

طراحی مدل قیمت گذاری بازیکنان در فوتبال حرفه ای ایران

(تاریخ دریافت: تاریخ تصویب:)

چکیده

هدف از این تحقیق، طراحی مدل قیمت گذاری بازیکنان در فوتبال حرفه ای ایران بود. در این پژوهش کیفی که با رویکرد طراحی مدل و بر پایه راهبرد گرندد تئوری انجام شد، ۱۷ نفر از مدیران بازاریابی باشگاههای لیگ برتر فوتبال، مربیان فوتبال، اساتید دانشگاه و ایجنت های فعال در فوتبال که با روش نمونه گیری غیر تصادفی و هدفمند جهت انجام مصاحبه گزینش شدند، به صورت داوطلبانه در این مطالعه شرکت کردند. اجرای مصاحبه ها تا مرز اشباع نظری ادامه یافت. تحلیل داده ها توسط نرم افزار MAXQDA ۱۸ انجام گردید. محقق از طریق فرآیند کدگذاری سه مرحله ای مفاهیم را استخراج نمود. سپس از طریق دسته بندی مقولات و کدگذاری گزینشی، مدلی بر پایه چارچوب گلگیری طراحی نمود. مبتنی بر تحلیل یافته ها، چهار بعد صفات فردی، عملکرد فنی، مهارت های روانی - اجتماعی و عوامل زمینه ای مشتمل بر ۱۱۲ مقوله با مجموع فراوانی ۶۴۳ کد مفهومی اولیه (در حالت تکرار) از جمله مولفه های تأثیرگذار بر قیمت گذاری بازیکنان در فوتبال حرفه ای ایران بودند که به صورت دقیق احصا گردیده است. این مولفه ها عبارتند از: 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 دریبل زنی، دقت شوت و کنترل توپ در بعد دوم، خلاقیت، توانایی تیم سازی، سازگاری روانی و اجتماعی، انگیزه درونی و مبارزه در بعد سوم و نهایتاً چانه زنی ایجنت، موقعیت اجتماعی و محدودیت های حقوقی در بعد چهارم. به مدیران باشگاه ها، فوتبالیست ها و سایر ذینفعان پیشنهاد می شود که در زمان مذاکره و تصمیم گیری برای بستن قرارداد، به ابعاد مختلف این مدل توجه نمایند. این مدل می تواند به عنوان ابزاری کارآمد برای ارزیابی دقیق تر و منصفانه تر ارزش بازیکنان مورد استفاده قرار گیرد و به بهبود فرآیندهای تصمیم گیری در زمینه خرید و فروش بازیکنان کمک کند. در نهایت، این تحقیق با ارائه یک الگوی جامع و کاربردی، به مدیران و مسئولان باشگاه های فوتبال ایران کمک می کند تا با در نظر گرفتن تمامی عوامل مؤثر، بازیکنان با استعداد و با ارزش را با هزینه های مناسب جذب نمایند و از این طریق به بهبود عملکرد و موفقیت تیم های خود دست یابند.

کلیدواژه ها: طراحی مدل؛ قیمت گذاری فوتبالیست؛ گرندد تئوری؛ فوتبال حرفه ای ایران

مقدمه

فوتبال به عنوان محبوب ترین ورزش دنیا، احساسات و هیجان زیادی را به همراه دارد. میلیون ها هوادار در سراسر جهان فعالیت های روزمره باشگاه های مورد علاقه شان را دنبال می کنند و به

موفقیت تیم‌شان اهمیت می‌دهند. باشگاه‌های فوتبال مانند شرکت‌های بزرگ عمل می‌کنند و هواداران شان مانند مشتریان این شرکت‌ها هستند. این موضوع باعث شده تا باشگاه‌های فوتبال به کانون توجه مخاطبان و سرمایه‌گذاران تبدیل شوند و آینده آنها را تحت تأثیر قرار دهد. امروزه فوتبال به یک صنعت درآمدزا تبدیل شده است و توجه رسانه‌ها، شرکت‌های تجاری و دیگر صنایع را به خود جلب کرده است. باشگاه‌ها مهم‌ترین بخش این صنعت هستند و ادامه حیات این صنعت به بقای آنها وابسته است (نقدی و همکاران، ۱۳۹۲). باشگاه‌های فوتبال برای تأمین هزینه‌های ضروری و اجتناب‌ناپذیر نیازمند درآمدزایی بالایی هستند. هزینه‌های عمده تیم‌های فوتبال شامل حقوق و پاداش بازیکنان، انتقال بازیکنان، مدیریت نیروی انسانی، ایجاد و نگهداری فضاهای ورزشی، هزینه مسافرت، مالیات، بیمه و هزینه‌های اداری است. درآمدهای عمده شامل حامیان مالی، حق پخش تلویزیونی، فروش بازیکن، تبلیغات، فروش وسایل ورزشی و فروش بلیط بازی‌ها است (مارو، ۱۳۸۸). به طور کلی، باشگاه‌های فوتبال در سه حوزه اصلی فعالیت می‌کنند: درآمدزایی از فروش بلیط مسابقات، حق پخش تلویزیونی و جذب حامیان مالی؛ تجارت در زمینه قراردادهای خرید و فروش یا انتقال فوتبالیست‌ها؛ و پرورش بازیکنان خلاق و با استعداد برای استفاده از منافع آنان در آینده (امیر و لونه، ۱۳۹۴). این مطالعه بر فعالیت دوم باشگاه‌های فوتبال، یعنی ارزش قراردادهای خرید و فروش فوتبالیست‌ها تمرکز دارد. برخی مطالعات نشان داده‌اند که بازاریابی و سرمایه‌گذاری در خرید بازیکنان فوتبال، ضمن ارتقای ورزش قهرمانی، ارزش فعلی خالص درآمدهای آتی باشگاه‌های خصوصی را نیز افزایش می‌دهد و آثار مثبتی بر رفاه اقتصادی جامعه دارد (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۹). بنابراین، موفقیت و پیشرفت باشگاه به کیفیت و ارزش بازیکنان آن وابسته است و بازیکنان ارکان اصلی و سرمایه‌های باشگاه محسوب می‌شوند (حیدری و همکاران، ۱۳۹۹). در ایران، لیگ حرفه‌ای فوتبال از سال ۱۳۸۰ آغاز شد و سازمان لیگ مسئول اجرای این مسابقات است. عملکرد مالی سازمان لیگ یکی از مهم‌ترین جنبه‌های آن است. لیگ‌های حرفه‌ای معتبر در جهان نقش مهمی در اقتصاد کشور خود دارند و سالانه میلیون‌ها و حتی میلیارد‌ها دلار به تولید ناخالص ملی کشور خود اضافه می‌کنند (بصیرت و همکاران، ۱۳۹۸). قیمت‌گذاری باید با سیاست‌های دیگر عناصر بازاریابی هماهنگ باشد تا اهداف بازاریابی سازمان محقق شود. اگر محصول سازمان یک بازیکن نخبه باشد، محصول منحصر به فرد است و سایر سازمان‌ها نمی‌توانند با آن رقابت کنند. در این صورت، سازمان می‌تواند قیمت را به هر میزان که لازم بداند، افزایش دهد. مطالعات زیادی در مورد قیمت‌گذاری و ارزش‌گذاری ورزشکاران، به ویژه فوتبالیست‌ها، انجام شده است که به برخی از آنها 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 (تانارو، کلارک و وینی، ۲۰۰۵)

برخی مطالعات عواملی مانند خصوصیات شخصیتی، توانایی‌های ورزشی، شهرت و محبوبیت بازیکنان و مقوله‌های فنی در کنار سن بازیکن را در ارزش‌گذاری ورزشکاران مهم می‌دانند (لنتن، گرلینگ و لومیا، ۲۰۱۲؛ راستوگی و ددهار، ۲۰۰۹). مارتینز (۲۰۱۵) در تحقیقی به تعیین شاخص‌های قیمت‌گذاری فوتبالیست‌ها با استفاده از مدل هدانیک پرداخت. یافته‌های این مطالعه نشان داد که بازیکنان از نظر ویژگی‌های جسمانی، ظاهری، عملکردی و اخلاقی با هم متفاوتند و باید از روش‌های متفاوتی برای قیمت‌گذاری آنان استفاده شود. رویچ و اوپم (۲۰۱۵) نیز عوامل کلیدی تعیین‌کننده ارزش بازیکنان در پروسه نقل و انتقالات فوتبال را مولفه‌هایی مانند سن، قد، پای غالب، متوسط تعداد گل زده، متوسط دقایق بازی، متوسط کارت‌های زرد و قرمز، درصد حضور به عنوان جانشین، درصد پنالتی گل شده و تعداد بازی‌ها گزارش دادند. همچنین کانیندا و همکاران (۲۰۱۲) در مطالعه‌ای نشان دادند ارزش بازیکنان بر اساس متغیرهایی مانند مصدومیت و ارزش تبلیغاتی آنان تعیین می‌شود. سین و لمبا (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. پوزا (۲۰۱۹) نشان داد که متغیرهای ورزشی مانند گل زده، پاس گل، پاس صحیح و دربی‌لینگ نسبت به مهارت‌های شخصی مثل رهبری، رقابت‌پذیری و ثبات، و متغیرهای بازاریابی مانند محبوبیت، فعالیت‌های تجاری و مدت قرارداد، تأثیر بیشتری بر ارزش مالی مهاجم دارند. در ایران نیز مطالعاتی با روش‌های مختلف انجام شده است. عبدی و همکاران (۱۳۹۵) گزارش کردند که عواملی مانند سن، تعداد بازی‌های ملی، تعداد گل‌های زده، سطح تیم قبلی و تعداد حضور در ترکیب ثابت، بر قیمت بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران تأثیر دارند. معماری و همکاران (۱۳۹۹) با استفاده از تکنیک داده‌کاوی به ارزش‌گذاری بازیکنان استقلال پرداختند. یافته‌ها نشان داد که در الگوریتم شبکه عصبی، متغیر شیرجه بیشترین تأثیر و کل زمان بازی شده کمترین تأثیر را در قیمت‌گذاری داشت. در الگوریتم درخت تصمیم‌گیری، سن بیشترین و پست بازیکن کمترین تأثیر را داشت. اولین عامل تأثیرگذار بر قیمت، قدرت بدنی بود. تفاوت مقادیر پیش‌بینی شده با داده‌های واقعی احتمالاً ناشی از عدم استفاده از رویکرد علمی در ارزش‌گذاری قراردادها است. ایزدیار و همکاران (۱۳۹۴) با بررسی شاخص‌هایی مانند تکنیک، تاکتیک، آمادگی جسمانی، مقبولیت اجتماعی و برند باشگاه، قیمت فوتبالیست‌ها را محاسبه کردند. یافته‌ها نشان داد که تکنیک با ارزش‌ترین عامل در قیمت‌گذاری بود. مرادزاده و همکاران (۱۳۹۶) نیز در انتخاب بازیکنان ورزشی، متغیرهای فیزیولوژیکی را مهم‌ترین عامل دانستند.

در ایران، تأمین مالی بیشتر باشگاه‌های ورزشی توسط سازمان‌ها و نهادهای دولتی انجام می‌شود. بنابراین، باشگاه‌ها خصوصی نیستند و به منابع دولتی وابسته‌اند. در فوتبال ایران، جریان نقد حاصل از تجارت آزاد سهمی ندارد (نادریان و همکاران، ۱۳۹۴). بیشترین هزینه باشگاه صرف خرید و آماده‌سازی بازیکنان می‌شود، بنابراین ارزش مالی واقعی بازیکنان برای مدیران و باشگاه‌ها بسیار مهم است. با توجه به تورم و مشکلات اقتصادی، ضرورت دارد مدل قیمت گذاری بازیکنان در فوتبال حرفه ای ایران طراحی شود. اگر باشگاه‌ها بتوانند ارزش مالی واقعی بازیکنان را مشخص کنند، در هزینه‌ها صرفه‌جویی می‌شود و از فساد در قراردادهای جلوگیری خواهد شد. این مطالعه با توجه به شرایط اقتصادی موجود، نگاهی جامع و کل‌نگر دارد و به دنبال پاسخ به این سؤال است که مدل قیمت گذاری بازیکنان در فوتبال حرفه ای ایران در شرایط فعلی جامعه کدام است؟

روش شناسی تحقیق:

هدف این پژوهش، ایجاد مدلی برای قیمت‌گذاری بازیکنان فوتبال حرفه‌ای در ایران بود. این مطالعه کیفی با استفاده از روش گراند تئوری و رویکرد طراحی مدل انجام شد. در این تحقیق، ۱۷ نفر از مدیران بازاریابی باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال، مربیان فوتبال، اساتید دانشگاه و ایجنت‌های فعال در این حوزه، که به صورت غیرتصادفی و هدفمند برای مصاحبه انتخاب شده بودند، به صورت داوطلبانه شرکت کردند. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA 18 تحلیل شدند. محقق از طریق فرآیند کدگذاری سه مرحله‌ای، مفاهیم را استخراج کرد و سپس با دسته‌بندی مقولات و کدگذاری گزینشی، مدلی بر اساس چارچوب گلگیری طراحی نمود. بر اساس تحلیل یافته‌ها، چهار بعد شامل صفات فردی، عملکرد فنی، مهارت‌های روانی-اجتماعی و عوامل زمینه‌ای، که شامل ۱۱۲ مقوله با مجموع ۶۴۳ کد مفهومی اولیه بودند، به عنوان مولفه‌های تأثیرگذار بر قیمت‌گذاری بازیکنان در فوتبال حرفه‌ای ایران شناسایی شدند.

جدول ۱. مشخصات اعضاء مصاحبه شونده

شماره مصاحبه شونده	موقعیت و حرفه	سابقه کاری (سال)	سطح و رشته تحصیلی
--------------------	---------------	------------------	-------------------

P1	دانشیار دانشگاه؛ کسب و کار 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 حرفه ای	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 حرفه ای	۱۲	ارشد مدیریت صنایع
P13	ایجنت حرفه ای	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 حرفه ای	۱۳	دکتری حقوق خصوصی

یافته‌های پژوهش

پس از بررسی ویژگی‌های دموگرافیک اعضای نمونه پژوهش، محقق مصاحبه‌های جمع‌آوری شده را به ترتیب زمانی و بلافاصله پس از هر مصاحبه تحلیل کرد (کدگذاری مفهومی یا اولیه). با دریافت بازخورد از هر مصاحبه، محور مصاحبه‌های بعدی اصلاح شد و مسیر اجرای تحقیق بازطراحی گردید. در نهایت، پس از انجام ۱۷ مصاحبه عمیق فردی و تحلیل کیفی مقدماتی، ۱۸۶ گزاره اولیه به دست آمد. با بررسی مستمر متن و صوت و اعمال نظر اساتید، کدهای تکراری، مبهم و نامربوط حذف شدند و در نهایت ۱۱۲ گزاره اولیه با مجموع ۶۴۳ فراوانی آماده دسته‌بندی و تشکیل مقولات چهارگانه شدند. این مقولات به ارائه مدل عوامل مؤثر بر قیمت گذاری فوتبالیست‌های لیگ برتر فوتبال ایران منجر شد.

مجموع	مصاحبه‌هایی که کد مربوطه در آنها مورد اشاره قرار گرفته است																	کدها	ردیف
	P17	P16	P15	P14	P13	P12	P11	P10	P9	P8	P7	P6	P5	P4	P3	P2	P1		
6	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	۱. قد	
5	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	۲. قومیت	
4	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	۳. استایل حرکت	
10	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	۴. استعداد	
4	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	۵. نژاد	
12	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	۶. سن	

3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	ملیت	۷
6	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	پای برتر	۸
3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	زیبایی	۹
7	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	وزن	۱۰
12	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	سوابق آسبید دیدگی	۱۱
14	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	عضویت در تیم ملی	۱۲
4	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	اثر بخشی رسانه ای	۱۳
6	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	سطح باشگاه قبلی	۱۴
5	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	جوایز تیمی	۱۵
10	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	جوایز فردی	۱۶
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	کیفیت عملکرد	۱۷
11	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	قدرت شوترنی	۱۸
15	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	تنوع تکنیکی	۱۹
10	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	دقت پاس	۲۰
11	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	قدرت دریبل زنی	۲۱
12	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	دقت شوت	۲۲
12	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	کنترل توپ	۲۳
8	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	سرعت انتقال توپ	۲۴
7	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	دقت تکل	۲۵
8	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	توپ ربایی	۲۶
9	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	بیرتری رو در رو	۲۷
10	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	تمام کنندگی	۲۸
8	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	دقت سرزنی	۲۹
8	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	قدرت عبور	۳۰
8	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	دقت پنالتی	۳۱
16	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	مالکیت توپ	۳۲
14	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	شم گلزنی	۳۳
6	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	قطع پاس	۳۴
9	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	توانایی آغاز هجوم	۳۵
7	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	تصاحب مجدد توپ	۳۶
9	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	تخریب توپ	۳۷
8	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	دفع مناسب توپ	۳۸
12	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	پاس گل	۳۹
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	حضور در مسابقه	۴۰
14	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	قدرت بدنی	۴۱
8	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	عکس العمل	۴۲
12	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	جاگیری مناسب	۴۳
11	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	دقت دید	۴۴
7	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	پیش بینی	۴۵

مجموع	مصاحبه هایی که کد مربوطه در آنها مورد اشاره قرار گرفته است																	کدها	ردیف
	P17	P16	P15	P14	P13	P12	P11	P10	P9	P8	P7	P6	P5	P4	P3	P2	P1		
11	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	چند پسته بودن	۴۶
7	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	کورس موفق	۴۷
9	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	مشارکت در دفاع	۴۸
10	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	مشارکت در حمله	۴۹
9	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	هوش بازی	۵۰
9	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	سرعت انطباق	۵۱

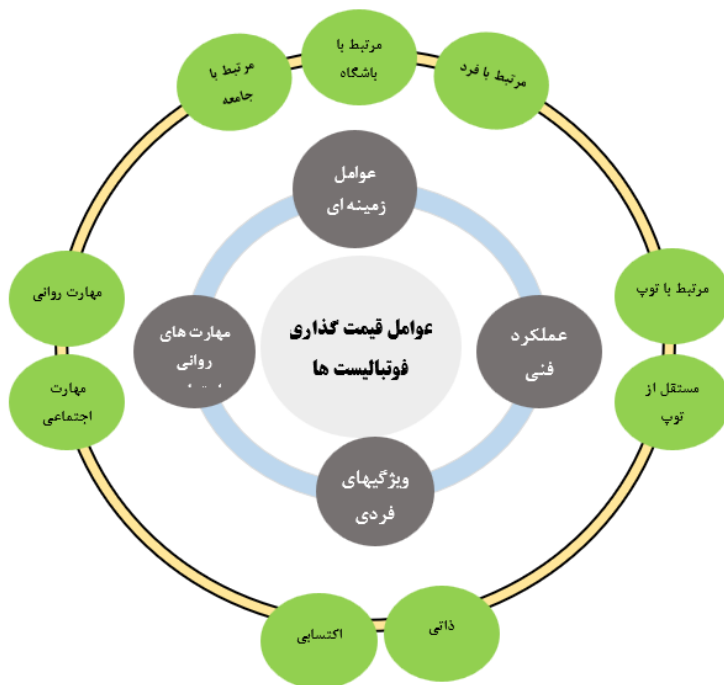
۵۲	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	چابکی میدانی
۵۳	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	تعادل فضایی
۵۴	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	قابلیت آموزش پذیری
۵۵	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	ارزئابی ریسک
۵۶	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	آگاهی محیطی
۵۷	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	قدرت پرش
۵۸	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	میزان دوندگی
۵۹	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	استقامت عضلانی
۶۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۰	خلاقیت
۶۱	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	انگیزه درونی
۶۲	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	مبارزه طلبی
۶۳	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۱	قابلیت اتکا
۶۴	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	اعتماد به نفس
۶۵	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	سرسختی روانی
۶۶	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	سرعت تصمیم گیری
۶۷	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	تفکر انتقادی
۶۸	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۱	وجدان کاری
۶۹	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۰	توفیق طلبی
۷۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	نظم و انضباط
۷۱	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	مسئولیت پذیری
۷۲	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	خونسردی
۷۳	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	آرامش و قدرت ذهنی
۷۴	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	قابلیت نقدپذیری
۷۵	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۱	مهار استرس
۷۶	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	اعتقاد به تمرین
۷۷	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۰	خودکنترلی
۷۸	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	سازگاری روانی
۷۹	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	مدیریت تعارض
۸۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	اخلاق حرفه ای
۸۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۰	توانایی رهبری
۸۲	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۱	حس همدردی
۸۳	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	مقبولیت تیمی
۸۴	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	تعصب و وفاداری
۸۵	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۰	توانایی تیم سازی
۸۶	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	همکاری با باشگاه
۸۷	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	بلوغ اجتماعی
۸۸	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	شرکت در خیریه
۸۹	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۰	میزان فداکاری
۹۰	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰	ارزش افزوده بازیکن

مجموع	مصاحبه هایی که کم مربوطه در آنها مورد اشاره قرار گرفته است																	کدها	ردیف
	P17	P16	P15	P14	P13	P12	P11	P10	P9	P8	P7	P6	P5	P4	P3	P2	P1		
۱۲	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	پرونده اخلاقی	۹۱
۶	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	موقعیت اجتماعی	۹۲
۱۰	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۱	میزان محرومیت بازیکن	۹۳
۷	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	سابقه بازیکن	۹۴
۱۳	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۰	پست بازیکن	۹۵
۱۴	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	چانه زنی ایچنت	۹۶

۹۷	شرایط تیم و باشگاه	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1
۹۸	دولتی/خصوصی بودن	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0
۹۹	بسیج هواداران مجازی	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
۱۰۰	فشار حضوری هواداران	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1
۱۰۱	جذابیت برای هواداران	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1
۱۰۲	نگرش مربیان و مدیران	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1
۱۰۳	رقابت سایر تیم ها	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1
۱۰۴	جذابیت برای رسانه ها	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0
۱۰۵	جذابیت برای اسپانسرها	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
۱۰۶	مقررات سازمان لیگ	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0
۱۰۷	شدت رقابت تیم ها	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0
۱۰۸	شرایط نقل و انتقالاتی	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0
۱۰۹	محدودیت های حقوقی	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0
1003	مجموع	54	63	65	59	52	61	58	59	53	56	61	58	61	58	64	63	59	

یافته ها نشان داد که عوامل موثر بر قیمت گذاری فوتبالیست ها به چهار گروه تقسیم می شوند. ویژگی های فردی اولین عامل می باشد که مشتمل بر قد، استایل حرکت، زیبایی بصری و اندامی، قومیت (قبیله گرایی منطقه ای)، اثربخشی رسانه ای، وزن، استعداد، جوایز فردی، جوایز تیمی، نژاد، سوابق آسیب دیدگی، عضویت در تیم های ملی، پای برتر، ملیت، سن، سطح باشگاه قبلی می باشد و به دو دسته ذاتی و اکتسابی تقسیم می شود. عامل دوم عملکرد فنی است که شامل 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، عکس العمل، دقت تکل، توپ ربایی، برتری رو در رو، تمام کنندگی، دقت سرزنی، جاگیری مناسب، دقت دید، قدرت عبور، دقت پنالتی، مالکیت توپ، شم گلزنی، قطع پاس، پیش بینی، تصاحب مجدد توپ، تخریب توپ، دفع مناسب توپ، چند پسته بودن، پاس گل، کورس موفق، مشارکت در دفاع، مشارکت در حمله، مدت زمان 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 می باشد. عملکرد فنی به دو دسته عملکرد مرتبط با توپ و مستقل از توپ تقسیم می شود. مهارت های روانی اجتماعی سومین عامل است که مشتمل بر خلاقیت، توانایی تیم سازی، سازگاری روانی و اجتماعی، انگیزه درونی، مبارزه طلبی، قابلیت اتکا، اعتماد به نفس، سرسختی روانی، مدیریت تعارض، اخلاق حرفه ای، توانایی رهبری، حس همدردی، مقبولیت تیمی، تعصب و وفاداری، سرعت تصمیم گیری، بلوغ اجتماعی، تفکر انتقادی، وجدان کاری، توفیق طلبی، نظم و انضباط، مسئولیت پذیری، خونسردی، آرامش و قدرت ذهنی، شرکت در فعالیت های عام المنفعه، میزان فداکاری در تیم، میزان همکاری با باشگاه، قابلیت نقدپذیری، مهار استرس و اضطراب، اعتقاد به تمرین برای پیشرفت، خودکنترلی می باشد.

عامل نهایی عوامل زمینه ای است که شامل چانه زنی ایجنت یا مدیر برنامه، موقعیت اجتماعی، محدودیت های حقوقی، شرایط نقل و انتقالاتی، شدت رقابت تیم ها، 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 تیم ها، جذابیت برای رسانه ها، جذابیت برای اسپانسرها، مقررات سازمان لیگ، دولتی یا خصوصی بودن باشگاه، میزان محرومیت، پرونده انضباطی و اخلاقی می باشد که در سه سطح فردی، باشگاهی و اجتماعی قابل تبیین است.



نمودار ۱: مدل قیمت گذاری بازیکنان در فوتبال حرفه ای ایران

بحث و نتیجه گیری:

باشگاه های فوتبال در کشورهای پیشرفته به صنعت های بزرگ تبدیل شده اند و موفقیت هر باشگاه در گرو کیفیت و ارزش بازیکنان آن است. در ایران نیز، به دلیل وابستگی اقتصاد باشگاه های فوتبال به اقتصاد دولتی، موضوع ارزش مالی بازیکنان اهمیت بیشتری دارد. هدف این تحقیق، ارائه مدل قیمت گذاری فوتبالهاست های لیگ برتر ایران بود و با روش کیفی انجام شد. یافته ها نشان داد که

در حالت کلی چهار عامل بر قیمت گذاری و یا تعیین ارزش مالی فوتبالیست های لیگ برتر فوتبال ایران موثر هستند که عبارتند از: ویژگی های فردی، عملکرد فنی، مهارت روانی اجتماعی و در پایان عوامل زمینه ای. این عوامل به نوبه خود مشتمل بر ۱۱۲ مقوله بوده اند که از ۶۴۳ کد مفهومی اولیه (البته در حالت تکرار) ساخته شده اند. بعد ویژگی های فردی مشتمل بر مقولات فرعی قد، استایل حرکت، زیبایی بصری و اندامی، قومیت (قبیله گرایی منطقه ای)، اثربخشی رسانه ای، وزن، استعداد، جوایز فردی، جوایز تیمی، نژاد، سوابق آسیب دیدگی، عضویت در تیم های ملی، پای برتر، ملیت، سن، سطح باشگاه قبلی می باشد. این یافته ها با یافته های پژوهش تانارو، کلارک و وینی (۲۰۰۵)، لنتن، گرلینگ و لومیا (۲۰۱۲)، راستوگی و ددهار (۲۰۰۹)، مارتینز (۲۰۱۵)، یوان هی (۲۰۱۴)، معماری و همکاران (۱۳۹۹) و عبدی و همکاران (۱۳۹۵) همسوست. مسلماً به هر میزان که درآمد باشگاه بیشتر باشد پول بیشتری را برای جذب بازیکن موردنظر خود پرداخت خواهد کرد. از مقایسه یافته های این تحقیق با تحقیق مارتینز (۲۰۱۵) می توان نتیجه گرفت بازیکنی که مورد توجه بیشتر هواداران و یا رسانه ها قرار بگیرد، احتمالاً نسبت به بازیکن هم سطح برای باشگاه ارزش بیشتری خواهد شد و هرچه سطح تیم قبلی بازیکن بالاتر باشد، نشان دهنده توانمندی بیشتر بازیکن است و ارزش مالی بیشتری را برای او ایجاد خواهد کرد؛ نکته ای که یوان هی (۲۰۱۴) نیز بر آن صحنه گذاشته بود.

بعد عملکرد فنی، شامل کیفیت عملکرد، قدرت شوت زنی، قدرت پرش، میزان تلاش و دواندگی، استقامت عضلانی، تنوع تکنیکی، قدرت بدنی، دقت پاس، قدرت دریبل زنی، دقت شوت، کنترل توپ، سرعت انتقال توپ، چابکی میدانی، تعادل فضایی، عکس العمل، دقت تکل، توپ ربابی، برتری رو در رو، تمام کنندگی، دقت سرزنی، جاگیری مناسب، دقت دید، قدرت عبور، دقت پنالتی، مالکیت توپ، شم گل زنی، قطع پاس، پیش بینی، تصاحب مجدد توپ، تخریب توپ، دفع مناسب توپ، چندپسته بودن، پاس گل، کورس موفق، مشارکت در دفاع، مشارکت در حمله، مدت زمان 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 و خودانضباطی در تمرین و عمل بوده است. این یافته ها با نتایج تحقیقات مارتینز (۲۰۱۵)، ایزدیار و همکاران (۱۳۹۴)، معماری و همکاران (۱۳۹۹)، عبدی و همکاران (۱۳۹۵)، لنتن، گرلینگ و لومیا (۲۰۱۲)، راستوگی و ددهار (۲۰۰۹) و حیدری و همکاران (۱۳۹۹) همسویی دارد. ایزدیار و همکاران (۱۳۹۴) شاخص های تکنیک و تاکتیک را جزو مهم ترین مولفه های دخیل در قیمت گذاری بازیکنان معرفی می نمایند که در این میان متغیر تکنیک مهم ترین مولفه قلمداد می شود. همچنین معماری و همکاران (۱۳۹۹) به مولفه های عملکردی و فنی متعددی از جمله سرعت، تعداد پاس منجر به گل، مشخصات دفاعی و

هجومی، استقامت و قدرت، دربی‌ل‌زنی، تحرک، جاگیری، و واکنش‌ها در جهت تعیین ارزش مالی بازیکن اشاره می‌کنند.

بعد روانی-اجتماعی یکی از جنبه‌های مهم در این تحقیق بوده است که شامل 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، وجدان‌کاری، توفیق‌طلبی، 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 و خودکنترلی می‌شود. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات معماری و همکاران (۱۳۹۹)، مارتینز (۲۰۱۵)، ایزدی‌ار و همکاران (۱۳۹۴) و لنتن، گرلینگ و لومیا (۲۰۱۲) همخوانی دارد. مبتنی بر باور محققان معماری و همکاران (۱۳۹۹)، قدرت ذهنی مانند مبارزه‌طلبی معیار بااهمیتی در ارتقاء ارزش برند فوتبالیست است. مارتینز (۲۰۱۵) نیز بر نقش عملکرد اخلاقی بازیکنان در ارزش‌آفرینی آنان تأکید دارد. ایزدی‌ار و همکاران (۱۳۹۴) نیز بر مقبولیت اجتماعی بازیکنان متعاقب اخلاق حسنه و مشارکت در فعالیت‌های عام‌المنفعه و احساس مسئولیت اجتماعی صحنه می‌گذارند. 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 زمین بازی استفاده کنند. بنابراین ورزشکارانی که به لحاظ روانشناختی آماده‌تر باشند، به تیم کمک بیشتری خواهند کرد و همین امر ارزش مالی بیشتری را به همراه خواهد داشت.

عوامل زمینه‌ای مانند چانه‌زنی مدیربرنامه، 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 و پرونده انضباطی و اخلاقی از ابعاد مهم اثرگذار بر ارزش‌گذاری فوتبالیست‌ها می‌باشند. این یافته‌ها منطبق بر نتایج تحقیقات ایزدی‌ار و همکاران (۱۳۹۴)، معماری و همکاران (۱۳۹۹) و لنتن، گرلینگ و لومیا (۲۰۱۲) می‌باشند. ایزدی‌ار و همکاران (۱۳۹۴) به مقبولیت اجتماعی بازیکنان اشاره می‌کنند و این مولفه را در فرآیند چانه‌زنی جهت جذب بازیکن از سوی باشگاه‌ها موثر قلمداد می‌کنند. معماری و همکاران (۱۳۹۹) میزان کارت‌های زرد و قرمز دریافتی را عاملی موثر در اشتیاق تیم‌ها به جذب بازیکن می‌دانند که به نوعی بر بررسی پرونده انضباطی و اخلاقی بازیکن تأکید دارد، و لنتن، گرلینگ و لومیا (۲۰۱۲)

ویژگی‌های روانشناختی و شخصیتی را از مولفه‌های مهم در قیمت‌گذاری می‌دانند. از آنجا که هر مطالعه‌ای از منظر و زاویه‌ای خاص در مورد ارزش‌گذاری و یا قیمت‌گذاری بازیکنان اجرا شده است، به طور 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 نرم افزارهای 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 زمان مذاکره و تصمیم‌گیری برای بستن قرارداد به ابعاد مختلف این تحقیق توجه نمایند.

منابع

1. 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)
2. Amir E, Livne G. Accounting, valuation and duration of football player contracts. *Journal of Business Finance & Accounting*. 2005 Apr;32(3- 4):549-86.
3. 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
4. He Y. Predicting market value of soccer players using linear modeling techniques. University of Berkeley (working paper). 2012.
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. 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
7. 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.
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. 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.
10. 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
11. 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
12. Morrow, S. The new business of football: Accountability and finance in football. *Macmillan Business*. (1999). 1-12.
13. 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.
14. 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).
15. 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.
16. Rastogi SK, Deodhar SY. Player pricing and valuation of cricketing attributes: exploring the IPL Twenty20 vision. *Vikalpa*. 2009 Apr;34(2):15-24.
17. Ruijg J, van Ophem H. Determinants of football transfers. *Applied Economics Letters*. 2015 Jan 2;22(1):12-9.
18. 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.
19. 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.
20. 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.

Designing a Pricing Model for Players in Iranian Professional Football

(Received: ; Accepted:)

Abstract

The aim of this research was to design a pricing model for professional football players in Iran. In this qualitative study, conducted with a model design approach based on the grounded theory strategy, 17 individuals participated voluntarily. The participants included marketing managers from top-tier football clubs, football coaches, university professors, and active football agents. They were purposefully selected using non-random sampling for interviews. The interviews continued until theoretical saturation was reached. Data analysis was performed using MAXQDA 18 software. The researcher extracted concepts through a three-stage coding process. Subsequently, a model was designed based on the Glaserian framework using thematic categorization and selective coding. Based on the findings, four dimensions—individual attributes, technical performance, psychosocial skills, and contextual factors—comprised a total of 112 initial concept codes (in repeated instances) that directly influenced the pricing of professional football players in Iran. These dimensions included specific factors such as height, visual and physical attractiveness, weight, talent, individual and team awards in the first dimension; performance quality, shooting power, jumping ability, effort and endurance, muscular stamina, technical diversity, physical strength, passing accuracy, dribbling ability, shooting precision, and ball control in the second dimension; creativity, teamwork ability, psychological and social adaptability, intrinsic motivation, and resilience in the third dimension; and finally, agent negotiations, social status, and legal constraints in the fourth dimension. It is recommended that club managers, football players, and other stakeholders consider these various dimensions during contract negotiations and decision-making. This model can serve as an effective tool for more accurate and equitable player valuation and can enhance decision-making processes related to player acquisition and sales. Ultimately, by providing a comprehensive and practical framework, this research assists Iranian football club managers and officials in recruiting talented players at appropriate costs, thereby improving team performance and success.

Keywords: Model design; Football player pricing; Game theory; Iranian Professional football