

Applied Research of Sport Management

Vol. 13(4), (Series 52): 69-82/ 2025

 Doi: [10.30473/arsm.2024.66747.3744](https://doi.org/10.30473/arsm.2024.66747.3744)

E-ISSN: 2345-5551

P-ISSN: 2538-5879

ORIGINAL ARTICLE

Explaining the Transfer Model of the Players in the Iranian Premier League

Seyed Salahedin Naghshbandi ^{*1}, Ali Dehghani Sanij ², Parivash Norouzi ³

1. Associate Professor,
Department of Sports
Management, Tehran Science
and Research Branch, Islamic
Azad University, Tehran, Iran.
2. MSc, Department of Sports
Management, Tehran Science
and Research Branch, Islamic
Azad University, Tehran, Iran.
3. Ph.D. Student, Department
of Sports Management, Tehran
Science and Research Branch,
Islamic Azad University,
Tehran, Iran.

*Correspondence

Seyed Salahedin Naghshbandi
E-mail:
salah.naghshbandi@srbiau.ac.ir

Received: 15/Jun/2023
Accepted: 25/July//2024
Published Online: 27/Mar/2025

How to cite

Naghshbandi, S.S., Dehghani
Sanij, A., & Norouzi, P.
(2025). Explaining the Transfer
Model of the Players in the
Iranian Premier League.
*Applied Research of Sport
Management*, 13(4), 69-82.

ABSTRACT

The primary aim of the present study was to design a model of player transfers in the Iranian Premier Football League. This applied research employs a qualitative methodology based on grounded theory. The study population consisted of published documents related to player transfers in the Iranian Premier League and 15 experts. To select a sample from this population, purposive (non-probabilistic) sampling was used, and theoretical sampling was subsequently employed to ensure sample adequacy. For data collection, in-depth interviews were conducted. To ensure validity and reliability, the coding process was reviewed; results were confirmed through member checking with interviewees; peer confirmation (including by the thesis supervisor) was obtained; qualitative analysis was performed; and the adequacy of referenced sources was verified. For data analysis, MAXQDA (version 2018) software was used. The open coding process yielded 52 initial codes from the analysis of interviews and documents. Axial coding resulted in eight categories: Transfer Market; Player Price; Economic Factors; Legal Infrastructure; Marketing Actions; Club Foresight; Relations and Cooperation; and Formal Contracting. Finally, selective coding revealed three core perspectives: economic, legal and regulatory, and developmental. Given that pursuing a developmental perspective is a complex, time-consuming, and costly process requiring the achievement of an optimal outcome, it is recommended that this perspective be further strengthened. To this end, experiences from countries with established expertise in this area should be leveraged.

KEYWORDS

Transfers, Iranian Premier Football League, Iran, Grounded Theory.

Copyright © 2025 The Authors. Published by Payame Noor University.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited.

<https://arsmb.journals.pnu.ac.ir/>

طراحی مدل نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران

سید صلاح‌الدین نقشبندی^{۱*}، علی دهقانی سانج^۲، پریش نوروزی^۳

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر طراحی مدل نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران بود. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نظر روش‌شناسی کیفی با استفاده از نظریه داده‌بنیاد می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را اسناد منتشر شده پیرامون مبحث نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران و ۱۵ نفر از صاحب‌نظران تشکیل دادند. برای انتخاب نمونه از چنین جامعه‌ای از نمونه‌گیری هدفمند که روش نمونه برداری غیراحتمالی است استفاده شد. در ادامه برای کفایت نمونه‌گیری از نمونه‌گیری نظری استفاده گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش مصاحبه عمیق بود. برای روایی و پایایی اندازه‌گیری به هنگام کدگذاری بازبینی انجام شد؛ طبقه‌بندی یا تأیید نتایج با مراجعه به مصاحبه‌شوندها انجام گرفت؛ تأیید همکاران پژوهش از جمله استاد راهنما گرفته شد؛ تحلیل موارد کیفی انجام گرفت و در نهایت منابع مورد ارجاع کفایت لازم را داشتند. در این پژوهش به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار مکس کیودا نسخه ۲۰۱۸ بهره گرفته شد. نتایج کدگذاری باز بیانگر آن بود که ۵۲ کد باز حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها و اسناد به دست آمد. نتایج کدگذاری محوری بیانگر این بود که ۸ مقوله از این کدگذاری به دست آمد که به ترتیب شامل: بازار ترانسفر، قیمت بازیکن، عوامل اقتصادی، زیرساخت قانونی، اقدامات بازاریابی، آینده‌نگری باشگاه، روابط و همکاری و عقد قرارداد رسمی است. در نهایت یافته‌های حاصل از کدگذاری انتخابی شامل ۳ عامل: دیدگاه اقتصادی، دیدگاه حقوقی و قانونی و دیدگاه توسعه‌ای بود. در نهایت به‌موجب اینکه فرایند دیدگاه توسعه‌ای یک فرایند پیچیده، زمان‌بر و هزینه‌بردار است و سرانجام آن لازم است برآیند مطلوب وجود داشته باشد پیشنهاد می‌گردد به دیدگاه توسعه‌ای بیش از پیش تقویت شود. برای این منظور لازم است از تجربیات کشورهای صاحب سبک در این امر استفاده شود.

واژه‌های کلیدی

نقل و انتقالات بازیکنان، لیگ برتر فوتبال، ایران، نظریه داده‌بنیاد.

۱. دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران.
۲. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران.
۳. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران.

نویسنده مسئول: سید صلاح‌الدین نقشبندی
رایانامه:

salah.naghsbandi@srbiau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۰۴

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۱/۰۷

استناد به این مقاله:

نقشبندی، سید صلاح‌الدین؛ دهقانی سانج، علی و نوروزی پریش (۱۴۰۴). طراحی مدل نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران. فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۱۳(۴)، ۸۲-۶۹.



در سازمان‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است (سیلور^۳، ۲۰۱۹).

یکی از مهم‌ترین بازارهای که در حال حاضر از اهمیت زیادی برخوردار است، بازار خرید و فروش بازیکنان در فوتبال است. در جامعه امروز نمی‌توان از فعالیت‌های ورزش فوتبال دور ماند. بسیاری از مردم در این ورزش و امور مربوط به آن احاطه شده‌اند. نقل‌وانتقالات را رصد می‌کنند همچنین به تماشای مسابقات و رویدادها می‌روند و در این ورزش مشارکت کرده، با دوستان خود درباره فوتبال صحبت می‌کنند، وسایل ورزشی آن را خریده و یا در روزنامه‌ها و مجلات درباره این ورزش مطالعه می‌کنند. حتی اگر هیچ علاقه‌ای هم به این ورزش نداشته باشند به راه‌های مختلف در برابر آن قرار می‌گیرند. ستارگان ورزشی این رشته در آگهی‌های تبلیغاتی معرفی می‌شوند. برنامه‌های تلویزیونی ویژه مراسم و رقابت‌های مختلف جهانی و باشگاهی را در ساعات مختلف روز پخش می‌کنند همچنین طرفداران به‌طور ناخودآگاه موفقیت تیم‌های ورزشی مورد علاقه خود را دنبال می‌کنند. به همین ترتیب این ورزش توانسته در کشورهای پیشرفته جهان به صورت یک صنعت مهم و درآمدزا در آید که گاه رتبه آن در برخی کشورها بالاتر از صنایع اتومبیل‌سازی با بیش از ۵۰ سال پیشینه قرار می‌گیرد، به‌طوری که به صورت یک صنعت بین‌المللی و جهانی درآمد و شاغلان متعددی را به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به خود جذب نموده است (تاینسکی^۴، ۲۰۱۰).

مکدو و همکاران مدلی را برای تخمین هزینه‌های انتقال فوتبال‌بالیست‌های حرفه‌ای با استفاده از معیارهای عملکرد پیشرفته و یادگیری ماشین ارائه می‌کند (مکدو، فررا دیاس و موراو^۵، ۲۰۲۲).

سایر محققان نقل‌وانتقالات را به چهار گروه تقسیم کرده‌اند که عبارت‌اند از:

- ۱) عملکرد پایین بازیکن و هزینه انتقال کم
- ۲) عملکرد پایین بازیکن و هزینه انتقال بالا
- ۳) عملکرد بالا بازیکن و هزینه انتقال بالا
- ۴) عملکرد بالا بازیکن و هزینه انتقال پایین

مقدمه

ورزش‌های حرفه‌ای و پرطرفدار موجب رشد صنعت ورزش شده‌اند، در کشورهای مختلف لیگ‌های معتبر و معروفی در رشته‌های فوتبال، بیسبال، بسکتبال و ... وجود دارد، حتی لیگ‌های جدیدی نیز به وجود آمده‌اند که موجب توسعه و پیشرفت ورزش در جامعه شده‌اند. در صنعت ورزش، موفقیت تجاری برای باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی در طولانی‌مدت به دست می‌آید (بیگدلی، ۱۳۹۵).

اهمیت شاخص منابع انسانی، تخصص مدیریتی، بازاریابی، نرم‌افزار، زیرساخت‌های قانونی و اقتصادی عوامل مؤثر بر ارتقای قدرت باشگاه هستند (معماری، رفیعی بلداجی و پوینده کیا، ۱۴۰۰).

یکی از اهداف اصلی لیگ‌های ورزشی، حداکثر کردن جذابیت برای تماشاگران می‌باشد که این هدف از طریق شناخت دقیق‌تر تقاضای تماشای مسابقات میسر می‌گردد (صادقی، اصغریور و گلچین‌فر، ۲۰۰۹). ورزش به‌طور ذاتی دارای خروجی نامطمئن است، که همین امر یکی از دلایل جذاب شدن آن است اما از سوی دیگر، این عدم اطمینان از نتیجه خروجی باعث می‌شود مدیران ورزشی برای ایجاد یک رابطه پایدار و طولانی‌مدت با مصرف‌کنندگان با مشکلات زیادی روبه‌رو باشند. مصرف‌کنندگان (هواداران و تماشاچیان) عاشق این هستند که تیم‌های برنده را دنبال کنند. برای همین بیشتر تیم‌های ورزشی بردها و باخت‌ها بر روی فروش بازیکنان، فروش فصلی بلیط‌ها، سطح و تعداد شرکت‌ها و تماشاچیان، فروش کالاهای تجاری و دیگر نتیجه‌های عمومی پذیرفته شده در خصوص عملکرد مؤثر هستند (نعمتی، تجاری، زارعی و اشرف گنجویی، ۱۳۹۱).

امروزه ورزش به صنعت بین‌المللی و درآمدزا تبدیل شده است (هالیچی اوغلو^۱، ۲۰۰۶). باشگاه‌های حرفه‌ای در سراسر جهان برای تأمین منابع و هزینه‌های خود از روش‌های مختلفی چون جذب حمایت‌کنندگان مالی، تبلیغ کالاهای تجاری، فروش بازیکن، فروش بلیت و محصولات ورزشی و ارائه خدمات جانبی استفاده می‌کنند (سزن^۲، ۲۰۱۴). با رشد روزافزون صنعت ورزش، بازاریابی

3. Silver

4. Tainsky

5. Macedo, Ferreira Dias & Mourão

1. Halicioglu

2. Cezne

فوتبال دنیا از کانال‌ها و شیوه‌های مختلفی برای درآمدزایی هرچه بیشتر استفاده می‌کنند (دزبوردرز^۵، ۲۰۱۲).

در این خصوص می‌توان گفت که طی چند سال اخیر باشگاه‌های ورزشی دولتی کشور که بیش از ۷۰ درصد فعالیت‌های آن‌ها را فوتبال تشکیل می‌دهد، بنا به حکم قانونی در تبصره ۷ بودجه سال ۱۳۸۲ مبنی بر اجازه هزینه یک درصد اعتبارات دستگاه‌ها و شرکت‌ها در جهت ورزش، رونق فراوانی یافته‌اند که به تبع آن بسیاری از شرکت‌های دولتی مانند سایپا، پیکان، فولاد مبارکه سپاهان، فولاد خوزستان، ذوب‌آهن اصفهان و... باشگاه‌هایی را از محل این یک درصد بنا نهاده‌اند (ایزدیار، معماری و موسوی، ۱۳۹۵). با توجه به اینکه بیشتر باشگاه‌های ورزشی کشور به‌نوعی توسط سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی و بعضاً بخش خصوصی تأمین مالی می‌شوند و درآمدزایی اندکی دارند، هزینه‌های غیرواقعی برای خرید بازیکنان در ایران برای عده‌ای قابل تأمل است، ضمن اینکه در حیطه قراردادهای بازیکنان حرفه‌ای و نقل و انتقالات بازیکنان فوتبال نیز اختلاف چشم‌گیری بین لیگ فوتبال ایران و سایر کشورها وجود دارد. در حال حاضر در لیگ حرفه‌ای ایران، بازیکن حرفه‌ای و قرارداد حرفه‌ای به‌روشنی تعریف نشده است. باشگاه‌های ورزشی برای تأمین هزینه‌های ضروری و اجتناب‌ناپذیر فوتبال باشگاهی به منابع زیادی نیاز دارند (شیروانی، اسمعیلی، احسانی و کوزه‌چیان، ۱۳۹۶).

یکی از مهم‌ترین منابع فروش و خرید بازیکنان است. با توجه به موارد اشاره شده می‌توان گفت که لیگ برتر فوتبال یکی از رقابت‌هایی که در ایران به صورت حرفه‌ای برگزار می‌شود. روند نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران ضروری است، زیرا به جذابیت مسابقات و حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها منجر می‌شود؛ همچنین تیم‌های ورزشی احتیاج به حمایت داشته و حضور تماشاگران می‌تواند یکی از عوامل موفقیت این تیم‌ها باشد. بنابراین حضور بازیکنان ستاره در مسابقات، ضمن اینکه در نتیجه‌گیری تیم‌ها مؤثر می‌باشد، برای تیم منبع مالی مناسبی محسوب می‌شوند. از این‌رو شناخت عوامل

محققان توضیح داده‌اند که باشگاه‌ها به دلیل هدف و سیاست‌های متفاوت خود مجبور نیستند فقط گروه چهار را خریداری کنند. آن‌ها همچنین اشاره کرده‌اند که عوامل مؤثر بر ارزش بازار یک بازیکن بر اساس موقعیت او متفاوت است (کیم، بوی و یونگ^۱، ۲۰۲۱).

عواملی از قبیل سن و قد بازیکن علاوه بر عوامل مهارتی مانند: تعداد دریبل‌ها، پاس‌های منتهی به گل، فعالیت او در شبکه‌های اجتماعی، تعداد فالوئر‌ها و وجود مشاور بر نتایج چانه‌زنی و انتقال بازیکن تأثیر می‌گذارد (آنته^۲، ۲۰۱۹).

در ایران نیز فوتبال به گواه شاهد پرطرفدارترین ورزش است به‌طوری که طبق آمارهای غیررسمی تعداد هواداران تیم‌های پرسپولیس، استقلال و تراکتورسازی به بیش از ۳۰ میلیون نفر می‌رسد. این آمارها نشان از وجود یک بازار بالقوه در فوتبال دنیا و به‌طور خاص در ایران دارد. امروزه فوتبال به یک بازار تبدیل شده و میلیاردها دلار سرمایه گذاری بر روی آن انجام شده است. هزینه‌های افراطی نقل و انتقالات، امضای قراردادهای بازیکنان، رقابت بین اسپانسرها برای جذب ستاره‌ها جهت ترویج محصولات خود، مذاکرات حق پخش رسانه‌ای و تلاش مدیران برای جذب سرمایه‌گذاران تنها جزیی از دنیای فوتبال است (کول، کولیمپیریس و دنولف^۳، ۲۰۱۲). برای مثال طبق گزارش مالی سالانه باشگاه رئال مادرید تنها دستمزد بازیکنان و مربیان تیم اول رئال مادرید در سال ۲۰۱۵ حدود ۱۶۵ میلیون یورو و هزینه کالاهای مصرفی باشگاه حدود ۳ میلیون یورو بوده است. البته این گوشه‌ای از هزینه‌های بالای باشگاه‌های بزرگی نظیر رئال مادرید است (رودریگز اورتگا^۴، ۲۰۱۶).

با توجه به هزینه بالای باشگاه‌های ورزشی و رقابت فشرده آن‌ها برای جذب سرمایه‌های ورزشی از قبیل بازیکنان، مربیان و امکانات ورزشی جهت کسب رتبه‌های بالاتر در مسابقات، باشگاه‌ها به دنبال حصول درآمدهای بیشتر از امکانات موجود هستند. در عصر جاری باشگاه‌های

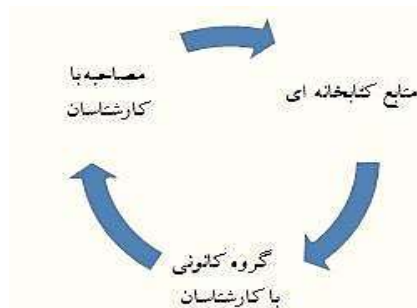
1. Kim, Bui & Jung
2. Ante
3. Kool, Kolympiris & Denolf
4. Rodríguez Ortega

این پژوهش شامل چندین مرحله بود. بدین صورت که پژوهشگر بعد از پیاده‌سازی مصاحبه‌های انجام‌شده، کدهای مفهومی را از متن مصاحبه‌ها شناسایی کرد. متن مصاحبه‌ها تجزیه و تحلیل شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها هم‌زمان و به‌طور مستمر با جمع‌آوری داده‌ها انجام گرفت. برای گردآوری اطلاعات ابتدا ادبیات و پیشینه تحقیق با استفاده از کتب، مجلات، پایان‌نامه‌های مربوط، آیین‌نامه و اسناد مرتبط و سایت‌های اینترنتی مورد بررسی قرار گرفت. پس از تهیه راهنمای مصاحبه به نمونه آماری مراجعه شد و داده‌های موردنیاز با استفاده از مصاحبه‌های باز جمع‌آوری شد. شایان است به جهت جنبه نو بودن تحقیق و محدودیت احتمالی داده‌ها، از رویکرد مثلث‌سازی استفاده شد. مثلث‌سازی به فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون جهت جمع‌آوری اطلاعات در تحقیق اطلاق می‌شود. با توجه به استفاده از شیوه مثلث‌سازی (استفاده از منابع چندگانه) در این تحقیق از موارد منابع متنوع به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد.

تأثیرگذار بر نقل‌وانتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران، مسئولان تیم‌ها را در جهت کسب درآمد بیشتر مدد می‌رساند. نبود یک خط‌مشی مدون که بتوانند نقل‌وانتقالات خود را طبق آن انجام دهند یکی مشکلات بزرگ است که گریبان باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال محسوب می‌شود بنابراین طراحی یک الگویی مدون در نقل‌وانتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال می‌تواند درصد زیادی از مشکلات آن‌ها را حل نماید از این‌رو پژوهشگر به دنبال پاسخ دادن به این سؤال است که طراحی الگوی نقل‌وانتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران چگونه است؟

روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری این پژوهش را اسناد منتشر شده پیرامون مبحث نقل‌وانتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران و ۱۵ نفر از صاحب‌نظران تشکیل دادند. برای انتخاب نمونه از چنین جامعه‌ای از نمونه‌گیری هدفمند که روش نمونه‌برداری غیراحتمالی است استفاده شد. در ادامه برای کفایت نمونه‌گیری از نمونه‌گیری نظری استفاده گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش مصاحبه عمیق بود.



شکل ۱. فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون جهت جمع‌آوری اطلاعات

کدگذاری باز، متن هر مصاحبه چند بار خوانده شد و جملات اصلی آن استخراج شده و به‌صورت کدهایی ثبت شدند. در کدگذاری اولیه، پژوهشگر از کلمات مورد استفاده مصاحبه‌شوندگان و کدهای دلالت‌کننده (برداشت‌های پژوهشگر از گفته‌ها) استفاده کرد. سپس، کدهایی که به لحاظ مفهومی با یکدیگر مشابه بودند، در یک دسته قرار گرفتند.

علاوه بر این، در پژوهش حاضر جهت سنجش روایی از معیارهای اسکینر، ادواردز و کوربت^۱ (۲۰۱۴) که در جدول (۱) به آن اشاره شده است، استفاده شد.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها که با توجه به روش کیفی و مصاحبه انجام گرفت برای استخراج مفاهیم استفاده شد. با استفاده از این‌رو روش، مفاهیم آشکار و پنهان مشخص شدند. در این پژوهش، سه مرحله کدگذاری: کدگذاری باز^۲، کدگذاری محوری^۳ و کدگذاری انتخابی^۴ اجرا شد. در

3. Axial Coding

4. Selective Coding

1. Skinner, Edwards & Corbett

2. Open Coding

مرحله، طبقه‌ای که بیشترین فراوانی را داشت، متغیر اصلی در نظر گرفته شد. در این پژوهش، نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال، مقوله اصلی در نظر گرفته شد و بقیه متغیرها، حول محور آن قرار گرفتند. شایان ذکر است که تجزیه و تحلیل مصاحبه و استخراج کدها در یک بازه زمانی ۲ ماه انجام گرفت برای روایی و پایایی اندازه‌گیری به هنگام کدگذاری بازبینی انجام شد؛ طبقه‌بندی یا تأیید نتایج با مراجعه به مصاحبه‌شوندها انجام گرفت. در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار مکس-کیودا نسخه ۲۰۱۸ بهره گرفته شد.

در فرایند کدگذاری، واحدهای معنایی از بیان گفته‌های مشارکت‌کنندگان که نشان‌دهنده تجارب آن‌ها بود، استخراج شدند و پس از کدگذاری و خلاصه کردن داده‌ها بر اساس تشابهات و تفاوت‌ها، طبقه‌بندی کدها انجام گردید، طبقات با هم مقایسه شدند و از تحلیل و تفسیر این داده‌ها، درون‌مایه‌ها یا مقوله‌های انتزاعی‌تر استخراج شدند. در این مرحله، کدها و دسته‌های اولیه که در کدگذاری باز ایجاد شدند، با یکدیگر مقایسه شدند و علاوه بر ادغام موارد مشابه، دسته‌هایی که به یکدیگر مربوط می‌شدند، حول محور مشترکی قرار گرفتند. در این

جدول ۱. روش‌های اطمینان از روایی

روش‌های اطمینان از روایی	نحوه اجرا در این پژوهش
درگیری طولانی مدت	افزایش حساسیت نظری، مشارکت عملی و ارتباط با مشارکت‌کنندگان برای ارزیابی برداشتهای محقق
مشاهده پایدار	مشارکت عملی محقق و حضور در محیط مشارکت و اکتشاف جزئیات تجارب مشارکت‌کنندگان
بازرسی مجدد مسیر کسب اطلاعات	انجام بازرسی ادواری اطلاعات و کدهای به دست آمده به جهت پیشگیری از سوگیری و اطمینان از صحت، توسط محقق و یک همکار (دانشجوی دکتری) آشنا به موضوع مورد پژوهش
چک کردن با مشارکت‌کنندگان	بررسی اطلاعات به دست آمده به کمک گروه تحقیق و نظرسنجی از مصاحبه‌شوندگان در خصوص نتایج
مثلث‌سازی	استفاده از منابع متعدد برای جمع‌آوری داده‌ها
مقایسه مستمر	مقایسه داده‌های به دست آمده از منابع مورد بررسی با سایر منابع به صورت مستمر در تمام طول تحقیق

یافته‌های پژوهش

بر اساس ۱۵ نمونه مصاحبه‌شونده در پژوهش تعداد ۱۳ نفر (۸۶/۷ درصد) مرد و تعداد ۲ نفر (۱۳/۳ درصد) نیز زن بودند. درزمینه مدرک تحصیلی، ۴ نفر (۲۶/۷ درصد) کارشناسی ارشد، ۴ نفر (۲۶/۷ درصد) دانشجوی دکتری و ۷ نفر (۴۶/۶ درصد) تحصیلات دکتری داشتند. همچنین درزمینه شغل، ۶ نفر از مصاحبه‌شوندها (۴۰/۲ درصد) اعضای هیئت‌علمی، ۳ نفر

(۱۹/۸ درصد) مدیران باشگاه ورزشی، ۲ نفر (۱۳/۳ درصد) مسئولان سازمان لیگ فوتبال، ۴ نفر (۲۶/۷ درصد) مسئولان فدراسیون فوتبال بودند. پس از تلخیص اولیه داده‌ها و حذف جملات زائد و تکراری از جملات مصاحبه، مفاهیم اولیه مصاحبه‌ها (مرحله کدگذاری باز) شامل ۵۲ کد باز بود.

جدول ۲. کدگذاری محوری

کدگذاری باز	مقوله
بازی‌های که بازیکن در فصل قبل انجام داده	بازار ترانسفر
تعداد گل‌های که به ثمر رسانده	
بزرگی باشگاه	
مشارکت خریدار در رقابت‌های باشگاهی و قاره‌ای	
ارزش ترانسفر بازیکن	

ادامه جدول ۲. کدگذاری محوری

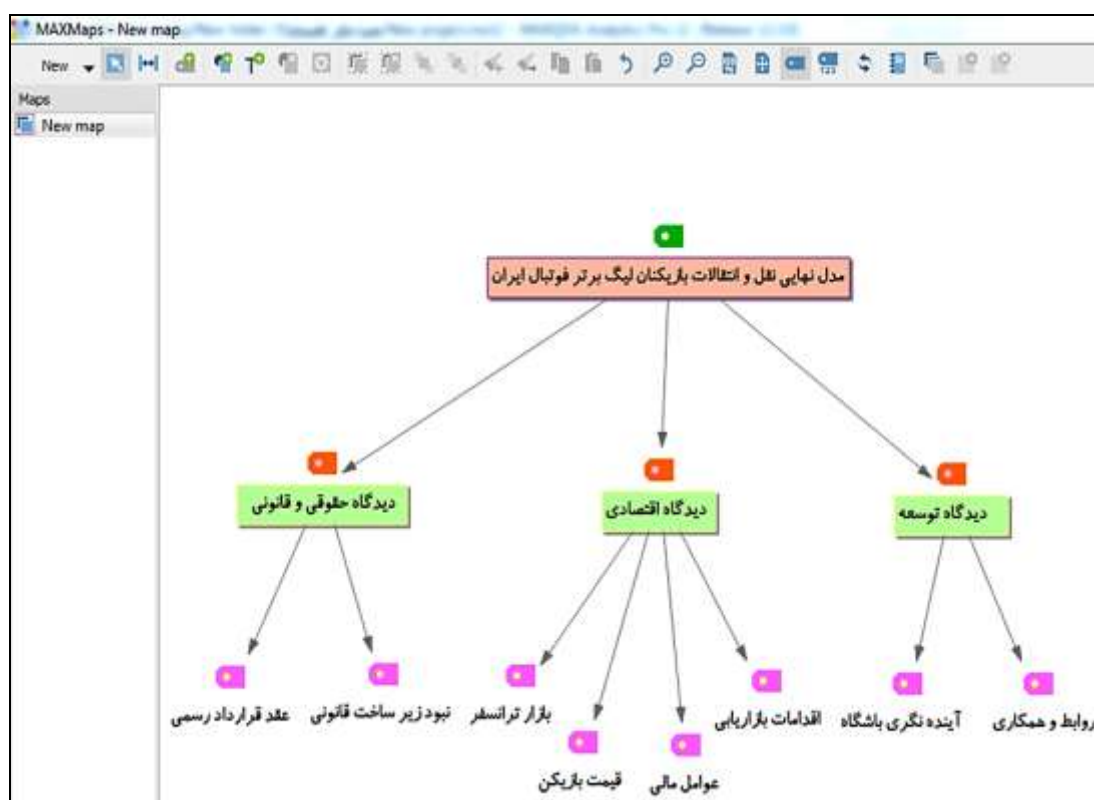
مقوله	کدگذاری باز
قیمت بازیکن	ملیت بازیکن
	موقعیت بازی بازیکن
	سن بازیکن
	ارزش تجاری بازیکن
	محبوبیت بازیکن
	ستاره بودن بازیکن
	تعداد بازی‌های ملی
	سابقه عضویت در تیم‌های ملی
	عملکرد بازیکن
	اثربخشی بازیکن
	قیمت بازیکن
	آموزش بازیکن
	توسعه بازیکن
عوامل اقتصادی	استعداد ذاتی بازیکن
	نبود بنگاه‌های اقتصادی در فوتبال ایران
	هدف از فروش بازیکن
	هدف از خرید بازیکن
	بودجه باشگاه
نبود زیرساخت قانونی	تراز مالی باشگاه
	ارزش سهام باشگاه
	وجود افراد سود در فوتبال
	نبود ایجنت حرفه‌ای در فوتبال ایران
	نبود آژانس‌های بازاریابی در ایران
اقدامات بازاریابی	به دست آوردن بازارهای جدید برای باشگاه
	به دست آوردن هواداران جدید
	فروش محصولات تجاری به واسطه بازیکن
	افزایش شرکای جدید برای باشگاه
	سود فروش بازیکن
	افزایش تعداد هواداران و تماشاچیان باشگاه
آینده‌نگری باشگاه	موقعیت باشگاه خریدار در لیگ برتر فوتبال
	موقعیت باشگاه فروشنده در لیگ برتر فوتبال
	موقعیت باشگاه خریدار در مسابقات بین‌المللی فوتبال
روابط و همکاری	همکاری بین طرفین قرارداد
	ارتباط باشگاه خریدار با فدراسیون فوتبال
	ارتباط باشگاه فروشنده با فدراسیون فوتبال
	مذاکره بین باشگاه خریدار و مدیر برنامه‌های بازیکن
	مذاکره بین باشگاه فعلی بازیکن و باشگاه خریدار
عقد قرارداد رسمی	انتقال قرضی بازیکن
	انتقال دائمی بازیکن
	رقم فسخ قرارداد واقعی
	رقم فسخ قرارداد حسن نیتی
	رقم فسخ قرارداد با باشگاه قبلی
	طول قرارداد بازیکن
	توافق بین طرفین قرارداد
	مدت‌زمان قرارداد بازیکن
	عقد قرارداد رسمی با بازیکن
	رقم قرارداد بازیکن

نتایج کدگذاری محوری بیانگر این بود که ۸ مقوله از این کدگذاری به دست آمد که به ترتیب شامل: (۱) بازار ترانسفر، (۲) قیمت بازیکن، (۳) عوامل اقتصادی، (۴) زیرساخت قانونی، (۵) اقدامات بازاریابی، (۶) آینده‌نگری باشگاه، (۷) روابط و همکاری و (۸) عقد قرارداد رسمی است.

جدول ۳. کدگذاری انتخابی

مقوله	کدگذاری باز
دیدگاه اقتصادی	عوامل مالی
	قیمت بازیکن
	بازار ترانسفر
	اقدامات بازاریابی
دیدگاه حقوقی و قانونی	عقد قرارداد رسمی
	نبود زیرساخت قانونی
	روابط و همکاری
دیدگاه توسعه	آینده‌نگری باشگاه

یافته‌های حاصل از کدگذاری انتخابی شامل ۳ عامل: (۱) دیدگاه اقتصادی، (۲) دیدگاه حقوقی و قانونی و (۳) دیدگاه توسعه



شکل ۲. مدل نهایی نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران

بحث و نتیجه‌گیری

نقل و انتقالات برای به دست آوردن این بازیکنان منابع سنگینی به‌عنوان حق انتقال و سرمایه‌گذاری در بازیکنان پرداخت می‌کنند. باشگاه‌های فوتبال اروپایی بازیکنان خود

بازیکنان فوتبال مهم‌ترین و با ارزش‌ترین دارایی هر باشگاهی به‌شمار می‌روند و باشگاه‌ها مرتباً در بازار

باشد. فوتبال و اقتصاد، دو واژه‌ای که در دنیای امروز به یکدیگر پیوند خورده‌اند و حیات و بقای فوتبال را حفظ کرده‌اند. فوتبال با رشد فزاینده‌ای که در کشورهای جهان پیدا کرده است به‌عنوان بخشی از جریان‌های جامعه در اقتصاد حاصل از آن نیز تأثیر گذاشته است. فوتبال اگرچه یکی از پردرآمدترین رشته‌های ورزشی است، اما مخارج هنگفتی را نیز باید صرف نگهداری آن کرد. خرید بازیکنان نیز یکی از پرخرج‌ترین و به‌نوعی پردرآمدترین قسمت‌های تیم‌داری و فوتبال است. زمانی که در رشد سالیانه اقتصاد فرانسه فوتبال ۳ درصد تأثیرگذار است، نمی‌توان از کنار آن به‌راحتی گذشت. با نگاهی به باشگاه‌های بزرگی چون منچستر یونایتد یا رئال مادرید که نام باشگاه را بر خود دارند و جزو کارخانه‌ها و تراست‌های درآمدزا محسوب می‌شوند. گردش پول در فوتبال امروز به‌گونه‌ای سیستماتیک شده که دیگر گریزی از آن نیست، فوتبال حرفه‌ای ما نیز بدون این نگاه هرگز قادر به ادامه زندگی نخواهد بود. همچنین می‌توان گفت که در بسیاری از کشورها، برگزاری لیگ‌های حرفه‌ای و صنعت باشگاه‌داری حرفه‌ای فوتبال باعث رشد و توسعه اقتصادی مطلوبی در صنعت فوتبال آن‌ها شده است. در کشورهایی چون انگلستان و اسپانیا فوتبال به‌منزله ماشین اقتصادی عمل می‌کند که سالانه میلیون‌ها دلار درآمد دارد؛ در چنین کشورهایی صنعت فوتبال با همه جنبه‌های اقتصادی ارتباط داشته و توانسته بر اقتصاد ملی این کشورها تأثیرات بسزایی داشته باشد و از این طریق در رشد و توسعه اقتصادی کل کشور نیز سهیم باشد (الهی، ۱۳۸۷).

یکی از رویکردهای درآمدزایی و توسعه پایدار اقتصادی باشگاه‌ها نقل‌وانتقالات بازیکنان است؛ به نظر می‌رسد از دیدگاه اقتصادی یکی از مواردی که در پرداخت‌های باشگاه‌ها مؤثر است، تابع هدفی است که برخی باشگاه‌ها دنبال می‌کنند. در این دیدگاه ممکن است تیمی با صرف هزینه‌های غیراقتصادی برای دستیابی به موفقیتی موافقت کند و در شرایطی که پرداخت‌کننده این هزینه‌ها مستقیماً خود باشگاه‌ها نباشد و مسئله سود و انتفاع چندان اهمیت نداشته باشد، می‌تواند این رقابت برای مخارج را گسترش نیز بدهند. در واقع زمانی که باشگاه‌ها

را به‌عنوان دارایی شناسایی و در ترازنامه‌ی خود منعکس می‌نمایند. اما باشگاه‌های فوتبال ایران هنوز فاصله بسیار زیادی با باشگاه‌های مطرح جهان دارند، برای مثال دید آن‌ها به بازیکنانشان یک دید هزینه‌ای است و به‌هنگام خرید بازیکنان مبالغ پرداختی را به‌عنوان هزینه دوره شناسایی و در صورت سود و زیان از درآمد باشگاه کسر می‌نمایند. همچنین هنوز روش مدون و علمی برای نقل‌وانتقالات در لیگ برتر فوتبال ایران وجود ندارد و باعث گردیده است که در حال حاضر نقل‌وانتقالات بر اساس مبانی غیر از مبانی علمی انجام گیرد. بر این اساس هدف این پژوهش تحلیل تبیین مدل نقل‌وانتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران بود. نتایج به دست آمده حاکی از آن بود که ۳ عامل (۱) دیدگاه اقتصادی، (۲) دیدگاه حقوقی و قانونی و (۳) دیدگاه توسعه می‌تواند بر نقل‌وانتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران تأثیرگذار باشد.

نقل‌وانتقالات بین‌المللی فوتبال‌های ایرانی تحت تأثیر عوامل مختلفی از قبیل عملکرد فنی بازیکن، عملکرد غیرفنی بازیکن، باشگاه، فدراسیون، دولت، مدیر برنامه‌های بازیکن می‌باشد. با توجه به اینکه بازار نقل‌وانتقالات فوتبال‌های یک بازار جهانی است و گردش مالی هنگفتی در این بازار وجود دارد لذا تربیت بازیکنان در کلاس جهانی می‌تواند منبع درآمد مناسبی برای باشگاه‌های فوتبال در ایران باشد. به‌طور کلی، با توجه به اینکه تجارت فوتبال‌های جهانی شده است و نیز با توجه به نتایج به دست آمده از الگوی ارائه شده، می‌توان گفت تنها عملکرد فنی بازیکن در بازار نقل‌وانتقالات بین‌المللی فوتبال‌های مؤثر نیست بلکه عوامل دیگری مثل دولت، فدراسیون، باشگاه و کارگزار بازیکن نیز بر بازار نقل‌وانتقالات بین‌المللی فوتبال‌های ایرانی اثرگذار هستند. لذا برای حضور فعال در بازار بین‌المللی فوتبال‌های، باید تمام ذینفعان این بازار یعنی فوتبال‌های، دولت، فدراسیون فوتبال، باشگاه و کارگزار بازیکن نقش خود را در قالب گویه‌های استخراج شده به درستی ایفا نمایند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۸).

نتایج پژوهش نشان داد که دیدگاه اقتصادی می‌تواند بر نقل‌وانتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران تأثیرگذار

مانند بنگاه اقتصادی عمل نکنند و به دنبال حداکثر کردن سود نبوده و تنها برخی مطلوبیت‌ها و اهداف دیگر را دنبال کنند، رقابت قیمتی می‌تواند اتفاق بیفتد که نتیجه آن چیزی جز افزایش قیمت بازیکنان در بازار نخواهد بود. با این حال این بحث تمام حقیقت نیست و در برخی موارد به‌خصوص در کشورهای پیشرفته‌تر صادق است. از نگاه دیگر، جست‌وجو برای جذب ستارگان برای تقویت تیم یا جایگزین کردن جای خالی آن‌ها در تیم‌هایی که ستاره‌هایشان به فروش رفته‌اند، موجب می‌شود روندی در بازار شکل بگیرد که از دیدگاه نظریه بازی‌ها قابل بررسی است. این رویکرد حاکی از آن است که با پخش شدن خبر فروش یک ستاره یا بازیکن بزرگ، تیمی که بازیکن فروخته است به دنبال جایگزین است و پول نقد تقریباً زیادی نیز به آن انتقال یافته است، در این شرایط انتظارات سایر باشگاه‌ها شکل گرفته و به این ترتیب با این اطلاعات، قیمت فروش بازیکن خود را بالاتر از آنچه پیش‌تر قیمت‌گذاری می‌کردند، اعلام می‌کنند. با این حال، تمام این قیمت‌گذاری ناشی از انتظارات و حتی تورم نیست. طبق مطالعاتی که انجام گرفته است، متغیرهای دیگری نیز در این میان دخیل هستند که از این جمله می‌توان به سن، طول قرارداد، ملیت، استعداد ذاتی، موقعیت بازی و برخی موارد دیگر اشاره کرد.

از دیگر عوامل تأثیرگذار بر نقل و انتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران دیدگاه حقوقی و قانونی بود. وقایع حقوقی بیشتر در خصوص مسئولیت مدنی و کیفری تابعان ورزش صحبت می‌کند، منتها اعمال حقوقی دامنه بسیار گسترده‌ای دارد که یکی از زیرمجموعه‌ای آن، قرارداد ورزشی است. قرارداد ورزشی، قراردادی است که موضوع آن به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به امور ورزشی مربوط می‌شود، اعم از اینکه موضوع قرارداد مستقیماً فعالیتی ورزشی باشد یا از جمله اموری باشد که برای انجام فعالیت‌های ورزشی اجتناب‌ناپذیر است. تنها مصداق قرا دادی که موضوع آن مستقیماً انجام فعالیتی ورزشی باشد، قرارداد بین باشگاه و بازیکن است، قرارداد باشگاه و بازیکن، قرا دادی معوض، موقت، مستمر، لازم (که از طریق کمیته انضباطی قابل فسخ است)، الحاقی (استاندارد)

و تشریفاتی است که ارکان سازنده آن عبارت‌اند از: بازیکنان و باشگاه (به‌عنوان طرفین قرارداد) و تعهد بازیکنان به اعمال مهارت، تکنیک و قوای جسمی و فکری و تعهد باشگاه به پرداخت دستمزد به بازیکنان (به‌عنوان موضوع قرارداد) (نعمت‌اللهی، ۱۳۸۸). مقایسه ارکان و مقررات مربوط به قرارداد باشگاه و بازیکن با یک سری عقود مشابه، مانند سبق و رمایه، جعاله و اجاره اشخاص، ما را به این نتیجه می‌رساند که مشابهت‌های بسیار فراوانی بین قرارداد باشگاه و بازیکن و قرارداد اجاره اشخاص وجود دارد، به نحوی که شاید به توان گفت، این قرارداد، ماهیتاً نوعی قرارداد اجاره اشخاص است. لیکن به علت وجود برخی قوانین و مقررات خاص که منحصرأ مربوط به قرارداد باشگاه و بازیکن است، شاید بهتر باشد دیدگاه مستقلی نسبت به این قرارداد داشته باشیم و تفسیری به استناد ماده ۱۰ قانون مدنی بر آن بار کنیم. از طرف دیگر وجود شاخص تبعیت حقوقی بازیکنان از باشگاه‌ها در تمام موارد و شباهت ارکان و موضوع قرارداد باشگاه و بازیکن با قرارداد کار و همچنین تطابق بسیاری از قوانین و مقررات ورزشی با قانون کار و تأمین اجتماعی، این نتیجه حاصل می‌شود که قرارداد باشگاه و بازیکن نوعی قرارداد کار بوده و قوانین کار و تأمین اجتماعی بر روابط بازیکن و باشگاه حاکم است. این موضوع زمانی اهمیت خود را نشان می‌دهد که بدانیم بسیاری از مقررات ورزشی مانند لزوم بیمه کردن بازیکن، پرداخت دستمزد در ایام بیماری و...، صرفاً با کارگر تلقی کردن بازیکن قابل اعمال است. همانند بسیاری از عقود، قرارداد باشگاه و بازیکن نیز یک عقد «دوعهدی» محسوب می‌شود و باشگاه و بازیکن در برابر یکدیگر تعهداتی دارند که در صورت نقض آن‌ها، ضمانت اجرایی در اختیار طرف مقابل قرار می‌گیرد که عمدتاً از طریق کمیته انضباطی بر نقض‌کننده تعهد تحمیل می‌شود. مواردی نظیر اجبار بازیکن یا باشگاه، اعمال جریمه، محرومیت، اعطای حق فسخ، انفساخ و یا ابطال قرارداد از این دست ضمانت اجراهاست. البته این قرارداد مانند سایر عقود ممکن است بنا به عللی غیر از نقض تعهدات هم منحل شود. این موارد انحلال عبارت‌اند از: اقاله، فسخ، انفساخ، انقضای

باشند؛ این امر موجب می‌شود که بدعهدی‌های که از طرف بازیکنان صورت می‌پذیرد، دیده نشود. به‌طور کلی می‌توان گفت که با توجه به تغییرات روزافزون نیازهای جامعه ورزش فوتبال و انتظارات آنان در نقل‌وانتقالات، به نظر می‌رسد مدل ارائه شده در این پژوهش قادر است زمینه رشد و توسعه نقل‌وانتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران را فراهم آورد و مدیران ورزشی را قادر می‌سازد تا با الگو گرفتن از این مدل، طرح‌ها و اقدامات کیفی را استخراج و موقعیت خود را در فرایند نقل‌وانتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران ارزیابی کنند.

پیشنهاده‌ها

از آنجایی که دیدگاه حقوقی و قانونی فرایند نقل‌وانتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران را با چالش روبرو می‌کنند پیشنهاد می‌گردد این عوامل مرتفع گردند. برای تحقیق چنین هدفی داشتن برنامه اصولی برای جذب بازیکنان و تخصیص منابع مالی کافی و وافی به امر نقل‌وانتقالات و برقراری ارتباط سازنده بین نهادهای متولی می‌تواند مؤثر باشد. همچنین به‌موجب اینکه فرایند دیدگاه توسعه‌ای یک فرایند پیچیده، زمان‌بر و هزینه‌بردار است و سرانجام آن لازم است برآیند مطلوب وجود داشته باشد پیشنهاد می‌گردد به دیدگاه توسعه‌ای بیش از پیش تقویت شود. برای این منظور لازم است از تجربیات کشورهای صاحب سبک در این امر استفاده شود و در نهایت از آنجایی که دیدگاه اقتصادی برای باشگاه‌ها بسیار ضروری و لازم است و می‌تواند بخش زیادی از هزینه‌های باشگاه را تأمین کند و یا صرفه‌جویی کنند پیشنهاد می‌شود باشگاه‌ها در بحث نقل‌وانتقالات بازیکنان به صورت علمی در این حوزه اقدام کنند و از افراد متخصص در این خصوص بهره ببرند.

سپاسگزاری

بدین وسیله از تمامی عزیزانی که در انجام هرچه بهتر این پژوهش، ما را همراهی کردند، قدردانی به عمل می‌آوریم.

مدت و بطلان فرا داد (نعمت‌اللهی، ۱۳۸۸). از آنجا که هر قراردادی خود منشأ بروز اختلافاتی نیز است، در ورزش هم مراجع مختلفی برای حل و فصل اختلافات ناشی از قراردادهای بین بازیکن و باشگاه در نظر گرفته شده است که کمیته انضباطی (رسیدگی بدوی) و کمیته استیناف (رسیدگی تجدیدنظر) از آن جمله است. تصمیمات این مراجع، چنانچه در نتیجه رسیدگی به اختلافات قراردادی طرفین باشد، ماهیتاً داوری بوده و طرفین می‌توانند از این آرا در دادگاه‌های دادگستری تجدیدنظر خواهی کنند. اما چنانچه این مراجع، در مقام رسیدگی به تخلفات انضباطی تابعان ورزش اتخاذ تصمیم کنند، کارکردی مشابه دادگاه‌های انتظامی داشته که می‌توان از آراء آن به دیوان عدالت اداری شکایت کرد. در نهایت آخرین عامل تأثیرگذار بر نقل‌وانتقالات بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران دیدگاه توسعه بود. امروزه فوتبال از انجام فعالیت‌های آماتوری فراتر رفته و توسعه‌ای همه‌جانبه در زمینه‌های مختلف را تجربه کرده است. دادوستدهای چند میلیون دلاری برای نقل‌وانتقال بازیکنان بین باشگاه‌ها، با سرمایه‌های بسیار کلان، معامله‌های چند میلیون دلاری سازمان‌های لیگ حرفه‌ای برای تبلیغات زمین و کسب درآمدهای کلان از محل حق پخش تلویزیونی مسابقات، همگی از جمله عواملی هستند که فوتبال حرفه‌ای را از یک بازی ساده به تجارت یا صنعت بین‌المللی تبدیل کرده‌اند (اللهی، ۱۳۸۷).

همواره باشگاه‌های فوتبال با توجه به آینده‌ای که پیش روی باشگاه است در بازار نقل‌وانتقالات شرکت می‌کنند آن‌ها با هدف قهرمانی در سطح ملی و بین‌المللی پا در این عرصه می‌گذارند از این‌رو می‌توان گفت که باشگاه‌های فوتبال مهم‌ترین عامل رشد و توسعه ورزش بوده و بار اصلی و سهم عمده ورزش بر دوش آن‌ها است. باید اذعان داشت که باشگاه‌های فوتبال با همکاری و روابط خوب بین دیگر باشگاه‌ها می‌توانند نقش بسزایی در نقل‌وانتقالات فوتبال داشته

References

- Ante, L. (2019). Determinants of transfer's fees: Evidence from the five major European football leagues. *University of Hamburg: Hamburg, Germany*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.18356.91526/1>
- Bigdeli, M. (2016). *Designing and elaborating a model of measurement of brand equity in Iranian Premier League football clubs*. Master's thesis, Ministry of Science, Research and Technology, Allameh Tabataba'i University, Faculty of Psychology and Educational Sciences. (In Persian)
- Cezne, E. (2014). Sports mega-events and development: A critical analysis of Brazil's hosting of the 2014 FIFA World Cup and 2016 Summer Olympic Games. *Unpublished Bachelor's thesis*. Norwegian University of Life Sciences, As.
- Desbordes, M. (2012). *Marketing and football*. Routledge.
- Elahi, A. (2008). *Obstacles and solutions for the economic development of the football industry of the Islamic Republic of Iran*. PhD thesis, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran. (In Persian)
- Halicioglu, F. (2006). The impacts of football point systems on the competitive balance: evidence from some European football leagues.
- Izadyar, M., Memari, Z., & Mousavi, H. (2016). Pricing Equation for Iranian Premier League Football Players. *Journal of Economic Research*, 114, 25-40. (In Persian) <https://doi.org/10.22059/jte.2016.57595>
- Kim, Y., Bui, K. H. N., & Jung, J. J. (2021). Data-driven exploratory approach on player valuation in football transfer market. *Concurrency and Computation: Practice and Experience*, 33(3), e5353. <https://doi.org/10.1002/cpe.5353>
- Kool, S., Kolympiris, C., & Denolf, J. (2012). Football's financial fair play in a win maximizing environment. *Lisans Tezi (Yayımlanmamış)*, Wageningen University, Department of Management Studies, Wageningen.
- Macedo, A., Ferreira Dias, M., & Mourão, P. R. (2022). A literature review on the European Super League of football – tracing the discussion of a utopia? *International Journal of Sport Policy and Politics*, 14(3), 563-579. <https://doi.org/10.1080/19406940.2022.2064895>
- Memari, Z., Rafei Boldaji, S., & Pouyandekia, M. (2021). How is the Football Schools Franchise Using a Valuable Approach to Revenue-Generating Capacity in Iranian Football Clubs? *Sports Business Journal*, 1(1), 31-44. (In Persian) <https://doi.org/10.22051/sbj.2021.36864.1008>
- Mosavi, E., Goodarzi, M., Khabiri, M., Alidoost Ghahfarrokhi, E. (2019). Design of International Transfer Market for Iranian Iranian footballer. *Research in Sport Management and Motor Behavior (RSMMB)*, 17(33), 99-115. (In Persian) Doi: [10.29252/JRSM.9.17.99](https://doi.org/10.29252/JRSM.9.17.99)
- Nemati, N., Tejari, F., Zarei, A., & Ashraf Ganjoui, F. (2012). Testing the Theoretical Model of Factors Affecting the Attendance of Iranian Football Spectators. *Sport Management Studies* 4(13), 107 – 122. (In Persian)
- Nematollahi, Z. (2009). *Investigating the relationship between entrepreneurial management and the empowerment of physical education teachers*. Master's thesis in physical education, Islamic Azad University of Khorasgan.
- Rodríguez Ortega, V. (2016). Soccer, nationalism and the media in contemporary Spanish society: La Roja, Real Madrid & FC Barcelona. *Soccer & Society*, 17(4), 628-643. <https://doi.org/10.1080/14660970.2015.1067793>
- Sadeghi, H., Asgharpour, H., & Golchinfar, N. (2009). Estimation of the demand function of watching the Iranian Football Premier League. *Quarterly Journal of Economic Research*, (3), 41-27.

- Shirvani, T., Esmaili, M., Ehsani, M., & Kozechian, H. (2017). Designing and Codification a Competencies Model for Sports Marketer Managers of Premier League Football of Iran. *Sport Management Studies*, 9(45), 133-154. (In Persian)
<https://doi.org/10.22089/smrj.2018.3440.1674>
- Silver, L. R. (2019). Marketing strategy based on the impact of marketing mix P7 on the intention to buy consumers of sports products. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 8, 42-20.
- Tainsky, S. (2010). Television broadcast demand for National Football League contests. *Journal of Sports Economics*, 11(6), 629-640.
<https://doi.org/10.1177/1527002509355636>