

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

به نام خدا

منشور اخلاق پژوهش

با یاری از خداوند سبحان و اعتقاد به اینکه عالم محضر خداوند است و همواره ناظر بر اعمال انسان و به منظور پاس داشت مقام بلند دانش پژوهش و نظر به اهمیت جایگاه و دانشگاه در اعتلای فرهنگ و تمدن بشری ما دانشجویان و اعضای هیأت علمی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی متعهد می گردیم.

اصول زیر را در انجام فعالیت های پژوهشی مد نظر قراردادها و از آن تخطی نکنیم:

- ۱- اصل برائت: التزام به برائت جویی از هرگونه رفتار غیر حرفه ای و اعلام موضوع نسبت به کسانی که حوزه علم و پژوهش را به شائب های غیر عملی می پالایند.
- ۲- اصل رعایت انصاف و امانت: تعهد به اجتناب از هرگونه جانب داری غیر علمی و حفاظت از اموال تجهیزات و منابع در اختیار.
- ۳- اصل ترویج: تعهد به رواج دانش و اشاعه نتایج تحقیقات و انتقال آن به همکاران علمی و دانشجویان به غیر از مواردی که منع قانونی دارد.
- ۴- اصل احترام: تعهد به رعایت حریم ها و حرمت ها در انجام تحقیقات و رعایت جلال و نقد و خودداری از هرگونه حرمت شکنی.
- ۵- اصل رعایت حقوق: التزام به رعایت کامل حقوق پژوهشگران و پژوهیدگان (انسان حیوان و نبات) و سایر صاحبان حق.
- ۶- اصل رازداری: تعهد به صیانت از اسرار و اطلاعات محرمانه افراد سازمان ها و کشورها و کلیه افراد و نهادهای مرتبط با تحقیق.
- ۷- اصل حقیقت جویی: تلاش در راستای پی جویی حقیقت و وفاداری به آن و دوری از هرگونه پنهان سازی حقیقت.
- ۸- اصل مالکیت مادی و معنوی: تعهد به رعایت کامل حقوق مادی و معنوی دانشگاه و کلیه همکاران پژوهش.
- ۹- اصل منافع ملی: تعهد به رعایت مصالح ملی و در نظر داشتن پیشبرد و توسعه کشور در کلیه مراحل پژوهش.

امضاء پژوهشگر:



دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
دانشکده اقتصاد و حسابداری

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M. A)

رشته :

توسعه اقتصادی و برنامه ریزی

موضوع:

برآورد و تحلیل اقتصادی تابع تقاضای تماشای بازی باشگاههای لیگ برتر فوتبال ایران

استاد راهنما :

دکتر محمدرضا میرزایی نژاد

استاد مشاور:

دکتر هوشنگ مومنی وصالیان

پژوهشگر :

شیرین سلیمی زاده

زمستان ۱۳۹۱

تقدیم به:

اولین و بهترین اساتید زندگی، پدر و مادر عزیزم ، آنهایی که بزرگترین درس های زندگی را به من آموختند.

تشکر و قدردانی :

وظیفه خود می‌دانم سپاسگزار تمام آنهایی باشم که در این دوره ارزشمند بودنشان و امیدشان راهگشای من بود.

همچنین تشکر و قدردانی می‌نمایم از استاد گرانقدر جناب آقای دکتر محمد رضا میرزایی نژاد و جناب آقای دکتر هوشنگ مومنی وصالیان و برای ایشان و خانواده محترمشان آرزوی سلامتی، موفقیت و سر بلندی را دارم. همچنین از جناب آقای دکتر فرزین اربابی که قبول زحمت فرمودند و داوری دفاعیه اینجانب را قبول نمودند کمال تشکر را دارم.

سپاس ویژه از همسر مهربان و فرزند دلبندم که محیطی سرشار از امنیت، آرامش و آسایش را برایم فراهم آورده‌اند، همدلانی که مرا در راه رسیدن به اهداف عالی یاری می‌رسانند.

با تشکر از مسئولین محترم فدراسیون فوتبال ایران بالاخص سردار عزیزالله محمدی که در تمام مراحل تدوین این پایان نامه بنده را مورد لطف و عنایت قرار دادند.

تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب شیرین سلیمی زاده دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی ۸۹۰۹۳۶۹۴۶۰۰ در رشته که در تاریخ ۹۱/۱۱/۹ از پایان نامه خود تحت عنوان: برآورد و تحلیل اقتصادی تابع تقاضای تماشای بازی باشگاه های لیگ برتر فوتبال ایران با کسب نمره ۱۸ و درجه بسیار خوب دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم:

۱- این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و...) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.

۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هر گونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب،

ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

تاریخ و امضاء

بسمه تعالی

در تاریخ : ۹۱/۱۱/۹

دانشجوی کارشناسی ارشد شیرین سلیمی زاده از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۸ بحروف هیجده تمام و با درجه بسیار خوب مورد تصویب قرار گرفت .

امضاء استاد راهنما :

بسمه تعالی

دانشکده اقتصاد و حسابداری

(این چکیده به منظور چاپ در پژوهش نامه دانشگاه تهیه شده است)

نام واحد دانشگاهی: تهران مرکزی	کد واحد: ۱۰۱	کد شناسایی پایان نامه: ۱۰۱۲۰۹۱۲۹۱۱۰۰۱
عنوان پایان نامه: برآورد و تحلیل اقتصادی تابع تقاضای تماشای بازی باشگاه های لیگ برتر فوتبال ایران		
نام و نام خانوادگی دانشجو: شیرین سلیمی زاده	تاریخ شروع پایان نامه: نیمسال اول ۹۱-۹۲	تاریخ اتمام پایان نامه: ۹۱/۱۱/۹
شماره دانشجویی: ۸۹۰۹۳۶۹۴۶۰۰		
رشته تحصیلی: توسعه اقتصادی و برنامه ریزی		
استاد / استادان راهنما: دکتر محمد رضا میرزایی نژاد		
استاد/استادان مشاور: دکتر هوشنگ مومنی وصالیان		
آدرس و شماره تلفن :		
چکیده پایان نامه (شامل خلاصه، اهداف، روش های اجرا و نتایج به دست آمده):		
<p>امروزه صنعت ورزش یکی از بخش های مورد توجه از نظر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی جوامع است. نقش اقتصادی ورزش، چه بطور مستقیم از طریق تولید و فروش کالاها و خدمات ورزشی و چه بطور غیر مستقیم از طریق تاثیر بر زنجیره تامین و کارایی نیروی انسانی، بسیار برجسته و مهم است. برگزاری مسابقات ورزشی یکی از مهمترین فعالیت های این صنعت است. در بین رشته های ورزشی، فوتبال به عنوان یکی از پرطرفدارترین رشته ها است و به عنوان یک صنعت مطرح است. در فوتبال، هر تیم مانند یک سازمان می باشد، و مسلما برنامه ریزی بلندمدت و مدیریت استراتژیک نیاز مبرم هر سازمانی است. در این میان باشگاهها به عنوان هسته اصلی فوتبال، نقش ویژه ای در پیشرفت این صنعت دارند و هرچه وضعیت آنها در کشوری مطلوب تر باشد، بطور حتم سرعت پیشرفت فوتبال هم بیشتر خواهد بود. شناخت عوامل موثر بر تقاضای مسابقات ورزشی می تواند مدیران تیم ها را در کسب درآمد بیشتر راهنمایی کند.</p> <p>هدف این تحقیق بررسی عوامل موثر بر تقاضای تماشای مسابقات باشگاههای لیگ برتر در ایران است. این تحقیق با استفاده از مباحث تئوریک و مطالعات تجربی عوامل مهم تاثیر گذار بر تقاضای مسابقات ورزشی را شناسایی می کند و با بهره گیری از روشهای اقتصادسنجی و استفاده از مشاهدات آماری، مدل مناسبی برای تقاضای تماشای مسابقات باشگاه های لیگ برتر ایران در فصل ۸۹-۱۳۸۸ ارائه میدهد. طبق نتایج کسب شده مشاهده می شود، مجموعه ای از متغیرهای اقتصادی و فوتبالی در تعیین تقاضای تماشای مسابقات فوتبال اثر گذارند. نسبت امتیازات کسب شده توسط تیم میزبان به کل امتیازات ممکن در فصل گذشته از عوامل تاثیرگذار بر تقاضای مسابقات است. نتایج گویای این نکته اند که متغیر مذکور در مورد تیم میهمان هم اثربخش است. عامل محبوبیت تیم ها، برگزاری مسابقات در آخر هفته و ایام تعطیل، حضور دو تیم محبوب پایتخت در مسابقات و مسابقات شهرآورد از دیگر عوامل موثر بر حضور در استادیوم می باشند. ضریب برآورد شده برای درآمد سرانه که بیانگر کشش درآمدی تقاضا می باشد نشان می دهد که تماشای فوتبال در استادیوم در مسابقات لیگ برتر فوتبال ایران طی دوره مورد بررسی، کلاایی پست بوده است.</p>		

مناسب است

تاریخ و امضاء

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه

مناسب نیست

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات طرح
۲	۱-۱ بیان مسئله
۳	۲-۱ اهداف تحقیق
۳	۳-۱ اهمیت موضوع تحقیق و انگیزه انتخاب آن.....
۴	۴-۱ سوالات و فرضیه های تحقیق.....
۵	۵-۱ مدل تحقیق
۵	۶-۱ تعاریف عملیاتی متغیرها و واژه های کلیدی
۷	۷-۱ روش تحقیق
۷	۸-۱ قلمرو تحقیق
۷	۹-۱ جامعه و حجم نمونه
۷	۱۰-۱ محدودیت ها و مشکلات تحقیق
	فصل دوم: مطالعات نظری
۱۰	۱-۲ کاربرد اقتصادی در ورزش
۱۲	۱-۱-۲ تئوری تقاضا
۱۳	۲-۱-۲ عوامل موثر بر تقاضا
۲۱	۳-۱-۲ محصول اصلی اقتصاد ورزش
۲۴	۲-۲ پیشینه تحقیق
۲۵	۱-۲-۲ مطالعات خارج از ایران
۲۹	۲-۲-۲ مطالعه در ایران
	فصل سوم: مروری بر سیر تحولی فوتبال
۳۲	۱-۳ تاریخچه فوتبال
۳۲	۱-۱-۳ ویژگی بازی فوتبال
۳۴	۲-۱-۳ چگونگی پیدایش فوتبال
۳۸	۳-۱-۳ لیگ فوتبال انگلستان

۴۱ تاریخچه فوتبال ترکیه	۴-۱-۳
۴۳ پیدایش فوتبال در ایران	۵-۱-۳
۴۷ فوتبال باشگاهی ایران از جام تخت جمشید تا لیگ برتر	۶-۱-۳
۵۴ صنعت فوتبال	۲-۳
۵۴ فوتبال به منزله یک صنعت	۱-۲-۳
۵۷ بررسی روشهای درآمدزایی در فوتبال	۲-۲-۳
۵۷ حق پخش تلویزیونی	۱-۲-۲-۳
۶۰ اسپانسرینگ	۲-۲-۲-۳
۶۷ تبلیغات	۳-۲-۲-۳
۷۱ برند	۴-۲-۲-۳
۷۴ هواداران	۵-۲-۲-۳
۷۸ قیمت بلیط	۶-۲-۲-۳
۸۲ فضا سازی استادیوم فوتبال	۷-۲-۲-۳
۸۴ خصوصی سازی باشگاه های فوتبال	۸-۲-۲-۳
۹۰ فصل ۲۰۰۹-۲۰۱۰	۳-۲-۳
۹۳ رده بندی لیگ ها براساس میزان فروش اقلام تجاری در فصل ۲۰۰۹-۲۰۱۰	۴-۲-۳
۹۵ بررسی روانشناختی تماشای فوتبال	۵-۲-۳
۹۶ تعیین سقف قرارداد راهی مناسب برای کنترل هزینه باشگاهها	۶-۲-۳
۹۹ بررسی عملکرد سازمان لیگ حرفه ای فوتبال ایران و مقایسه آن با سازمان لیگ حرفه ای فوتبال ژاپن	۷-۲-۳
۱۰۱ موانع توسعه اقتصادی صنعت فوتبال ایران	۸-۲-۳
	فصل چهارم برآورد مدل	
۱۰۸ روش شناسی مدل (مدل داده های تابلویی)	۱-۴
۱۱۳ الگوی اثرات ثابت	۲-۴
۱۱۴ الگوی اثرات تصادفی	۳-۴
۱۱۶ تخمین مدل	۴-۴
۱۱۸ مدل ترکیبی (Pool)	۱-۴-۴
	فصل پنجم نتیجه گیری و پیشنهادات	

۱۲۲ نتیجه گیری	۱-۵
۱۲۴ پیشنهادات	۲-۵
۱۲۶ فهرست منابع و ماخذ	
۱۳۰ پیوست ها	
۱۳۶ چکیده انگلیسی	

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۹۲	جدول ۱-۳ رتبه بندی تیم ها از نظر درآمدی در سال ۲۰۱۰-۲۰۰۹
۹۴	جدول ۲-۳ درآمد ۵ لیگ برتر اروپا از بازار پردازی (میلیون یورو)
۱۰۴	جدول ۳-۳ نگاهی گذرا بر مسابقات قهرمانی باشگاههای کشور از سال ۱۳۴۹ تا پایان فصل ۸۹-۱۳۸۸
۱۰۶	جدول ۴-۳ عملکرد باشگاههای ایران در ده دوره گذشته لیگ حرفه ای
۱۱۸	جدول ۱-۴ نتایج حاصل از آزمون لیمر
۱۱۸	جدول ۲-۴ نتایج حاصل از برآورد مدل
۱۱۹	جدول ۳-۴ نتایج حاصل از برآورد نهایی مدل

فهرست نمودارها

صفحه

عنوان

۵۷

..... توسعه اقتصادی صنعت فوتبال نمودار ۱-۳

فصل اول

کلیات طرح

۱-۱- بیان مساله تحقیق:

عرضه حضور در ورزشهای تیمی حرفه ای، مسابقات لیگ رشته های ورزشی است. مسابقات لیگ در هر رشته ورزشی محل عرضه محصولی، مختص همان ورزش است. (بطور مثال مسابقات لیگ برتر فوتبال، محل عرضه محصولی به نام مسابقه فوتبال است). از مهمترین ویژگی این محصول این است که هیچ تولید کننده ای (تیمی) بدون کمک سایر تولید کنندگان (تیم ها) نمی تواند محصولی تولید کند.

از یک سو بحث تقاضا برای مسابقات ورزشی توجهات زیادی را در رشته اقتصاد ورزش به خود جلب کرده است و از سویی دیگر این محصول (مسابقه)، هم از طریق حضور در استادیوم و هم از طریق تماشای تلویزیون قابل مشاهده است.

لذا تقاضا برای مسابقات ورزشی به دو دسته تقسیم می شود:

۱- تقاضای مستقیم: مصرف کننده (تماشاگر) از مسابقه ورزشی مطلوبیت کسب می کند، لذا برای این محصول تقاضایی خواهد داشت.

تقاضای مستقیم بر دو نوع می باشد:

الف- تقاضا برای حضور در ورزشگاه و دیدن مسابقه

ب- تقاضا برای دیدن مسابقه از طریق تلویزیون

۲- تقاضای مشتق شده: هنگامی این تقاضا ایجاد می شود که مسابقه ورزشی به عنوان داده در تولید کالا و خدمات دیگر به کار رود. به طور مثال: موسساتی که از تابلوهای کنار زمین ورزشی و یا از زیر نویس های تلویزیونی حین پخش مستقیم بازی، جهت تبلیغ محصول خود استفاده می کنند.

در میان رشته های ورزشی؛ فوتبال به عنوان یکی از پرطرفدارترین ورزشهای جهان مطرح می باشد. لیگ برتر فوتبال ایران نیز یکی از رقابت هایی است که به صورت حرفه ای برگزار می شود. چنین اظهار نظر می شود که حضور تماشاگران می تواند یکی از عوامل موفقیت این تیم ها باشد. لذا، در این تحقیق موضوع تقاضای مستقیم از طریق حضور در ورزشگاه مدنظر است. حضور تماشاگران علاوه بر تاثیر در نتیجه گیری تیم ها، برای یک تیم منبع مالی نیز محسوب می شود. از این جهت شناخت عوامل موثر بر تقاضای تماشای مسابقات فوتبال، مدیران تیم ها را در جهت کسب درآمد بیشتر، کمک می کند. لذا شناسایی عوامل موثر بر آن مورد توجه این تحقیق قرار گرفته است.

۱-۲- اهداف تحقیق:

هدف این تحقیق بررسی عوامل موثر بر تقاضای تماشای مسابقات باشگاههای لیگ برتر در ایران است. این تحقیق با استفاده از مباحث تئوریک و مطالعات تجربی عوامل مهم تاثیر گذار بر تقاضای مسابقات ورزشی را شناسایی می کند و با بهره گیری از روشهای اقتصادسنجی و استفاده از مشاهدات آماری، مدل مناسبی برای تقاضای تماشای مسابقات باشگاههای لیگ برتر ایران ارائه میدهد.

۱-۳- اهمیت موضوع تحقیق و انگیزه انتخاب آن :

اگر به باشگاه فوتبال مانند یک بنگاه اقتصادی نگاه شود، عمده هدف مدیران یا مالکین تیم ها می تواند حداکثر کردن سود در طول فصل برگزاری مسابقات باشد. مسلماً یکی از راههای رسیدن به این هدف این است که مدیران درآمد تیم را افزایش دهند. کسب درآمد به چند عامل بستگی دارد که از مهمترین آنها، شناخت عوامل موثر بر تقاضای مسابقات تیم ها است. برای مثال درآمد حاصل از بلیط فروشی مسابقات هر تیم یکی از منابع درآمدی برای آن تیم می باشد، از این رو برگزارکنندگان مسابقات و تیم ها باید بررسی کنند که عواملی مانند قیمت بلیط و شرایط روز برگزاری مسابقه و... چه تاثیری بر حضور تماشاگران دارد. استفاده از حمایت کننده های مالی، یکی دیگر از روشهای کسب درآمد است. برای حمایت کننده های مالی، مهم است که محصولات و خدمات خود را به

تعداد زیادی از افراد معرفی کنند، بنابراین افزایش تعداد تماشاگران منجر به تحقق این خواسته می شود.

همچنین یکی از اهداف اصلی لیگ های ورزشی، حداکثر کردن جذابیت برای تماشاگران است که این هدف از طریق شناخت دقیق تر تقاضا ایجاد می شود. برای مثال: مسئولان لیگ که مسئولیت طراحی و برنامه ریزی رقابتهای ورزشی را بر عهده دارند، ضرورت دارد موضوعاتی مانند تاثیر جایگاه جغرافیایی تیم های لیگ برتر بر تعداد تماشاگران حاضر در استادیوم ها را بدانند و به آن توجه کنند.

شناخت عوامل موثر بر تقاضای مسابقات فوتبال می تواند به برگزارکنندگان و مسئولین تیم ها کمک کند تا با برنامه ریزی صحیح و کنترل متغیر های تاثیر گذار و رفع نقایص، زمینه ساز حضور تماشاگران در رقابتهای لیگ برتر شوند و تقاضای فوتبال را افزایش دهند.

۱-۴-سوالات و فرضیه های تحقیق:

فرضیه های زیر برای پاسخ به سوالات مورد نظر محقق مورد آزمون قرار می گیرند:

- ۱-تماشای مسابقه فوتبال برای تماشاگران کالایی پست است.
- ۲-میزان تقاضای تماشای مسابقات باشگاههای لیگ برتر ایران رابطه مستقیم با حضور دو تیم استقلال و پیروزی به عنوان میهمان دارد.
- ۳-عملکرد تیم ها در سال گذشته بر حضور تماشاگران در استادیوم تاثیر مثبت دارد.

۱-۵-مدل تحقیق :

تابع تقاضای رشته های مختلف ورزشی در هر کشوری با کشور دیگر می تواند متفاوت باشد. به عبارت دیگر یک تابع تقاضای یکسان برای مسابقات ورزشی وجود ندارد، بلکه با توجه به رشته ورزشی و شرایط هر کشور متغیرهای موثر و هم چنین شکل ساختاری توابع متفاوت می باشد.

۱-۶-تعاریف عملیاتی متغیرها و واژه های کلیدی :

با توجه به بررسی های انجام شده در مورد مدل های مطرح شده در تحقیقات متفاوت، مدل پیشنهادی برای تقاضای مسابقات فوتبال لیگ برتر ایران می تواند به صورت زیر باشد:

$$ATT=F(LATT, popu, in, flp, flpo, lrh, lro, poi, poio, esp, Der, Wee)$$

معرفی متغیرها:

ATT: تعداد تماشاگرانی که در بازی خانگی تیم میزبان حضور داشته اند.

LATT: تعداد تماشاگرانی که در بازی قبلی خانگی تیم میزبان حضور داشته اند. این به عنوان عامل وفاداری نیز شناخته می شود و از ابتدایی ترین عوامل موثر بر حضور تماشاگران است. از لحاظ تئوریک انتظار بر این است که این متغیر دارای اثر مثبت بر تقاضای مسابقات باشد.

popu: جمعیت مردان شهری که مسابقه در آنجا برگزار می شود.

طبق تئوریه انتظار می رود هرچه جمعیت مردان شهر میزبان بیشتر باشد، تعداد تماشاگران بیشتر خواهد بود. (البته به دلیل اینکه تنها مردان حق حضور در استادیوم ها را دارند.)

in: متوسط درآمد ناخالص سالانه یک خانوار شهری در استان محل برگزاری مسابقه فوتبال است.

امکان دارد که تقاضای مسابقات با درآمد رابطه مثبت یا منفی داشته باشد.

flp, flpo: این متغیرها مربوط به عملکرد تیم ها در فصل قبل است.

flp: نسبت امتیازات کسب شده توسط تیم میزبان در فصل قبل به کل امتیازات ممکن.

flpo: نسبت امتیازات کسب شده توسط تیم میهمان در فصل قبل به کل امتیازات ممکن.

لازم به ذکر است که در صورتیکه تیم اولین فصل حضور را در لیگ برتر تجربه کند (تیم های صعود

کننده به لیگ برتر) این نسبت از لیگ دسته یک کشور استخراج می شود.

انتظار می رود هرچه عملکرد تیم ها در فصل قبل بهتر بوده باشد تقاضای تماشای مسابقات آنها بیشتر باشد.

lro,lrh: یکی از عواملی که به شناخت کیفیت مسابقه قبل از برگزاری آن کمک می کند، جایگاه تیم ها در جدول در همان فصل است.

lrh: جایگاه تیم میزبان در جدول تا قبل از برگزاری آن بازی است.

lro: جایگاه تیم میهمان در جدول تا قبل از برگزاری آن بازی است.

هرچه تیم های رقابت کننده از جایگاه بهتری در جدول برخوردار باشند، انتظار می رود تقاضای مسابقات آنها نیز بیشتر باشد.

poi,poio: آخرین بازی تیم ها و نتیجه کسب شده در آن از عوامل موثر بر تقاضای تماشای مسابقات ورزشی است.

Poi امتیازات کسب شده توسط تیم میزبان در بازی قبلی.

Poio: امتیازات کسب شده توسط تیم میهمان در بازی قبلی.

انتظار می رود عملکرد خوب در بازی قبلی هر دو تیم باعث جذب تعداد تماشاگران بیشتر گردد.

esp: در برخی کشورها، بعضی تیم ها از محبوبیت خاصی در کل آن کشور برخوردارند و هواداران آنها فقط به همان شهری که باشگاه در آن قرار دارد محدود نمی شوند. در ایران دو تیم استقلال و پرسپولیس دارای همین وضعیت هستند و رقابتهای آنها با سایر تیم ها حتی در شهرستانها از تقاضای بالایی برخوردار است. از این جهت متغیر مجازی esp در این مدل استفاده می شود و انتظار می رود که این متغیر یکی از عوامل مهم توضیح دهنده تقاضای تماشای فوتبال در ایران باشد.

Der: رقابتهای شهرآورد از مهمترین مسابقات فوتبال می باشند و تقاضای حضور در استادیوم ها در این رقابتهای افزایش می یابد. از سویی دیگر هر دو تیم از یک شهر هستند و این مسئله امکان حضور طرفداران هر دو تیم را در استادیوم ممکن می سازد. متغیر Der، یک متغیر مجازی است که به منظور سنجش نقش رقابتهای شهرآورد فوتبال ایران در مدل وارد شده است. انتظار می رود تاثیر این متغیر بر تقاضای تماشای فوتبال مثبت باشد.

Wee: متغیر مجازی است که به منظور سنجش نقش برگزاری مسابقات در ایام آخر هفته و تعطیلات در مدل وارد شده است. انتظار می رود برگزاری مسابقات فوتبال در ایام تعطیل تاثیر مثبتی بر حضور تماشاگران در استادیوم داشته باشد.

لازم به ذکر است که در ایران برای یک فصل فوتبال قیمت های بلیط یکسان است و به همین علت قیمت بلیط در مدل تقاضای تماشای لیگ برتر وارد نشده است.

علاوه بر متغیرهای ذکر شده، متغیرهای دیگری نظیر نرخ بیکاری، عدم اطمینان از نتیجه گیری، شرایط جوی روز برگزاری مسابقه و... در مطالعات در نظر گرفته شده است، که این متغیرها با توجه به میزان دسترسی به آمار و اطلاعات در مدل وارد خواهند شد.

۱-۷- روش تحقیق:

روش تحقیق در این مطالعه، از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش همبستگی، تحلیلی-توصیفی می باشد.

۱-۸- قلمرو تحقیق:

قلمرو مکانی و زمانی تحقیق در این مطالعه، تیم های فوتبال حاضر در لیگ نهم ایران (۸۹-۱۳۸۸) است.

۱-۹- جامعه و حجم نمونه:

جامعه آماری در این تحقیق، مشتمل بر ۱۸ تیم لیگ برتر فوتبال ایران در فصل ۸۹-۱۳۸۸ می باشد. آمار مسابقات فوتبال به صورت هفتگی متناسب با هفته های برگزاری مسابقات لیگ برتر فوتبال است و سایر اطلاعات از مرکز آمار ایران بدست آمده است.

۱-۱۰- محدودیت ها و مشکلات تحقیق:

۱- تحقیق پیش رو، تحقیق بین رشته ای است و سعی دارد میان رشته های اقتصاد و ورزش ارتباط برقرار کند. از این رو مشکلات بسیاری به جهت دسترسی به کتب، مقالات و پژوهش های انجام گرفته در زمینه اقتصاد ورزش وجود داشت، لذا کمبود کتب منتشر شده در زمینه اقتصاد ورزش نسبت به سایر زمینه های اقتصادی، منجر به عدم دسترسی کافی به مبانی نظری شده است.