

مدیریت ورزشی _ زمستان ۱۳۸۸
شماره ۳ ص ۶۱-۷۳
تاریخ دریافت: ۱۴/۰۸/۸۷
تاریخ تصویب: ۱۲/۰۲/۸۸

بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران فوتبال در ورزشگاه

مجتبی المیری^۱ _ مسعود نادریان جهرمی _ محمد سلطان حسینی _ علیرضا نصر اصفهانی _

محمد رحیمی

کارشناس ارشد تربیت بدنی دانشگاه اصفهان، عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان، استادیار دانشگاه اصفهان، کارشناس ارشد دانشگاه اصفهان، کارشناس ارشد دانشگاه تهران

چکیده

هدف کلی پژوهش جاری، بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران فوتبال شهر تهران در ورزشگاه‌هاست. پژوهش از نوع توصیفی - پیمایشی است. پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق توسط گرین^۱ (۱۹۹۵)، هانسن و گوتیر (۱۹۹۲)، اسکافیلد^۲ (۱۹۸۳)، کاسکی^۳ (۱۹۹۴) و زانگ و همکاران^۴ (۱۹۹۵) به منظور بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها در ورزش‌های تویی تهیه شده است که محقق آن را اصلاح کرده و عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها را در چهار حوزه اقتصادی، جذابیت بازی، اولویت‌های تماشاگران و امکانات و تسهیلات با ۳۱ گویه ارزیابی می‌کند. به این منظور پس از تعیین حجم نمونه، پرسشنامه با روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس بین ۷۰۰ نفر از تماشاگران تیم‌های استقلال و پیروزی توزیع شد. پایایی پرسشنامه در مطالعه مقدماتی از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۶ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آماری T تک‌متغیره و آزمون F استفاده شد. نتایج نشان داد که سه عامل جذابیت بازی، اولویت‌های تماشاگران و وجود امکانات و تسهیلات بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها تأثیر مثبت داشته و تنها عوامل اقتصادی تأثیری بر حضور تماشاگران ندارد. مناسب بودن قیمت بلیت مسابقات از بین عوامل اقتصادی، ارائه بازی تهاجمی توسط تیم مورد علاقه از بین عوامل جذابیت بازی، برگزاری منظم مسابقات لیگ از بین عوامل اولویت‌های تماشاگران و ورود و خروج آسان از استادیوم و پارکینگ‌ها و مناسب بودن جایگاه تماشاگران از بین عوامل امکانات و تسهیلات بیشترین تأثیر را بر حضور تماشاگران در استادیوم داشتند.

واژه‌های کلیدی

ورزش حرفه‌ای، تماشاگران، فوتبال، تجارت، استادیوم.

Email : almiri2006@yahoo.com

۱_ نویسنده مسئول : تلفن : ۰۹۱۲۱۸۹۴۳۷۱

- 2 - Green
- 3 - Sckofield
- 4 - Koskey
- 5 - Zhang et al

مقدمه

امروزه ورزش به صنعت بین‌المللی و درآمدزا تبدیل شده است (۸). در عرصه تجارت جهانی، ورزش استثناست زیرا مشتریانی دارد که در ازای تماشای ورزش و نه خرید یا مصرف آن پول پرداخت می‌کنند (۶). باشگاه‌های حرفه‌ای در سراسر جهان برای تأمین منابع و هزینه‌های خود از روش‌های مختلفی همچون جذب حمایت‌کنندگان تبلیغ کالاهای تجاری، فروش بازیکن، فروش بلیت و محصولات ورزشی و ارائه خدمات جانبی استفاده می‌کنند (۹، ۶، ۱۳).

هانس و گوتیر^۱ (۱۹۹۲) می‌گویند که مهم‌ترین عامل در رونق ورزش حرفه‌ای، افزایش تعداد تماشاگران است. تماشاگران علاوه بر اینکه با خرید بلیت مسابقات به صورت مستقیم درآمدهایی را برای باشگاه‌ها و لیگ‌های حرفه‌ای دارند، به صورت غیرمستقیم سهم عمده‌ای در درآمدزایی از راه جذب حامیان مالی و فروش حق پخش تلویزیونی و خدمات جانبی دارند (۹). در گذشته تحقیقات متعددی در مورد عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران ورزش در ورزشگاه‌ها انجام شده که مشاهده شده عوامل زیادی همانند ورزشگاه‌های قدیمی، تجهیزات و امکانات فرسوده، دسترسی مشکل به وسایل حمل و نقل، عدم تبلیغاتی کافی، انتخاب زمان‌های نامناسب برای بازی، حساس نبودن بازی، عدم ارائه بازی موردپسند تماشاگران و برنامه‌ریزی نامناسب و کاهش تعداد تماشاچیان مؤثرند (۹، ۱۱، ۶، ۵، ۱۵، ۱۳، ۱۶).

هانس و گوتیر (۱۹۹۲) در تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران در رویدادهای ورزش حرفه‌ای بر روی تماشاگران لیگ فوتبال آمریکایی، فوتبال، هاکی، بسکتبال و بیسبال آمریکا به این نتیجه رسیدند که لیگ بیسبال و فوتبال از لحاظ حضور تماشاگران بیشترین تفاوت را با هم دارند. عواملی که به تفاوت و کاهش تعداد تماشاگران منجر می‌شود، برنامه‌ریزی مسابقات، مکان تیم‌ها در جدول رده‌بندی، قیمت بلیت، وجود فعالیت‌های تفریحی و سرگرم‌کننده و رفاه و آسایش تماشاگران است (۹). همچنین هاوارد و کرامپتون^۲ (۱۹۹۵) در تحقیق خود گزارش کردند که ۴۱ درصد از کل درآمد لیگ بسکتبال آمریکا، ۵۹ درصد از کل درآمد لیگ ملی هاکی آمریکا و ۲۲/۸ درصد کل درآمد لیگ ملی فوتبال از فروش بلیت حاصل می‌شود (۸).

1 - Hansen, H. and Gautheir

2 - Haward, and Crampton

پاتون و برلینگتون^۱ (۲۰۰۴) در تحقیق خود گزارش کردند که عواملی همچون وجود فعالیت‌های تفریحی در ورزشگاه، قیمت مناسب و شیوه توزیع بلیت، آب و هوای مناسب، طراحی استادیوم و وجود امکانات و تسهیلات، بیشترین تأثیر را بر حضور تماشاگران فوتبال لیگ فوتبال دانشگاهی منطقه ۱ آمریکا در ورزشگاه‌ها دارند (۱۶). همچنین دونیهو، فیندلی و نیوبری^۲ (۲۰۰۲) گزارش کردند کیفیت بازی، قیمت متوسط بلیت و چندین عامل مربوط به مکان و زمان مسابقه بر حضور تماشاگران بیسبال در ورزشگاه‌ها تأثیر مثبت می‌گذارد و تغییر درآمد تماشاگران تأثیری بر تصمیم آنها برای حضور در ورزشگاه ندارد در حالی که افزایش قیمت بلیت حضور تماشاگران را کاهش می‌دهد (۱۴). مارکوم و گرین اشتاین^۳ (۱۹۸۵) هم گزارش کردند که عواملی همچون روز برگزاری مسابقه در ایام هفته، نوع حریف، نوع فعالیت‌های تفریحی در ورزشگاه، مناسب بودن قیمت بلیت، جذابیت بازی، وجود امکانات و تسهیلات مورد نیاز تماشاگران بیشترین تأثیر را بر حضور تماشاگران لیگ بیسبال کوچک آمریکا در ورزشگاه‌ها و تماشای مسابقات دارند (۱۲).

بی‌شک در میان ورزش‌ها فوتبال پرطرفدارترین، پربیننده‌ترین و هیجان‌انگیزترین رشته ورزشی در جهان محسوب می‌شود و در کشور ما هم از این قاعده مستثنا نیست (۲). در حال حاضر در ایران بلیت فروشی منبع ناچیزی از درآمد باشگاه‌ها را تأمین می‌کند، از این‌رو هزینه‌های مالی باشگاه‌ها بیشتر توسط سازمان‌های دولتی تأمین می‌شود ولی سیاست‌های کلان کنفدراسیون فوتبال آسیا و سازمان تربیت بدنی به سمتی است که باشگاه‌ها خصوصی شود و از حیث مالی مستقل و خودکفا شوند و به این ترتیب در آینده‌ای نزدیک باشگاه‌ها باید به‌دنبال راهکارهایی برای جذب تماشاگران بیشتر و در نهایت افزایش درآمد خود باشند (۱). باتوجه به اینکه چندین تحقیق در مورد تماشاگران ایران از جمله علل بروز خشونت و رضایتمندی تماشاگران در ایران انجام شده (۳، ۲) ولی تحقیقی که به‌طور مستقیم عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران را در ایران بررسی کرده باشد، تا به حال انجام نشده است. در این تحقیق به بررسی تأثیر عوامل مختلف اقتصادی، جذابیت بازی، اولویت‌های تماشاگران و تسهیلات و امکانات بر حضور تماشاگران فوتبال در ورزشگاه‌ها پرداخته شده است. فرض بر این است که این عوامل تأثیر نسبی بر تصمیم تماشاگران برای حضور در ورزشگاه و تماشای مسابقات فوتبال از

1 - Roy Patton and Vermont Burlington

2 - Michael Donihue, David Findlay and Peter Newberry

3 - Marcum, J.P. and Greenstein

نزدیک دارند و مسئولان ورزش کشور و باشگاه‌ها با آگاهی از این عوامل با برنامه‌ریزی راهبردی زمینه حضور تماشاگران بیشتر را در ورزشگاه‌ها فراهم کنند.

روش تحقیق

نمونه پژوهش

روش پژوهش حاضر توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه تماشاگران تیم‌های استقلال و پیروزی تهران هستند. پس از تعیین حجم نمونه، ۷۰۰ پرسشنامه به صورت تصادفی در دسترس بین تماشاگران مسابقه تیم‌های پیروزی - صبا باتری (۱۳۸۷/۲/۲۵) و استقلال - پگاه گیلان (۱۳۸۷/۳/۲۸) در ورزشگاه آزادی توزیع شد.

ابزار گردآوری اطلاعات

ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه‌ای است که توسط گرین (۱۹۹۵)، هانسن و گوئیر (۱۹۹۲)، اسکافیلد (۱۹۸۳)، کاسکی (۱۹۹۴) و ژانگ و همکاران (۱۹۹۵) برای بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها در ورزش‌های توپ‌تپیه تهیه شده است. محقق با انجام اصلاحاتی در این پرسشنامه از آن برای بررسی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران فوتبال شهر تهران در ورزشگاه استفاده کرده است. پرسشنامه از دو بخش تشکیل شده است؛ بخش اول شامل ۳۱ سؤال با طیف پنج‌گزینه‌ای (کاملاً موافقم، موافقم، تا حدودی، مخالفم، کاملاً مخالفم) است و عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران در ورزش‌های توپ‌تپیه را مورد سؤال قرار می‌دهد و بخش دوم از ۱۰ سؤال تشکیل شده که شامل مشخصات فردی تماشاگران است. این پرسشنامه نظرهای پاسخ‌دهندگان را در چهار مؤلفه عوامل اقتصادی، جذابیت بازی، اولویت‌های تماشاگران و وجود امکانات و تسهیلات مورد سنجش قرار داده است.

روایی و پایایی پرسشنامه

برای تعیین روایی پرسشنامه از روایی محتوا استفاده گردید. بر همین اساس پرسشنامه اولیه با ۴۱ گویه برای ۱۵ نفر از متخصصان ارسال و پس از دریافت نظرات پرسشنامه با ۳۱ سؤال تنظیم شد که به این ترتیب روایی محتوای پرسشنامه تأیید گردید. ضریب پایایی پرسشنامه در یک مطالعه مقدماتی از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۶ به دست آمد.

روش آماری

اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از برنامه نرم‌افزاری SPSS تجزیه و تحلیل شد. برای توصیف ویژگی‌های آزمودنی‌ها برحسب شاخص‌های میانگین و به‌منظور تحلیل استنباطی داده‌ها از روش‌های آماری T تک‌متغیره و آزمون F تحلیل واریانس چندمتغیره استفاده شد.

نتایج و یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی

از نظر سطح تحصیلات تماشاگران، گروه با تحصیلات دیپلم با ۴۱/۱ درصد، بیشترین و گروه با تحصیلات کارشناسی‌ارشد و دکتری با ۷/۲ درصد کمترین؛ از لحاظ وضعیت تأهل، گروه مجرد با ۶۹/۴ درصد بیشترین و گروه متأهل با ۲۹/۱ درصد کمترین، از نظر وضعیت شغلی گروه دانش‌آموز و دانشجو با ۴۵/۴ درصد بیشترین و گروه کارمند با ۱۱ درصد، کمترین؛ از لحاظ تعداد حضور در ورزشگاه، گروهی که در ۱۰ مسابقه در یک فصل حضور یافته بود، ۳۵/۱ درصد، بیشترین و با ۱۹/۹ درصد کمترین؛ از لحاظ عضویت در کانون هواداران باشگاه، گروه غیرعضو ۷۴/۷ درصد؛ از لحاظ سن گروه سنی ۲۱ - ۱۵ سال با ۴۲/۱ درصد بیشترین و گروه سنی بالای ۴۲ سال با ۲/۷۱ درصد کمترین و از لحاظ درآمد، گروه دارای درآمد زیر ۳۰۰ هزار تومان با ۳۲/۱ درصد بیشترین و گروه دارای درآمد بالای ۶۰۰ هزار تومان تا ۱ میلیون تومان با ۱۲/۹ درصد کمترین درصدها را به خود اختصاص دادند.

یافته‌های استنباطی

جدول ۱- تأثیر عوامل اقتصادی بر حضور تماشاگران

گویه ها	سطح متوسط	میانگین	انحراف معیار	t	سطح معناداری (P≤۰/۰۵)
مناسب بودن قیمت بلیت مسابقات	۳	۴/۱۹	۱	۳۱/۴۴	۰/۰۰۱
عدم پخش مسابقات تیم مورد علاقه از تلویزیون	۳	۱/۵۳	۰/۹۹	۳۸/۹۷	۰/۰۰۱

نتایج نشان می‌دهد مناسب بودن قیمت بلیت با میانگین ۴/۱۹ موجب حضور بیشتر تماشاگران می‌شود در حالی که پخش مستقیم مسابقات تیم مورد علاقه از تلویزیون با میانگین ۱/۵۳ تأثیری بر حضور یا عدم حضور آنها ندارد.

جدول ۲- تأثیر عوامل مربوط به جذابیت بازی بر حضور تماشاگران

گویه ها	سطح متوسط	میانگین	انحراف معیار	t	سطح معناداری (P≤۰/۰۵)
مکان خوب تیم مورد علاقه در جدول رده بندی	۳	۴/۴۶	۰/۹۳	۴۱/۵۷	-۰/۰۰۱
مکان خوب تیم حریف در جدول رده بندی	۳	۲/۷۹	۱/۳۹	۳۰/۹۱	۰/۰۰۱
سرنوشت ساز بودن نتیجه بازی تیم مورد علاقه در قهرمانی لیگ یا جام حذفی	۳	۴/۵۸	۰/۸۵	۴۹	۰/۰۰۱
وجود بازیکنان ستاره در تیم مورد علاقه	۳	۴/۴۸	۰/۸۹	۴۴/۱۲	۰/۰۰۱
وجود بازیکنان ستاره در تیم حریف	۳	۳/۴۶	۱/۳۲	۹/۲۲	۰/۰۰۱
ارائه بازی تهاجمی توسط تیم مورد علاقه	۳	۴/۵۹	۰/۹۴	۴۴/۶۲	۰/۰۰۱
ارائه بازی تدافعی توسط تیم مورد علاقه	۳	۲/۰۳	۱/۲۷	۲۰/۲۵	۰/۰۰۱
نزدیک و حساس بودن بازی	۳	۴/۲۶	۱/۰۱	۳۲/۸۲	۰/۰۰۱
بازی با رقیب سنتی	۳	۴/۲۷	۱/۰۹	۳۰/۹۲	۰/۰۰۱

نتایج تحقیق نشان می‌دهد ارائه بازی تهاجمی توسط تیم مورد علاقه با میانگین ۴/۵۹ بیشترین تأثیر را بر حضور تماشاگران دارد و ارائه بازی تدافعی توسط تیم مورد علاقه و مکان خوب تیم حریف در جدول رده‌بندی تأثیری بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها ندارد.

جدول ۳ - تأثیر عوامل مربوط به اولویت‌های تماشاگران بر حضور تماشاگران

سطح معناداری ($P \leq 0.05$)	t	انحراف معیار	میانگین	سطح متوسط	سؤالات
۰/۰۰۱	۵۶/۹۹	۰/۷۷	۴/۶۶	۳	اجرای برنامه های سرگرم کننده و تفریحی قبل از بازی و بین دو نیمه در ورزشگاه
۰/۰۰۱	۳۷/۵۵	۰/۹۷	۴/۳۸	۳	وجود تبلیغات کافی در مورد زمان و مکان مسابقه تیم مورد علاقه در رسانه ها
۰/۰۰۱	۲۶/۶۹	۱/۱۵	۴/۱۶	۳	برگزاری مسابقه در تعطیلات آخر هفته (پنجشنبه یا جمعه) در ساعت ۳ بعدازظهر
۰/۰۰۱	۱۹/۶۴	۱/۳۱	۳/۹۷	۳	برگزاری مسابقه در تعطیلات آخر هفته (پنجشنبه یا جمعه) و ساعت ۷ بعدازظهر
۰/۰۰۱	۳۱/۷۰	۱/۰۶	۱/۷۳	۳	برگزاری مسابقه در یکی از روزهای شنبه یا چهارشنبه و حدود ساعت ۳ بعداز ظهر
۰/۰۰۱	۳۹/۴۵	۰/۹۳	۴/۳۹	۳	مناسب بودن وضعیت آب و هوا
۰/۰۰۱	۲۰/۷۹	۱/۳۵	۴/۰۶	۳	اجتناب تماشاگران از بدزبانی و خشونت
۰/۰۰۱	۴۸/۳۸	۰/۸۵	۴/۵۵	۳	عضو کانون هواداران باشگاه مورد علاقه بودن
۰/۰۰۱	۵۸/۴۲	۰/۷۶	۴/۶۷	۳	پوشیدن لباس تیم مورد علاقه توسط بیشتر تماشاگران
۰/۰۰۱	۴۴/۰۹	۰/۹۴	۴/۵۶	۳	به همراه دوستان به استادیوم رفتن
۰/۰۰۱	۱۴/۱۸	۱/۵۱	۳/۸۱	۳	امکان حضور به همراه خانواده در استادیوم
۰/۰۰۱	۴۹/۲۷	۰/۸۸	۴/۶۳	۳	مودب و حامی بودن کارکنان استادیوم و نیروی انتظامی
۰/۰۰۱	۸۹/۶۸	۰/۵۴	۴/۸۳	۳	برگزاری منظم مسابقات لیگ

نتایج تحقیق نشان می‌دهد برگزاری منظم مسابقات لیگ با میانگین ۴/۸۳ اولویت اول و بیشترین تأثیر را بر حضور تماشاگران دارد و برگزاری مسابقات در یکی از روزهای شنبه تا چهارشنبه با میانگین ۱/۷۳ تأثیری بر حضور تماشاگران در استادیوم ندارد.

جدول ۴ - تأثیر عوامل مربوط به وجود امکانات و تسهیلات بر حضور تماشاگران

سطح معناداری ($P \leq 0.05$)	t	انحراف معیار	میانگین	سطح متوسط	گویه‌ها
۰/۰۰۱	۷۸/۷۴	۰/۶۰	۴/۷۸	۳	ورود و خروج آسان و بدون اتلاف وقت از ورزشگاه و پارکینگ‌ها
۰/۰۰۱	۴۰/۱۱	۱	۴/۵۲	۳	خرید آسان بلیت و بدون ایستادن در صف طولانی
۰/۰۰۱	۷۶/۹۰	۰/۶۱	۴/۷۸	۳	مناسب بودن جایگاه تماشاگران از لحاظ نظافت، نور، دید به زمین و صندلی‌ها
۰/۰۰۱	۶۳/۶۱	۰/۷۲	۴/۷۱	۳	وجود بوفه‌های بهداشتی و دارای غذای متنوع، با کیفیت و قیمت مناسب
۰/۰۰۱	۶۱/۵۶	۰/۷۲	۴/۶۸	۳	آمد و شد آسان به استادیوم (وجود سیستم حمل و نقل عمومی، مترو، مسیر ویژه)
۰/۰۰۱	۵۳/۳۱	۰/۷۹	۴/۵۸	۳	وجود فضای پارکینگ کافی و مناسب در داخل یا اطراف استادیوم
۰/۰۰۱	۶۷/۱۳	۰/۶۹	۴/۷۵	۳	جدید و مدرن بودن ورزشگاه

نتایج نشان می‌دهد ورود و خروج آسان از ورزشگاه و پارکینگ‌ها و مناسب بودن جایگاه تماشاگران با میانگین ۴/۷۸ اولویت اول و بیشترین تأثیر را بر حضور تماشاگران دارد.

بحث و نتیجه گیری

یافته‌های پژوهش نشان داد که به‌طور کلی عوامل جذابیت بازی، امکانات و تسهیلات و اولویت‌های تماشاگران بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها تأثیر مثبت دارند و عوامل اقتصادی تأثیری بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها ندارند. از بین عوامل اقتصادی، مشاهده شد که قیمت بلیت بر حضور تماشاگران تأثیر مثبت دارد و در صورت نامناسب بودن قیمت بلیت احتمال کاهش تعداد تماشاگران وجود دارد و از طرف دیگر، عدم پخش مسابقات از تلویزیون تأثیری بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها ندارد. در زمینه تأثیر عوامل اقتصادی، مک پرسون و همکاران (۲۰۰۴) در تحقیق بر روی عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران راگی آمریکا به این نتیجه رسیدند که قیمت مناسب بلیت تأثیر مثبت بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها دارد، ولی عدم پخش مسابقات از تلویزیون و فروش بلیت فصلی تأثیری بر حضور تماشاگران ندارد (۱۳). همچنین یافته‌ها درخصوص عوامل جذابیت بازی نشان داد که به ترتیب ارائه بازی تهاجمی توسط تیم مورد علاقه، سرنوشت‌ساز بودن نتیجه بازی تیم مورد علاقه در قهرمانی، وجود بازیکنان ستاره در تیم مورد علاقه، مکان خوب تیم مورد علاقه در جدول رده‌بندی، بازی با رقیب سنتی، نزدیک و حساس بودن بازی، وجود بازیکنان ستاره در تیم حریف بر حضور تماشاگران تأثیر مثبت دارند و ارائه بازی تدافعی توسط تیم مورد علاقه و مکان خوب تیم حریف در جدول رده‌بندی تأثیری بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها ندارند.

چی یانگ (۲۰۰۲) در تحقیق خود در مورد عوامل مؤثر بر حضور تماشاگران لیگ بسبیال تایوان و آمریکا گزارش کرد که ارائه بازی تهاجمی توسط تیم‌ها و همچنین وجود بازیکنان ستاره و بازی با رقیب سنتی و مکان خوب تیم مورد علاقه در جدول رده‌بندی بیشترین تأثیر را بر حضور تماشاگران در ورزشگاه‌ها دارند (۵). هانسن و گوتیر (۱۹۹۲) بیان می‌کنند که همین دلیل است که لیگ‌های فوتبال کشورهای انگلیس و اسپانیا از پربیننده‌ترین لیگ‌ها در دنیا محسوب می‌شوند (۹).

یافته‌ها درخصوص عامل اولویت‌های تماشاگران نشان داد که به ترتیب برگزاری منظم مسابقات، پوشیدن پیراهن تیم مورد علاقه، وجود برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده در ورزشگاه، برخورد مناسب کارکنان ورزشگاه و نیروی انتظامی، به همراه دوستان به ورزشگاه رفتن، عضویت در کانون هواداران باشگاه، برگزاری مسابقات در

آب و هوای مناسب، تبلیغات کافی در مورد زمان و مکان برگزاری مسابقه در رسانه‌ها، برگزاری مسابقات در روزهای تعطیل و ساعات بعد از ظهر، اجتناب تماشاگران از خشونت و بدزبانی و امکان حضور خانواده‌ها در ورزشگاه، موجب می‌شود تا تماشاگران اشتیاق بیشتری برای حضور در ورزشگاه و تماشای مسابقات فوتبال داشته باشند.

نتایج پژوهش به وضوح اهمیت برگزاری منظم مسابقات لیگ را بر حضور تماشاگران فوتبال ایران در ورزشگاه‌ها نشان می‌دهد و بی‌شک مهم‌ترین دغدغه تماشاگران ماست. برنامه بازی‌های لیگ‌های معتبر دنیا همچون انگلستان، ایتالیا، اسپانیا، آلمان و دیگر کشورها قبل از شروع فصل مسابقات مشخص بوده و برنامه بازی‌های هر تیم تا انتهای فصل مشخص است و حتی تماشاگران می‌توانند با خرید بلیت کل فصل از امکان حضور در ورزشگاه اطمینان کامل داشته باشند. پاتون و برلینگتون (۲۰۰۴) در تحقیق خود بر روی تماشاگران فوتبال دانشگاهی منطقه ۱ آمریکا به این نتیجه رسیدند که وجود برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده همانند بازی‌های کودکان موجب می‌شود تا افراد به همراه خانواده خود و به قصد تفریح آخر هفته به ورزشگاه بروند (۱۶). در کشور ما هنوز امکان حضور خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها فراهم نشده و این مسئله به پیگیری جدی نیاز دارد و حضور خانم‌ها در ورزشگاه‌ها، از خیلی لحاظ همچون عدم فحاشی تماشاگران و امکان حضور به همراه خانواده‌ها مثبت خواهد بود.

یافته‌ها در زمینه عامل امکانات و تسهیلات نشان داد که مواردی همچون ورود و خروج آسان و راحت به پارکینگ‌ها و ورزشگاه، تهیه راحت بلیت، رعایت نظافت و بهداشت در ورزشگاه، صندلی‌های مناسب و راحت، نور کافی هنگام برگزاری مسابقه، وجود بوفه‌های بهداشتی یا غذاهایی با کیفیت مطلوب و قیمت مناسب، تردد آسان به ورزشگاه، وجود پارکینگ کافی و مناسب در ورزشگاه، نبود خشونت و فحاشی از سوی تماشاگران و مدرن و جدید بودن ورزشگاه موجب حضور هر چه بیشتر تماشاگران خواهد شد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، تهیه آسان بلیت و ورود و خروج آسان از ورزشگاه در کشور ما یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های تماشاگران است. دونینهو و همکاران (۲۰۰۲) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که وجود ورودی‌ها و خروجی‌های متعدد در ورزشگاه و همچنین فروش اینترنتی بلیت موجب اشتیاق بیشتر تماشاگران برای رفتن به ورزشگاه‌ها می‌شوند (۱۴). در کشور ما هنوز راه‌حل اساسی برای فروش بلیت و همچنین ورود و خروج آسان از ورزشگاه ارائه نشده است و این

مسئله نیاز به تحقیق بیشتر دارد. یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش مارکوم و اشتاین (۱۹۸۵)، هانسن و گوتیر (۱۹۹۲)، شریور و تیموتی (۱۹۹۶)، دونینهو و همکاران (۲۰۰۲)، چی یانگ ولی (۲۰۰۲)، رودنی (۲۰۰۳) و پاتون و برلینگتون (۲۰۰۴) همسوست.

به‌منظور افزایش تعداد تماشاگر در ورزشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود راهکارهای حضور خانواده‌ها در ورزشگاه‌ها بررسی شود. استفاده از راهکارهای تهاجمی در تیم‌های لیگ برتر در اولویت قرار گیرد. نیازسنجی از تماشاگران مسابقات فوتبال در ورزشگاه‌ها انجام شود و امکانات و تسهیلات در ورزشگاه‌ها از دیدگاه تماشاگران مورد توجه جدی قرار گیرد.

منابع و مأخذ

۱. پارسامهر، مهربان (۱۳۸۵). "رابطه متقابل ورزش و اقتصاد"، مجله اینترنتی همشهری.
۲. عل‌وند، علی‌نور (۱۳۸۶). "بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر وندالیسم و اوباشی‌گری در ورزش فوتبال"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
۳. ملک پور، اسدالله. (۱۳۷۹). بررسی عوامل مؤثر بر احساس نارضایتی تماشاچیان فوتبال شهر اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد خوراسگان.
۴. نیکبخت، عبدالحمید. (۱۳۸۳). "آسیب‌شناسی رفتار تماشاچیان مسابقات ورزشی"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد گروه علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

5. Chia – Ying (Doris), Lu. (2002). "An examination of consumer behavior that influence spectator attendance in professional baseball": a comprasion of Taiwan and USA. *Sport management review*, 15, PP:1-24.

6. Freiling, H.P. (1997). "An analysis of the factors that influence fan attendance in minor league baseball games". *Microform publications, international institute for sport and human performance*.

7. Green, F.E. (1995). "An examination of factors related to consumer behavior influencing attendance at professional sport events". *International sport Journal*, 5(4), PP:45-55.
8. Harvared. T and Crompton. H (1995). "Variables affecting the spectator decision to attend NBA games". *Sport Marketing Quarterly*, 4(4), PP:29-39.
9. Hansen, H and Gautheir, R (1992). "Factors affecting attendance at professional sporting events". *Journal of sport management journal of sport management*, 3(1). PP:15-32.
10. Jeoung, hake, Iee (2000). "Sport marketing strategies through analysis of sport consumer behavior and factors influencing attendance". *International sprot journal*, 7(3), PP:34-45.
11. Laverie, D.A. and Arnett, D.B. (2000). "Factors affecting fan attendance: the influence of identity salience and satisfaction". *Journal of leisure research*, (32) (2), PP:225-246.
12. Markum, R and Eshtkien, W (1985). "Factors affecting spectator attendance at NCAA division II football contests", *international sport journal*, 3(2), PP:55-65.
13. Macpherson. T, Ron Garland and Kay Haughey (2000). "Factors that influence Rugby spectator attendance". *International sport journal*, 2(4), PP:43-53.
14. Michael Donihue, David Finally and Peter Newberry (2002). "An analysis of attendance at Major league Baseball spring training games". *Journal of sports economics*, Vol. 8, No. 1, PP:39-61.
15. Niugw, D. (2002). "Factors affecting spectator attendance in professional baseball: a pilot study". Paper presented at 16 annual conference of the North American society for sport management. Virginia beach, VA.
16. Patton. R and Vermont Burlington. (2004). "Factors affecting spectator attendance at men NCCA division one soccer games". 7(2), PP:23-33.

-
17. Rodney. P. (2003). "Variations in NHL attendance; the impact of violence, scoring, and regional rivalries". *American journal of economics and sociology*. Vol. 62, No. 2.