

Investigating the Intangible Values of Football in the Community and the Willingness to Pay to Host Valid Sporting Events with a Contingent Valuation Method

Masoud Jafari¹ , Shahram Nazari^{2✉} , Kamran Eidipour³ 

1. Eyvanekey Non-Governmental University, Semnan, Iran. E-mail: jafariimasoud1982@gmail.com
2. Corresponding Author, Department of Physical Education, Farhangian University, Tehran, Iran. E-mail: shahram.nazari@yahoo.com
3. Department of Physical Education, Eyvanekey Non-Governmental University, Semnan, Iran. E-mail: cidipour_kamran@yahoo.com

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Article

Article history:

Received:

13 March 2021

Received in revised form:

25 April 2021

Accepted:

29 April 2021

Published online:

16 September 2022

Keywords:

*contingent valuation method,
event hosting,
intangible effects,
valuation,
willingness to pay*

Introduction: The purpose of this study was to investigate the intangible values of football in the community and the willingness to pay to host valid sporting events with a contingent valuation method.

Methods: The research method is descriptive correlation and is of the categories of the applied research. The statistical population of the study included all people in the northern provinces of Iran. The sampling method was clustering and stratified and the required information was collected by simple random sampling. The urban centers of three provinces of Tehran, Golestan, Guilan and a total of 1155 people were selected as a research sample. To collect information, Vicker et al (2016) willingness to pay questionnaire, which has 15 questions and measures 12 intangible components of exercise, was used. In order to analyze the data, inferential statistical methods such as logistic regression and diagnostic logistic regression were used to predict the variables.

Results: The findings showed that, in general, %49 of the population were willing to pay 69.245 tomans. The variables of credit, sense of stadium and sports facilities, satisfaction, success, motivation for a healthy lifestyle, honor, fame, have the most and the strongest significant relationship with predicting the willingness to pay.

Conclusion: Relevant officials can support the improvement of the effects of sports development in the community by using appropriate facilities and equipment and providing conditions for hosting prestigious sports events.

Cite this article: Jafari, M., Nazari, SH., & Eidipour, K. (2022). Investigating the Intangible Values of Football in the Community and the Willingness to Pay to Host Valid Sporting Events with a Contingent Valuation Method. *Sport Management Journal*, 14 (2), 177-188..DOI: <http://doi.org/10.22059/JSM.2021.319863.2686>



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran, Faculty of Sport Sciences and Health.

Extended Abstract

Introduction

Sports events provide many experiences for people and may attract local people and players such as common motivations, fun and homesickness, rest and recreation, escape from daily work, entertainment opportunities, interaction with others, learning, provide observation and participation (Andam et al, 2012). Sports is one of the important cultural-social dimensions of every society, which is considered as a public good and can be available to all people in the society. Samuelsen defines a public good as follows: A public good is a good that everyone collectively benefits from, so that each person's consumption of such a good does not cause a decrease in the consumption of others (Johnson, Mondela and Whitehead, 2007). Gratton and Tyler believe that success in international sports events is a pure aspect of sports as a public good, which not only increases morale, but also causes more participation of young people in sports activities. To estimate the value of public goods, the probability assessment method is used. Contingent valuation method is used as one of the standard methods for valuing intangible goods and determining the level of support and willingness to pay for them (Bekkenbil and Dilger, 2015). Willem et al. (2019) conducted a study on willingness to pay for hosting a major international event before and after the event. Broad et al. (2018) conducted a study entitled the probable value of the success of winning a medal in the Olympic Games. The results of the research showed that the success of winning a medal in the Olympic Games for the British people creates a sense of pride, motivation, satisfaction, interest and fame for the British people, and these variables have influenced the willingness of people to pay to support sports. What kind of intangible effects does the hosting of football sports events have on the people of the society and to what extent are the people of the society willing to support the hosting of the events for these intangible achievements; It can encourage the sports officials of the country to have a more special view towards hosting prestigious sports events in the country and to work more on its development and progress in accordance with the level of interest and support of the people of the society and the field of hosting sports events, especially in the National Cup. to provide Asia. As a result, the purpose of the research is to find out what are the intangible values of hosting football sports events for the general public and how is its relationship with the willingness of the community to pay for hosting these events?

Methods

Descriptive research method is correlation. The statistical population of the research includes all strata of people in the northern provinces of the country, which were clustered and stratified in the urban centers of the three provinces of Tehran, Golestan, Gilan, and a total of 1155 people were selected as a research sample. In order to collect information, the Willingness to Pay Questionnaire of Vicker et al. (2016), which has 15 questions and measures 12 intangible components of sports, was used. In order to analyze the data, inferential statistical methods such as logistic regression and

diagnostic logistic regression have been used to predict the variables using Spss and evios software.

Results

The findings of the research showed that, in general, 49% of the people in the community were willing to pay 245.69 Tomans. The credibility variables, the sense of having a gym and sports facilities, satisfaction, success, motivation to have a healthy lifestyle, honor, fame, have the highest and strongest significant relationship with the prediction of willingness to pay. More men than women, people with doctorate and master's degrees, age groups under 25 years and 26-35 years, income groups 2-4 million and 6 million and above, tended to pay more to host prestigious events.

Conclusion

In general, from the total findings of the research, it can be concluded that 49% of the people of the society had the desire to pay for hosting prestigious sports events in the field of football, because they believe that hosting these sports events can have many intangible effects such as prestige, happiness, and honor. , to bring motivation, interest, etc. to them, which is very valuable for them and they welcome it. Based on this, it is suggested that football development programs and the hosting of prestigious sports events in the field of football should be evaluated according to the level of citizens' willingness to pay and from an economic point of view. The sports authorities of the country can create the full and all-round support of the people of the society for the sport of football by using the appropriate facilities and equipment for the development of football sports in the country and by providing the conditions to host prestigious sports events. On the other hand, the relevant authorities can help the process of doing this important work by fully supporting the hosting of prestigious football sports events in terms of finance, technology, facilities, equipment, etc. Sports practitioners and managers, aware of the importance of hosting prestigious sports events, should manage their expenses in the field of sports and for various competitions, according to the willingness of the people to pay and the national right, and policy makers in order to increase the sports participation of people in the society. Help the football field. Finally, this study should be considered to improve the infrastructure related to football and also to host prestigious international competitions.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines:

Funding: The research was done without using financial resources

Authors' contribution: The authors have contributed equally

Conflict of interest: The authors have no conflicts of interest

Acknowledgments: This research was done with the guidance of distinguished professors and the cooperation of research participants.

بررسی ارزش های ناملموس ورزش فوتبال در جامعه و میزان تمایل به پرداخت جهت میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر با رویکرد ارزیابی احتمالی

مسعود جعفری^۱ ID، شهرام نظری^۲ ID✉، کامران عیدی پور^۳ ID

۱. گروه تربیت بدنی، دانشگاه غیردولتی، غیرانتفاعی ایوانکی، سمنان، ایران. رایانامه: jafariimasoud1982@gmail.com
۲. نویسنده مسؤول، گروه تربیت بدنی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران. رایانامه: shahram.nazari@yahoo.com
۳. گروه تربیت بدنی، دانشگاه غیردولتی، غیرانتفاعی ایوانکی، سمنان، ایران. رایانامه: eidipour_kamran@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	مقدمه: هدف از این تحقیق، بررسی ارزش های ناملموس ورزش فوتبال در جامعه و رابطه آن با میزان تمایل به پرداخت به منظور میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر با رویکرد ارزیابی احتمالی بود.
تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۲۳	روش پژوهش: روش تحقیق توصیفی همبستگی است. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی اقشار مردم استان های شمالی کشورند که به صورت خوشه ای و طبقه ای مراکز شهری سه استان تهران، گلستان، گیلان و در مجموع ۱۱۵۵ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. به منظور جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه تمایل به پرداخت ویکر و همکاران (۲۰۱۶)، که دارای ۱۵ سؤال است و ۱۲ مؤلفه ناملموس ورزش را می سنجد، استفاده شد. به منظور تحلیل داده ها از روش های آمار استنباطی مانند رگرسیون لجستیک و رگرسیون لجستیک تشخیصی به منظور پیش بینی متغیرها استفاده شد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۰۲/۰۵	یافته ها: یافته های تحقیق نشان داد که به طور کلی ۴۹ درصد مردم جامعه، مقدار ۶۹/۲۴۵ تومان تمایل به پرداخت داشته اند. متغیرهای اعتبار، حس داشتن ورزشگاه و امکانات ورزشی، رضایت، موفقیت، انگیزه داشتن شیوه زندگی سالم، افتخار و شهرت، بیشترین و قوی ترین رابطه معنادار را با پیش بینی میزان تمایل به پرداخت دارند.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۹	نتیجه گیری: مسئولان می توانند با به کارگیری امکانات و تجهیزات مناسب و مهیا کردن شرایط برای میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر، از بهبود تأثیرات توسعه ورزش در جامعه حمایت کنند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۶/۲۵	کلیدواژه ها: ارزیابی احتمالی، ارزش گذاری، تمایل به پرداخت، تأثیرات ناملموس، میزبانی رویداد

استناد: جعفری، مسعود؛ نظری، شهرام؛ و عیدی پور، کامران (۱۴۰۱). بررسی ارزش های ناملموس ورزش فوتبال در جامعه و میزان تمایل به پرداخت جهت میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر با رویکرد ارزیابی احتمالی. نشریه مدیریت ورزشی، (۲) ۱۴، ۱۷۷-۱۸۸.
<mailto:Doi:http://doi.org/10.22059/JSM.2020.319863.2686>



مقدمه

رویدادهای ورزشی بخش مهمی از فرهنگ و جامعه امروزی هستند و سالانه بر تعداد آنها افزوده می‌شود. رویدادها می‌توانند نیازهای اساسی بشر مانند نیازهای جسمی، روانی و فردی را برآورده نموده و نقش‌های متعددی از قبیل میراث فرهنگی، آگاهی‌های فرهنگی، توسعه جامعه و گردشگری را ایفا نمایند. رویدادهای ورزشی برای افراد فرصتی فراهم می‌آورند که با یکدیگر تعامل داشته باشند و احساس تعلق و انسجام اجتماعی را تقویت نمایند. رویدادهای ورزشی تجربیات متعددی برای مردم فراهم کرده و ممکن است برای مردم محلی و بازیکنان جذابیت‌هایی از قبیل انگیزه‌های مشترک، سرگرمی و دل‌تنگی برای میهن، استراحت و تفریح، فرار از کار روزمره، فرصت‌های سرگرمی، تعامل با دیگران، یادگیری، مشاهده و مشارکت و یا به اشتراک گذاشتن یک محیط جشن، فراهم آورند (اندام و همکاران، ۱۳۹۲). اثرات اقتصادی و غیراقتصادی صنعت ورزش و میزبانی رویدادهای ورزشی نقش بسزایی در رشد و توسعه یک کشور دارد. رشد و توسعه از جمله اهدافی است که همه کشورهای جهان برای دستیابی به آن تلاش می‌کنند و امروزه صنعت ورزش و میزبانی رویدادهای ورزشی یکی از عوامل زمینه‌ساز رشد و شکوفایی کشورها به شمار می‌آید (پیتز و زانگ، ۲۰۱۶). امروزه صنعت ورزش به یک صنعت درآمدزا تبدیل شده است که با توجه به علاقه فراوان مردم به آن همواره در کانون توجهات رسانه‌ها، شرکت‌های تجاری و صاحبان دیگر صنایع قرار داشته است (زانگ، پیتز و کیم، ۲۰۱۷). در واقع ورزش و میزبانی رویدادهای ورزشی می‌تواند دارای ارزش‌های ملموس و ناملموسی باشد که بر روی عموم جامعه تأثیر می‌گذارد (هلمان و بروئر، ۲۰۱۴).

ورزش از ابعاد مهم فرهنگی - اجتماعی هر جامعه است که به عنوان کالای عمومی مطرح می‌شود و می‌تواند در دسترس همه مردم جامعه قرار بگیرد. ساموئلسن^۴ کالای عمومی را چنین تعریف می‌کند: کالای عمومی کالایی است که همه دسته‌جمعی از آن بهره می‌برند، به طوری که مصرف هر فرد از چنین کالایی، کاهشی در مصرف دیگران از آن پدید نمی‌آورد. این کالا پس از تولید برای همه به یک میزان در دسترس است و استثنا کردن آن یا نامقدور است یا بسیار پرهزینه است و خواه و ناخواه استفاده می‌شود (جانسون، موندلا و وایتهد^۵، ۲۰۱۴). گراتون و تایلر^۶ معتقدند که موفقیت در رویدادهای بین‌المللی ورزشی یک جنبه خالص از ورزش به عنوان کالای عمومی است که نه تنها موجب افزایش روحیه است، بلکه باعث مشارکت بیشتر جوانان در فعالیت‌های ورزشی است. بنابراین راوی و مک کوپک^۷ (۲۰۱۴) استدلال می‌کنند که میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی نقش عمده‌ای در توسعه و رشد فرایند ملت‌سازی ایفا می‌کنند. این مسابقات بدون هواداران هیچ هستند، یعنی جذابیت و جایگاه این مسابقات را نه بازیکنان؛ بلکه هواداران می‌سازند. در واقع، این هواداران ورزش هستند که با حمایت از مسابقات ورزشی و تیم‌های مورد علاقه خود، جایگاه مسابقات ورزشی را بالا می‌برند و مفهوم ورزش به عنوان کالای عمومی را شکل می‌دهند.

برای برآورد ارزش کالاهای عمومی از روش ارزیابی احتمالی^۸ استفاده می‌شود. روش ارزش‌گذاری احتمالی به عنوان یکی از روش‌های استاندارد برای ارزش‌گذاری کالاهای ناملموس و تعیین میزان حمایت و تمایل به پرداخت مردم جامعه در قبال آنها به کار می‌رود (بک کنیل و دیلگر^۹، ۲۰۱۵). بر اساس نظر کارسون^{۱۰} (۲۰۱۱)، ارزیابی احتمالی یک روش مبتنی بر نظرسنجی است که اغلب برای قرار دادن ارزش پولی بر محصولات و خدماتی که در بازار خرید و فروش نمی‌شوند، استفاده می‌شود. روش ارزیابی احتمالی، میزان ارزش در خصوص کالاهای ناملموس و غیربازاری را اندازه‌گیری می‌کند و در واقع برای تشخیص میزان تمایل به پرداخت افراد، برای برخی از کالاهای

1. Pitts & Zhang

2. Zhang, Pitts & Kim

3. Hallmann, Breuer

4. Samuelson

5. Johnson, Mondello & Whitehead

6. Graton & Tyler

7. Rowe, Mcguirk

8. CVM

9. BakKenbllil, Dilger

10. Carson

11. WTP

غیربازاری در جهت محقق ساختن بعضی از فرضیه‌ها و تغییر در آنان می‌باشد (والکر و موندلا؛ ۲۰۰۷). این موضوع به طور گسترده‌ای در مورد موضوعات محیطی و اخیراً در ورزش و فرهنگ اعمال شده است (کاستلانوس، گارسیا و سانچز؛ ۲۰۱۱). به عنوان مثال، هومفریز و همکاران^۳ (۲۰۱۸)، با استفاده از ارزیابی احتمالی یک مطالعه کانادایی در زمینه بازی‌های المپیک زمستانی سال ۲۰۱۰ در ونکوور انجام دادند که تمایل به پرداخت کانادایی‌ها را ارزیابی کردند و متوجه شدند که یک برنامه خاص برای افزایش کارایی ورزشکاران کانادایی در المپیک ۲۰۱۰ ونکوور طراحی شده است. یا ویکر و همکاران (۲۰۱۶)، با روش ارزیابی احتمالی تحقیقی در زمینه میزان تمایل به پرداخت مردم آلمان برای موفقیت تیم‌های فوتبال بوندسلیگا انجام دادند که نشان دادند مردم آلمان تمایل به پرداخت زیادی برای موفقیت‌های ورزشی تیم‌های فوتبال بوندسلیگا دارند. مورگان و ویتهد^۴ (۲۰۱۵) تحقیقی با استفاده از روش ارزیابی احتمالی برای میزان تمایل به پرداخت مردم آمریکا جهت توسعه بازیکنان فوتبال انجام دادند و نتیجه گرفتند که خانوارهای آمریکایی علاقه زیادی نسبت به توسعه و پیشرفت بازیکنان و تیم‌های فوتبالی خود دارند به نحوی که تمایل دارند مالیات سالانه خانوار را برای بودجه توسعه فوتبال پرداخت کنند. ویلم و همکاران^۵ (۲۰۱۹)، تحقیقی با عنوان تمایل به پرداخت برای میزبانی یک رویداد بزرگ بین‌المللی قبل و بعد از رویداد انجام دادند. درصد تمایل به پرداخت مثبت ساکنین از ۳۹/۳ درصد قبل از رویداد تا ۲۹/۷ درصد بلافاصله پس از رویداد تغییر کرد، درحالی‌که میانگین تمایل به پرداخت به طور قابل توجهی از ۳/۵۸ تا ۴/۴۵ یورو افزایش یافت که منجر به افزایش ارزش‌گذاری ساکنان از ۵/۷ تا ۵/۸ میلیون یورو شد. علاوه بر این، رسانه‌ها و حضور در این رویداد نقش مهمی در میزان تمایل به پرداخت ساکنان بازی می‌کند. براد و همکاران^۶ (۲۰۱۸)، تحقیقی با عنوان ارزش احتمالی موفقیت کسب مدال در بازی‌های المپیک انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که موفقیت در کسب مدال در بازی‌های المپیک برای مردم انگلیس ارزش زیادی دارد و می‌تواند باعث ایجاد حس افتخار، انگیزه، رضایت، علاقه و شهرت برای مردم انگلیس بشود و این متغیرها بر تمایل به پرداخت مردم جهت حمایت از رشته‌های ورزشی اثرگذار بوده‌اند. ویکر و همکاران^۷ (۲۰۱۷) تحقیقی در زمینه حمایت عمومی برای میزبانی بازی‌های المپیک تابستانی در آلمان با رویکرد ارزیابی احتمالی انجام دادند. نتایج نشان داد که ۲۶ درصد به طور متوسط تمایل به پرداخت ۵۱ دلار را بیان کردند. تمایل به پرداخت به طور گسترده‌ای در مناطق متفاوت است. در کل منطقه کلن، متوسط تمایل به پرداخت ۱۰۰ دلار بود. مزایای نامشهود گوناگون مانند شهرت، افتخار، احساس غرور، رضایت، عملکرد و ... باعث افزایش تمایل به پرداخت می‌شود. ویکر و کوتس^۸ (۲۰۱۸) در تحقیقی که در زمینه همه‌پرسی از مردم شهر هامبورگ جهت تعیین عوامل تعیین‌کننده حمایت شخصی آنها از بازی‌های تیم فوتبال هامبورگ انجام دادند به این نتیجه رسیدند که متغیرهای الگو بودن، افتخار، صحبت کردن، عملکرد، انگیزه، علاقه، رضایت و شهرت پیش‌بینی‌کننده قوی میزان تمایل به پرداخت افراد بوده‌اند. افراد مرفه و گروه‌های با سطح درآمد بالا و تحصیلات بالاتر تمایل به پرداخت بیشتری جهت حمایت از تیم فوتبال هامبورگ داشته‌اند و همچنین افراد جوان و گروه‌های سنی بین ۲۰ تا ۳۰ سال نسبت به افراد مسن‌تر تمایل به پرداخت بیشتری جهت موفقیت این تیم داشته‌اند. فریک و ویکر^۹ (۲۰۱۷) ارزش میزبانی مسابقات اسکی آلپاین برای مردم اتریش: مطالعه تمایل به پرداخت در مسابقات قهرمانی جهان ۲۰۱۷ را بررسی کردند. تقریباً ۲۹ درصد و ۲۰ درصد از پاسخ‌دهندگان میزان تمایل به پرداخت مثبتی را برای میزبانی و حمایت ماهانه از ورزشکاران اسکی در طی یک دوره ۵ ساله گزارش کردند. گروه‌های سنی بین ۲۰ تا ۲۵ سال و ۲۶ تا ۳۰ سال به طور میانگین

1. Walker & Mondello

2. Castellanos, Garcia & Sanchez

3. Humphreys and et al

4. Morgan & Whitehead

5. Willem, de Boer, Ruud, Koning, Jochen, Mierau

6. Brad, Bruce, Daniel & John

7. Wicker, CWhitehead, Mason, Johnson

8. Wicker & Coates

9. Frick & Wicker

میزان تمایل برای پرداخت ۸ یورو و گروه‌های با سطح درآمدی بالا میزان تمایل برای پرداخت ۲۵ یورو برای حمایت ورزشکاران را داشتند، درحالی‌که میزان تمایل به پرداخت تحت تأثیر اهمیت کالاهای عمومی، مانند شادی از موفقیت ورزشی بود.

به‌طور کلی ارزش‌های اقتصادی به دو دسته اساسی ارزش‌های ملموس و ارزش‌های ناملموس تقسیم می‌گردد. ارزش‌های ملموس شامل ارزش ملموس مستقیم، ارزش غیرمستقیم، اختیاری و شبه‌اختیاری است. ارزش غیرملموس شامل ارزش وجودی، ارزش بشردوستی و ارزش میراثی است. ارزش ملموس، قسمت متعارف ارزش است که با مصرف یک کالا همراه است. ارزش غیرملموس موجب افزایش مطلوبیت فرد می‌گردد، درحالی‌که فرد از کالایی استفاده نکرده است، مانند احساس غرور، افتخار و ... (والتون، لانگو و داوسون؛ ۲۰۰۸). میزبانی رویدادهای ورزشی از جمله مواردی است که می‌تواند ارزش‌های ناملموسی را برای مردم جامعه به همراه داشته باشد و نقش مهمی در جوامع امروزی بر عهده دارند. همه ساله تعداد زیادی از سازمان‌ها، شهرها و کشورها برای میزبانی رویدادهای ورزشی اعلام آمادگی می‌کنند؛ اگرچه تعداد کمی رویداد وجود دارد، ولی همین تعداد کم می‌تواند برای میزبان فواید گسترده‌ای را به دنبال داشته باشد. در نتیجه رقابت برای گرفتن حق میزبانی رویداد ورزشی افزایش پیدا کرده است. در زمان برگزاری رویدادهای ورزشی، توجه مردم به ورزش و اثرات مثبت آن افزایش می‌یابد و ایجاد انگیزه برای پرداختن به ورزش در بین اقشار مختلف جامعه و الگوبرداری ورزشکاران نوجوان و جوان در حین برگزاری رویدادهای ورزشی از قهرمانان و ستاره‌های ورزشی مورد علاقه خود می‌شود. به‌طور کلی، پرداختن به ورزش و میزبانی رویدادهای ورزشی اثرات مفید فنی، روانی و اجتماعی برای مردم جامعه و ثمرات اقتصادی، تبلیغی و تجربی برای برگزارکنندگان و در نهایت فواید زیادی در توسعه تاسیسات و امکانات ورزشی دارد. برآورد ارزش منافع ناملموسی که میزبانی رویدادهای ورزشی رشته فوتبال برای مردم شهرهای مختلف کشور ایجاد می‌کند، از نظر اقتصادی و اجتماعی می‌تواند جالب توجه باشد. ارزش‌گذاری کالاهای ناملموس عمومی به این معنی است که ممکن است این کالاها را افراد مصرف کنند بدون آن‌که برای مصرف خود پرداخت داشته باشند. به عنوان مثال، میزبانی رویدادهای معتبر رشته فوتبال ممکن است باعث شود که افراد جامعه درباره تیم محبوب خود گفت و گو کنند، آن را تشویق کنند و پیروزی‌های آن را جشن بگیرند، سطح رضایت شهروندان افزایش پیدا کند و این دستاوردهای ناملموس بدون هیچ هزینه و پرداختی برای آنها بدست بیاید. مسلماً اینکه مردم جامعه چقدر تأثیرات ناملموس میزبانی رویدادهای ورزشی رشته فوتبال در عرصه‌های بین‌المللی را درک کرده و به چه میزان حاضر هستند که برای حمایت از این میزبانی تمایل به پرداخت داشته باشند، می‌تواند حائز اهمیت باشد. اینکه میزبانی رویدادهای ورزشی رشته فوتبال چه تأثیرات ناملموسی را بر روی افراد جامعه دارد و مردم جامعه تا چه اندازه در قبال این دستاوردهای ناملموس حاضر هستند از میزبانی رویدادها حمایت کنند؛ می‌تواند مسئولان ورزش کشور را ترغیب کند که نگاه ویژه‌تری نسبت به میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر در کشور داشته باشند و بیشتر در زمینه توسعه و پیشرفت آن متناسب با میزان علاقه و حمایت مردم جامعه بکوشند و زمینه میزبانی رویدادهای ورزشی، مخصوصاً در جام ملت‌های آسیا را فراهم آورند، چراکه هدف اصلی مسئولان کشور انجام اموری است که مورد علاقه مردم است و تأثیرات بیشتری بر روی زندگی آنها دارد و هیجان و شادی را برای آنها به ارمغان می‌آورد. با توجه به مطالب گفته شده و فقدان تحقیقات علمی در این زمینه در داخل کشور و با توجه به اینکه کشور ایران میزبانی رویدادهای معتبر فوتبال در سال‌های دور و میزبانی رویدادهای کوچک‌تر در سال‌های نزدیک را داشته‌اند، هدف از انجام تحقیق این است که مشخص شود ارزش‌های ناملموس میزبانی رویدادهای ورزشی رشته فوتبال برای عموم مردم کدامند و رابطه آن با میزان تمایل به پرداخت مردم جامعه جهت میزبانی این رویدادها چگونه است؟

¹. Walton, Longo & Dawson

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق به صورت توصیفی همبستگی انجام شده است که در دسته تحقیقات کاربردی قرار دارد و به صورت میدانی می‌باشد که در محدوده زمانی دی ماه ۱۳۹۸ تا آبان ماه ۱۳۹۹ انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه اقشار مردم استان‌های شمالی کشور از طبقات و رسته‌های مختلف شغلی که هر کدام نماینده افکار عمومی شهرهای مورد مطالعه هستند، به تعداد نامحدود می‌باشند که تمایل به پرداخت آن‌ها جهت میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر در رشته فوتبال بررسی شده است. روش نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای و طبقه‌ای است و به صورت تصادفی ساده اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شده است. براساس جدول مورگان حجم نمونه لازم، ۳۸۵ نفر برای هر خوشه تعیین شده است. به این صورت که از میان استان‌های شمالی کشور، مراکز شهری سه استان تهران، گلستان، گیلان، به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند و در مجموع ۱۱۵۵ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند که در نهایت اطلاعات ۱۱۴۰ نفر تحلیل شدند. جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه تمایل به پرداخت ویکر و همکاران (۲۰۱۶)، که دارای ۱۵ سوال است و ۱۳ مولفه ناملموس ورزش را می‌سنجد، استفاده شده است. این پرسش‌نامه در تحقیقات مختلف در خارج از کشور مورد استفاده قرار گرفته است و روایی و پایایی آن مناسب گزارش شده است. به عنوان مثال، براد و همکاران (۲۰۱۹) و هومفریز و همکاران (۲۰۱۸)، در تحقیقات خود از این پرسش‌نامه استفاده کرده‌اند. این پرسش‌نامه در داخل کشور برای اولین بار است که مورد استفاده قرار می‌گیرد. بنابراین توسط محققین تحقیق مورد روایی‌سنجی قرار گرفت. روایی محتوایی پرسش‌نامه توسط ۸ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و روایی سازه آن توسط تحلیل عاملی تاییدی تایید شد، به طوری که بار عاملی همه سوالات بالاتر از عدد استاندارد ۰/۴۰ بود و همه سوالات و مولفه‌های پرسش‌نامه تایید شدند. پایایی پرسش‌نامه نیز به وسیله آلفای کرونباخ ۰/۸۴ تعیین شد. جهت تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار استنباطی از قبیل رگرسیون لجستیک و رگرسیون لجستیک تشخیصی به کمک نرم افزار Spss استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

نتایج جمعیت‌شناختی نشان داد که بیشتر نمونه آماری تحقیق را مردان تشکیل داده‌اند (۵۳/۶ درصد) و کمترین تعداد آنان را زنان تشکیل داده‌اند (۴۶/۴ درصد). از لحاظ تحصیلات؛ بیشتر نمونه آماری دارای مدرک کارشناسی بوده‌اند (۳۷/۵)، کمترین تعداد آنان دارای مدرک دکتری بوده‌اند (۱۲/۰ درصد)، ۱۸/۳ درصد دارای مدرک کاردانی و پایین تر و ۳۲/۲ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد بوده‌اند. بیشتر نمونه آماری تحقیق در رده سنی کمتر از ۲۵ سال (۳۱/۵ درصد) و کمترین آنها دارای رده سنی ۴۶ سال به بالا بوده‌اند (۱۵/۵ درصد)، ۲۹/۲ درصد دارای میانگین سنی ۲۶-۳۵ سال و ۲۳/۸ درصد دارای میانگین سنی ۳۶-۴۵ سال بوده‌اند. بیشتر نمونه آماری درآمد بین ۲-۴ میلیون داشته‌اند (۳۶/۴ درصد) و کمترین آنها درآمد ۶ میلیون به بالا داشته‌اند (۱۳/۸ درصد)، ۲۰/۱ درصد درآمد کمتر از ۲ میلیون و ۲۹/۷ درصد درآمد بین ۴-۶ میلیون داشته‌اند.

نتایج توصیفی مربوط به مؤلفه‌های تحقیق نشان داد که ۸۱/۸ درصد معتقد بودند که میزبانی رویدادهای ورزشی برای کشور آنها اعتبار بین‌المللی به ارمغان می‌آورد. ۷۳/۵ درصد معتقداند که میزبانی رویدادها به آنها حس داشتن ورزشگاه و امکانات ورزشی خوب را می‌دهد. ۶۰/۷ درصد از میزبانی رویدادها احساس رضایت پیدا می‌کنند. ۶۵/۵ درصد با میزبانی رویدادها احساس موفقیت می‌کنند، ۴۸/۴ درصد با میزبانی رویدادها انگیزه داشتن شیوه زندگی سالم پیدا می‌کنند، ۷۰/۸ درصد از میزبانی رویدادها احساس افتخار می‌کنند، ۶۶/۲ درصد معتقدند که میزبانی رویدادها باعث شهرت و خوش‌نامی کشورشان در سطوح جهانی می‌شود، ۵۲/۳ درصد با میزبانی رویدادها احساس شادی می‌کنند، ۵۵/۲ درصد به میزبانی رویدادها علاقه‌مند هستند و آن را تشویق می‌کنند. ۴۹/۸ درصد بیان کردند که میزبانی رویدادها

بازتاب دهنده احساسات جامعه خود هستند، ۵۹/۳ درصد معتقداند میزبانی رویدادها عاملی برای تشویق نسل جوان می‌باشد، ۸۵/۶ درصد به طور منظم در مورد میزبانی رویدادها با دوستانشان صحبت می‌کنند، ۶۵/۲ درصد ذکر کردند که میزبانی رویدادها الگوی عملی مناسبی برای آنان می‌باشد.

جدول ۱. میانگین تمایل به پرداخت جهت میزبانی رویدادها

میانگین میزان پرداخت	میانگین	تمایل به پرداخت
۷۷/۳۲۹	۰/۵۳	میزان تمایل به پرداخت مردم استان تهران جهت میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی
۶۹/۶۶۸	۰/۵۱	میزان تمایل به پرداخت مردم استان گلستان جهت میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی
۶۰/۷۳۹	۰/۴۵	میزان تمایل به پرداخت مردم استان گیلان جهت میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی
۶۹/۲۴۵	۰/۴۹	میزان تمایل به پرداخت کلی سه استان جهت میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی

نتایج جدول ۱. نشان می‌دهد که به طور کلی، ۴۹ درصد از نمونه آماری تحقیق تمایل داشتند که به طور میانگین ۶۹/۲۴۵ هزار تومان از سهم خود در بودجه عمومی را جهت کسب میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی هزینه کنند، ۵۱ درصد هیچگونه تمایلی برای پرداخت جهت میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی نداشتند. البته این میزان و درصد تمایل جهت پرداخت با توجه به نوع استان متفاوت است و مردم استان تهران تمایل بیشتری برای پرداخت جهت میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی داشته‌اند.

براساس نتایج جدول شماره ۲، در زمینه میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر، متغیرهای اعتبار، حس داشتن ورزشگاه و امکانات ورزشی، رضایت، موفقیت، انگیزه داشتن شیوه زندگی سالم، افتخار، شهرت، خوشحالی، علاقه، جامعه، تشویق نسل جوان، صحبت، الگو بودن رابطه معناداری با پیش‌بینی میزان تمایل به پرداخت جهت میزبانی دارند، به گونه‌ای که به ازای یک واحد افزایش در این متغیرها؛ میزان تمایل به پرداخت جهت میزبانی به ترتیب ۱/۷۲، ۱/۵۰، ۱/۱۱، ۱/۲۲، ۱/۹۹، ۱/۴۱، ۱/۴۴، ۱/۱۶، ۱/۲۳، ۱/۸۶، ۰/۹۲، ۱/۰۸، ۰/۸۵ برابر می‌شود، در مجموع براساس شاخص کاکسل و اسنل و میزان ضریب تعیین ذکر شده، متغیرهای فوق قادر هستند ۰/۱۷ تغییرات میزان تمایل به پرداخت جهت میزبانی را تبیین کند.

جدول ۲. نتایج رگرسیون لجستیک جهت پیش‌بینی تمایل به پرداخت

تمایل به پرداخت جهت موفقیت		متغیر
Sig	EXP(B)	
۰/۰۰۱	۱/۷۲	اعتبار
۰/۰۰۱	۱/۵۰	حس داشتن ورزشگاه و امکانات ورزشی
۰/۰۰۹	۱/۱۱	رضایت
۰/۰۰۴	۱/۲۲	موفقیت
۰/۰۱	۰/۹۹	انگیزه داشتن شیوه زندگی سالم
۰/۰۰۲	۱/۴۱	افتخار
۰/۰۰۲	۱/۴۴	شهرت
۰/۰۰۸	۱/۱۶	خوشحالی
۰/۰۰۵	۱/۲۳	علاقه
۰/۰۳	۰/۸۶	جامعه
۰/۰۳	۰/۹۲	تشویق نسل جوان
۰/۰۲	۱/۰۸	صحبت
۰/۰۴	۰/۸۵	الگو بودن
	۰/۱۷	R ²

جدول ۳. نتایج رگرسیون لجستیک تشخیصی جهت پیش‌بینی تمایل به پرداخت

گروه	شاخص	تمایل به پرداخت جهت موفقیت
		Sig EXP(B)
جنسیت	مرد	۱/۴۹
	زن	۱/۱۴
تحصیلات	کاردانی و پایین تر	۱/۰۲
	کارشناسی	۱/۱۸
	کارشناسی ارشد	۱/۲۹
	دکتری	۱/۴۴
سن	کمتر از ۲۵ سال	۱/۴۰
	۲۶-۳۵ سال	۱/۴۲
	۳۶-۴۵ سال	۱/۲۲
	۴۶ سال به بالا	۰/۸۸
درآمد	کمتر از ۲ میلیون	۰/۹۰
	۲-۴ میلیون	۰/۹۹
	۴-۶ میلیون	۱/۱۵
	۶ میلیون به بالا	۱/۱۲

بر اساس نتایج جدول شماره ۳، به ازای یک واحد افزایش در سطوح جنسیت مرد و زن؛ میزان تمایل به پرداخت جهت میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر به ترتیب ۱/۴۹، ۱/۱۴ برابر می‌شود. به ازای یک واحد افزایش در سطوح تحصیلی کاردانی و پایین‌تر، کارشناسی، کارشناسی-ارشد و دکتری میزان تمایل به پرداخت جهت میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر به ترتیب ۱/۰۲، ۱/۱۸، ۱/۲۹، ۱/۴۴ برابر می‌شود. به ازای یک واحد افزایش در سطوح سنی کمتر از ۲۵ سال، ۲۶-۳۵ سال، ۳۶-۴۵ سال و ۴۶ سال به بالا؛ میزان تمایل به پرداخت جهت میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر به ترتیب ۱/۴۰، ۱/۴۲، ۱/۲۲، ۰/۸۸ برابر می‌شود. همچنین بر اساس سطوح درآمدی، به ازای یک واحد افزایش در سطوح درآمدی کمتر از ۲ میلیون، ۲-۴ میلیون، ۴-۶ میلیون و ۶ میلیون به بالا؛ میزان تمایل به پرداخت جهت میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر به ترتیب ۰/۹۰، ۰/۹۹، ۱/۱۵، ۱/۱۲ برابر می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان داد که به طور کلی ۴۹ درصد از افراد جامعه تمایل داشته‌اند که از سهم خود در بودجه عمومی جهت کسب میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی در رشته فوتبال هزینه کنند که مقدار این تمایل به پرداخت به طور میانگین ۶۹۲۴۹ هزار تومان بوده است و ۵۱ درصد هیچ گونه تمایلی برای پرداخت جهت کسب میزبانی نداشته‌اند. این نتایج نشان می‌دهد که تمایل به پرداخت افراد جامعه جهت کسب میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی در سطح متوسطی است. نتایج این بخش از تحقیق با نتیجه تحقیق ویلم و همکاران (۲۰۱۹)، که نشان دادند تمایل به پرداخت برای میزبانی یک رویداد بزرگ بین‌المللی قبل و بعد از رویداد وجود دارد و ویکر و همکاران (۲۰۱۷) که نشان دادند تمایل به پرداخت و حمایت عمومی برای میزبانی بازهای المپیک تابستانی در آلمان وجود دارد، همسو است. شاید دلیل این تمایل به پرداخت را بتوان به علاقه زیاد مردم جامعه به ورزش و مخصوصاً فوتبال نسبت داد. به هر حال در کشور ایران رشته فوتبال جزء رشته‌های محبوب و پرطرفدار محسوب می‌شود که مورد اقبال اکثریت مردم جامعه قرار دارد. البته انتظار می‌رود که این تمایل به پرداخت بیشتر از این درصد باشد که البته مردم مشکلات اقتصادی و درآمدی زیادی در جامعه دارند و تحت تاثیر فشارهای اقتصادی قرار دارند و شاید این مسئله نیز بتواند توجیه مناسبی برای این عدم پرداخت زیاد باشد.

دیگر نتایج تحقیق نشان داد که؛ در زمینه کسب میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی در رشته فوتبال؛ متغیرهای اعتبار، حس داشتن ورزشگاه و امکانات ورزشی، رضایت، موفقیت، انگیزه داشتن شیوه زندگی سالم، افتخار، شهرت، خوشحالی، علاقه، جامعه، تشویق نسل جوان، صحبت، الگو بودن بیشترین و قوی‌ترین رابطه معنادار را با پیش‌بینی میزان تمایل به پرداخت دارند و به ازای هر واحد افزایش در هر کدام از این متغیرها، میزان تمایل به پرداخت از طرف مردم جامعه به ترتیب ۱/۷۲، ۱/۵۰، ۱/۱۱، ۱/۲۲، ۰/۹۹، ۱/۴۱، ۱/۴۴، ۱/۱۶، ۱/۲۳، ۰/۸۶، ۰/۹۲، ۱/۰۸، ۰/۸۵ برابر می‌شود. نتایج این بخش از تحقیق با یافته تحقیقات ویلم و همکاران (۲۰۱۹)، ویکر و همکاران (۲۰۱۷)، فریک و ویکر (۲۰۱۷)، هم جهت و همسو می‌باشد. نتیجه این تحقیقات نشان داده است که متغیرهایی مانند شادی، علاقه، انگیزه، اعتبار، شهرت و صحبت کردن که افراد جامعه از میزبانی رویدادهای ورزشی بدست آورده‌اند بر میزان حمایت آن‌ها تأثیرگذار بوده است. هلمن و بروئر (۲۰۱۴) معتقداند که ورزش و میزبانی رویدادهای ورزشی می‌تواند دارای ارزش‌های ملموس و ناملموس باشد و تأثیر ملموس و ناملموس بر روی عموم جامعه داشته باشد. هومفریز و همکاران (۲۰۱۸) معتقد هستند که تیم‌های ورزشی منافع ناملموسی برای مردم جامعه ارائه می‌کنند که شامل مؤلفه‌های نظیر: نام، علاقه، شهرت، افتخار، صحبت، تشویق، شادی، جامعه، انگیزه، عملکرد، عدالت، رضایت می‌باشند. در تحلیل این بخش از نتایج تحقیق می‌توان گفت که، ورزش فوتبال در بین جامعه از محبوبیت زیادی برخوردار است و هرگونه خبری در مورد آن می‌تواند مستقیماً بر روی مردم تأثیرگذار باشد. مسلماً میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر در رشته فوتبال هیجان و شادی زیادی برای مردم جامعه به ارمغان می‌آورد و این مسئله در مسابقات قبلی و رویدادهای کوچکی که تیم فوتبال ایران میزبان تیم‌های دیگر بوده است به خوبی اثبات شده است، به طوری که ورزشگاه پر از تماشاگر می‌شود و استقبال خوبی از این مسابقات در بین مردم شده است. بنابراین می‌توان گفت که میزبانی رویدادهای معتبر برای مردم جامعه مهم است و این میزبانی مستقیماً بر روی مردم جامعه تأثیر می‌گذارد و احساسات مختلف آنها را بر می‌انگیزد، به طوری که تمایل دارند در قبال این میزبانی و بدست آوردن آن؛ حمایت کنند و پرداخت مالی داشته باشند.

دیگر نتایج نشان داد از نظر جنسیت، مردان نسبت به زنان گرایش به تمایل پرداخت بیشتری جهت میزبانی رویدادهای معتبر داشته‌اند. افرادی که دارای مدرک تحصیلی دکتری و کارشناسی‌ارشد هستند، بیشترین گرایش تمایل به پرداخت را نسبت به سطوح تحصیلی پایین‌تر داشته‌اند. می‌توان گفت که شاید در جامعه ایران مردان نسبت به زنان بیشتر درگیر مباحث ورزشی هستند و رویدادهای ورزشی را بیشتر پیگیری می‌کنند که تمایل به پرداخت بیشتری نیز داشته‌اند. از طرف دیگر، افزایش سطح تحصیلات موجب افزایش دانش و سواد ورزشی می‌شود که می‌تواند بر نحوه تخصیص زمان و درآمد فرد در امور روزمره تأثیرگذار باشد. بنابراین با افزایش سطح تحصیلات فردی انتظار می‌رود سطح بالاتری از نگرش‌های مثبت ورزشی به دست آید که احتمال تمایل به پرداخت را در محدوده محدودیت‌های پولی و زمانی افزایش می‌دهد. از نظر سنی نیز، گروه‌های سنی پایین‌تر (زیر ۲۵ سال و ۲۶-۳۵ سال) تمایل به پرداخت بیشتری نسبت به گروه‌های سنی مسن‌تر داشته‌اند. از نظر درآمدی، گروه‌های درآمدی متوسط و بالا (۴-۲ میلیون و ۶ میلیون به بالا) نسبت به سایر گروه‌های درآمدی پایین‌تر، تمایل به پرداخت بیشتر داشته‌اند. براین اساس، هر چقدر سن افراد پایین‌تر باشد و درآمد بیشتری هم داشته باشند، حاضر هستند که مبلغ بیشتری نیز پرداخت کنند و از طرف دیگر، افراد مسن و با درآمد کمتر حاضر هستند که مبلغ کمتری را پرداخت کنند. نتایج این بخش از تحقیق با نتیجه تحقیق ویکر و کوتس (۲۰۱۸) و فریک و ویکر (۲۰۱۷) که به این نتیجه رسیدند افراد مرفه و گروه‌های با سطح درآمد بالا و تحصیلات بالاتر تمایل به پرداخت بیشتری جهت حمایت از تیم فوتبال هامبورگ داشته‌اند و همچنین افراد جوان و گروه‌های سنی بین ۲۰ تا ۳۰ سال نسبت به افراد مسن‌تر تمایل به پرداخت بیشتری جهت موفقیت این تیم داشته‌اند، همسو می‌باشد. در مورد سن می‌توان گفت که شاید افراد جوان نسبت به افراد مسن‌تر بیشتر به دنبال احساس شادی، غرور، علاقه و رضایت هستند و دارای هیجانانگیز و احساسات بیشتری به خاطر شرایط سنی‌شان باشند و به همین دلیل میزبانی رویدادهای ورزشی بیشتر برای آنها حائز اهمیت است.

به طور کلی از مجموع یافته‌های تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که ۴۹ درصد مردم جامعه تمایل به پرداخت جهت میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر در رشته فوتبال داشته‌اند، زیرا اعتقاد دارند که میزبانی این رویدادهای ورزشی می‌تواند تأثیرات ناملموس زیادی مانند اعتبار، خوشحالی، افتخار، انگیزه، علاقه و ... را برای آنها به ارمغان بیاورد که برایشان بسیار ارزشمند می‌باشد و از آن استقبال می‌کنند. براین اساس

پیشنهاد می‌شود برنامه‌های توسعه ورزش فوتبال و میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر در رشته فوتبال مطابق با میزان تمایل به پرداخت شهروندان و از نظر اقتصادی ارزیابی شود. مسئولان ورزش کشور می‌توانند با بکارگیری امکانات و تجهیزات مناسب جهت توسعه رشته ورزشی فوتبال در داخل کشور و مهیا نمودن شرایط جهت میزبانی رویدادهای ورزشی معتبر، حمایت کامل و همه‌جانبه مردم جامعه از ورزش فوتبال را به وجود بیاورند. از طرف دیگر، مسئولان مربوطه می‌توانند با حمایت‌های کامل از میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی فوتبال از لحاظ مالی، فنی، امکانات، تجهیزات و غیره، به روند انجام این کار مهم کمک کنند. دست‌اندرکاران و مدیران ورزش با آگاهی از میزان اهمیت میزبانی رویدادهای معتبر ورزشی، با توجه به میزان تمایل به پرداخت مردم و حق ملی، هزینه‌های خود را در عرصه ورزش و برای مسابقات مختلف مدیریت کنند و سیاست‌گذاران را در راستای افزایش مشارکت ورزشی افراد جامعه در رشته فوتبال یاری دهند. در نهایت این مطالعه برای ارتقای زیرساخت‌های مربوط به ورزش فوتبال و همچنین کسب میزبانی‌های مسابقات بین‌المللی معتبر مدنظر قرار بگیرد.

تقدیر و تشکر

از همه عزیزانی که در نگارش این مقاله همراهی کرده‌اند، تشکر و قدردانی می‌کنیم. خصوصاً از اعضای هیئت علمی مدیریت ورزشی و مدیران دانشگاه غیرانتفاعی ایوانکی و همکاران محترم در نشریه مدیریت ورزشی دانشگاه تهران.

References

- Andam, Reza; Mehdizadeh, Rahimeh; Taghipour, Farideh (2013). «Investigating the effects of sporting events on the host community». *Contemporary research in sports management*. 3 (6). 73-85 (Persian).
- Pitts, B. G., & Zhang, J. J. (2016). «Introduction: The WASM foundation stone. *Global Sport Management: Contemporary Issues and Inquiries*», Routledge, London, 1st Edition, 3-17.
- Zhang, J. J., Pitts, B. G., & Kim, E. (2017). «Introduction: sport marketing in a globalized marketplace». *Contemporary Sport Marketing: Global Perspectives*, Routledge, London. 3-20.
- Hallmann, K; Breuer, C. (2014). «The influence of socio-demographic indicators economic determinants and social recognition on sport participation in Germany». *European Journal of Sport Science*, 14(1), 324-331.
- Johnson, B.K. Mondello, M.J. & Whitehead, J.C. (2007). «The value of public goods generated by a national football league team». *Journal of Sport Management*. 21(1):123-136.
- Gratton, C. and Tice, A. (1989). «Sport participation and health»; *Leisure studies*,8: 77-92.
- Rowe, D. and P. McGuirk. (2014). «Drunk for Three Weeks— Sporting Success and City Image». *International Review for the Sociology of Sport*.34: 125–41.
- BakKenblill ,L. Dilger,A. (2015). «The willingness to pay for a German Win of the 2014 FIFA World Cup in Barzi». Discussion paper of the Institute for Organisational Economics. Westfälische wilhelms-universitat Minster Institut for organization Schamhorststrabe. 5-7.
- Carson, R. T. Flores, N. E. and Meade N. F. (2011). «Contingent Valuation: Controversies and Evidence». *Environmental and Resource Economics* 19:173–210.
- Walker, M. & Mondello, M. (2007). «Moving beyond economic impact: A closer look at the contingent valuation method». *International Journal of Sport Finance*. 2: 149-160.
- Castellanos, P. Garcia. J. & Sanchez, J. (2011). «The willingness to pay to keep a football club in a city: How important are the methodological issues?». *Journal of Sports Economics*, 12(4): 464-486.
- Humphreys, B. R. Johnson, B. K. Mason, D. S. & Whitehead, J. C. (2018). «Estimating the value of medal success in the Olympic Games». *Journal of Sports Economics*, 19(3): 398–416.
- Wicker, P. Whitehead, J. C. Johnson, B. K. & Mason, D. S. (2016). «Willingness-to-pay for sporting success of Football Bundesliga teams». *Contemporary Economic Policy*. 34(3): 446–462.
- Morgan, O. A. and J. C. Whitehead (2015). «Willingness to Pay for Soccer Player Development in the United States». *Journal of Sports Economics* 19(2), 279- 296.
- Willem I. J. de Boer, Ruud H. Koning, and Jochen O. Mierau.(2019). «Ex Ante and Ex Post Willingness to Pay for Hosting a Large International Sport Event». *Journal of Sports Economics*.1-18 .

- Brad, R .H. Bruce, K. J. Daniel. S. M. and John, C. W. (2018). «Estimating the Value of Medal Success in the Olympic Games». *Journal of Sports Economics*, 19(3): 398-416.
- Wicker, p. CWhitehead, j. S Mason, d and K Johnson,b. (2017). «Public support for hosting the Olympic Summer Games in Germany: The CVM approach». *Urban Studies Journal Limited 2016*, Vol. 54(15) 3597–3614.
- Wicker, P. & Coates, D. (2018). «Flame goes out: Determinants of individual support at the 2024 Hamburg Games referendum». *Contemporary Economic Policy*. 36(2): 302–317.
- Frick, B. & Wicker, P. (2017). «The value of alpine skiing to the Austrian population: A CVM study of the 2017 World Championships». *Managing Sport and Leisure*, 22(6):414–427.
- Walton, H. Longo, A. & Dawson, P. (2008). «A contingent valuation of the 2012 London Olympic Games». *Journal of Sports Economics*. 9(3): 304-317.