملکرد اخلاقی بازیکنان در ارزش‌آفرینی آنان تأکید دارند (۱۰). ایزدیار و همکاران (۱۳۹۴) نیز بر مقبولیت اجتماعی بازیکنان متعاقب اخلاق حسنه و مشارکت در فعالیت‌های عام‌المنفعه و احساس مسئولیت اجتماعی صحنه می‌گذارند (۱۷). از آنجا که فوتبال یک ورزش گروهی است و هماهنگی و انسجام تیمی در آن بسیار مهم است تأثیر ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی بازیکنان در فرآیند قیمت‌گذاری آنان قابل توجه است. اهمیت مقوله‌های روان‌شناختی بیشترین کمک را در جهت ارتقا عملکرد فرد و تیم خواهد داشت و اهمیت مقوله‌ها اجتماعی بیشترین کمک را در جهت اعتبار و مقبولیت باشگاه خواهد داشت. از آنجا که در فوتبال حرفه‌ای بازیکنان در معرض فشارهای مختلف و متعددی هستند این احتمال وجود دارد که نتوانند از پتانسیل عملکردی خود در جهت موفقیت باشگاه در زمین‌بازی استفاده کنند بنابراین ورزشکارانی که به لحاظ روان‌شناختی آماده‌تر باشند به تیم کمک بیشتری خواهند کرد و همین امر ارزش مالی بیشتری را برای آنان ایجاد می‌کند. همچنین ورزشکاران با مقبولیت اجتماعی بالاتر اعتبار بیشتری را برای باشگاه به همراه خواهند داشت بنابراین ارزش مالی این بازیکنان در شرایط مشابه بیشتر از سایر فوتبال‌بایست‌هاست.

ددهار (۲۰۰۹) (۹) و حیدری و همکاران (۱۳۹۹) (۵) همسویی دارد.

ایزدیار و همکاران (۱۳۹۴) که با روش‌های اقتصادسنجی به محاسبه قیمت بازیکنان فوتبال پرداخته‌اند، شاخص‌های تکنیک و تاکتیک را جزو مهم‌ترین مؤلفه‌های دخیل در قیمت‌گذاری بازیکنان معرفی می‌نمایند که در این میان متغیر تکنیک مهم‌ترین مؤلفه قلمداد می‌شود (۱۷). همچنین معماری و همکاران (۱۳۹۹) به مؤلفه‌های عملکردی و فنی متعددی از جمله سرعت، تعداد پاس منجر به گل، مشخصات دفاعی و هجومی، استقامت و قدرت، دربیبل زنی، تحرک، جاگیری، و واکنش‌ها در جهت تعیین ارزش مالی بازیکنان فوتبال تأکید کرده‌اند (۱۶). همان‌طور که بیان شد هدف اصلی باشگاه‌های فوتبال کسب موفقیت و به دست آوردن افتخارات و جام‌ها است. و این مهم در گرو پیروزی‌هایی است که باشگاه‌ها در هر مسابقه کسب می‌کنند. باشگاه‌ها برای کسب موفقیت‌های خود قطعاً به بازیکنانی نیاز دارند که به لحاظ فنی ممتاز و توانمند باشند. از آنجا که در فوتبال پست‌های مختلف نیازمندی‌های فنی مختلفی را می‌طلبد بنابراین طیف گسترده‌ای از قابلیت‌های فنی مورد نیاز است تا یک بازیکن در یک پست مشخص به‌عنوان بازیکن ارزشمند مطرح شود. بنابراین انتظار می‌رود قابلیت‌های فنی یک بازیکن نقش بسیار مهمی در ارزش مالی آن بازیکن داشته باشد.

بُعد روانی-اجتماعی یکی از جنبه‌های مهم در این تحقیق بوده است که مشتمل بر خلاقیت، توانایی تیم‌سازی، سازگاری روانی و اجتماعی، انگیزه درونی، مبارزه‌طلبی، قابلیت اتکا، اعتماد به نفس، سرسختی روانی، مدیریت تعارض، اخلاق حرفه‌ای، توانایی رهبری، حس همدردی، مقبولیت تیمی، تعصب و وفاداری، سرعت تصمیم‌گیری، بلوغ اجتماعی، تفکر انتقادی، وجدان کاری، توفیق‌طلبی، نظم و انضباط، مسئولیت‌پذیری، خونسردی،

زمان مذاکره و تصمیم برای بستن قرارداد به ابعاد مختلف این تحقیق توجه نمایند.

عوامل زمینه‌ای مانند چانه‌زنی مدیر برنامه، موقعیت اجتماعی، محدودیت‌های حقوقی، شرایط نقل و انتقالاتی، شدت رقابت تیم‌ها، سابقه بازیکن، سطح و شرایط تیم، نگرش مربیان و مدیران، بسیج هواداران مجازی، فشار هواداران، ارزش‌افزوده بازیکن، پست بازیکن، جذابیت برای هواداران، جذابیت برای سایر تیم‌ها، جذابیت برای رسانه‌ها، جذابیت برای اسپانسرها، مقررات سازمان لیگ، دولتی یا خصوصی بودن باشگاه، میزان محرومیت و پرونده انضباطی و اخلاقی از ابعاد مهم اثرگذار بر ارزش‌گذاری فوتبالیست‌ها هستند. این یافته‌ها منطبق بر نتایج تحقیقات ایزدیار و همکاران (۱۳۹۴) (۱۷)، معماری و همکاران (۱۳۹۹) (۱۶) و لنتن، گرلینگ و لومیا (۲۰۱۲) (۸) است. ایزدیار و همکاران (۱۳۹۴) به مقبولیت اجتماعی بازیکنان اشاره می‌کنند و این مؤلفه را در فرآیند چانه‌زنی جهت جذب بازیکن از سوی باشگاه‌ها مؤثر قلمداد می‌کنند (۱۷). معماری و همکاران (۱۳۹۹) میزان کارت‌های زرد و قرمز دریافتی را عاملی مؤثر در اشتیاق تیم‌ها به جذب بازیکن می‌دانند که به‌نوعی بر بررسی پرونده انضباطی و اخلاقی بازیکن تأکید دارد (۱۶) و لنتن، گرلینگ و لومیا (۲۰۱۲) ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی را از مؤلفه‌های مهم در قیمت‌گذاری می‌دانند (۸).

از آنجاکه هر مطالعه‌ای از منظر و زاویه‌ای خاص در مورد ارزش‌گذاری و یا قیمت‌گذاری بازیکنان اجرا شده است. به‌طور مثال، در برخی از این تحقیقات صرفاً تمرکز بر روی مسائل تکنیکی، فنی و تاکتیکی است. برخی از مطالعات صرفاً با رویکرد داده‌پردازی و آنالیز داده‌ها و نرم‌افزارهای مهندسی بر تحلیل داده‌های موجود با رویکرد کمی متمرکز شده‌اند. در این تحقیق تحلیل جامعی از متغیرهای متعدد اثرگذار بر قیمت‌گذاری بازیکنان صورت گرفته است. به مدیران، فوتبالیست‌ها و سایر ذینفعان پیشنهاد می‌شود در

References

1. Naghdi, Y., Kaghazian, S., Afsharpey, A. Analysis of the Economic factors Affecting Income of Football Clubs (Selected World Clubs). , 2013; 2(1): 21-43. (persian).
2. Morrow, S. The new business of football: Accountability and finance in football. Macmillan Business. (1999). 1-12.
3. Amir E, Livne G. Accounting, valuation and duration of football player contracts. Journal of Business Finance & Accounting. 2005 Apr;32(3-4):549-86.
4. Soltani A, Bagheri M, Ghorbani M. Investigating and applying the VAHC model to calculate the value added of soccer players. J Account Financ Manag. 2010 Jun 22;4(1):191-210.
5. heidari toopkanlu M, Sadeghi Boroujerdi S, Andreff W, Amiri S H. Identifying Functional Variables Affecting the Financial Value of Iran Football Players. 3 2021; 8 (31) :91-99. (Persian). URL: <http://ntsmj.issma.ir/article-1-1515-fa.html>
6. Basirat, M., Khajeheian, D., & Roshandel Arbatani, T. A Theoretical Model for Identifying Media Value of Football Players in Iranian Professional League. Sport Management Studies. 2019; 11 (57): 121-40. (Persian). DOI: 10.22089/smrj.2019.7317.2550
7. Tunaru R, Clark E, Viney H. An option pricing framework for valuation of football players. Review of financial economics. 2005 Jan 1;14(3-4):281-95.
8. Lenten LJ, Geerling W, Kónya L. A hedonic model of player wage determination from the Indian Premier League auction: Further evidence. Sport Management Review. 2012 Feb 1;15(1):60-71.
9. Rastogi SK, Deodhar SY. Player pricing and valuation of cricketing attributes: exploring the IPL Twenty20 vision. Vikalpa. 2009 Apr;34(2):15-24.
10. Martins D de S. Hedonic Pricing in Professional Football: Is players' transfer value explained by sporting performance? In 2015, Master in Management Dissertation, School of Economics and Management of Porto.
11. Ruijg J, van Ophem H. Determinants of football transfers. Applied Economics Letters. 2015 Jan 2;22(1):12-9.
12. Kanyinda A, Bouteiller C, Karyotis C. Human capital: assessing the financial value of football players on the basis of real options theory. Investment management and financial innovations. 2012(9, Iss. 4):27-37.
13. Singh P, Lamba PS. Influence of crowdsourcing, popularity and previous year statistics in market value estimation of football players. Journal of Discrete Mathematical Sciences and Cryptography. 2019 Feb 17;22(2):113-26.
14. Poza C. A Conceptual Model to Measure Football Player's Market Value. A Proposal by means of an Analytic Hierarchy Process.[Un modelo conceptual para medir el valor de mercado de los futbolistas. Una propuesta a través de un proceso analítico jerárquico]. RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte. doi: 10.5232/ricyde. 2019 Sep 18;16(59):24-42.

15. Abdi, S., Zangi Abadi, M., & Talebpour, M.. Determination of Role of Effective Factors in Valuation of Players in Iranian Premier Football League. *Journal of Human Resource Management in Sport*, 2016; 3(2), 121 - 136. . (Persian)
16. Memari, Z., Hoda, K., Safaie, A. The Valuation of Football Players with Data Mining Technique (Case Study: Esteghlal Club). *Sport Management Journal*, 2020; 12(3): 735-757. (Persian) doi: 10.22059/jsm.2019.262922.2128
17. Izadyar, M., Memari, Z., Mousavi, M. Pricing Equation for Iranian Premier League Football Players. *Journal of Economic Research (Tahghighat- E- Eghtesadi)*, 2016; 51(1): 25-40. . (Persian). doi: 10.22059/jte.2016.57595
18. moradzade, M., sheikh, R., mayali, Z. Selection of players based on objective criteria with the approach of expert evaluation algorithms and ARAS multi-criteria decision making method (Case Study: University basketball team Shahrood). *Contemporary Studies On Sport Management*, 2017; 7(13): 1-12. doi: 10.22084/smms.2017.7507.1694
19. Naderian, M., Rahbari, S., Ghorbani, M. A comparative study of how to finance the professional football clubs in Iran's and England premier league. *Applied Research in Sport Management*, 2015; 3(3): 31-42.
20. He Y. Predicting market value of soccer players using linear modeling techniques. University of Berkeley (working paper). 2012.

Factors Affecting The Valuation of Football Players in The Premier League of Iran

Ahmad Reza Gorjipour¹ - Vahid Shojaei*² - Mohammad Hami³

1.PhD Candidate in Sport Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran 2,3. Associate Professor, Department of Sport Management, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran

(Received:2022/04/25;Accepted:2022/10/15)

Abstract

The purpose of this research was to identify the factors affecting the valuation of football players in Iran's premier league. In this qualitative research, which was conducted with an exploratory approach and based on the foundation's data theory strategy, data collection was in the form of in-depth interviews with 17 marketing managers of Premier League football clubs and agents active in football. Sampling was non-random and purposeful and the interviews continued until theoretical saturation. Data analysis was done by MAXQDA 18 software. The researcher extracted concepts through a three-step coding process. Then, through category classification and selective coding, he designed a model based on the Glaser framework. Qualitative findings showed that four dimensions of individual traits, performance, psychosocial aspects and contextual factors were identified, consisting of 112 categories with a total frequency of 643 primary conceptual codes (in repetition mode), among which height, visual beauty can be identified and physique, weight, talent, individual awards and team awards in the first dimension, performance quality, shooting power, jumping power, amount of effort and running, muscular endurance, technical diversity, physical strength, pass accuracy, dribbling power, shot accuracy and control. In the second dimension, Tope pointed out creativity, team-building ability, psychological and social adaptation, inner motivation and struggle in the third dimension, and finally, agent or program manager's bargaining, social position and legal restrictions in the fourth dimension. These categories affect the value of players. The general result of this research showed that despite the findings of previous studies that focused on limited aspects of factors affecting the valuation of football players, in this research a comprehensive analysis of multiple variables affecting the pricing of players has been done. Managers, footballers and other stakeholders are suggested to pay attention to the different aspects of this research.

Keywords

Football Premier League, Iran, qualitative approach, soccer player, valuation.

* Corresponding Author: Email: shojaei.vahid@yahoo.com ; Tel:+989113569883