

سومین کنگره ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت اولین کنگره ملی مدیریت راهبردی در ورزش

دانشگاه گیلان - منطقه آزاد انزلی - اداره کل ورزش و جوانان گیلان

۳۱ مرداد ۹۸

آدرس سایت: www.confsh.ir



رابطه سابقه و پیشینه باشگاه با عملکرد باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر ایران

مونس ظهور پرواز^۱، میثاق حسینی کشتان^۲، محمد ریحانی^۳

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران (*نویسنده مسئول).

۲. استادیار مدیریت ورزشی، گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران.

۳. استادیار مدیریت ورزشی، گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران.

*Email: (Zpmones@gmail.com)

نوع ارائه مقاله: پوستر

چکیده

زمینه و هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه سابقه و پیشینه باشگاه با عملکرد باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر ایران بود. **روش کار:** برای بررسی میزان تماشاگران باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر ایران نیز تعداد تماشاگران هر یک از بازیهای باشگاه‌ها در ۱۲ دوره گذشته لیگ برتر فوتبال ایران مورد ارزیابی قرار گرفت و تعداد تماشاگران هر باشگاه در هر فصل از رقابت‌های لیگ برتر فوتبال ایران و همچنین سابقه و سالهای حضور در لیگ برتر، عناوین و قهرمانیهای گذشته، و قدمت باشگاه‌ها اندازه‌گیری شد. **یافته‌ها:** بررسی تعداد تماشاگران ۱۹ باشگاه نشان داد که در مجموع ۱۲ دوره ابتدایی لیگ برتر باشگاه راه‌آهن با میانگین تماشاگر ۱۴۰۰۰ نفر در هر فصل کمترین تعداد تماشاگر و باشگاه‌های تراکتور سازی تبریز، پرسپولیس تهران و استقلال تهران به ترتیب با میانگین تماشاگر ۷۹۶۰۰۰ نفر، ۷۲۰۰۰۰ نفر و ۵۷۷۰۰۰ نفر در هر فصل بیشترین تماشاگر را دارا بودند. نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین میانگین امتیازات کسب شده توسط باشگاه‌ها در ۱۲ فصل ابتدایی لیگ برتر فوتبال ایران (عملکرد) با تعداد تماشاگران (0/55)، سابقه و سالهای حضور در لیگ برتر (0/42)، عناوین و قهرمانیها (0/70)، و قدمت باشگاه (0/50) رابطه مثبتی نسبتاً قوی، مثبت و معنیدار وجود داشت و هر چه تعداد تماشاگران، سابقه و سالهای حضور در لیگ برتر، عناوین گذشته، و همچنین قدمت باشگاه‌ها بیشتر بود، احتمال بهبود عملکرد نیز بیشتر میشد (جدول ۱).

نتیجه گیری: همان طور که نتایج پژوهش نشان داد سابقه و پیشینه باشگاه‌ها تاثیر قابل توجهی بر موفقیت باشگاه‌ها داشتند. با شگایهایی که از قدمت بیشتری برخوردار بودند، با داشتن هواداران مؤثر بیشتر، در زمینه فروش آرم و جذب اسپانسر و در نهایت درآمد بیشتری از شانس بیشتری برخوردار هستند تا با سایر رقبا در این زمینه رقابت کنند. عناوین و قهرمانیهای گذشته باشگاه نشان می‌دهد که باشگاه‌هایی که سابقه حضور بیشتری در لیگ داشتند، و همچنین اعتماد به نفس تیمی بالاتر، از شانس بیشتری برای موفقیت برخوردار بودند. عملکرد مدیریتی و تجربه‌های کسب شده در لیگ، و همچنین اعتماد به نفس تیمی بالاتر، از شانس بیشتری برای موفقیت برخوردار بودند. یکی از مهمترین شاخصهای مؤثر در پژوهش حاضر، تماشاگران بودند که هم‌مرتبط با بحث رضایتمندی مشتریان که در این پژوهش تماشاگران و هواداران می‌باشند و هم اینکه در فوتبال حرفه‌ای امروزی باشگاه‌هایی که از مخاطبین بیشتری برخوردار باشند، به طور بالقوه توانایی بیشتری برای جذب درآمد و اسپانسر دارند و زمانیکه این هواداری توانمند شود با رضایتمندی بیشتر از فعالیتها و نتایج باشگاه به احتمال زیاد درآمدزایی از این طریق افزایش خواهد یافت.

کلید واژه‌ها: سابقه و پیشینه، عملکرد، باشگاه‌های فوتبال، لیگ برتر فوتبال ایران