

**FUTBOL LİGLERİNDE REKABET
VE TÜRKİYE 1. FUTBOL LİGİNDE REKABETÇİ DENGE
ANALİZİ**

Pamukkale Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi
İktisat Anabilim Dalı
Genel İktisat Bilim Dalı

Sinem Pınar BATTAL

Danışman: Prof. Dr. Celal KÜÇÜKER

**Mayıs 2007
DENİZLİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

İktisat Anabilim Dalı, Genel İktisat Bilim Dalı öğrencisi Sinem Pınar Gürel tarafından Prof. Dr. Celal Küçükler yönetiminde hazırlanan 'Futbol Liglerinde Rekabet ve Türkiye 1. Futbol Ligi'nde Rekabetçi Denge Analizi' başlıklı tez aşağıdaki jüri üyeleri tarafından 21.05.2007 tarihinde yapılan tez savunma sınavında başarılı bulunmuş ve Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Ali İhsan KARATAŞ
Jüri Başkanı

Prof. Dr. Celal Küçükler
Jüri Üyesi (Danışman)

Yrd. Doç. Dr. Sacit Hacı Akdede
Jüri Üyesi

Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 11.06.2007 tarih ve10/1.....sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Nazım Kadri Ekinci
Müdür

BİLİMSEL ETİK

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırılmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atfedildiğini beyan ederim.

Sinem Pınar Gürel

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans bitirme tezi olarak hazırlanan bu çalışmada, bana her konuda yol gösteren danışmanım Prof. Dr. CELAL KÜÇÜKER'e,

Tezin yazımı sırasında hiçbir konuda benden yardımlarını esirgemeyen Yrd. Dç. Dr. Kamil Orhan'a

Tüm bu süreç boyunca manevi desteğini esirgemeyen Arş. Gör. Gökçe Erturan, Okt. Hüseyin Gökçe, Öğr. Gör. Elif Bozyiğit, Ebru Eren ve Tuğba Altın'a,

Uygulama ve istatistik alanında bana yardımcı olan Arş. Gör. Ferda Gülel'e,

Son olarak, sabrı ve sevgisi için eşim Umut Gürel'e ve aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

FUTBOL LİGLERİNDE REKABET VE TÜRKİYE 1. FUTBOL LİGİ'NDE REKABETÇİ DENGİ ANALİZİ

Gürel, S. Pınar
Yüksek lisans Tezi, İktisat ABD
Tez Yöneticisi: Prof. Dr. CELAL KÜÇÜKER

Mayıs 2007, 112 sayfa

Spor liglerinin varlığını sürdürebilmesi için belirli bir rekabet denge düzeyi gereklidir. Belirsizliğin olmadığı müsabakaların sonuçları önceden tahmin edilebilir olacak ve seyircilerden elde edilecek gelirler maksimize edilmemiş olacaktır.

Bu çalışmada rekabetçi dengeyi belirleyen faktörler tartışılmıştır. Rekabetçi dengenin futbol endüstrisindeki uzun dönem etkileri incelenmiştir. Rekabet dengesinin düşük olduğu liglerde karşılaşılan problemler ve alınması gereken önlemler araştırılmıştır.

Çalışmanın uygulama alanında Türkiye 1. Futbol Ligi'nin 48 yıllık tarihinde rekabetçi denge düzeyinin izlediği yolun bulunması amaçlanmıştır. Bu amaç dahilinde C5 Rekabetçi Denge İndeksi ve Herfindahl- Hirschman İndeksi kullanılmıştır. Sonuç olarak, Türkiye 1. Futbol Ligi'nde dönem dönem rekabet dengesine yaklaşılsa da genel olarak rekabetçi denge düzeyinden uzak bir seyir izlendiği bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Spor Ekonomisi, Rekabetçi Denge, Maç Sonucunun Belirsizliği, Rekabetçi Dengenin Ölçümü

ABSTRACT**COMPETITIVE BALANCE IN FOOTBALL LEAGUES AND AN ANALYSIS
OF COMPETITIVE BALANCE FOR THE TURKISH 1. FOOTBALL LEAGUE**

Gürel, S. Pınar
M. Sc. Thesis in Economics
Supervisor: Prof. Dr. CELAL KÜÇÜKER

May 2007, 112 pages

Sports leagues need a certain degree of competitive balance in order to survive. Without uncertainty of outcome of a match, sports leagues will become more predictable and won't be able to maximize the revenue that could be generated from the spectators.

In this study, the determinants of competitive balance have been argued. The long term impact of competitive balance on the football industry has been investigated. Problems observed in leagues without competitive balance and the measures to be taken have been studied.

In the analysis part of this thesis, determining the path of competitive balance level in the 48 year history of the Turkish 1. Football League has been aimed. To this aim, C5 Competitive Balance Index and Herfindahl- Hirschman Index have been used. Results indicated that although the competitive balance was converged from time to time, in general a path far from the competitive balance level was followed in the Turkish 1. Football league.

Keywords: Sports Economics, Competitive Balance, Uncertainty of a Match Outcome, Measuring Competitive Balance

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	i
BİLİMSEL ETİK.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
GRAFİKLER LİSTESİ.....	viii
TABLOLAR LİSTESİ.....	ix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

FUTBOLUN FİNANSAL GELİŞİMİ VE FUTBOL KULÜPLERİNİN GELİR KAYNAKLARI

1.1. FUTBOLUN FİNANSAL GELİŞİMİ.....	3
1.1.1. Futbolun Tarihsel Süreç İçerisinde Finansal Değişimi.....	4
1.2. FUTBOL KULÜPLERİNİN AMAÇLARI.....	11
1.2.1. Kar Maksimizasyonuna Karşı Fayda Maksimizasyonu.....	13
1.2.2. Faydayı Maksimize Eden Kulüplerin Ekonomik Analizi.....	15
1.2.2.1. Fayda maksimizasyonunda Sloane modeli.....	15
1.2.2.2. Fayda maksimizasyonu ilkesi üzerindeki sınırlamalar	18
1.2.3. Karını Maksimize Eden Kulüplerin Ekonomik Analizi.....	20
1.2.3.1 Kar maksimizasyonunda Scully modeli.....	20
1.2.4. Lig Yaklaşımları	24
1.3. FUTBOL KULÜPLERİNİN GELİR KAYNAKLARI	25
1.3.1. Gişe Gelirleri.....	27
1.3.1.1. Fiyat farklılaştırması.....	28
1.3.2. Televizyon Yayın Hakkı Gelirleri.....	29
1.3.2.1. Televizyon yayınlarının ekonomik analizi.....	32
1.3.3. Sponsorluk Gelirleri.....	32
1.3.4. Transfer Gelirleri.....	34
1.3.4.1. Yetenek düzeylerine göre oyuncu ücretlerinin belirlenmesinde Scully modeli...	35
1.3.4.2. Coase Teoremi ve transfer sistemi.....	38
1.3.5. Ticari Gelirler ve Diğer Gelirler.....	40
1.3.5.1. Reklam gelirleri.....	40
1.3.5.2. Tesis faaliyet gelirleri.....	41
1.3.5.3. Lisans ve ticari ürünler isim hakkı gelirleri.....	41
1.3.5.4. Performansa bağlı diğer gelir kaynakları.....	41

İKİNCİ BÖLÜM REKABETÇİ DENGİ

2.1. REKABETÇİ DENGİ	43
2.1.1. Seyirci- Taraftar Katılımı ve Rekabetçi Denge.....	47
2.1.1.1. Piyasa büyüklüğü ve katılım.....	48
2.1.1.2. Taraftar yoğunluğu.....	49
2.1.2. Gelir Paylaşımı ve Rekabetçi Denge.....	51
2.1.2.1. Kar maksimizasyonunu hedefleyen kulüplerden oluşan liglerde gelir paylaşımı ve rekabetçi denge.....	57
2.1.2.2. Fayda maksimizasyonunu hedefleyen kulüplerden oluşan liglerde gelir paylaşımı ve rekabetçi denge.....	63
2.1.2.3. Karma amaçlı kulüplerden oluşan liglerde gelir paylaşımı ve rekabetçi denge...	65
2.1.3. Kulüpler Arasındaki Zenginlik Farkı ve Rekabetçi Denge.....	68
2.1.4. Kulüplerin Amaçları ve Rekabetçi Denge.....	69
2.1.5. Ev Sahibi Takım Avantajı ve Rekabetçi Denge.....	73
2.1.6. Güç Paradoksu.....	74

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM REKABETÇİ DENGİ ANALİZİ VE TÜRKİYE 1. FUTBOL LİĞİ İÇİN REKABETÇİ DENGİ ANALİZİ UYGULAMASI

3.1. REKABETÇİ DENGİ ANALİZİ	80
3.1.1. Standart Sapma.....	82
3.1.2. Lorenz Eğrisi ve Gini Katsayısı.....	83
3.1.3. C5 Rekabetçi Denge İndeksi ve Kulüp Yoğunlaşma Oranı.....	86
3.1.4. Herfindahl- Hirschman İndeksi	87
3.2. TÜRKİYE 1. FUTBOL LİĞİ İÇİN REKABETÇİ DENGİ ANALİZİ UYGULAMASI	91
3.2.1. Kulüp Yoğunlaşma Oranı ve C5 Rekabetçi Denge İndeksi.....	91
3.2.2. Herfindahl- Hirschman İndeksi.....	94
SONUÇLAR.....	98
KAYNAKÇA.....	100
EKLER.....	104
ÖZGEÇMİŞ.....	112

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1.1. İngiltere Lig Katılımları (1974-1985).....	7
Grafik 1.2. Fayda Maksimizasyonu Hedefi Dahilinde Farklı Büyüklükteki İki Şehrin Karşılaştırması.....	17
Grafik 1.3. Başarı, Ortalama Gelir, Katılım ve Kar.....	22
Grafik 1.4. Coase Teoremi.....	39
Grafik 2.1. İki Takımdan Oluşan Ligde Gişe Gelirlerinin Paylaşımı.....	56
Grafik 2.2. İnelastik Emek Arzı.....	78
Grafik 2.3. Elastik Emek Arzı.....	78
Grafik 3.1. Düzeltilmiş Gini Eğrisi.....	84
Grafik 3.2. C5 Rekabetçi Denge İndeksi (1959- 2006).....	95
Grafik 3.3. Türkiye 1. Futbol ligi Herfindahl- Hirschman İndeksi (1959-2006).....	96
Grafik 3.4. Türkiye 1. Futbol Ligi Herfindahl –Hirschman Rekabetçi Denge İndeksi (1959- 2006).....	97

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Dünya Kupası'nın Ev Sahibi Ülke Ekonomilerine Etkileri (1930- 2002).....	10
Tablo 1.2. Avrupa Liglerinde Gelir Dağılımı (2001).....	26
Tablo 1.3. Premier Lig'de Gelir Kaynakları(1992- 2003).....	26
Tablo 1.4. İngiltere'de Lig Maçlarının Naklen Yayın Bedeli (1983-1997).....	30
Tablo 1.5. Türkiye 1. Futbol Ligi'nde 2004- 2005 Sezonunda Yayın Bedellerinin Kulüpler Arasında Paylaşımı.....	31
Tablo 1.6. MLB'de Medya Gelirleri ve Oyuncu Ücretleri (2001).....	35
Tablo 3.1. Kazanma Kaybetme Kayıtları.....	83
Tablo 3.2. Farklı Takım Sayılarından Oluşan Liglerde tGini _{PI}	85
Tablo 3.3. HHI ve dHHI'nın Alt ve Üst Sınırı.....	90
Tablo 3.4. C5 İndeksinin Takım Sayılarına Göre Düzenlenmiş Alt ve Üst Sınırları.....	92
Tablo 3.5. İlk 5 Takımın Diğer Sezonlara Göre Toplam Puan İçerisinde Daha Yüksek Paya Sahip Olduğu Sezonlar.....	92
Tablo 3.6. İlk 5 Takımın Diğer Sezonlara Göre Toplam Puan İçerisinde Daha Düşük Paya Sahip Olduğu Sezonlar.....	93
Tablo 3.7. Takım Sayılarındaki Değişmeye Duyarlı Olacak Şekilde Düzenlenmiş HHI _{ALT} ve HHI _{ÜST} Sınırları.....	95

GİRİŞ

‘Futbol Liglerinde Rekabet ve Türkiye 1. Futbol Ligi’nde Rekabetçi Denge Analizi’ başlıklı bu çalışmada rekabet dengesinin ne olduğu ve ligler için gerekliliği tartışılmıştır ve Türkiye 1. Futbol Ligi’nde yer alan takımlar arasındaki rekabet düzeyinin bulunması amaçlanmıştır¹. Bir ligin genel başarısını belirleyen temel faktör rekabetçi dengedir. Çünkü diğer şartlar eşit olduğunda, maç sonucunun belirsizliği taraftarlar üzerinde büyük bir ilgi yaratmaktadır. Rekabet dengesinin az olduğu bir lig, izlenme oranını ve dolayısıyla da gelirlerini maksimize etmemiş olacaktır. Bu durum da birçok takımın uzun dönemde ligi terk etmesine neden olabilir. Bu sebeple, rekabetçi dengeyi oluşturmak ve sürdürmek bir kulübün veya ligin temel amacı olmalıdır. Spor liglerinin arkasındaki işletme mantığı, rekabetçi dengeyi devam ettirmek için bazı düzenlemeler yapmayı gerekli kılmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde, futbolun finansal gelişimi ve futbol kulüplerinin gelir kaynakları incelenmiştir. Futbolun tarihsel süreç içerisinde finansal değişiminden söz edilmiş ve futbol kulüplerinin gelir kaynakları anlatılmıştır. Futbol günümüzde yalnızca bir spor olmaktan çıkarak, stratejik ve finansal tekniklerle kar maksimizasyonu ilkesine göre yönetilmesi gereken bir endüstri haline dönüşmüştür. Kulüplerin halka açılmasıyla borsada gerçekleşen işlemleri, televizyonlardan alınan yayın hakkı ücretleri, sponsorluk gelirleri, gişe gelirleri ile futbol ticaret sektörünün sahip olduğu tüm etkinlikleri bünyesinde barındırmaya başlamıştır.

İkinci bölümde; rekabetçi denge konusu incelenmiştir. Rekabet dengesinin varlığının ya da yokluğunun, futbol gelirlerinin miktarını ve kulüpler arasındaki dağılımını nasıl etkilediğinden söz edilmiştir. Rekabetçi dengenin ligler ve kulüpler için gerekliliği tartışılmış ve dengenin olmadığı liglerde karşılaşılan problemlerden

¹ Çalışmada 2006-2007 sezonunda Turkcell Türkiye Süper Ligi olarak anılan lig genel bir isimlendirme ile Türkiye 1. Futbol Ligi olarak kullanılmıştır.

bahsedilmiştir. Rekabetçi dengeyi etkileyen faktörler incelenmiş ve optimal rekabet dengesinin sağlanması için kullanılacak araçlar tartışılmıştır.

Rekabetçi Denge Analizi ve Türkiye 1. Futbol Ligi'nde Rekabetçi Denge Analizi başlıklı üçüncü bölümde ise rekabet dengesini analiz etmek için kullanılan yöntemler anlatılmıştır. Daha sonra Türkiye 1. Futbol Ligi'nin rekabet dengesi hesaplanmaya çalışılmıştır. Rekabetçi dengenin belirli yıllar ve belirli dönemler arasında farklılık gösterip göstermediği, takım sayısı arttırılıp azatlığı zamanda değişimi ve uzun dönemde Türk futbol piyasasını nasıl etkilediğinin bulunması amaçlanmıştır. Son olarak da elde edilen bulgular açıklanmış ve rekabet dengesini geliştirmek için neler yapılabileceği tartışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

FUTBOLUN FİNANSAL GELİŞİMİ VE FUTBOL KULÜPLERİNİN GELİR KAYNAKLARI

1.1. FUTBOLUN FİNANSAL GELİŞİMİ

1980'lerin sonunda tüm dünyada futbol sektöründe yapısal bir dönüşüm süreci başlamıştır¹. Futbol yalnızca bir spor olmaktan çıkarak, stratejik ve finansal tekniklerle kar maksimizasyonu ilkesine göre yönetilmesi gereken bir endüstri haline gelmiştir. Seyircilerin belirli bir ücret ödeyerek izlediği ve sporcuların da belirli bir ücret karşılığında gerçekleştirdiği tüm spor dalları ticari bir sektöre dönüşmüştür. Bu önemli faktörlere ek olarak; küreselleşen dünyada, teknolojinin de hızla gelişimiyle, dijital platformların kurulması ve şirketlerin spor organizasyonlarının yayın haklarını büyük ödemeler yaparak satın almaları, bu alandaki ticari dönüşümü büyük oranda etkilemiştir. Kulüplerin sportif etkinlikleri, ticari bir ürün olarak pazarlanmaya ve taraftar bağımlılığı da ticari bir fon olarak görülmeye başlanmıştır. Ticari dönüşümde başarılı olan kulüpler, spor karşılaşmalarından karlı çıkarlarken, bu dönüşümde başarılı olamayan kulüpler de büyük borç yükleri nedeniyle oyuncularının bile ücretini ödeyemeyecek duruma gelmişlerdir. Bu rekabet ortamında güçlü takımlar daha fazla güç sahibi olurken, güçsüz takımlar iyice zayıflamıştır.

Geçmişte kulüpler en düşük finansman ile sportif başarıya ulaşmayı hedeflemişlerdir. Kulüplerin yönetiminde ticari beklentiler değil, başarı faktörleri öncelik kazanmaktayken, zamanla başarı sadece daha fazla finansal olanak sağlayacağı için istenir hale gelmiştir. Bunun yanı sıra yenilenen stadyumlar ile taraftar niteliğindeki tüketiciye, futbol dışında da ürün ve hizmetler sunulmaya başlanmıştır.

¹ Bu dönüşüm; 1980'li yıllarda kulüplerin başına, ticari mantaliteye sahip işadamı yöneticilerin gelmesi ile olmuştur. Ken Bates'in Chelsea'ye, Berlusconi'nin Milan'a gelmesi gibi örnekler verilebilir.

Dünya üzerindeki üç milyar insana ulaşmanın futbol ile mümkün olabileceğini gören medyanın, dijital platformlar aracılığı ile seyirciye ulaşması kulüplere büyük bir gelir kaynağı yaratmıştır. Buna bağlı olarak da birçok medya kuruluşu spor yayıncılığında önemli bir yer almak istemiştir.¹ Televizyon yayın hakkı gelirin yanında ticari ürün lisansları, maç günü bilet geliri, sponsorluk geliri, stada bağlı olarak oluşan yan gelirler (otopark, hediyelik eşya, gıda hizmetleri...) ve transfer geliri, kulüplerin diğer gelir kaynaklarını oluşturmaktadır. Kulüplerin gelir kaynaklarının artmasıyla beraber sektörde oluşan nakit miktarının kulüpler arasındaki dağılımı dengeli olmamıştır. Dengesiz gelir dağılımı da liglerin genelinde rekabetçi dengeyi azaltmıştır.

1.1.1. Futbolun Tarihsel Süreç İçerisinde Finansal Değişimi

Futbol, bugünkü haline en yakın şeklini, 17. yüzyılda İngiltere’de almıştır. İngiliz okullarında başlayan modern futbolun kuralları okullar tarafından belirlenmiştir. Bu da, her okulun farklı kuralları olduğundan, ortak bir lig oluşturulmasını imkânsız kılmıştır.

1857 yılında İngiltere’de ilk futbol kulübü Sheffield kurulmuş ve daha sonra da 26 Ekim 1863 yılında İngiltere Futbol Federasyonu’nun (FA) kurulmasıyla modern futbolun ilk temelleri atılmıştır. İngiltere Futbol Federasyonu’nun kuruluşundan 8 yıl sonra üye kulüplerin sayısı 50’ye ulaşmıştır. İngiltereli gemiciler ve tacirler sayesinde Avrupa’ya ve tüm dünyaya ulaşan futbol Danimarka ve Hollanda’da da federasyonların kurulmasıyla beraber bir ilgi odağı haline gelmiştir. 21 Mayıs 1904’te Fransa’da Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği (FIFA) kurulmuştur. 1912 yılında üye sayısını 20’ye çıkaran FIFA, ilk Dünya Kupasının oynandığı 1930 yılında 46 üye sayısına ulaşmıştır. Bugün ise 205 üye federasyona sahip olan FIFA’da 305.000 kulüp, 1.548.000 üzerinde takımda 246 milyon futbolcu bulunmaktadır.

FIFA’nın kurulmasıyla beraber, uluslar arası futbolu yönlendirecek bazı kurallar belirlenmiştir. Kulüpler ve oyuncuların aynı anda birden fazla federasyona bağlı olmasının yasaklanması, federasyonların karşılıklı ve tam olarak tanınması, bir

¹ İngiltere’de Sky Tv, Leeds United, Chelsea ve Manchester United kulüplerinin % 9.9, NTL Aston Villa kulübünün %9.9 paylarına sahiptir.

federasyon tarafından verilen oynama yasağının bütün federasyonlarca tanınması, bütün oyunların FIFA kurallarına uyularak oynanması bu kurallar bütününün bir bölümünü oluşturmaktadır. FIFA, 1906 yılında Atina'da düzenlenen ilk modern olimpiyatlarda futbolun da yer almasını sağlamıştır. 1 Mart 1921 yılında Jules Rimet'in FIFA başkanlığına gelmesiyle Dünya Kupası fikri ortaya çıkmıştır. Her ülkenin olumlu baktığı bu gelişme 1930 yılında Uruguay'da gerçekleşmiştir. Daha sonraları da düzenlenen bu kupanın adı 1974 yılında FIFA Dünya Kupası olarak değiştirilmiştir. 1934 yılında yapılan 2. Dünya Kupası finali ilk defa radyodan canlı olarak yayınlanmıştır. Böylelikle stat dışında da izleyici oluşturma olanağı ortaya çıkmıştır. Bu olay futbolun bugün milyarlarca ulaşan küresel TV seyirci kitlesine sahip olmasının ve bunun bir getirisi olarak da ticari bir sektör haline dönüşmesinin, ilk adımı olmuştur.

11 Haziran 1974'te FIFA'nın başkanlığına Dr. Joao Havelange'nin gelmesiyle FIFA tarihinde ticari anlayışa dayanan yeni bir dönem başlamıştır.¹ FIFA'nın gelirini üye aidatları ve 4 yılda bir düzenlenen Dünya Kupası gelirleri oluşturmuştur. Havelange'in FIFA başkanlığına gelmesiyle, ticari fırsatlara önem verilen dinamik bir yapı oluşturularak 1986 yılında Meksika'da yapılan Dünya Kupası ile takım sayısı 16'dan 24'e çıkarılmıştır. Böylelikle organizasyondaki maç sayısının artışına bağlı olarak, seyirci sayısının çoğalması, heyecanın yükselmesi ve televizyonlardan elde edilen gelirlerin artması hedeflenmiştir. Fransa 98 Dünya Kupasında ise takım sayısı 32'ye arttırılmış ve izlenme oranı açısından en yüksek seyirciye bu kupada ulaşılmıştır. Ayrıca Havelange'in başkan olduğu dönemde Adidas ve Coca-Cola FIFA'nın stratejik ortakları olarak, futbolun küreselleşmesine ve FIFA'nın gelirlerinin artmasına katkıda bulunmuşlardır.

1978 yılında ise FIFA'nın ana sponsor sayısı altıya ulaşmıştır. Sponsorlar düzenlenen kupalar sayesinde aynı anda milyonlarca insana ulaşabilmişlerdir. Reklam giderlerini futbola yansıtmaya başlayan sponsorlar, hem prestijlerini arttırmayı başarmış hem de profesyonel futbola bir gelir kaynağı oluşturmuşlardır. 1983 yılında ISL (International Sport and Leisure) yan kuruluşu, FIFA bünyesinde oluşturulmuş ve ISL

¹ 1974 yılında başkan seçilen ve 24 yıl FIFA başkanlığı yapan Havelange'in 'Ben buraya futbol adı verilen bir oyunu pazarlamaya geldim.' cümlesi de FIFA'da ki ticari dönüşümün başlangıcının Havelange olduğunu gösterir.

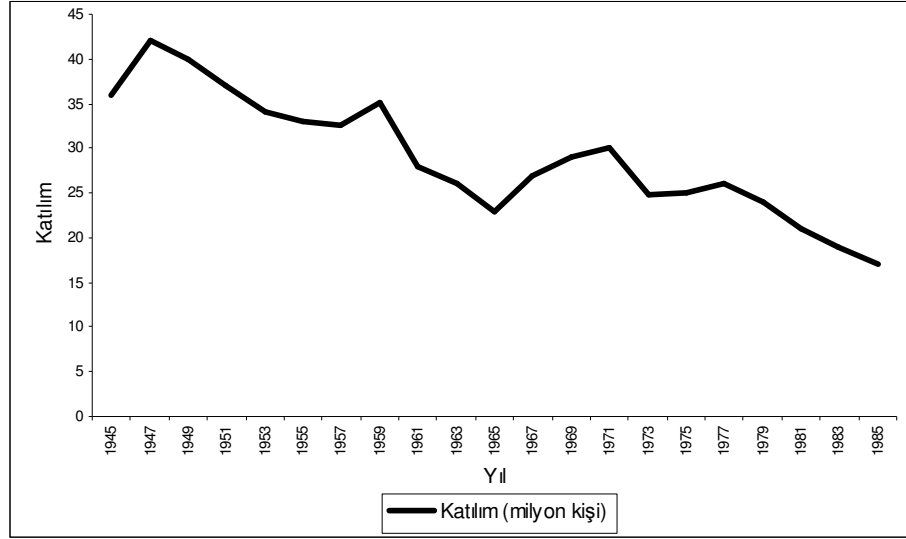
stadyum reklamı haklarını pazarlama görevini üstlenmiştir. Böylelikle artık futbol, ticari bir mantıkla yürütölmeye başlanmıştır.

Avrupa'nın ulusal futbol federasyonlarını bünyesinde barındıran UEFA, 1954 yılında Avrupa Futboluna yön vermek amacıyla kurulmuştur. UEFA önce 1958 yılında Avrupa Ulusal Kupasını yürürlüğe koymuştur. Bu kupanın adı 1968 yılında Avrupa Futbol Şampiyonası olarak değiştirilmiş, 1992'de Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası daha sonra da Şampiyonlar Ligi olmuştur ve hala bu isimle devam etmektedir. UEFA, Şampiyonlar Ligi'ne katılan takımlara ödöller vererek, rekabeti, heyecanı, buna bağılı olarak da seyirci sayısını ve geliri arttırmayı hedeflemiştir.

1950 ve 1980 yılları arasındaki dönemde, futbol teknik yapılanmasını gerçekleştirerek, ticarileşmeye geçme öncesinde güç kazanmıştır. Başlangıçta futbol ligleri içinde eşitliğe önem verilmiştir. Büyük şehirlerde fazla nüfusun gişe gelirlerini arttırmasından dolayı bu şehirlerde kurulan kulüplerin gişe gelirlerinden büyük kazanç elde etmelerini ve dolayısıyla lige hakim olmalarını önlemek amacıyla, kulüpler gişe gelirlerini adil bir şekilde paylaşmaya başlamışlardır. Avrupa'da 1980 yılına kadar lig maçlarında, misafir takımlar gişe gelirlerinin %20'sini almışlardır. Amerika'da NFL'de misafir takım hala gişe gelirin %40'ını almaktadır (Szymanski ve Késenne, 2004: 166).

1980 sonrasında televizyonun yaygın kullanımına bağılı olarak, futbol dünyanın her tarafına pazarlanabilir bir sektör halini almıştır. Dijital yayın olanaklarının, teknolojinin ilerlemesine bağılı olarak gelişmesi futbol sektöründe büyük bir ticari dönüşüme neden olmuştur. Bu değışim ile futbol yalnızca spor dalı olmaktan çıkarak büyük bir ticari sektöre dönüşmüştür. Kulüplerin halka açılmasıyla borsada gerçekleşen işlemleri, televizyonlardan alınan yayın hakkı ücretleri, sponsorluk gelirleri, bilet gelirleri, forma ve tutundurma ile ilgili eşyaların satış gelirleri ile futbol ekonomik bir sektörün sahip olduğı tüm etkinlikleri bünyesinde barındırmaya başlamıştır. Kulüplerin birincil hedefi de elde edecekleri gelirleri maksimize etmek olmuştur. Kulüplerin başkanlığına, ticari mantığa sahip işadamlarının gelmesiyle futboldaki ticari dönüşüm hızla artmıştır. Bu dönüşüm aynı zamanda futbolun daha da profesyonelleşmesine olanak sağlamıştır. Bununla beraber; Avrupa liglerinde artması beklenen taraftar katılımı giderek azalmaya başlamıştır. Çünkü Premier Lig'deki kulüpler, yıldız

oyuncularını daha fazla gelir elde edebilmek için satmaya başlamışlardır. Bunun bir sonucu olarak da, takımların rekabet güçleri iyice azalmış, kar oranları ve seyirci ilgisi düşmeye başlamıştır. Grafik 1.1. İngiltere’de 1974-1985 yılları arasındaki seyirci talebini göstermektedir.



Grafik 1.1. İngiltere Lig Katılımları 1974- 1985

Kaynak: Rothmans Football Book, Gratton, Taylor: Economics of Sport and Recreation, 2000, 201

Ligdeki seyirci talebi incelendiğinde; katılımın 1948-1949 sezonunda 41.3 milyon kişi iken, İngiltere’nin Dünya Kupası’nı aldığı 1966 yılı dışında, sabit bir noktaya ulaştığı 1985-1986 yılına kadar düşmeye devam ettiği görülmektedir. 1985 yılı İngiliz futbolu için önemli bir dönem olmuştur. Bradford şehrinin ahşap stadyumunda çıkan yangın yüzünden 55 kişi ölmüş ve 200 kişi yaralanmıştır. Yine 1985’te Avrupa Kupası’nda 38 Juventus taraftarı, Liverpool taraftarları tarafından Heysel Stadyumu’nda öldürülmüştür. 1985 yılından sonra İngiliz futboluna giderek artan talep nedeniyle takımların gelirleri artış göstermiştir. 1990’larda İngiltere’de artık daha sağlıklı bir futbol başlamıştır. 1989 yılında; Hillsborough’da Liverpool ile Nottingham Forest arasında yapılan FA kupası yarı final maçında yaşanan izdiham nedeniyle 96 Liverpool taraftarının ezilerek ölmesi, stadyumların güvenlik ve kontrol mekanizmalarının tekrar gözden geçirilmesine neden olmuştur. İngiliz hükümetinin olay sonrasında konuyla ilgili düzenlediği raporda; (Taylor Raporu -1990) stadyumlarla ilgili genel güvenlik önlemleri yer almıştır. Stadyumların, tüm taraftarların müsabakayı oturarak izlemesine olanak verecek şekilde yeniden düzenlenmesi bu raporda öneri olarak yer almıştır.

Gerekli finansman, futbol bahislerindeki hükümet payının azaltılarak aradaki farkın stat yenileme çalışmalarına tahsis edilmesi ile sağlanmıştır. Stadyumların yeniden yapılandırılması, aynı zamanda futbol sektöründeki ticarileşmenin de farklı bir başlangıç noktasını oluşturmuştur. Eskiye göre çok daha modern olan yeni stadyumlar artık sadece bir spor merkezi değil, aynı zamanda, ticaret ve eğlence merkezi olarak yeniden yapılandırılmıştır. Farklı gelir seviyelerindeki taraftarlardan farklı gelirler elde edebilmek için fiyat farklılaştırması fikri oluşmuş ve tribünlerde VIP locaları kurulmuştur. Ticarileşme sürecinin devamında bazı takımlar hisselerini halka açarak borsaya girmiştir. İngiltere profesyonel futbol takımlarında en büyük değişiklik televizyon yayın hakkından sağlanan gelirlerin artmasıyla oluşmuştur.

1992-1998 yılları arasında Premier Lig'de televizyon yayın hakkından elde edilen gelirlerin kulüpler arasındaki dağılımı incelendiğinde (bkz: Ek1) beş büyük takımın, Manchester United, Arsenal, Liverpool, Chelsea ve Leeds, ortalama olarak tüm gelirlerin %30'unu aldıkları görülmektedir (Monopolies and Mergers Commission: 1999). Televizyon yayın hakkının satılmasından doğan bu gelir, Premier Lig'de oynayan kulüplerin ekonomik kazançlarını etkileyen en önemli faktördür (Gratton ve Taylor, 2000: 204). Televizyon yayın hakkı gelirleri, zengin ve fakir kulüpler arasında büyük bir uçurum oluşmasına neden olmuştur. Öyle ki; Premier Lig kulüpleri, televizyon yayınlarından her sezon için yaklaşık 8 milyon £ alırken, bir alt kademedeki ligler sadece, 0,5 milyon £ kazanmaktadır.

Kulüpler zaman içerisinde gelirlerini arttırmaya başlamışlardır fakat transfer ücretlerindeki artışlar gelir artışlarından daha hızlı olduğu için, kulüpler kendilerine yeni bir fon bulmak zorunda kalmışlardır. Ayrıca daha önceleri sektör içerisinde kalan transfer fonları, Bosman Kuralları ile oyunculara geçmiş ve sektör dışına tüketim harcamaları olarak yansımıştır. Şirketleşerek borsaya giren ve hisselerini satmaya başlayan kulüpler için, sermaye piyasaları yeni bir fon kaynağı olmuştur. 1983 yılında Tottenham Hotspur kulübü önce Tottenham Hotspur PLC adında bir holding şirket kurmuş ve Tottenham Hotspur FC, bu holding şirketinin futbol branşı olmuştur. Stat dâhil olmak üzere tüm aktifler bu şirkete devredilmiştir. Daha sonraları, Millwall (1989) ve Manchester United (1991) şirketleşerek borsada hisselerini kota ettirmişlerdir (Deloitte&Touche, 1998). Deloitte&Touche'ın raporuna göre, kulüplerin toplam karları 1995 -1996' da 52 milyon £ iken, 1996-1997'de 86 milyon £'a ulaşmıştır. 2005- 2006

sezonunda ise tüm Avrupa'da, 12 İngiltere, 6 Danimarka, 3 İskoçya, 3 İtalya, 2 Portekiz, 2 Almanya ve 1 Hollanda kulübü borsada işlem görmüştür. Ülkemizde ise dört futbol kulübünün (Beşiktaş, Galatasaray, Fenerbahçe, Trabzonspor) hisseleri borsada işlem görmektedir (bkz: Ek2) Sermaye piyasalarına girerek halka açılma, uzun vadeli ve düşük maliyetli yeni fonlar sağlayabilmenin en önemli yollarında birisidir. Borsadan sağlanan kaynaklar ile statlar geliştirilmiş, borçlar ödenebilmeye başlanmış ve yıldız oyuncular transfer edilebilir hale gelmiştir.

Kulüpler kendi gelir ve harcama kalemlerini oluşturarak birer işletme haline dönüşmüşlerdir. Bu işletmelerden oluşan futbol sektörü ise sadece kendisini beslemekle kalmayıp ülkelerin de ekonomileri üzerinde etkili olmaya başlamıştır. Tablo 1.1' de Dünya Kupasının ev sahibi ülke ekonomilerine etkileri gösterilmiştir.

Tablo 1.1 Dünya Kupası'nın Ev Sahibi Ülke Ekonomilerine Etkileri 1930- 2002 (%)

	Kupadan 1 Yıl Önce Büyüme Hızı (%)	Kupa Yılında Büyüme Hızı (%)	Kupadan 1 Yıl Sonraki Büyüme Hızı (%)	Kupa Nedeniyle Ort. Büyüme Hızı (%)
1930-Uruguay	0.8	13.7	-17.3	-0.9
1934-İtalya	-0.7	0.4	9.6	3.1
1938-Fransa	5.8	-0.4	7.2	4.2
1950-Brezilya	6.1	4.8	6.0	5.6
1954-İsviçre	3.5	5.6	6.7	5.3
1958-İsveç	4.5	0.5	3.1	2.7
1962-Şili	4.8	4.7	6.3	5.3
1966-İngiltere	2.3	2.0	2.5	2.3
1970-Meksika	6.1	6.6	4.2	5.6
1974-Almanya	4.6	0.5	-1.0	1.4
1978-Arjantin	6.0	- 4.4	7.1	2.9
1982-İspanya	8.8	-0.5	-3.5	1.6
1986-Meksika	2.2	-3.1	1.7	0.3
1990-İtalya	2.9	2.0	1.4	2.1
1994-Amerika	2.7	4.0	2.5	3.1
1998-Fransa	1.9	3.6	3.2	2.9
2002-Güney Kore	3.8	7.0	3.1	4.6
2002-Japonya	0.3	-0.3	1.5	0.5
Ort. Büyüme Hızları	3.7	2.6	2.5	2.9

Kaynak: Akşar Tuğrul, 2006 Dünya Kupasının Ekonomik Analizi, www.fesam.org.

Dünya Kupasının oynandığı ev sahibi ülkelerde kupanın ekonomik etkilerini incelendiğinde; ev sahibi ülkelerin kupadan bir yıl önceki büyümelerinin yıllık ortalama 3.7 olarak gerçekleştiği görülmektedir. 1930 -2002 yılları arasında düzenlenen 18 Dünya Kupası'nda ev sahibi ülkeler arasında sadece İtalya'nın binde yedi oranında küçüldüğü görülmüştür. Kupanın düzenlendiği yıl itibariyle ev sahibi olan ülkelerin ortalama büyüme hızlarının % 2.6 olarak gerçekleştiği; bu ülkeler arasında en yüksek büyümeyi Uruguay'ın 1930 yılında %13.7 ile gerçekleştirmesine karşın; kupa döneminde bu organizasyonun parasal etkisinden yararlanamayan ülkelerin de bulunduğu görülmüştür. Kupa sonrasında ülkelerin büyüme hızlarına bakıldığında, ev sahibi ülkelerin büyüme hızlarının ortalama %2.5 düzeyinde gerçekleştiği; bu genel değerlendirme içerisinde sadece üç ülkenin negatif büyüme hızı sergilediği görülmektedir (Aksar ve Merih: 2006).

Dünya Kupası şampiyonu olan ülkede, ekonomide ortalama %0.7 büyüme oluşurken, kupayı kaybeden finalist ülkede bir önceki yıla oranla, ortalama %3 daralma görülmektedir. Futbol performansının tüketicilerin ekonomik davranışları üzerindeki etkileri psikolojik kaynaklıdır. Çünkü mutlu tüketiciler daha fazla harcama yaparlar (ABN AMRO Economics Department, Soccer and The Economy, Edition March: 2006).

1. 2. FUTBOL KULÜPLERİNİN AMAÇLARI

Spor ekonomisinin, kulüp davranışlarını ekonomik bir yaklaşım çerçevesinde açıklayabilmek için araştırma gündemine aldığı en önemli sorunlardan birincisi, onların davranışlarının arkasında yatan amaç fonksiyonunu belirlemektir. Başka bir anlatımla öncelikle yanıtlanması gereken soru kulübün amacının kar maksimizasyonu mu yoksa fayda maksimizasyonu mu olduğudur. Böylece bir kulübün seçmiş olduğu amaç, kulübün bilet fiyatlandırması, sporcu emeği kiralaması ve bulunacağı şehri seçmesi gibi bir dizi ekonomik kararları ile ilgili davranışları hakkında öngörü yapılmasına imkân sağlayacaktır. Ayrıca profesyonel takım sporlarının gerçekleştirildiği liglerde sadece kulüplerin amaçları değil aynı zamanda ligin kendi amacı da önemlidir. Bu nedenle spor ekonomisinde amaçların belirlenmesi iki düzeyde incelenmektedir: Firma düzeyinde kulüp amacı ve sektör (piyasa) düzeyinde bir bütün olarak lig amacı.

Profesyonel kulüpler iki açıdan tekeli özelliğe sahiptir. Birincisi yerel tekel olması ikincisi ise doğal tekel özelliğine sahip olmasıdır. Profesyonel kulüpler özgün bir doğal monopol yapıya sahiptirler ve bu yapı genel olarak diğer ekonomik sektörlere uygulanan anti-tröst uygulamalardan muaf tutulmaktadır. Profesyonel futbol kulüplerinin anti-tröst uygulamalardan muaf tutulmasının temelinde yatan en önemli olgu sportif mücadelelerin bir rakip gerektirmesidir. Bir kulübün seyircilerini etkilemek için her zaman başka bir takıma ihtiyacı vardır ve bu durum sporun kendine özgü karakteristik bir özelliğidir. Aynı zamanda profesyonel bir takım bulunduğu şehir için de yerel monopol konumundadır. Çünkü o şehirde bulunan seyirciler için yakın ikamesi olmayan bir spor hizmeti sunmaktadır ve seyircilerin çoğu da biletlerinin daha ucuz olmasına rağmen aynı şehirde bulunan amatör bir takımın maçını veya bir alt kümede yer alan bir takımın maçını izlemektense, profesyonel takımın maçını izlemeyi tercih

edeceklerdir. Bu tercihlerin veya davranışların ekonomik açıdan bir açıklamasını yapmak için talebin çapraz fiyat esnekliği kullanılabilir. Bu durumda talebin çapraz fiyat esnekliği sıfır olacaktır. Eğer seyirciler yani tüketiciler, yakın ikamesi olmayan bir mal veya hizmet talebi ile karşı karşıya ise bu durumda talebin çapraz fiyat esnekliği sıfıra yakın bir değer olacaktır (Sandy vd, 2004: 7).

Spor ekonomisinde kulüplerin amaç fonksiyonu genel olarak iki temel düzeyde incelenmektedir. Bunlardan birincisi kulüplerin, diğer ekonomik sektörlerde olduğu gibi belirli bir bütçe kısıtı altında karlarını maksimize eden firmalar gibi analiz edilmesidir. İkincisi ise kulüplerin sportif başarılarından kaynaklanan faydayı maksimize eden kuruluşlar olarak incelenmesidir. Kar maksimizasyonu hipotezi, firmanın hem ürün piyasasındaki hem de emek/faktör piyasasındaki davranışları üzerinde doğrudan etkileri olduğunu ileri sürer. Kar maksimizasyonunu hedefleyen kulüpler emek piyasasında oyuncuları ya da herhangi bir faktörü kiralarken, son kiralanan faktörün marjinal getirisini o faktörün marjinal maliyetine eşitlemektedirler. Ürün piyasasında ise; kulüpler üretilen son miktardan elde edilecek olan geliri o ürünün marjinal maliyetine eşitlemektedirler. Kulüpler birçok maçta yer alsalar bile değiştirebilecekleri tek çıktı kazandıkları maç sayısıdır. Başarılı bir takım kurmanın maliyeti dikkate alınmadan, kazanılan maç sayısı ile taraftar katılımı arasında bir ilişki olmasından dolayı, bir takım sahada ne kadar çok başarılı oyun sergilerse; o takımın o kadar çok karlı olacağı öngörülebilir. Ancak Szymanski ve Kuypers'ın (1999), 40 İngiliz futbol kulübü ile 1978- 1997 arasındaki sezonların verileriyle yaptıkları çalışmada karlar ve performans arasında güçlü bir ilişki bulunmamıştır. Böyle bir sonuç; kulüplerin başarılı oyun ortaya çıkarmak için oyunculara çok yüksek ücretler ödenmesinden kaynaklanabilir.

Fayda maksimizasyonunu amaçlayan kulüpler kazanma yüzdelerinin artmasından kaynaklanan faydalarını maksimize etmek isteyeceklerdir. Fayda maksimizasyonunu hedefleyen kulüplerde, kulüp sahipleri aslında takımlarını ticari bir iş gibi yönetmekten çok fayda sağlayabilecekleri bir tüketim aktivitesi veya hobi olarak gören fanatik taraftarlardır. Kulüplerin fayda fonksiyonu kazanma yüzdesi ile ifade edilebilen başarılı oynama ve galibiyet, taraftar katılımı ile ortaya çıkan spektaküler maç atmosferi, ligin bütünündeki heyecanı yansıtan rekabetçi denge oranı gibi değişkenleri içermektedir.

Ekonomistler, Kuzey Amerika'da diğer bütün endüstrilerde olduğu gibi futbolda da asıl amacın kar maksimizasyonu olduğu görüşündedir. Avrupa'da ise fayda maksimizasyonu daha ön plandadır (Sloane: 1969, Wisemann: 1977, Szymanski ve Smith: 1997). Kar maksimizasyonuna yönlendiren davranışlar açısından Amerika ve Avrupa ligleri ele alındığında; iki temel fark görülmektedir. Bunlardan birincisi; Amerika'daki profesyonel spor kulüplerinin sürekli lig statüleri sayesinde elde ettikleri yerel monopol yapılarının kulüpler sahada kötü performans sergilese bile bir alt lige düşmelerine engel olmasıdır. Diğer bir fark ise; Amerika liglerinin bir takımın yerleştiği bölgeye aynı lig içerisinden başka bir takımın yerleşmesine izin vermemesidir. Avrupa'da, bir şehirdeki birçok kulüp Premier Lig'e yükselebilir. Sadece Londra'nın Premier Lig'de oynayan beş kulübü vardır. Bu durumun aksine Amerika'daki büyük şehirlerde her spor dalı için ana (temel) liglerde yer alan tek bir spor kulübü olduğu görülmektedir.

1.2.1. Kar Maksimizasyonuna Karşı Fayda Maksimizasyonu

Kulüplerin bazı davranış biçimleri, fayda maksimizasyonu ilkesine uyarırken, kar maksimizasyonu ilkesine ters düşmektedir. Bu davranışlardan en belirgin olanı; birçok spor kulübünün uzun vadeli zararları kabul etmiş olmasıdır. Kar maksimizasyonu ilkesine göre yönetilen bir firma, uzun dönemler boyunca zarar ediyorsa, bulunduğu faaliyet kolunu terk eder. Bir piyasanın oluşma sürecinde ortaya çıkan firma zararları, piyasada gelecek dönemlerde sağlanması beklenen karlar ile karşılanabilir. Ancak Avrupa futbol kulüpleri geçen 20 yıl boyunca büyük zararlar yaşamasına rağmen, Avrupa futbol piyasasının halen gelişmekte olan bir piyasa olduğunu kimse inkar edemez. Dahası futbol kulüplerinin bu zararlarını karşılayabileceğini öne süren hiçbir kanıt bulunmamaktadır. Uydu ve televizyon yayın gelirleri kulüp yatırımcılarının hayal ettiği gibi finansal açıdan büyük bir rahatlama sağlamamıştır. Uzun dönem zararları, birçok Avrupa kulübünün kar maksimizasyonu amacını hedeflemediğinin en büyük göstergesidir.

Kar maksimizasyonu amacı ile uyumsuz olan diğer bir davranış biçimi ise, oyunculara marjinal ürünlerinin üzerinde ücretler ödenmesidir. Bu davranışın oluşup oluşmadığını gözlemleyebilmek için, oyuncunun ücretini ve takımın kazanmasına olan

katkısını bilmek ve bu başarının takımın gelirine ne kadar katkı sağladığını ölçebilmek gerekmektedir. Atkinson, Stanley ve Tschirhart (1988), 1980 yılında Amerika'daki her bir futbol takımının kazandığı fazladan bir oyunun marjinal gelirini ve farklı birimlerin (defans oyun hattı) kalitesini geliştirmenin kazanma olasılığı üzerindeki etkilerini tahmin etmişlerdir. Bu detaylı tahminler, her bir birimin marjinal ürün gelirinin, yani bu birimin takımın bilet gelirine ne kadar katkı sağladığının hesaplanmasını sağlamıştır. Son olarak, ürünün marjinal geliri, bu birimde oynayan oyunculara ödenen gerçek maaşlarla karşılaştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda ise, oyunculara marjinal gelirlerinin üzerinde ödeme yapıldığı bulunmuştur. Oyunculara, ürünün marjinal gelirinin yaklaşık yedi kat üzerinde maaş verilmesi, kar maksimizasyonunun kulüp sahiplerinin davranışlarını yönlendiren tek motivasyon olmadığını göstermektedir. 1990'lı yıllara ait verileri kullanan Krautmann (1999) ise, bir oyuncunun marjinal ürün gelirini değerlendirmeye yönelik alternatif bir yaklaşım sunmuştur. Krautman'ın çalışması, serbest hareketlilik (free agency) düzenlemesi kapsamında yapılmış kontratlardan elde edilen bilgilere dayanmaktadır. Belirli bir yılda serbest hareketliliğin meydana getirdiği performans ile o yılın maaş miktarını regresyona koymaktadır. Krautmann serbest hareketlilikte oluşan maaşların, oyuncu performansının piyasa değerini yakaladığını savunmaktadır. Krautmann daha sonra, marjinal verimlilik tahminlerini kapalı transfer sistemine (reserve clause) tabi olan beysbol oyuncularına uygulamıştır. Bulduğu sonuçlar ise, tipik bir oyuncunun marjinal ürün geliri kadar maaş aldığını göstermektedir. Bu çalışmalar bize, oyuncunun marjinal ürün geliri hakkında doğru değerlendirmeler yapabilmenin ve dolayısıyla kar ve fayda maksimizasyonları için kesin bir test elde etmenin zorluğunu göstermektedir.

Diğer bir davranış biçimi ise; çok fazla oyuncu kiralamaktır. Amerika dışındaki ülkelerde oyuncu listesi sınırı bulunmamaktadır. Takımlar gereğinden fazla oyuncu kiralayarak, giderlerini arttırmaktadırlar.

Dördüncü davranış biçimi ise; fiyatları, ürünün marjinal maliyetinin altında belirlemektir. Ürün, maç bileti olabileceği gibi stat girişinde sunulan yiyecekler ya da hediyelik eşyalar da olabilir. Yeni sezon biletlerini satın almak için bekleyen uzun taraftar listelerinin olması kar maksimizasyonu ile tutarlı olmayan davranışlara güçlü bir kanıttır. Bilet fiyatları arttırılarak bu liste çok hızlı bir şekilde azaltılabilir. Bilet fiyatlarının çok ucuz olduğuna dair başka bir kanıt ise; biletlerin talep esnekliği ile

ilgilidir. Kar maksimizasyonu, yerel monopol güce sahip kulüplerin bilet fiyatlarını talep eğrisinin elastik olduğu bölgede belirlemesini gerektirir. İnelastik (esnek olmayan) bölgede kulüp bilet fiyatlarını arttırabilir ve toplam gelirini yükseltebilir. Bilet fiyatları için talebin esnekliğini değerlendiren ilk çalışmalar da kar maksimizasyonunu reddetmiştir. Bilet fiyatları, talep eğrisinin esnek olmayan bölümünde, çok düşük bulunmuştur. Daha yakın zamanlarda yapılan çalışmalar yan gelirlerden (hediyeelik ve tutundurma eşyalarının satılması, otopark paraları, vb...) elde edilen ekstra karları ele almıştır. Bu çalışmalar bilet fiyatlandırmasında, kar maksimizasyonunu reddetmez (Sandy vd, 2004: 17).

Beşinci davranış ise; ihtiyaçlardan daha büyük stadyumlar inşa edilmesidir (sermayenin marjinal getirisi, sermayenin maliyetinden daha düşüktür) (Sandy vd, 2004: 16).

1.2.2. Faydayı Maksimize Eden Kulüplerin Ekonomik Analizi

Fayda maksimizasyonu Avrupa'da oluşan bir kavramdır. Avrupa kulüplerinin uzun dönem kayıpları, kar maksimizasyonu ilkesinin en önemli gereğini yok saymaktadır.

1.2.2.1. Fayda maksimizasyonunda Sloane modeli

Kulüplerin hedeflerinin kar maksimizasyonu olmayabileceğini öne süren ilk çalışma Sloane (1971) tarafından yapılmıştır. Sloane'nun fayda maksimizasyon modelinde, başarı, U , kulüp sahibinin u ile tanımlanan bir fonksiyonudur. u fonksiyonunu, kazanma yüzdesi ile tanımlanan takım başarısı, w , ortalama taraftar katılımı(talep), a , lig genelindeki kazanma yüzdesinin standart sapması olarak tanımlanan rekabetçi denge, x , ve vergiler ödendikten sonra kalan gelir miktarı ile başa baş noktası arasındaki farktan oluşan kar, π belirler. Bu kar düzeyi kulüplerin durağan dengede kalabilmesini ve yıldız oyuncularını takımında bulundurabilmesini sağlar.

$$U = u(w, a, x, \pi)$$

Kısıtı altında;

$$\pi_i \geq \pi_0 + \text{vergiler}$$

π_r , asıl (fiili) karı simgelerken, π_0 minimum karı (başa baş noktası) simgeler.

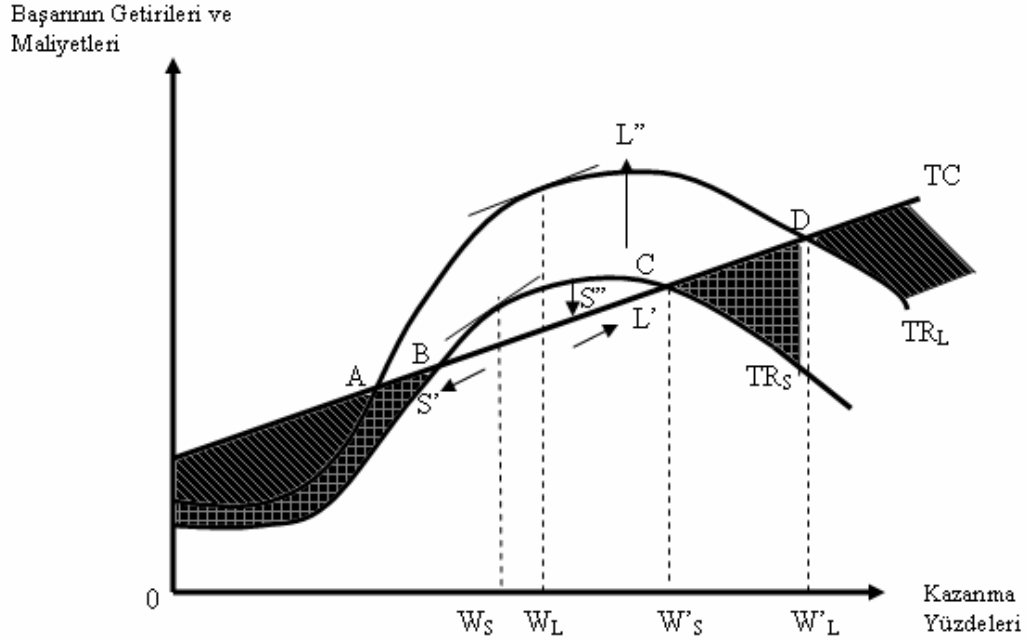
Hem π_r hem de π_0 , vergilerin 0 olduğu durumda negatif olabilir. Böyle bir durum, eğer kulüp dışarıdan finans kaynakları sağlayabiliyorsa; f, mümkün olabilir. Eğer π_0 kulübün var olabilmesi için gerekli kar miktarı olarak kabul edilirse, kısıt;

$$\pi + f > \pi_0 + \text{vergiler}$$

durumuna dönüşür.

Bu modelde kulüp sahibi eğer w'ye (kazanma yüzdesine) ağırlık verirse, elde edebileceği kar ile daha başarılı olma arasında bir seçim yapmak durumunda kalacaktır. Oyun başarısını garantiye almak için belirli bir miktar karı gözden çıkarmaya hazırlıklı olacaktır. Böyle bir kulüp, hiçbir zaman orta-derece bir başarıyı hedeflemez. Kulübün minimum kar kısıtı sağlandıktan sonra kalan gelir miktarı; oyun başarısını arttırmak üzere yeni oyuncu alımı için harcanacaktır.

Bu tarz bir harcama stratejisinin birçok uygulaması vardır. Karını maksimize eden kulüplere sahip olan bir lige kıyasla, kulüplerinin çoğunun faydayı maksimize ettiği ve oyun başarısına çok büyük önem verdiği bir ligde, takımlar arasında dengesiz bir performans grafiği ve büyük bir finansal istikrarsızlık olacaktır. Bu sonuç aşağıdaki grafikte gösterilmiştir.



Grafik 1.2. Fayda Maksimizasyonu Hedefi Dahilinde Farklı Büyüklükteki İki Şehrin Karşılaştırılması

Kaynak: Sandy, Sloane, The Economics of Sports, 2004.

Grafik 1.2.'de iki takımdan oluşan bir ligde, büyük şehir takımı L, ve küçük şehir takımı S karşılaştırılmıştır. Başarı sağlamanın maliyeti her iki takım içinde aynıdır ve doğrusal olarak yükselmektedir.¹Başarının getirileri (kazancı), başlangıçta artan bir oranda artmaktadır. Takım çok sık başarı kazanmaya başladığında ise ilginin azalmasından dolayı, azalarak artmaktadır. Büyük şehir takımının başarısının toplam getiri grafiği, TR_L , takımın kazanma yüzdesi ne olursa olsun, büyük şehirlerde nüfus çok olduğundan dolayı, her zaman küçük şehir takımının başarısının toplam getiri grafiğinin, TR_S , üzerinde olacaktır. Her takım için tek bir karı maksimize eden kazanma yüzdesi, OW , olacaktır. Büyük şehir takımının karı maksimize eden kazanma yüzdesi, OW_L , küçük şehir takımının kazanma yüzdesinden, OW_S , daha büyük olacaktır.

Finansal istikrarsızlık, galibiyetlerin, ligin geneli düşünüldüğünde birbirini nötrlemesinden kaynaklanır. L ile gösterilen büyük şehir takımı daha sık kazanırsa, doğal olarak S, küçük şehir takımı daha az sıklıkla kazanacaktır. Dolayısıyla bir takımın başarısı diğer takımın başarısızlığı anlamına gelecektir. Yani takımlardan birisinin başarısı, diğer takımı zarar edeceği taralı alana sürükleyecektir. Dengesizliğin diğer bir

¹ Bir takımın kazanan bir takım olmayı sağlamak için, yatırımlarını arttırmasına diğer takım tepki göstermez.

nedeni ise, küçük şehir takımının büyük şehir takımına göre daha savunmasız olmasıdır. Çünkü S takımının karlı olduğu kazanma yüzdesi alanı, BC, L takımının karlı olduğu alandan, AD, daha küçüktür. Başa baş noktası kısıtı altında, oyun başarısını arttırmayı hedefleyen bir kulübün finansal kayıp olasılığı artacaktır. Liglerin başarılı olabilmesi için, kulüplerin nüfus farklılıklarından kaynaklanan problemleri sınırlamaları gerekmektedir.

1.2.2.2. Fayda maksimizasyonu ilkesi üzerindeki sınırlamalar

Halka Arz Edilen Kulüpler: ABD'deki birçok profesyonel futbol takımı şirketleşmiş ve halka arz edilebilir durumdadır. Disney, Fox veya Cable Vision gibi büyük bir anonim şirket bir veya birden fazla profesyonel spor kulübüne sahip olduğunda; hisseleri çok sayıda kişinin elinde olan herhangi bir şirketin de karşılaşılabileceği gibi karı maksimize etme baskısıyla karşı karşıya kalmaktadır. ABD'deki halka açık kulüpler arasında, bu duruma iki istisnai örnek vardır. Ulusal Futbol Ligindeki (NFL) The Green Bay Packers'ın hisseleri çoğunlukla halka açıktır ancak kar paylarından kişi hisselerine ödeme yapılmamaktadır. Elde edilen karın tamamı yine kulübün faaliyetlerine yatırılmaktadır. Böyle bir küçük piyasa takımının var olabilmesinin ve hatta başarılı kulüplerle karşılaşılabilesinin nedenleri; kişilerin hisselerine ödeme yapılmaması, kulübün Green Bay'dan taşınması üzerindeki kısıtlamalar ve NFL' in tüm televizyon yayın hakkı gelirlerini eşit olarak paylaşma politikasıdır. ABD'de halka açık kulüplerin karı maksimize etme baskısı altında olmalarının bir başka istisnası da Ulusal Basketbol Ligi'ndeki Boston Celtics'tir. Hisselerinin küçük bir bölümü halka arz edilmiştir. Bu nedenle herhangi birinin kulübü tamamen satın alması veya yönetimi değiştirip, takımı başka bir şehre taşınması mümkün olmamaktadır.

Avrupa'daki kulüplerde, halka açılım eğilimi artmaktadır Szymanski ve Hall, (2003) 1990'ların ortalarında, borsada bir yer edinen 16 İngiliz futbol kulübünün performanslarını incelemiştir. Szymanski ve Hall'un hipotezine göre, bu kulüplerde hissedarları tatmin etmek amacıyla kar maksimize eden davranışa doğru bir kayma olması gerekmektedir. Ancak davranışlarında böyle bir kayma olduğuna dair herhangi bir kanıt bulunamamıştır. Aslında, bu kulüplerde, lig performansını geliştirmek için yapılan harcamalarla beraber karlılıkta bir düşüş görülmektedir. Bunun birçok potansiyel açıklaması olabilir. Bunlardan birincisi; finansal piyasaların kulüp

davranışını kısıtlayabileceği sınırın sanıldığı kadar güçlü olmamasıdır. Diğer bir açıklama ise yatırımcıların genellikle kulüplerin taraftarlarından oluşmasıdır.

Kulüplerin Mobilitesinin Olmaması: Birçok Avrupa futbol kulübü sezonu başarılı geçirseler bile kar elde edememişlerdir. Bunun nedeni ise toplam nüfusa hitap edebilecek çok fazla sayıda kulübün olmasıdır. Bir futbol kulübüne sahip olmayan hiçbir büyük şehir yoktur. Kar getirebilecek yeni yerleşim yerlerinin olmaması ve esnek olmayan lig kuralları nedeniyle Avrupa kulüpleri buldukları yerden başka bir yere taşınma şansına sahip değildirler. Amerika’da ise bunun tam tersi olarak, dört büyük spor ligine mensup takımların tamamının bulunmadığı birçok milyon üstü nüfuslu şehir vardır. Takımların isteğe bağlı yer değiştirebilme özelliği; ABD şehirlerini, kulübün arena, tesis ve stadyum giderlerinin çoğunu hatta bazen tümünü karşılamaya zorlamıştır. Bu halk/kamu finansal desteği arasındaki farklılıklar; çoğu Avrupa kulübü para kaybederken neredeyse tüm ABD büyük lig kulüplerinin sahadaki oyunları nasıl olursa olsun kar elde edebilmesinin en önemli nedenlerinden birisi olmuştur. Amerikalı kulüplerin en azından karı maksimize etme imkânları vardır. Avrupalı kulüpler ya kayıplarını minimize edeceklerdir ya da faydalarını maksimize edeceklerdir.

Sahiplik- Ajan Problemi: Endüstriyel ekonomi yazınının çoğu, sahiplik ve kontrol arasındaki ayrıma ve son zamanlarda da sahip-ajan problemi üzerine odaklanmıştır. Tipik sahip- ajan modellerinde mal/mülkiyet sahibi başkandır ve çalışan kişi bir aracı niteliğindedir. Mal sahibi aracının faaliyetlerini tam anlamıyla gözlemleyemez ve aracının sahip olduğu bilginin hepsine sahip değildir. Sahip ajan modellerindeki asıl konu, başkanın ne tür teşviklerle aracının kendi çıkarına davranmasını sağlayacağıdır. Profesyonel spor kulüplerinde yöneticiler genellikle; kulüp sahibinin tercih edeceği kar maksimizasyonunun tersine; oyun başarısına daha fazla önem vermesi beklenen eski oyunculardır. Yöneticiler, takımları başarısız olduğunda işlerini kaybedebileceklerinden, oyun başarısına odaklanma eğilimindedirler. Diğer taraftan, kulüp para kaybediyorken bile, başarılı bir yöneticiyi işten çıkarmak zordur. Çünkü bu durum taraftarlarda memnuniyetsizliğe neden olacaktır. Temel temsilci problemi, belirli bir sayıda galibiyet için gerekli olan yetenek oranı hakkında yöneticinin, kulüp sahibinden daha fazla bilgi sahibi olduğu bir ‘bilgi asimetrisini’ gerektirir. Kulüp sahibi ve yöneticinin ilgi ve çıkarları arasındaki fark, yöneticinin gerekli yetenek oranını gereğinden fazla belirtmesine neden olabilir. Teknik direktör

veya kulüp yöneticisi, kulüp sahibi üzerinde bir bilgi üstünlüğüne sahip olduğu sürece; kulüp sahibinin çok fazla yeteneğe yatırım yapmasına neden olabilir (Sandy vd, 2004: 23).

Genel temsilci problemi fayda maksimizasyonuna karşı kar maksimizasyonu için net bir test sağlamaz. Kulüp sahibi hem faydayı maksimize edip hem de takımın koçu kadar çok başarıya ağırlık vermiyor olabilir. Kulüp sahibinin kar maksimizasyonunu amaç olarak belirlemesine rağmen; takımın koçunun onu kar maksimizasyonu düzeyindeki yetenekten uzaklaştırabilmesi de mümkündür.

Koçun çıkarlarını, kulüp sahibinin çıkarlarına uydurmanın bir yolu, koçu kulübün bir kısmi sahibi yapmaktır. Bu durum ABD’de nadiren görülür ancak Avrupa’da daha yaygındır. Sürekli para kaybeden bir girişimin (örn. Avrupa futbol sektörü) hisselerinin dağıtılması, oldukça kar eden bir girişimin hisselerinin dağıtılmasından çok daha az maliyetlidir. Kısmi sahiplik koça yine de, kulübün finansal durumunu geliştirmeye yönelik bir teşvik sağlayabilir.

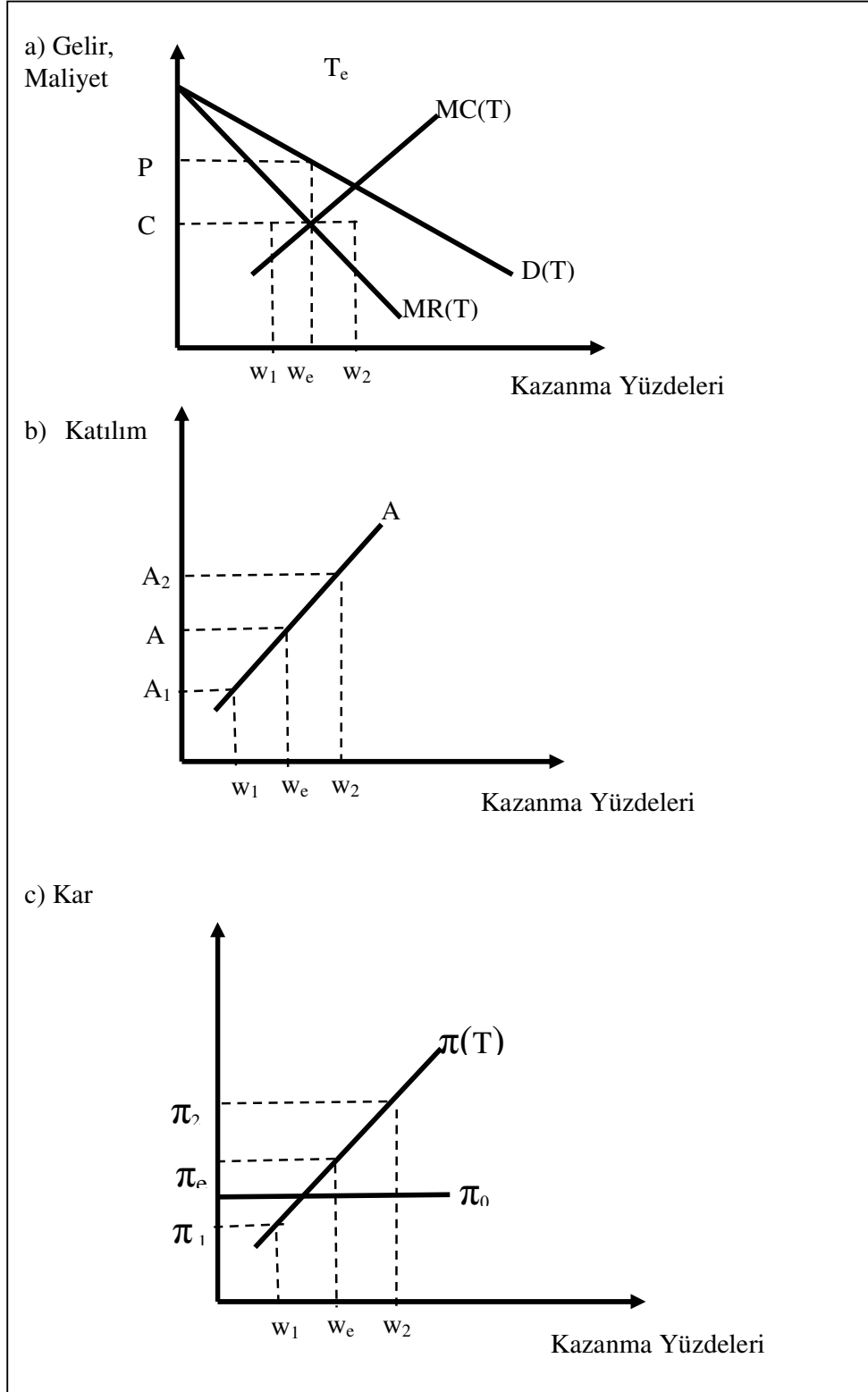
1.2.3. Karını Maksimize Eden Kulüplerin Ekonomik Analizi

Kar maksimizasyonu hedefine yönelik davranışların, kulüplerin emek ve ürün piyasasındaki davranışları üzerinde etkileri vardır. Emek piyasasında karını maksimize eden firma emeği, son kiraladığı emekten sağlayacağı marjinal gelirin, o emeğin marjinal maliyetine eşit olduğu noktada kiralayacaktır. Ürün piyasasında ise, son birimden elde edeceği gelirin, o ürünü üretmenin sonucunda karşılaşılabilecek maliyete eşit olduğu noktada üretim yapacaktır. Dolayısıyla kulüpler hem ürün hem de emek piyasasında kar maksimizasyonunun gerektirdiği ekonomik davranışları gösterme eğiliminde olacaklardır.

1.2.3.1. Kar maksimizasyonunda Scully modeli

Scully’nin (1995) yaptığı çalışma; kulübün başarı yüzdesi, bilet fiyatları, taraftar katılımı ve karlar arasındaki teorik ilişkinin analizi, kar maksimizasyonu hipotezinin çıkarımlarının kullanışlı bir yorumlamasıdır. Bu modeldeki varsayımlar;

— Her takım yetenekli oyuncular için özdeş arz fonksiyonuna sahiptir, dolayısıyla başarılı bir takım kurmanın maliyeti takımlar arasında değişmemektedir. Ama pratikte, bu varsayım her zaman geçerli olmamaktadır. Büyük medya piyasasının içerisinde olan kulüpler aslında daha avantajlı konumdadır. Çünkü yüksek performanslı oyuncular bu kulüplerle yapacakları sözleşmelerin onlara daha fazla gelir sağlayacağını düşünmektedirler. Yine de eşit yetenek düzeylerine sahip oyuncuların maliyetlerinin de eşit olması analiz için mantıklı bir başlangıç noktası oluşturmuştur. Oyuncu kiralamanın marjinal maliyeti, T , olsun ve $MC(T)$ ile gösterilsin.



Grafik 1.3. Başarı, Ortalama Gelir, Katılım ve Kar Arasındaki İlişki

Kulübün başarı talebi, seyirci-taraftar çekebilme potansiyelini belirleyen piyasanın büyüklüğü ve taraftarların başarı talebinin esnekliği gibi birçok faktöre bağlı olmaktadır. Kulübün başarı talebinin esnekliği özellikle, kulübün yerleştiği şehrin kişi başına düşen reel geliri ve şehirdeki rekabet oranı yüksek müsabaka sayısından etkilenmektedir. Fanatik taraftarların talebi, takımın aldığı başarı ya da başarısızlık sonuçlarından etkilenmez. Fanatik taraftarların çok olduğu şehirlerde talep inelastik iken; kararsız taraftarların çoğunlukta olduğu şehirlerde, taraftarların talebi esnek olacaktır.

Bu modelde W_e , oyuncunun marjinal maliyetinin marjinal çıktısına eşit olduğu karı maksimize eden kazanma yüzdesini temsil etmektedir. Ancak oyun başarısı aslında; sakatlıklar, hakem hataları ya da antrenörün oyuncu listesine dâhil ettiği yanlış oyuncular gibi birçok rassal bileşimlere bağlıdır. Bundan dolayı, yetenekli oyuncu düzeyi T_e ile ilişkili olan, $w_1 - w_2$ gibi bir kazanma yüzdesi alanı vardır. Dolayısıyla $A_1 - A_2$ arasında talep değişkenliği oluşmaktadır.

Scully, gelirin takımın kazanma yüzdesi ile orantılı olduğunu ve maliyetlerin sezon boyunca sabit olduğunu varsaydığından; takımlar, karı maksimize eden kazanma yüzdesinin, w_e , üzerinde veya ona yakın düzeylerde pozitif kar sağlayacaklardır, Π_0 .

Avrupa'da karı maksimize edecek yetenek düzeyini değiştiren komplike bir faktör futbol kulüplerinin hem ulusal ligde hem de UEFA ya da Avrupa Kupası gibi uluslararası müsabakalarda yer alıyor olmalarıdır. Çünkü takımlar uluslararası müsabakalarda da iyi mücadele edip toplam karlarını maksimize edebilmek için, sadece yerel müsabakalarda oynayan takımların sahip olduğu yetenekli oyuncu sayısından daha fazla yetenekli oyuncu ellerinde bulundurmaktadırlar.

Scully'nin modeli kazanılan oyun oranı üzerinde odaklanmaktadır. Oysa taraftarlar takımlarının şampiyonluk mücadelesinde iddialı olmalarına daha fazla ilgi gösterebilirler. Bu iki durum birbiriyle aynı değildir. Örneğin rekabet dengesi yüksek olan bir ligde, kazanma yüzdesi %50 olan bir takım şampiyonluk için mücadele ederken, rekabet dengesi çok düşük olan bir ligde kazanma yüzdesi %60 olan bir takım şampiyonluk iddiasından çekilmiş olabilir. Whitney'e (1988) göre eğer taraftarlar, şampiyonluğa önem veriyorsa; kısa bir sezon ya da küçük bir lig, sonuçların

belirlenmesinde şans faktörünü öne çıkaracaktır. Dolayısıyla, maç sonuçları üzerindeki belirsizlik artacaktır. Yine benzer şekilde; birçok ligde yaygın olan, üst sıralardaki takımların şampiyonluk unvanı için karşılıklı oynadığı play-offlar, taraftarların ilgisini çekmeye yardımcı olacaktır.

Kulüplerin, geniş nüfus farklılıklarının olduğu şehirlere yerleştiği durumlarda, Scully'nin modeli, kulüpler arasındaki yetenek talebinde bir değişkenlik olacağına işaret etmektedir. Büyük şehir kulüplerinin küçük şehir kulüplerinden daha fazla galibiyet kazanması, daha kazançlı bir durum olacaktır. Çünkü, daha büyük bir şehirde fazladan bir galibiyetin getireceği marjinal gelir daha yüksektir. Kar maksimize ilkelerinin çok sıkı takip edilmesi, küçük şehir takımlarının şampiyon olma şanslarını neredeyse yok etmektedir. Takımlarının şampiyonluk için iddiasız bir strateji izlemeleri, taraftarları için kabul edilebilir bir durum değildir. Aynı doğrultuda kar maksimize eden bir lig; kulüplerin yer değiştirmelerine izin vererek, nüfus oranlarındaki değişkenlikten kaynaklanan farkların minimumda tutulmasını sağlayacaktır. Kuzey Amerika'da kulüplerin yer değiştirmeleri bu savı desteklemektedir.

1.2.4. Lig Yaklaşımları

Kar maksimizasyonuna karşılık fayda maksimizasyonu iki düzeyde incelenebilir: Kulüpler kendi karlarını maksimize etmeye çalışırlar mı ve lig birleştirilmiş karları maksimize etmeyi hedefler mi?

US Major League Soccer gibi tüm kulüplerin ligin mülkiyetinde oldukları birkaç örnek vardır. Böyle durumlarda, lig hedefleri ile kulüp hedefleri arasında fark olmamaktadır. Kulüplerin ayrı birimlerin mülkiyetinde olmaları ise daha sık görülen bir durumdur. Burada lig hala kendi karını gözetken ayrı bir finansör birim olabileceği gibi sadece tüm kulüp sahiplerine rapor veren bir hizmet kurumu da olabilmektedir.

Kulüp sahiplerinin ligi yönettiği liglerde, ligin durumuna bağlı olarak farklı oylama kuralları dikkate alınmaktadır. Bazı Amerika ligleri yeni kayıtların onaylanması için oybirliğini şart koşarken, diğerleri salt çoğunluk veya mutlak çoğunluk

gerektirmektedir. Mutlak çoğunluklar Avrupa liglerinde de ligdeki takım sayısının artırılması gibi konular için yaygındır.

Tipik kulüp ve lig yapısı içinde takımların bireysel menfaatleri/çıkarları (mülkiyet sahibine bağlı olarak bu çıkarlar kar maksimizasyonu veya fayda maksimizasyonu yönünde eğilim gösterebilmektedirler) ve ligin de genel kar maksimizasyonu içinde ortak bir çıkarı vardır. Lig, bir birim olarak, toplam galibiyet sayısı ile hiç ilgilenmemektedir. Lig içindeki her galibiyet aynı zamanda, bir diğer kulüp için mağlubiyet anlamına gelecektir. Lig genelindeki kar maksimizasyonu, rekabetçi dengeyi gerektirmektedir. Bu doğrultuda, profesyonel spor liglerindeki genel sorun, kar maksimizasyonunda veya fayda maksimizasyonunda olan bireysel mülkiyet sahiplerinin çıkarlarına/menfaatlerine rağmen, ortak menfaatleri maksimize eden bir yapı oluşturmak ve onu idare etmektir.

Kar maksimizasyonuna karşın fayda maksimizasyonunda, kulüp sahipleri ile ligler arasındaki anlaşmazlıklarla ilgili zorluklar vardır. Bunun sebebi de, mülkiyet sahipleri kar maksimize eden takımlardan oluşmuş bir ligin, mülkiyet sahipleri faydayı maksimize eden kulüplerden oluşmuş bir ligden farklı davranıp davranmayacağını belirsiz olmasıdır.

1.3. FUTBOL KULÜPLERİNİN GELİR KAYNAKLARI

Futbolun zamanla endüstri haline gelmesi ile beraber, futbol kulüplerinin gelir kaynakları da artmıştır. Eskiden sadece gişe gelirleri sağlayan kulüpler günümüzde, sponsorluk ve reklam gelirleri, ticari ürün satış gelirleri, televizyon yayın hakkı gelirleri gibi çeşitli gelirler sağlamaktadırlar. Her bir kaynağın toplam gelir içerisindeki oranı her kulüp için farklı olmaktadır. Bu kaynaklardan sağlanan gelir miktarları da zaman içerisinde değişmektedir. Tablo 1.2’de, futbol gelirleri en yüksek 5 ülke liginin toplam gelirleri gösterilmektedir. Medya, kulüplerin en büyük gelir kaynağı durumundadır.

Tablo 1.2. Avrupa Liglerinde Gelir Dağılımı (2001)

Gelir Kalemleri	İngiltere	İtalya	İspanya	Almanya	Fransa
Maç Hasılatı	30	16	25	18	16
Medya Gelirleri	39	54	51	45	51
Sponsorluk Gelirleri	18	13	9	22	18
Ticari Satış Gelirleri	13	17	15	14	15
TOPLAM	100	100	100	100	100

Kaynak: Deloitte&Touche, Sport Business 2001

Tablo 1.3. Premier Lig'de Gelir Kaynakları (1992- 2003)

	1992	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	1992-2003 Büyüme
Gişe Gelirleri	82	195	210	248	263	292	322	363	342 %
Yayın Hakları	15	97	151	194	239	360	475	543	3520 %
Ticari	73	172	221	228	270	285	335	340	365 %

Kaynak: Deloitte&Touche, 2004a : 28

Futbol sektörüne yönelen bu fonlara rağmen, gelirlerin dengesiz dağılımı kulüpler arasındaki maddi farkları daha da açmaktadır. Kulüpler arasındaki maddi dengesizlikler de rekabetten uzak ligleri oluşturmaktadır. İngiltere Premier Ligi incelendiğinde; beş büyük kulübün toplam gelirinin; 2. ligdeki 72 kulübün toplam gelirinden daha fazla olduğu görülmektedir. Sektöre yönelen nakit miktarının artmasına rağmen, birçok futbol kulübünün finansal durumu gelişmemiştir. Futbolcu ücretlerindeki yüksek artışlar da birçok kulübün giderlerinin artmasına neden olmuştur.

Futbol kulüpleri gelirlerini beş farklı kaynaktan sağlamaktadır;

- Gişe gelirleri
- Yayın gelirleri
- Sponsorluk ve reklam gelirleri
- Transfer gelirleri

— Ticari ve diğer gelirler

1.3.1. Gişe Gelirleri

Kulüplerin en önemli gelir kaynaklarından birisi taraftarların maçlara olan talebidir. 2003- 2004 FA Premier Lig'in gelir kaynakları incelendiğinde televizyon gelirlerinden sonra en büyük gelir kaynağının gişe gelirleri olduğu görülmektedir. Türkiye'de 2004- 2005 sezonu şampiyonu olan Fenerbahçe'nin de 12 aylık net faaliyet gelirleri incelendiğinde stat hâsılatı, 12. 449. 514 YTL ile ikinci sırada yer almıştır.

Talep fonksiyonu, verili bir fiyat düzeyinde ne kadar bilet satılabileceğini gösteren fonksiyondur. Bilet fiyatlarının artması durumunda talebin azalması; fiyatlar ile bilet satışları arasındaki negatif ilişkiyi göstermektedir. Bilet fiyatlarındaki değişiklik, talep edilen bilet miktarında değişime yol açar. Bilet fiyatlarının düşmesi; satılan bilet miktarının artmasına neden olur. Talebin artması, verili bir fiyat düzeyinde, uzun ve kısa dönem faktörlere bağlı olarak talep eğrisinin sağa kayması anlamına gelmektedir. Kısa dönem faktörler birkaç gün içerisinde değişebilirken, uzun dönem faktörlerin oluşması uzun yıllar alabilir. Uzun dönem faktörler; halkın oyunun kurallarına olan yakınlığı, yıldız oyunculara olan bağlılık, hakemlerin ve sponsorların dürüstlüğü gibi birçok faktöre bağlıdır. Talebi uzun dönemde etkileyen diğer faktörlerden birisi de kulüplerin kurulduğu şehirlerin nüfusu ve kişi başına düşen gelir miktarıdır. Geçmişte yapılmış yanlış seçimler ya da demografik eğilimler sonucu, bir takım bulunduğu şehirde karını maksimize edemeyebilir. Bir şehrin, kişi başına düşen gelirinde ya da nüfusunda bir artış olursa, o şehir takımının geliri de bu artışlara bağlı olarak artar. (İngiltere'de tekstil üretimi azaldığında, Burnley ve Preston takımları Premier Lig'deki yerlerini kaybetmişlerdir).

Kısa dönemde talebi etkileyen en önemli faktör; oyunun sonucu üzerindeki belirsizliktir. Eğer bir karşılaşmanın sonucu önceden tahmin edilebiliyorsa, talebi çok az olacaktır. Eğer karşılaşmadaki dengesizlik çok yüksekse, örneğin bir takımın kazanma olasılığı %90 ise, seyircilerin ilgisi az olacaktır. Çünkü güçlü takımdaki oyuncular, kazanma olasılıklarının yüksek olduğunu bildikleri için, daha rahat oynayacaklardır. Bu durum da karşılaşmayı sıkıcı hale getirecektir. Diğer faktörler eşit olduğunda, rekabet

düzeyleri birbirine denk olan takımların maçları çok büyük talep çekmektedir. Rekabet düzeylerinin denk olması, her iki takımın da müsabakayı kazanma olasılığının %50 olduğunu gösterir.

Kulüplerin gişe gelirleri içinde sezonluk bilet gelirleri de yer almaktadır. Sezonluk bilet gelirinin en önemli özelliği, bileti elinde bulunduran kişinin tüm sezon boyunca, takımın ev sahipliği yaptığı maçlarda, tüm karşılaşmaları aynı koltukta izlemesidir. Bir taraftar için müsabakaları her yıl aynı koltukta ve etrafında aynı insanlarla izlemek oyunları sadece bir karşılaşma olmaktan çıkartıp sosyal bir etkinliğe dönüştürmektedir. Bunun yanı sıra sezonluk bilet almanın taraftar açısından bazı dezavantajları da vardır. Örneğin, elinde sezonluk bilet bulunduran bir taraftar; biletlere zamanından önce ücret ödemektedir. Üstelik talep görmeyen ya da izleyemeyeceği oyunlar için de ücret ödemek ve takımının, beklentilerinin altında bir performans sergilemesi riskine katlanmak zorundadır. Bu noktada, taraftar için dezavantaj olan öğeler, kulüpler için avantaj niteliğine dönüşmektedir. Kulüpler henüz oynanmamış müsabakaların bilet gelirlerine bugünden sahip olmayı tercih edeceklerdir. Diğer karşılaşmalara göre daha sıkıcı ve az seyircili müsabakaların biletleri sezon başında satılmış olacaktır. Böylelikle de takım yaralanmalar, sakatlıklar ve yanlış transferler sebebiyle rekabetten düşmenin finansal riskini taraftarlara yüklemiş olacaktır.

1.3.1.1. Fiyat farklılaştırması

Fiyat farklılaştırması, aynı ürün ya da hizmet için, her müşteri ne kadar ödemeye hazırsa o ücretten satmaktır. Kulüp sahipleri, fiyat farklılaştırması ile gişe gelirlerini arttırabilirler. Fiyat farklılaştırması değişik yöntemlerle yapılabilir. Stadın kapalı ve açık tribün şeklinde bölünmesi, yüksek gelirli müşteriler için yemek ve içki servisinin olduğu lüks localar inşa edilmesi, bu müşterilerin otopark alanlarının stada en yakın yerden belirlenmesi ya da müsabaka esnasında ücretsiz şapkalar, takım flamaları dağıtılarak koltuk kalitesinin farklılaştırılması gibi. Ancak, müşterileri üzerinde monopol güce sahip olan kulüpler fiyat farklılaştırması yapabilirler.

1.3.2. Televizyon Yayın Hakkı Gelirleri

Televizyon yayın hakkından elde edilen gelirler, kulüplerin toplam gelirleri içinde gişe gelirleri kadar önemli bir yere sahiptir. Hem Avrupa'da hem de Amerika'da yayın hakkından elde edilen gelirler zaman içerisinde çok büyük oranda artmıştır. Avrupa'da 2005 yılı için, en önemli beş ligin gelirleri incelendiğinde, televizyon yayın hakkı gelirlerinin tüm gelirler içinde, İngiltere'de %45, İtalya'da %55, Almanya'da %28, İspanya'da %41, Fransa'da ise %47 paya sahip olduğu görülmektedir (Deloitte Annual Review of Football Finance, 2005). Türkiye'de ise 2005-2006 sezonu için, toplam gelirler içinde yayın hakkı gelirlerinin %23 paya sahip olduğu görülmektedir.

Televizyonlarda, ilk naklen futbol maçı 9 Nisan 1938 yılında BBC tarafından yayınlanmıştır. Daha sonra yine BBC tarafından FA kupası finali yayınlanmıştır. (Barnett, 1990). 1955 yılında ise ITV'nin piyasaya girmesi BBC'nin piyasadaki monopol gücünü azaltmış ve ücretlerin artmasına neden olmuştur. 1983 yılında ise Avrupa'da İngiltere Futbol Ligi'nin maçları televizyonlardan canlı olarak yayınlanmaya başlanmıştır. Sezonluk yayın ücreti 1992 yılında yaklaşık 3 milyon £ iken, BskyB televizyonunun piyasaya girmesi ile büyük değişimler yaşanmıştır. 1992 yılında toplam 15 milyon £ değerine sahip olan bu piyasa 2003 yılında 543 milyon £'a ulaşmıştır. Premier Lig'in yayın hakkı geliri 1992'de toplam gelirin sadece %10'unu oluştururken, 2003 yılına gelindiğinde, toplam gelirin %44'ünü oluşturduğu görülmektedir. Gelir kaynaklarının %56'lık bölümü ise maç günü gelirlerinden (%29) ve ticari gelirlerden (%27) oluşmaktadır (Michie ve Oughton, 2004: 27). 1997 yılında, futbol müsabakaları için televizyon kontratları Avrupa'da, (Fransa, İtalya, İspanya, Almanya ve İngiltere) toplam 1 milyar £ civarındadır (Hoehn ve Szymanski, 1999). Tablo 1.4'te televizyon şirketlerinin 1983- 2001 yılları arasında kulüplere yayın hakları için ödedikleri ücretler yer almaktadır.

Tablo 1.4. İngiltere’de Lig Maçlarının Naklen Yayın Bedeli (1983- 1997)

	1983	1985	1986	1988	1992	1997	2001
Kontrat süresi	2	0.5	2	4	5	4	3
Yayıncı kuruluş	BBC/ITV	BBC	BBC/ITV	ITV	BSkyB	BSkyB	BSkyB
Yayın ücreti	5.2	1.3	6.2	44	191.5	670	1.150
Yıllık yayın bedeli	2.6	2.6	3.1	11	38.3	167.5	550
Her sezon için yayınlanacak naklen maç sayısı	10	6	14	18	60	60	66
Her naklen maç için ödenecek bedel	0.26	0.43	0.22	0.61	0.64	2.79	8.33

Kaynak: MMC (Monopolies and Mergers Comission, 1999)

Kuzey Amerika ile Avrupa karşılaştırıldığında; Avrupa’nın yayın hakkı ücretlerinin daha düşük olduğu görülür. 1998 yılında Amerika’da ulusal yayın kontratlarından elde edilen gelir 2.2 milyar \$ iken, Avrupa’da bu miktarın sadece üçte biri kadardır. Bu durum nüfus fazlalığı ile açıklanamaz çünkü İngiltere, Fransa, İtalya, Almanya, İspanya’nın toplam nüfusu 300 milyon iken, Kuzey Amerika’nın nüfusu 280 milyon civarındadır. Avrupa’da yayın hakları üzerindeki yasal kısıtlamalar, buradan elde edilen gelirleri azaltmıştır. Ayrıca Avrupa’da gelir seviyesinin daha düşük olması da etkilidir.

İngiltere’de yayın haklarından elde edilen gelirler federasyonda toplanmakta ve 50:25:25 kuralına göre dağıtılmaktadır. Gelirin %50’ si tüm kulüpler arasında eşit olarak paylaşılır. Geri kalan %25’i sportif performansa (kulüplerin sezon sonunda buldukları lig sırası) ve %25’lik miktarı da kulüplerin popülaritesine bağlı olarak haftalık yayınlanan naklen maç sayılarına göre dağıtılmaktadır. Premier Lig’de beş büyük kulüp naklen yayın gelirlerinin %34’ünü alırken, geri kalan 15 kulüp de %66’sını paylaşmaktadır (Michie ve Oughton, 2004: 28).

Türkiye 1. Futbol Ligi yayın hakları ilk kez 1994 -1995 sezonunda 7.2 milyon dolar bedelle Cine5/ATV/KanalD/TGRT konsorsiyumuna verilmiştir. Bugün ise naklen yayın hakları Digitürk kanalının elinde bulunmaktadır. 2000 -2001 sezonunda 44 milyon dolar büyüklüğünde olan naklen yayın bedeli 2001 -2002 sezonunda 110 milyon

dolara ulaşmıştır. 2004 -2005 sezonunda ise ekonomik konjoktürün de etkisiyle 94 milyon dolara gerilemiştir.

Türkiye 1. Futbol Ligi'nde, naklen yayın gelirleri dağıtım modellerinden kullanılmakta olan havuz sistemi modeli 2005 yılında değiştirilmiştir. Eski dağıtım modelinde toplam gelir temelde iki şekilde paylaştırılmaktaydı. Toplam gelirin % 50'si bugüne kadar şampiyon olmuş dört takıma dağıtılırken; kalan %50'de diğer 14 kulübe pay edilmekteydi. Dört büyüklerden Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray %13.25'erlik gelir payı alırken, Trabzonspor %10.25'lik bir pay almaktaydı. Kalan %50'lik payın diğer 14 kulübe paylaştırılmasında ise toplam gelirin %50'lik kısmının %25'i (yani toplam havuz gelirin 1/8'i) on dört takıma eşit dağıtılırken; %17,5'u sezon içi performansa göre, kalan %7,5'luk bölümü de "Bugüne kadar lige katılım sayısına göre" dağıtılmaktaydı. Bu modele göre, 2004- 2005 sezonunda kulüplerin aldıkları paylar Tablo 1.5'da gösterilmiştir.

Tablo 1.5. Türkiye 1. Futbol Ligi'nde 2004 -2005 Sezonunda Yayın Bedellerinin Kulüpler Arasında Paylaşımı

	TAKIMLAR	DAĞITILAN TUTAR	PAYI
1	Fenerbahçe	17.472.974	0,1325
2	Trabzonspor	13.516.829	0,1025
3	Galatasaray	17.472.974	0,1325
4	Beşiktaş	17.472.974	0,1325
5	Gençlerbirliği	6.068.595	0,046
6	Denizlispor	5.089.064	0,0386
7	B.B. Ankaraspor	4.434.460	0,0336
8	Konyaspor	4.590.010	0,0348
9	Gaziantepspor	5.112.829	0,388
10	Çaykur Rizespor	4.646.613	0,0352
11	Malatyaspor	4.646.613	0,0352
12	Samsunspor	5.282.637	0,0401
13	MKE Ankaragücü	5.941.995	0,0451
14	Kayserispor	3.841.643	0,0291
15	Diyarbakırspor	4.218.419	0,032
16	Sakaryaspor	4.180.828	0,0317
17	İstanbulspor	4.628.465	0,0351
18	A. Sebatspor	3.253.579	0,0247

Kaynak ; Aksar Tuğrul, www.verkaç.org

2005 yılında yapılan değişiklikler iki temel kritere göre yeniden düzenlenmiştir. Toplam gelirin % 49'u katılım payı, %51'i de performans payı olarak dağıtılmaktadır. Katılım payının % 51'lik kısmının %44'ü puan performansına göre kalan % 7'lik kısmı

ise sezon performansına göre dağıtılmaktadır. Puan performansına göre kulüpler, haftalık oynadıkları maçlarda aldıkları her puan başına 78.500 YTL puan ödülü almaya hak kazanmaktadır. Sezon performansı ise sezon sonunda ilk altıya giren kulüplere dağıtılan tutarları ifade etmektedir. Yeni düzenlemelere rağmen üç büyük kulübün toplam içindeki payları %11.61 iken, lig ortalaması %5.6 düzeyindedir ve 3 büyük kulübün diğer 15 kulüpten % 109 daha fazla gelir elde ettiği görülmektedir.(bkz: Ek3)

Televizyon yayın haklarından elde edilen gelirlerin gittikçe artmasıyla beraber; bu gelirlerin kulüpler arasında nasıl paylaşılacağı, kulüpler arasında adaletli dağılımın nasıl sağlanacağı ve televizyon yayın kuruluşlarının çıkarları için ne derece tavizler verileceği gibi pürüzler ortaya çıkmaktadır. Yayın piyasasının gelişmesi karşısında tek el karşıtı otoritelerin, düşünceleri ise henüz belirsizdir.

1.3.2.1. Televizyon yayınlarının ekonomik analizi

Spor yayıncılığı ekonomisinde iki anahtar faktör vardır. Birincisi; bir spor programı yapıldığında, o programı fazladan bir seyirciye daha ulaştırmanın marjinal maliyetinin neredeyse sıfır olmasıdır. Spor programlarının kısıtlı bir izleyici kitlesine ulaştırıldığı, ‘izlediğin maçı öde’ sisteminin dışındaki spor yayınları, ekonomistlerin kamu ürünü tanımına uymaktadır: dışlanmama ve rekabetin olmaması. Diğer faktör ise; spor yayınları içeriğinin mülkiyet hakları kanunlarınca korunmasıdır.

Dışlanma etkisi daha düşük çıktı seviyeleri ve daha yüksek fiyatlara yol açma eğiliminde olacağından, naklen spor yayınları nispeten inelastik bir talebe sahiptir. Üreticinin fiyat farklılaştırması yoluyla, tüketici artığını üretici artığına çevirebildiği durumlarda daha düşük çıktı seviyeleri oluşmayabilir. Fiyat farklılaştırması da “izlediğin maçı öde” sisteminde geçerlidir. Eğer monopol firma tam fiyat farklılaştırmasına gidebiliyorsa ve her izleyiciden rezervasyon ücretini alabiliyorsa, karı maksimize eden çıktı seviyesi, tam rekabet piyasaları ile aynı olacaktır.

1.3.3. Sponsorluk Gelirleri

Sponsorluk, bir sporun, bir spor müsabakasının, spor organizasyonunun ya da yarışmanın, dışarıdan bir kurum ya da kişi tarafından her iki tarafa da fayda sağlayacak

şekilde desteklenmesidir (The Howell Report CCPR, 1983). Kolah'a (1999) göre spor sponsorluğu 1970'li yıllardan önce İngiltere'de ekonomik bir aktivite olarak başlamış ve 1999' da ise 350 milyon £ değerinde bir sektör haline gelmiştir. Genel sponsorluk içinde spor sponsorluğu, sporun çok yaygın olması, toplumun her kesiminden insanı etkilemesi ve ulusal sınırları aşp kültürel farklılıkları ortadan kaldırması nedeniyle en yüksek paya sahiptir.

Ülkemizde 4 büyük kulübün sponsorlardan elde ettiği gelirleri incelenirse;

Beşiktaş Sportif A.Ş. : 2005-2006 sezonunda Yıldız Holding A.Ş (Ülker Grubu) ile beş yıllığına yirmi milyon dolar tutarında bir sözleşme yapmıştır. Bu sözleşme göğüs ve kol reklamlarını kapsamaktadır. Diğer kulüpler ile karşılaştırıldığında Beşiktaş, forma sponsorluğundan en fazla geliri elde eden spor kulübüdür.

Galatasaray Sportif A.Ş. : 2002- 2003 sezonunda Avea ile forma, Umbro ile teknik malzeme tedarik sponsoru olarak sözleşme imzalamıştır. Avea, 2009 yılına kadar devam edecek forma sponsorluğu için Galatasaray' a yıllık 3 milyon dolar ödeme yapacaktır. Galatasaray'ın diğer sponsorları, Siemens Mobile, Coca Cola, Carlsberg gibi uluslararası markalar ve Sarar, Acıbadem Hastanesi, e-kolay net gibi ulusal markalardır.

Fenerbahçe Sportif A.Ş. : 2003 -2004 sezonunda Avea ile 2007 -2008 sezonu sonuna kadar yıllık üç milyon dolar karşılığında forma sponsorluk sözleşmesi imzalamıştır. Adidas ile yaptığı anlaşmalar gereğince de her türlü antrenman ve kamp malzemelerini Adidas sağlayacaktır ve resmi sponsorluk ücreti ile UEFA müsabakalarındaki başarılarına göre ek ücret ödeyecektir.

Trabzonspor Sportif A.Ş. : Sponsorluk gelirleri içerisinde en önemli geliri, Avea ile 2004-2005 sezonunda, yıllık 1. 5 milyon dolar karşılığında, beş yıllığına yaptığı forma sponsorluk sözleşmesi oluşturmaktadır (Aksar ve Merih, 2006).

1.3.4. Transfer Gelirleri

Sporcu transfer gelirlerinde, 1995 yılında Bosman kurallarının yürürlüğe girmesiyle yapısal bir dönüşüm süreci başlamıştır. Bosman uygulamalarından önce, futbol kulüpleri ile oyuncular arasında, futbol kulüplerinin etkin olduğu yani oyuncuların kulüplere kayıtlı olduğu ve oyuncu transferi yapıldığında kulüpler arasında transfer edilenin aslında bu kayıtlar olduğu bir sistem uygulanmaktaydı. 1960 yılında oyunculara ödenen maksimum ücret sınırlandırılması kaldırılmıştır. 1963 yılında, transfer sistemi oyuncuların lehine olacak şekilde değiştirilmiştir. 1977-1978'de ise oyunculara sözleşmeleri sona erdiğinde yeni bir kulüple anlaşma olanağı sağlayan kısmi özgürlük tanınmıştır. Ancak kulüplerin hala bir transfer ücreti talep etme hakkı saklı kalmıştır (Sandy vd, 2004: 79). 1995'te bir dönüm noktası sayılan Bosman davası ile transfer sistemine yeni düzenlemeler getirilmiştir. Böylelikle, futbolcular sözleşmelerinin sonunda herhangi bir transfer ücreti söz konusu olmadan ülkeler ve kulüpler arasında serbestçe geçiş yapabilme hakkına sahip olmuşlardır. Böylelikle oyuncular emek piyasasında pazarlık yapabilecek konuma gelmişlerdir. Sözleşmeleri olan oyuncular ise transfer ücreti karşılığında kulüp değiştirebilme hakkına sahip olmuşlardır. 2000 yılında yapılan yeni düzenlemelerle, uzun süreli sözleşmeler söz konusu olduğunda kulüpler sözleşme sona ermeden oyuncuların kulüp değiştirme isteklerinde herhangi bir ücret talep etmeyeceklerdir. Böylelikle kulüpler, oyuncu transferlerinde hem oyuncu hem de bağlı bulunduğu kulüp ile pazarlık yapmak zorunda kalmamaktadırlar. Küçük kulüpler ise kaliteli oyuncuları transfer ücreti ödemediği kadrolarına alabilmektedirler.

Daha önceleri kulüplere ödenen ve sektör içinde kalan fonlar, Bosman kuralları sayesinde artık oyunculara ödenmeye başlanmış ve tüketim harcaması olarak sektör dışına çıkmıştır.

2001 yılında ise transfer kuralları tekrar değişmiştir. Tekrar düzenlenen kurallara göre; bütün oyuncular sözleşmelerinin sonunda, eğitim tazminatı ile ilgili koşulların gereğinin yerine getirilmesi halinde serbestçe kulüp değiştirebilecekler ve kulüpler; 23 yaşın altındaki oyuncular için, sözleşmeleri esnasında ya da bitiminde transfer olmaları halinde tazminat alabilecekler (TFF Resmi İnternet Sitesi).

Değişen yasalar kulüplerin elde ettiği transfer ücretlerinin zaman içerisinde azalmasına neden olmuştur. Hatta transfer gelirinin toplam gelir içerisindeki payı giderek düşerken, kulüp giderlerinde transfer ücretleri hızla artan bir kalem olmuştur. Kulüpler artık gelirlerin büyük bir bölümünü transfer ücretlerine ayırmaktadırlar. 1993 - 1994 sezonunda İngiltere Premier Ligi ve Futbol Ligi toplam gelirleri 387 milyon £ iken sadece transfer ücretleri için 92 milyon £ harcanmıştır. Tablo 1.6'da 1999 yılında NFL'de medya gelirleri ve transfer ücretleri karşılaştırılmıştır.

Tablo 1.6. MLB'de Medya Gelirleri ve Oyuncu Ücretleri(2001)

Takımlar	Medya Geliri	Oyuncu Ücretleri	Medya Geliri/Oyuncu Ücretleri
N.Y. Yankees	86.020 \$	125.012 \$	0.7
Seattle	65.997 \$	88.983 \$	0.7
Boston	61.219 \$	125.579 \$	0.5
Los Angeles	54.848 \$	123.042 \$	0.4
Cleveland	48.206 \$	108.640 \$	0.4
Detroit	46.082 \$	60.615 \$	0.8
Florida	42.139 \$	44.609 \$	0.9
Houston	40.140 \$	75.872 \$	0.5
Arizona	43.612 \$	105.400 \$	0.3

Kaynak: Selig Report, 2001; Fort R; Sports Economics; 2006 ; 82.

Tablonun son sütununda gösterilen medya gelirlerinin oyuncu ücretlerine oranının, 1'e eşit ya da 1'den büyük olması, medya gelirleri ile oyuncu ücretlerinin karşılanabildiği anlamına gelmektedir. Tablo 1.6'dan da görüldüğü gibi Amerika'daki çoğu beysbol takımı oyuncu ücretlerini medya gelirleri ile karşılayamamaktadır.

1 3.4.1. Yetenek düzeylerine göre oyuncu ücretlerinin belirlenmesinde Scully modeli

Turnuva modelleri olarak adlandırılan modellerde; çalışanların yetenekleri arasındaki küçük farklar, kazananların tüm payı aldığı piyasa yapılarında, firmaların kazançları üzerinde büyük etkiler yaratır (Lazear ve Rosen, 1995). (örn: avukatlık). Spor müsabakalarının özelliklerinden ve sporun ticari bir sektöre dönüşmesinden ötürü spor,

turnuva modelleri için bir uygulama alanı yaratmaktadır. Scully (1995) turnuva modellerini genişleterek, aynı pozisyondaki oyunculara iyi ve orta yetenekli oyuncular için ücretlerin nasıl belirlendiğini açıklamaya çalışmıştır. Bu modelde;

j : ligteki j .ninci kulüp

Q_j : kulübün performans seviyesi

N : ilk 11' deki pozisyonlar $i= 1$ 'den N ' e kadar

T_i : i .ninci oyuncunun yetenek düzeyi

Modeli basitleştirmek için, yetenek düzeyi toplanabilir bir değer olarak düşünülmüştür.

T_j : takımın toplam yetenek düzeyi

ε_j : j .ninci takımın standart normal dağılımdan elde edilecek şans faktörü

Takımın toplam yeteneği, bireysel yeteneklerin bir fonksiyonudur.

$$T_j = T (t_{ji})$$

Kulübün performans düzeyi, toplam yeteneğe ve herhangi bir oyundaki şans faktörüne bağlıdır.

$$Q_j = T_j + \varepsilon_j \quad (1)$$

Bir oyunda j .ninci kulübün k .nıncı kulübü mağlup etme olasılığı; W_{jk} olsun. Bu olasılık kulüpler arasındaki toplam yetenek farklarına bağlıdır. Ama eğer daha az güçlü olan takım yeterli şans faktörüne sahipse, kendisine göre daha güçlü olan takımı mağlup edebilir. Bu durum 2 no'lu denklemde belirtilmiştir.

$$W_{jk} = \text{prob} (Q_j > Q_k) = \text{prob} (T_j - T_k > \varepsilon_k - \varepsilon_j) \quad (2)$$

Ligin toplam televizyon yayın hakkı geliri; ligde bulunan bütün takımların yetenekleri toplamının pozitif bir fonksiyonudur, $B(\sum T_j)$. Ligin yetenekli oyuncuları ne kadar çok olursa, ligin televizyon geliri de o kadar çok olur. Çünkü birçok insan daha yetenekli oyunculardan oluşmuş takımları izlemekten daha fazla zevk alır. Bunun yanında, maçların hepsini kazanan tüm yetenekli oyuncuların toplandığı bir takıma daha fazla yetenekli oyuncu ilave etmek, ligin televizyon gelirlerini arttırmayacaktır. Çünkü ligler yetenekli oyuncuları takımlar arasında dağıtmak istemektedir.

Her kulübün elde edeceği televizyon yayın geliri; toplam televizyon yayın gelirinin bir ortalaması olarak alınmıştır.

$$B = B(\sum T_j) / J \quad (3)$$

Öncelikle bilet gelirlerinden oluşan yerel gelirler takımın beklenen performansına eşittir, $L_j(W_{jk})$.

Beklenen toplam gelir, R, 4 no'lu denklemde gösterilmiştir.

$$ER_j = B_j + L(W_{jk}) \quad (4)$$

E, beklenti operatörüdür. Modelde şans faktörünün olmasından dolayı, belirsizlik olacaktır.

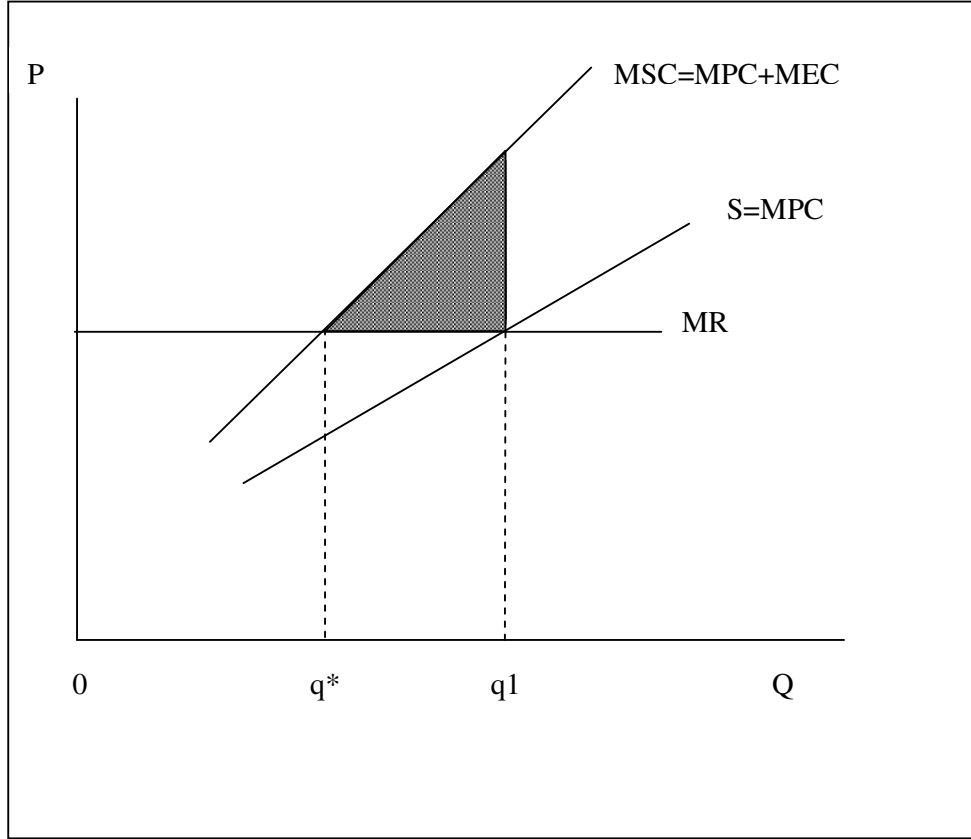
Scully takımların beklenen gelirlerini hesapladıktan sonra oyuncuların gelirleri üzerinde durmuştur. Stattaki bir pozisyon için belirlenen oyuncu ücreti, yetenekli oyuncunun o pozisyonda yarattığı marjinal gelişmenin takımın kazanma yüzdesinde ne kadar katkıda bulunduğuyla bağlıdır. Kulüp açısından düşünüldüğünde ise, daha iyi oyun çıkarmak için harcama yapmanın takım başarısı ve karı üzerinde daha fazla katkı sağlayıp sağlayamayacağıdır. N'inci pozisyonun değeri 5 no'lu denklemde gösterilmiştir.

$$V_n = \int_0^{t_n} \left[B'_j + L'_j f(T_j - T_k) \right] (\partial T / \partial t_n) dt_n \quad (5)$$

N'inci pozisyonun kulübe olan değeri (V_n) ,o pozisyonun televizyon yayın gelirine ve yerel bilet gelirlerine ne kadar eklediğidir. B_j , j takımı için, lig genelindeki ortalama televizyon gelirinin, n pozisyonundaki yetenek artışına göre türevidir. L_j ; yerel gelirlerin, takımın yetenek düzeyindeki değişmesine göre türevidir. Yerel bilet gelirleri de, takımın kazanma yüzdesine yani, takımın toplam yetenek sayısı ile karşı takımın toplam yetenek sayısının farkına bağlıdır, $f(T_j - T_k)$. $\partial T / \partial n$ ise takımın toplam yetenek sayısının n pozisyonundaki yetenek sayısına göre kısmi türevidir. n pozisyonunun j takımı için değeri, takımın toplam televizyon gelirindeki değişmenin ve takımın o pozisyona daha fazla yetenek eklemesinin yerel gelirler üzerinde yaratacağı değişmelerin o yetenek ile n yetenek arasındaki aralıktır. Bu da optimal yetenek düzeyini belirler.

1.3.4.2. Coase Teoremi ve transfer sistemi

Transfer sisteminin ligdeki rekabetçi dengeyi arttıracığı ya da piyasadaki tekelci durumu azaltacağı üzerine ekonomik analizleri içeren ilk çalışma, Rottenberg (1956) tarafından yapılmıştır. Rottenberg'in çalışması Coase teoremine dayanmaktadır. Coase teoremine göre; tam rekabet altında, dışsallığı yaratan ya da dışsallıktan etkilenen gruplar, mülkiyet hakları net olarak belirlenmişse ve işlem maliyetleri düşükse, kaynaklarını en yüksek değere sahip olacağı alana kaydırır ve dışsallıklar ortadan kalkar (Ronald H. Coase, 1960). Coase teoremi sadece tam rekabeti değil, aynı zamanda da tam bilgiyi ve işlem maliyetlerinin olmamasını gerektirir. Etkin çıktı seviyesine ulaşmada en önemli problem geçiş maliyetlerinin yüksek olduğu durumdur. Eğer geçiş maliyetleri yüksekse, kaynaklar düşük değerli kullanımdan yüksek değerli kullanıma geçmeyecektir ve dolayısıyla dışsallıklar oluşacaktır.



Grafik 1.4. Coase Teoremi

Şekildeki üretimde olumsuz dışsallığa yol açan tam rekabetçi firmanın sahip olduğu eğriler, marjinal hasılat ve marjinal özel maliyet eğrileri, MR ve MPC ile gösterilmiştir. Tam rekabetçi bu firma mülkiyet haklarına sahiptir. $MSC = MPC + MEC$ eğrisi bu firmanın oluşturduğu marjinal sosyal maliyeti simgeler. MSC ve MPC eğrileri arasında kalan dikey fark, ilave bir birim üretmenin marjinal dışsal maliyetini yansıtır. Rekabetçi firma MR ile MPC eğrisinin kesiştiği noktada üretim yapacaktır. (q_1). Oysa firmanın neden olduğu negatif dışsal ekonomiler dikkate alınırsa firma için optimum üretim düzeyi, q^* olmalıdır. Bu durumdan zarar görecektir olan diğer kuruluş kar maksimizasyonunu amaçlayan rekabetçi kuruluşun ilave bir birim üretmesinden vazgeçmesi için, firmaya en az MR- MPC büyüklüğü kadar ödeme yapmalıdır. Dolayısıyla taraflar, anlaşma yaparak belirli bir para karşılığında, oluşan negatif dışsallıkları ortadan kaldırarak piyasayı etkin bir hale getirebilir. İşlem maliyetlerinin olmaması diye adlandırılan bu durum; mukavele hazırlatma, onaylama, avukatlık masrafları gibi maliyetlerin olmaması anlamına gelir.

Spor emek piyasasında ise, Coase teoremine göre; yetenekli oyuncuların dağılımı gerek kapalı transfer sisteminde gerekse serbest hareketlilik düzenlemesinde türdeş olacaktır. Rottenberg'e (1956) göre sporda oluşan emek piyasasında azalan verimler kanunu işlemektedir. Azalan getirilere göre, büyük bir kulübün takımına yıldız oyuncuları almaya devam etmesi sonucunda, toplam ürün azalan bir oranda artmaya başlayacak ve takım diğer takımlar arasında en iyi olacaktır. Bu da zamanla seyirci ilgisini azaltacaktır, çünkü lig yapısı rekabetçi dengeden uzaklaşacaktır (Sloane, 2006: 5). Kar maksimizasyonuna göre, böyle bir durumda, yıldız oyuncular daha az başarılı olan takımlara yönelecektir. Eğer takımlar arasında işlem maliyetleri az olursa, oyuncuların serbest hareket edebilmeleri, seyircilerin talebini artırarak kendi kendini düzenleyen bir yapı oluşturacaktır. Böylelikle emek piyasasında kısıtlamalara gerek kalmayacaktır. Eğer işlem maliyetleri sıfır olursa, yetenekli oyuncuların dağılımı kapalı transfer sistemi ile serbest hareketlilik sisteminde aynı olacaktır.

Rottenberg, dışsallıkların yetenekli oyuncuların etkin dağılımını bozabileceği ihtimalini göz ardı etmiştir. Bu doğrultuda Demmert (1973) ortalama üstü takımların yetenek düzeyindeki artışın; o kulüp için dışsal ama lig geneli için içsel olan kayıplara neden olacağını; ortalama altı takımların yetenek düzeyindeki artışların ise, o kulüp için içsel lig geneli için dışsal kayıplara neden olacağını belirtmiştir.

Coase teoreminin tam rekabet ve tam bilgiye sahip olma varsayımları, spor liglerinde monopol durumun hakim olduğu noktada geçerliliğini kaybedebilir. Böyle bir durumda 'ikinci en iyi teorisi' (Lanchester ve Lipsey, 1956) geçerli olacaktır.

1.3.5. Ticari Gelirler ve Diğer Gelirler

1 3.5.1. Reklam gelirleri

Reklam gelirleri 2 farklı biçimde oluşmaktadır.

1- *Forma gelirleri*: 3813 sayılı T.F.F. kuruluş ve görevleri hakkındaki kanun gereğince tescilleri yapılan kulüplerin amatör ve profesyonel futbol karşılaşmalarında (resmi ve özel), karşılaşmalara katılacak futbolcu ve görevlilerin forma ve

eşofmanlarına ve benzeri spor giysilerine konulacak reklam ve reklam sayılabilecek her türlü resim, yazı ve benzeri şekiller, bu talimatla tespit edilen esaslara göre düzenlenir.

2- *Statlara Alınan Reklamlar:* Profesyonel futbol karşılaşmalarının oynandığı statlara, statların işletilmesinden sorumlu olan G.S.G.M. ile bu statları G.S.G.M.'den kiralayan kulüpler tarafından reklam alınmaktadır.

Türkiye Futbol Federasyonu'nun izniyle oyun sahası ve sahayı çevreleyen alanlarda, gerçek ve sanal reklam uygulamaları yapılabilir. Kulüpler genelde saha içi ve dışı reklam panolarını ve tesislerdeki reklam panolarını belirli süreler çerçevesinde kiraya vermektedir.

1.3.5.2. Tesis faaliyet gelirleri

Spor kulübünün merkez ve tesislerinde kişilere yapılan malların teslimi ve hizmet ifaları karşılığında elde edilen gelirdir. Bu başlık altında, spor faaliyet sırasında sporculara ve taraftarlara hizmet veren spor tesisinde, büfelerden yapılan satışlar sonucu elde edilen gelirler ile bu tesislerde düzenlenen kurs ve benzeri etkinliklerden elde edilen gelirler sayılabilir.

1.3.5.3. Lisans ve ticari ürünler isim hakkı gelirleri

İsim hakkı gelirleri, spor kulüpleri tarafından, kulüp ismi, logosu, arması, tescilli sporcularının fotoğraf ve imzalarının ticari mallar üzerinde kullanılması, devredilmesi veya kiralanması şeklinde elde edilen gelirlerdir. Bu gelirler, ticari bir ürün üzerine/ürün ile birlikte kullanılmak suretiyle elde edilebileceği gibi, bu kurumların sportif faaliyetlerini icra sırasında da doğabilir.

1.3.5.4. Performansa bağlı diğer gelir kaynakları

Kulüplerin UEFA ve Şampiyonlar Ligi'nde takımlarının performanslarına bağlı olarak elde ettiği gelirlerden oluşur. Beşiktaş Sportif A.Ş. Şampiyonlar Ligi'nde en son mücadele ettiği yıl olan 2003 -2004'te toplam 7.7. milyon YTL gelir elde etmiştir.

Fenerbahçe Sportif A.Ş. ise 2004 -2005 yılında şampiyonlar liginden 3.111.377 YTL gelir elde etmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

REKABETÇİ DENGE

2.1. REKABETÇİ DENGE

Futbolu diğer endüstrilerden ayıran özelliklerinden birisi; arz edilen ürünün yani maçların, rekabet içinde olan takımlar tarafından ortak ve karşılıklı olarak sunulmasıdır. Bu nedenle, maçlar kulüplerin ürünleri olmanın yanı sıra, ligin de ürünleridir. Bu durum, futbolun düzenlenmesi ve futbol liglerinin rolü ile ilgili birçok soruyu gündeme getirmektedir. Bu bölümde, ligler ve kulüpler için rekabetçi dengenin önemi, rekabetçi dengeyi sağlamak için yapılan düzenlemelerin etkinliği tartışılacaktır.

Spor liglerinde gelir dağılımı, rekabeti korumak ve ligin devamını sağlamak için bir düzenleme mekanizması olarak kullanılmaktadır. Lider kulüpler gelirlerin büyük çoğunluğunu alma eğilimindedirler. Ancak bu eğilim orta ve uzun vadede çıkarlarına ters düşmektedir.

Spor ligleri, ligi oluşturan daha az başarılı kulüpleri arkasına almış, şampiyonluk için mücadele eden bir kaç büyük kulübün hâkimiyeti altındadır. Bir ligin genel başarısını belirleyen ana faktör, lig dengesi veya rekabetçi dentedir. Eğer rekabetçi denge açısından büyük kulüplerle diğer kulüpler arasındaki fark çok büyükse, birçok maçın sonucu tahmin edilebilmektedir. Güçlü rekabetin eksikliği az talep gören heyecansız maçların varlığına yol açmaktadır. Büyük kulüplerin gişe gelirleri daha çoktur. Koltuk başına daha fazla ücret almakta, daha fazla ticari ürün satmakta ve maçlarının yayın hakkı için daha yüksek bedeller talep etmektedirler. Bu gelirler de yüksek bedelli en iyi oyuncuların alınması için harcanarak büyük kulüplerin

hakimiyetinin korunmasını ve devamını sağlamaktadır. Bu dengesizlik, spor liglerinin önemli sorunlarından biridir. Birçok endüstride rekabet içinde olan ajanlardan birisinin gösterdiği kötü performans diğeri için fayda sağlarken spor endüstrisinde durum bunun tam tersidir (Oughton vd, 2006: 5).

Ligde mücadele eden kulüplerin ortak bir ürünü olan futbol ele alındığında; ligin devamı için bile belli sayıda rakibe ihtiyaç vardır. Bir futbol liginde rakip kulüplerin iflası ligi tehlikeye atmaktadır. Aynı şekilde; bir grup kulüp ligden ayrılmayı seçtiğinde bu durum kalanların ekonomik durumlarını ciddi şekilde zayıflatabilmektedir. Ligin başarılı olabilmesi ve çok sayıda seyirci çekebilmesi için belli sayıda kulüp ile bu kulüpler arasında belli bir oranda rekabetçi denge olması gerekmektedir.

Spor liglerindeki üç sorun birbiriyle bağlantılı olarak ligin geleceğini tehlikeye atan kısır döngüler oluşturmaktadır. İlk olarak, rekabetçi denge düzeyi düşük olan bir ligde, izlenme talebi ve dolayısıyla da yayıncı kuruluştan gelen gelir miktarı maksimize edilmeyecektir. Çünkü ligdeki maçların çoğu güçlü rekabetten yoksun, tahmin edilebilir ve sıkıcı olacaktır. İkinci olarak, ligin alt bölümünde yer alan bazı kulüpler iflas tehlikesiyle karşı karşıya kalırlar, bu da kendi içinde ligin devamını tehdit edecektir. Üçüncü olarak, ligde rekabetçi denge düzeyinin düşük olması; ligin daha istikrarsız ve rakip liglerle mücadeleye karşı savunmasız hale gelebileceği anlamına gelmektedir.

Tüm bu nedenlerden dolayı, birçok spor ligi; gelirleri güçlü takımlardan alıp güçsüzlere yeniden dağıtarak lig dengesini sağlamayı amaçlayan düzenleyici denetim sistemleri uygulamaktadır. Dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta şudur ki; gelirlerin yeniden dağıtımı büyük kulüpler için bile avantajlı sayılabilir çünkü yeniden dağıtım rekabetçi dengeyi geliştirir, daha heyecanlı maçlar oynanmasını sağlar ve gelir akımını arttırır.

Türkiye 1. Futbol Ligindeki gelir dağılımı eşit olmaktan çok uzaktır. Lider takımın payı en alttaki takımın payının iki katından fazladır. Yeniden dağıtım payları, farklı takımların izlenme oranlarını inceleyip, gelir paylarıyla karşılaştırarak hesaplanabilir. Futbol maçlarının eğlence değeri, çok sayıda faktöre bağlı olarak önemli derecede değişkenlik gösterir: takımların kalitesi; takımların rekabet açısından ne derece

dengede oldukları; her kulübün taraftar temelini büyüklüğü ve taraftar desteğinin gücü veya taraftar birliğinin derecesi. Bu da şu anlama gelir; eğlence birimleri ve dolayısıyla izleyici sayısı, maçtan maça değişir. Fenerbahçe (2005- 2006 Türkiye 1. Futbol Ligi lideri) gibi lider bir takım, Denizlispor gibi ligin alt sıralarında yer alan bir takımdan daha fazla eğlence sunacaktır ve dolayısıyla oynadığı her maç için daha fazla seyirci çekecektir. Üstelik Fenerbahçe takımının maçlarının sunacağı eğlence miktarı karşı takımın kalitesine, karşılaşan takımlar arasındaki rekabetçi dengenin derecesine ve ligin özel durumlarına bağlı olarak değişkenlik gösterecektir. Fenerbahçe ve Galatasaray arasında oynanacak bir maç, kısmen takımların genel sıralaması/kalitesi ve kısmen de takımlar arasındaki rekabetçi dengenin derecesi ve sonucun tahmin edilemez oluşu nedeniyle, Fenerbahçe ve Denizlispor arasında oynanacak bir maçtan daha fazla eğlence sunacaktır. Dahası; aynı Fenerbahçe – Galatasaray eşleşmesi; maçın oynandığı zamanda iki kulüp arasındaki puan farkına ve maçın lig şampiyonluğunu ne derece etkileyeceğine bağlı olarak, farklı oranda eğlence sunacaktır ve dolayısıyla da farklı izlenme oranları görülecektir.

Kısaca, belli bir maç için izlenme oranı iki anahtar faktörden oldukça fazla etkilenir: iki kulübün kalitesi ve rekabetçi dengenin derecesi. Bu iki faktörden herhangi birinde gerçekleşecek bir artış, bir maçın eğlence değerini ve dolayısıyla izlenme oranı ile gelir miktarını artırır. Ligleri, lig dengesini çoğaltmak ve gelir akımını artırmak için yeniden dağıtım kuralı benimsemeye iten ekonomik teşvik, rekabetçi dengenin izlenme oranları ve gelirler üzerindeki bu pozitif etkisidir.

Lig maçlarının oluşturduğu eğlence miktarını maksimize etmek için, optimal bir kalite ve rekabetçi denge karışımına ihtiyaç vardır. Lig, lider kulüplerin kalitesi düşürülerek aşağı yönlü/düşme eğilimli bir şekilde dengelenebilir ancak *negatif lig dengesi* tabii ki pek de istenen bir durum değildir. Başka bir seçenek olarak, oyun kalitesinin korunmasını sağlayarak ve aynı zamanda gelirleri liderlerden geride kalmış takımlara yeniden dağıtarak, ligi artma eğilimli/artan yönde dengeleyerek *pozitif lig dengesi* sağlanabilir. Açıkça görülebilir ki ideal olarak, oyunun ve rekabetçi dengenin kalitesini korumak ve rekabetçi dengeyi artırmak için, gelirlerin yeniden dağıtımı, gelirleri arttırma düşüncesinin karşısında durmalıdır.

Naklen yayın veya diğerk yayın türlerinde yeni ve gelişen pazarların ortaya çıkması, gelir akımının artması için yeni olanaklar sağlamıştır. Bu durumun futbola önemli faydalar sağlayacağı bir gerçektir, ama diğerk taraftan da gelirlerin artması, düzenlemeyi ve yeniden dağıtımı hiç olmadığı kadar gerekli kılmaktadır. Özellikle, şu anki dağıtım kuralları altında, toplam gelirdeki bir artışın en zengin ve en fakir kulüpler arasındaki mutlak farkı daha da büyüteceği görülebilir. Bu muhtemelen lider takımların oyun kalitesini arttıracaktır ancak rekabetçi dengeyi azaltacaktır. Benzer şekilde, bir futbol ligine gelen gelir akımını azaltmaya yönelik herhangi bir hareket, genel olarak lig fakirleşirken zenginle fakir takım arasındaki farkın azaltılması sonucu, bir negatif lig dengesine yol açacaktır. Liglerin hedefi hem kaliteyi hem de pozitif rekabetçi dengeyi teşvik etmek olmalıdır, çünkü eğlence değerini ve dolayısıyla izlenme gelirlerini maksimize eden, bu iki faktörün birleşimidir. Gelir akımı, geçtiğimiz on yılda olduğu gibi artarken lig dengesini sağlamak ve teşvik etmek için ilerici yeniden dağıtım kurallarına ihtiyaç olmaktadır.

Futbol müsabakaları katılımcılar arasında ‘kazananlar ve kaybedenler’ şeklinde bir hiyerarşik sürecin oluşmasını sağlamaktadır. Ligdeki rekabetçi denge ise; kazananlar grubunda yer alacak olan taraftarların rasyonel beklentilerine dayanmaktadır (Szymanski, 2001: 69).

Oyun sonucunun belirsizliğinin taraftar talebi için önemli olması ve talebin ligler ve spor müsabakaları için gelir kaynağı oluşturmasından dolayı, tüm spor dalları ve spor organizasyonları, karşılıklı güçleri dengelemek adına bazı kurallar belirlemişlerdir. Mesela; boks karşılaşmalarında boksörler ağırlıklarına göre sınıflandırılırken, yüzme, araba yarışı gibi spor dallarında farklı kulvarlarda yarışmanın oluşturabileceği avantajları ortadan kaldırıp rekabet düzeyini eşitlemek için zaman ayarlamaları yapılmaktadır (Sanderson ve Siegfried, 2003: 258).

Bir ligu oluşturan takımların rekabet güçleri ne kadar dengeli olursa; maç sonucu üzerindeki belirsizlikte o kadar büyük olur. Aynı şekilde; takımların güçleri ne kadar eşitse, diğerk anlamda rekabet dengesi ne kadar yüksekse, şampiyonluk yarışının sonucu da belirsiz olacaktır. Tam dengede olan bir ligde; her takımın maçı kazanma şansı eşittir ve dolayısıyla şampiyon olma şansı da eşit olacaktır. Aynı zamanda; yine güçlerin eşit

olduğu bir ligde maç sonuçlarını ve şampiyonun kim olacağını tahmin edebilmek imkansız hale gelecektir.

Rekabetçi denge düzeyi önemlidir, çünkü diğer şartların eşit olduğu durumlarda; maç sonucu üzerindeki belirsizlik taraftarlar üzerinde büyük ilgi yaratmaktadır. Böylelikle hem dijital platformlardan hem de stadyumdan maç izleme talebi artacaktır. Rekabet dengesi olmayan bir lig seyircilerden kazanılabilecek olan potansiyel geliri maksimize etmemiş olacaktır.¹ Rekabetçi dengeyi oluşturmak ve sürdürmek bu yüzden bir kulübün ve ligin temel amacı olmalıdır. Spor liglerinin arkasındaki işletme mantığı, rekabetçi dengeyi devam ettirmek için bazı düzenlemeler yapmayı gerekli kılmaktadır (Michie ve Oughton, 2004: 4). Daha başarılı kulüplerin, yetenekli oyunculara yatırım yapmak için daha büyük bir bütçesi varken, zayıf kulüplerin, iyi bir takım kurabilmesi için yeterli maddi güçleri olmayacaktır. Dengenin olmadığı liglerde kulüplerin performanslarında da farklılıklar meydana gelecektir. Bu durum da lig genelinde katılımın azalmasına neden olacaktır.

2.1.1. Seyirci – Taraftar Katılımı ve Rekabetçi Denge

Szymanski'ye (2003) göre rekabetçi denge hipotezinin dayandığı iki temel düşünce vardır;

— Gelir kaynaklarının takımlar arasında dengesiz dağılımı, dengesiz rekabet düzeyine neden olur.

—Azalan rekabetçi denge düzeyi seyirci talebini azaltma eğilimindedir.

Seyirci talebini etkileyen tek faktör rekabet dengesi değildir. Borland ve Macdonald'ın (2003) spor talebi üzerine yaptıkları çalışmalara göre, seyirci talebini etkileyen faktörler beş ana grup altında toplanır;

—Tüketici tercihleri

—Ekonomik faktörler

¹ Borland ve MacDonald (2003) sezon belirsizliği ve katılım arasındaki ilişkiyi inceleyen ampirik çalışmalar yapmıştır. Tüm bu çalışmalar sonucunda rekabetçi denge düzeyinin katılım üzerinde pozitif etkileri olduğunu bulmuşlardır.

- İzleme kalitesi
- Spor mücadelesi
- Arz kapasitesi

Rekabet dengesi, spor mücadelesi faktör grubunun içerisinde yer almaktadır (Brandes ve Franck, 2006: 6). Seyirci/taftar talebinin büyük bir kısmı takımın performansına bağlıdır (bkz: Szymanski ve Smith: 1997, Szymanski ve Hoehn: 1999). Sezon boyunca performansı iyi olan takımlar daha çok seyirci çekecektir. Bunun dışında oyuncuların yabancı olması, milli takımda oynuyor olması, takımın geçen sezonlarda lig şampiyonu olması, performansa bağlı talebi etkileyen diğer faktörlerdir. Ligi oluşturan takımların performanslarının birbirine yakın olması, maç üzerindeki belirsizliği arttıracaktır. Dolayısıyla belirsizliğin taraftar talebi üzerinde anlamlı pozitif etkisi vardır (Jennett: 1984, Janssens ve Késenne: 1987).

2.1.1.1. Piyasa büyüklüğü ve katılım

Tüm profesyonel spor liglerinde, lig sıralamasına ya da kazanma yüzdesine bağlı olarak değişen lig gelirleri, piyasa büyüklüğünden önemli oranda etkilenmektedir. Bu durum; karını maksimize etmeye çalışan Kuzey Amerika liglerinde de (Fort ve Quirk: 1995), faydayı maksimize etmeye çalışan Avrupa liglerinde de (Késenne: 1999) geçerlidir.

Kulüp düzeyinde konu incelenirse; piyasa büyüklüğünün takımın yetenekli oyunculara yapacağı yatırımların gelir kaynağını oluşturduğu görülmektedir. Burger ve Walters'a (2003) göre oyuncular; takıma katılmalarıyla takımın gelirlerinin daha çok artacağı kulüplere yönelmek isterler; dolayısıyla bunun bir sonucu olarak oyuncuların alacakları ücretler artacaktır. Yine aynı şekilde, bu durum da; hem karını maksimize eden kulüpler hem de faydayı maksimize eden kulüpler için geçerlidir (Késenne: 1999).

Buraimo ve Simmons'ın (2006) piyasa büyüklüğünün maç talebi ve rekabet dengesi üzerindeki etkilerini İngiltere Premier Ligi genelinde inceledikleri çalışmada; büyük piyasaya sahip bölgelerde kurulan takımların, küçük piyasaya sahip bölgelerde kurulan takımlara göre daha fazla gişe geliri elde ettiği sonucunu bulmuşlardır. Kullandıkları modelde talebi;

$\text{Log katılım}_{it} = f(\text{ takım desteği}_{jk}, \text{ takım kalitesi}_{jk}, \text{ maç sonucunun belirsizliği}_{i}, \text{ televizyon yayını}_{i}, \text{ piyasa büyüklüğü}_{jk}, \text{ müsabaka}_{jk})$

şeklinde ifade etmişlerdir. jk altsimgesi ile gösterilen değişkenler her iki takım için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Aslında misafir takımın özellikleri de maç günü katılımını etkilemektedir. Bunun iki sebebi vardır. Birincisi; maç sonucunun belirsizliği her iki takımın da rekabetçi denge düzeyine bağlıdır. Dolayısıyla misafir takımın rekabet düzeyi de katılımı etkilemektedir. Diğeri ise; misafir takımın taraftarları eğer müsabakanın yapıldığı şehrin mesafesi yakınsa maça katılabilir tabi bu durumu da, aynı şekilde, ev sahibi takımın özellikleri etkileyecektir.

Büyük piyasalarda daha çok taraftarın olması, daha fazla gişe gelirinin olmasını sağlamaktadır. Scully'nin (1995), daha fazla gişe gelirinin yetenekli oyunculara daha fazla yatırım yapma olanağı sağladığını gösteren çalışma, büyük markete sahip takımların rekabet düzeylerinin daha fazla olduğunu savunmaktadır.

2.1.1.2. Taraftar yoğunluğu

Dengede bir rekabet eşitliği taraftar talebini etkileyen önemli faktörlerden birisidir ancak rekabetçi denge her zaman istenilen bir durum değildir. Bazı durumlarda taraftar fayda fonksiyonu, rekabetçi dengenin mükemmel olmasına rağmen, optimala ulaşmamaktadır. Takımların taraftar yoğunluğu rekabet dengesinde önem taşır. Eğer taraftar desteği takımlar arasında eşit dağılım göstermez ise (örn: demografik nedenler); toplam fayda fonksiyonuna göre, daha çok seyircisi olan takım yönüne dengesizlik oluşması daha optimal olabilir (Szymanski, 2001: 70). Mesela bir takımın toplam taraftar sayısı içerisinde % 50'lik taraftara sahip olması; rekabet dengesinin mükemmel olduğu bir durumda, toplam faydayı maksimize etmeyecektir. Böyle bir takımın başarılı olması; diğer küçük takımların başarılı olmasından daha fazla toplam fayda sağlayacaktır. Szymanski'nin (2001) modeli bu konuyu açıklamak için kullanılabilir. İki takımdan oluşan bir müsabakada; birinci takımın daha büyük bir piyasaya sahip olduğu varsayalım. Böyle bir durumda; taraftarların faydası, o takımın kiraladığı yetenekli oyuncu sayısı ile ifade edilen oyun başarısına bağlıdır. Her takım için taraftar faydası ifade edilecek olursa;

$$U_1 = \mu_1 w_1 = \frac{\mu_1 t_1}{t_1 + t_2} \quad (1)$$

$$U_2 = \mu_2 w_2 = \frac{\mu_2 t_2}{t_1 + t_2}.$$

$\mu_1 > \mu_2$ birinci takımın desteğinin daha fazla olduğunu gösterirken, w her takım için kazanma yüzdesini, t her takımın kiraladığı yetenekli oyuncu sayısını simgelemektedir. Modelde, toplam fayda fanatik taraftarların ve herhangi bir takımı tutmayan izleyicilerin faydasının toplamıdır. Bu izleyiciler sadece ilgi çekici maçları izlediği için, talepleri rekabet dengesine bağlı olacaktır. Bu durumda toplam fayda;

$$U = U_1 + U_2 + \theta w_1 w_2. \quad (2)$$

θ bağımsız izleyicilere kıyasla fanatik taraftarların oranını verir. Kazanma yüzdelere göre toplam faydanın maksimize edilmesi;

$$w_1^* = \frac{1}{2} + \frac{\mu_1 - \mu_2}{2\theta} \quad (3)$$

şeklinde ifade edilebilir. θ rekabet dengesinin olduğu durumlarda yüksek olacaktır. Her iki takımın da eşit olarak desteklenmediği durumda kritik θ değeri oluşur, bu kritik değer, daha popüler olan takım hiç maç kaybetmese bile, toplam faydanın maksimize edileceğini gösterir.

Rekabetçi bir piyasada yapılacak maçları modellemek için, kulüplerin amaçları üzerine bazı varsayımlar yapılması gerekmektedir. Bu modelde, kulüplerin kar maksimizasyonunu amaçladığı varsayılmıştır. Kulüpler bilet ve ticari ürün satarak taraftarlarının faydasının bir bölümünü oyuncu kiralamak amacıyla ellerinde tutarlar. Oyuncuların marjinal maliyetlerinin sabit olduğu varsayılmıştır.

$$\pi_i = \theta_i \mu_i w_i - ct_i \quad (4)$$

\emptyset taraftar faydasının paraya dönüştürülebilir kısmını simgeler ve bağımsız izleyicilerin faydasının paraya dönüştürülemediği varsayılır. Kar maksimizasyonu; her kulüpteki yetenekli oyuncu oranının, kulüplerdeki taraftar yoğunluğu oranına eşit olacağını belirtir, (μ_1/μ_2) . Bu durum, 3 no'lu denklemde ifade edilen, her kulübün sosyal optimal düzeyi sağlayacak yetenekli oyuncu sayısı ile karşılaştırıldığında, sosyal optimalite sağlayan rekabetçi denge düzeyinin sadece şansa bağlı olarak arttığı görülür. Eğer $\mu_1 = \mu_2$ olursa piyasadaki çıktı düzeyi optimal olur. $\mu_1 > \mu_2$ olursa sosyal optimal sadece belirli bir θ değeri ile mümkün olacaktır. Bu değer μ_1 'de artacaktır yani bağımsız seyirci oranının faydası ne kadar artarsa, birinci takımın sosyal optimalite sağlaması için gerekli taraftar yoğunluğunun o kadar çok olması gerekmektedir. Eğer birinci takımın taraftar yoğunluğu çok fazla ise müsabakadaki denge, sosyal açıdan optimal olan düzeyden daha düşük olacaktır ve taraftar yoğunluğu çok az ise, müsabaka sosyal açıdan optimal olan denge düzeyinden daha fazla dengede olacaktır.

Bu model gelirin dağılımındaki eşitsizlik, rekabetçi denge ve sosyal optimum arasındaki ilişkiye dair bazı düşünceler içerir. Modele göre, rekabet dengesinin istenmediği durumlarda, piyasa dengesi sosyal optimalite sağlamayacak ve rekabetçi dengenin mükemmel olması istenilen bir olgu olmaktan çıkacaktır. Taraftarı çok olan (yoğun desteklemek) takımlar aşırı dengesiz karşılaşmalara neden olmaktadır (Szymanski, 2001: 74).

2.1.2. Gelir Paylaşımı ve Rekabetçi Denge

Birçok spor yorumcusu ve özellikle kulüp sahipleri, 'gelirlerin dağılımı' konusuna dikkat çekmişlerdir. Büyük piyasaya sahip olan takımların bazılarının, veri başarı düzeyinde, önemli sayılabilecek kadar çok izleyici çekme potansiyeli varken, daha küçük piyasaya sahip olan takımlar nispeten daha az izleyici çekeceklerdir. Gelirlerin kulüpler arasında tekrar dağılımını destekleyenlere göre, büyük takımların çıkarıcı davranışları, büyük piyasaya sahip takımların lige, maçların sonuçlarının tahmin edilebileceği ve taraftar talebinin azalacağı noktaya kadar hükmetmesine neden olacaktır. Bu öngörülen problem için, yaygın olarak önerilen çözüm; gelirlerin yeniden dağıtılması ve böylece her takıma eşit imkânların sağlanmasıdır (Szymanski ve Késenne, 2004: 166).

Spor liglerinde gelir paylaşımı üzerine yapılan çalışmalarda, takımlar arasında büyük gelir farklılıklarının olduğu görülmüştür. Farklı şehirlerde kurulan takımların bilet gelirleri ve televizyon gelirleri arasında oldukça büyük farklar vardır. Zengin kulüpler daha çok yetenekli oyuncu alabilecekleri için; daha başarılı olabilirler. Gelirleri zengin kulüplerden alıp fakir kulüplere dağıtacak bir mekanizma rekabetçi dengeyi uzun dönemde geliştirebilir. Gelir paylaşımı; taraftar talebini ve ligin gelirini dahası; eğer takımlar kar maksimizasyonunu hedeflemişlerse; oyuncuların ücretlerini düşürebilir (Palomino ve Rigotti, 2000: 1). Güçlü takımların sponsor kontratları, karlı şampiyonlar ligi katılımları, televizyon yayın hakkı gelirleri, oyuncuların küçük takımlardan büyük takımlara yönelmesine sebep olur. Star oyunculara olan aşırı talep, star oyuncu ücretlerinin çok fazla artmasına neden olur. Bu durumun bir yansıması da, ortalama yetenekteki oyuncuların ücretlerinin yükselmesidir (Koning, 2000: 1). Gelir paylaşımı; televizyon yayın haklarının satışı, gişe gelirlerinin paylaşımı, tüm maçların gişe gelirlerinin havuzda toplanması¹ gibi farklı metotlarla yapılabilir.

Şaşırtıcı olarak; ekonomistler, kulüpler arasındaki gelir paylaşımının, rekabetçi denge düzeyini ve kulüpler arasında yetenekli oyuncu dağılımını nasıl etkilediği üzerine yaptıkları çalışmalarda, gelir paylaşımı konusunda ortak bir sonuca ulaşamamışlardır. Yapılan çalışmaların sonuçlarının farklı olmasının sebebi; türetilen gelir fonksiyonunun ve oyuncu arzı üzerine yapılan varsayımların farklı olmasından kaynaklanmaktadır.

Quirk ve El Hodiri (1974), standart karını maksimize eden kulüpler modelinde, sabit yetenekli oyuncu arzının ve sadece ev sahibi takımın başarı yüzdesinin kulüp gelirini etkilediği varsayımı altında, gelir dağılımının rekabetçi denge düzeyini etkilemediğini göstermişlerdir. Kullandıkları modelde gelir fonksiyonunda; ev sahibi takımın sezon boyunca elde edeceği gelir sadece takımın sahip olduğu yetenekli oyuncu sayısına bağlı olan kazanma yüzdesine bağlıdır.

Atkinson, Stanley, Tschirhart (1988) yaptıkları çalışmada daha genel bir model kullanarak; gelir paylaşımının kulüpler arasında yetenekli oyuncu dağılımını etkilediğini göstermişlerdir.

¹ Amerika'da 1997 yılı sonrasında beysbol maçlarının gişe gelirleri havuzda toplanmaktadır.

Quirk ve Fort (1995) kar maksimizasyonunu hedefleyen ve iki kulüpten oluşan bir ligi incelemişlerdir. Gişe gelirlerinin paylaşımının, yerel televizyon geliri olmadığı durumda, rekabetçi dengeyi etkilemediğini göstermişlerdir. Kulüplerin paylaşmadıkları gelirlere de (yerel televizyon gelirleri) sahip olduğu durumda ise, diğer tüm gelirlerin paylaşımı, rekabetçi denge düzeyini değiştirmektedir.

Marburger (1997), ziyaretçi takımın başarı yüzdesinin de kulüp gelirini etkilediği varsayarak, talebi; ev sahibi ve ziyaretçi takımın kalitesinin artan fonksiyonu olarak modellemiş ve artan gelir paylaşımının rekabetçi dengeyi arttırdığı sonucuna ulaşmıştır.

Késenne (1996), fayda maksimizasyonu hedefleyen kulüp modelini kullanarak, gelir paylaşımının kulüpler arasında daha dengeli yetenekli oyuncu dağılımı sağlayacağını ve rekabetçi dengeyi arttıracığını savunmuştur.

Késenne (2000), kullandığı modelde mutlak kaliteyi gelir fonksiyonuna dâhil etmiş ve hem kar maksimizasyonu hem de fayda maksimizasyonu amaçları dâhilinde, gelir paylaşımının rekabetçi dengeyi arttıracığını göstermiştir.

Szymanski (2001), yetenekli oyuncu arzının sabit olmadığı varsayımını modeline dâhil etmiş ve gelir paylaşımının rekabetçi dengeyi azalttığı sonucunu bulmuştur. Szymanski modeli iki takımdan oluşan bir lig üzerine kurmuştur. Ligi oluşturan takım sayısı artırıldığında ise negatif etki ortadan kalkmaktadır (Késenne: 2005).

Feess ve Stahler (2005) karını maksimize eden lig modelinde, yetenekli oyuncu arzını sabit varsaymayarak; gelir paylaşımının rekabetçi dengeyi azalttığını savunmuşlardır. Eğer modelde takımlar faydayı maksimize ediyor olsalardı rekabetçi denge artardı çünkü modelde, küçük takımlar büyük takımlardan alacakları gelirleri yetenekli oyunculara yatırım yapacaklardır.

Szymanski ve Késenne (2004) “oyun başarı fonksiyonunu” kullanarak iki takımdan oluşan ve karını maksimize eden bir ligde, gelir paylaşımının rekabetçi dengeyi azalttığını kanıtlamışlardır. Bu durum, gelir paylaşımının kulüplerin birbirleri

üzerindeki negatif dışsallıklarını etkisizleştirmesi ile açıklanabilir. Késenne (2005) gelir paylaşımının bu negatif etkisinin ligde daha fazla sayıda takım olması ile kaybolacağını ispatlamıştır çünkü firma (kulüp) sayısı arttıkça Nash-Cournot dengesi, Walrasyan rekabet dengesine yaklaşacaktır.

Bazı varsayımlar altında gelir paylaşımının rekabetçi denge düzeyini etkilediği görülürken, bazı varsayımlar altında ise daha dengesiz bir lige neden olduğu görülmüştür. Çalışmaların çoğunun; gişe gelirlerinin paylaşımının rekabet dengesi üzerinde etkili olmadığı anlamına gelen değişmezlik hipotezine ters düşmesinin (Ouirk ve El Hodiri: 1974, Fort ve Quirk: 1995, Vrooman: 1995) sebepleri ise;

— Kulüplerin gelirlerini belirleyen taraftar talebinin ev sahibi takımın başarı yüzdesinin yanında aynı zamanda misafir takımın başarı yüzdesinden de etkilenmesi (Marburger: 1997)

— Faydayı maksimize eden liglerin modellere eklenmesi(Késenne: 2000, Késenne: 2003)

— Yetenekli oyuncuların marjinal maliyetlerinin artması (Szymanski ve Késenne: 2003), olarak sıralanabilir.

Fort ve Quirk (1995) ve Vrooman'nın (1995) gişe gelirlerinin paylaşımının rekabet dengesi üzerinde etkili olmadığı yönündeki argümanı ise şu şekilde açıklanabilir;

— İki takımdan oluşan bir ligde A takımının güçlü B takımının ise daha zayıf olduğu varsayılınsın (bu model n takımdan oluşan sonlu sayıdaki bir lige de uygulanabilmektedir).

—Her iki kulübün amacının kar maksimizasyonu olduğu ve her kulübün kendi gişe gelirini aldığı varsayılınsın.

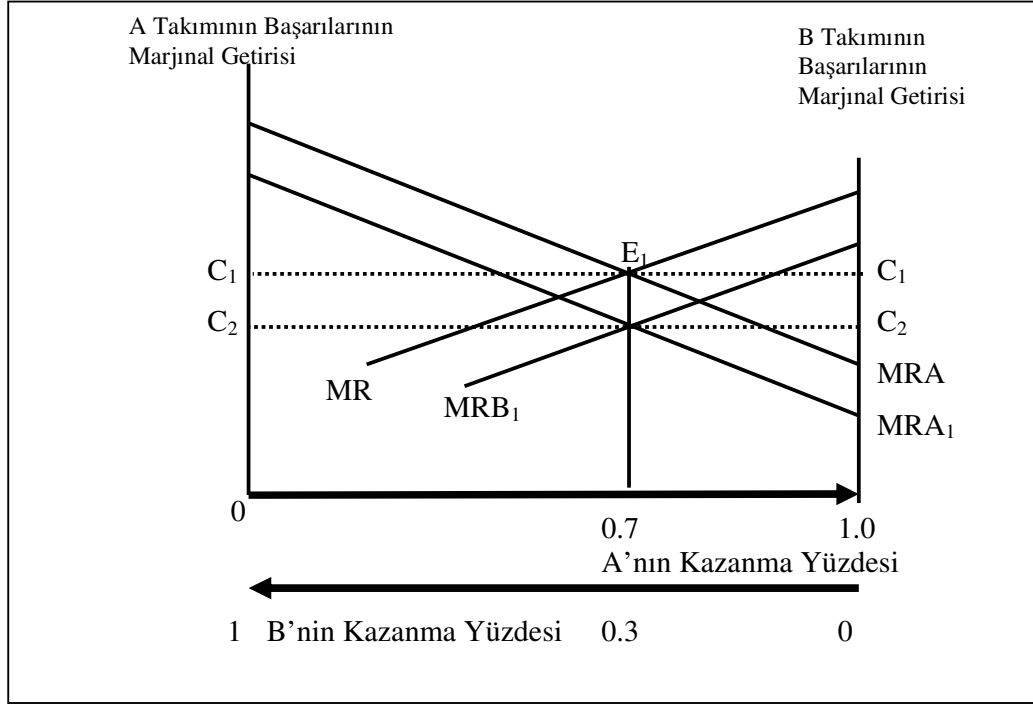
Taraftarların talebini maç sonucu üzerindeki belirsizlik etkilemesine rağmen, başarının getirileri azalarak artacaktır yani takımın başarı yüzdesi arttıkça getirileri azalan oranda artacaktır. Dolayısıyla da başarının marjinal getirisi negatif eğimli bir eğri olacaktır. Bunun sebebi ise, taraftarlar takımlarının kazanmasından mutlu olsalar bile yine de rekabet dengesi eşit olan maçları izlemekten zevk alırlar. Bunun tersi olarak ta;

eğer kazanma yüzdeleri birbirinden çok farklılık gösterirse; şampiyonun kim olacağı sezon başında belli olacak ve şampiyon olacak takım daha çok oranda risksiz maça sahip olacaktır. Ligin sıfır toplamdan oluşması 1 no'lu denklemde ifade edilmiştir.

$$\sum_{i=1}^n w_i = n/2 = 1.0 \quad (1)$$

w_i , i. takımın başarı yüzdesini simgeler.

Grafik 2.1'de A takımının başarı yüzdesi soldan sağa okunurken, B takımının başarı yüzdesi sağdan sola okunacaktır. Oyun gücü başına düşen piyasa maliyeti (yetenekli oyuncu maliyeti); C_1 'de her iki takım için de eşit olduğu varsayılır ve kazanma yüzdesine bağlı olarak değişmez. Yatay maliyet fonksiyonun arkasındaki dolaylı çıkarım ise; kazanma yüzdesi alanında marjinal maliyetlerin sabit olduğu durumda, kazanma yüzdesini bir birim arttıracak kadar yetenekli oyuncu satın alınabilmesidir. Sabit marjinal maliyet varsayımı altında denge E_1 'de oluşacaktır. Bu noktada her takım marjinal maliyetlerini marjinal gelirlerine eşitler ve daha çok taraftara sahip olan A takımı daha az taraftara sahip olan B takımından daha çok maç kazanır. Takımlardaki yetenekli oyuncu oranı, kazanma oranlarını da belirlemiş olur. Ayrıca bu modelde kendi evinde oynamanın avantajı yok sayılmıştır.



Grafik 2.1. İki Takımdan Oluşan Bir Ligde Gişe Gelirinin Paylaşımı

Bu modele gişe gelirlerinin takımlar arasında paylaştırıldığı varsayımı dâhil edilirse, ev sahibi takım α kadar gişe geliri alırken ziyaretçi takım $1-\alpha$ kadar gişe geliri alacaktır ($0.5 < \alpha < 1$). Ev sahibi takımın gişe gelirinin % 50'nin üzerinde olması; bir takımın başka bir takımı kendi sahasında yenmesini, deplasmanda yenmesinden daha değerli kılar ki bu da; sahaya kazanmak amacıyla takım çıkarma hevesini kırar. A ve B takımlarının toplam geliri R^* ile simgelenirse;

$$R^*(A) = \alpha R(A) + (1-\alpha) R(B) \quad (2)$$

$$R^*(B) = \alpha R(B) + (1-\alpha) R(A)$$

Gişe gelirleri dâhil edildikten sonra kulüplerin marjinal gelirleri;

$$MR_A = \alpha MR_A + (1-\alpha) MR_B \quad (3)$$

$$MR_B = \alpha MR_B + (1-\alpha) MR_A$$

olacaktır.

Marjinal maliyet ve marjinal gelir eğrileri aynı oranda aşağı kayacağı için, kesişme noktası orijinal noktanın hemen altında olacaktır. Gişe gelirlerinin paylaşımı rekabet dengesini etkilememiştir. Kazanma yüzdelerinin bilinmesi taraftar ilgisini azaltacağından gelirlerin düşmesine neden olacaktır. Dolayısıyla oyuncu ücretleri de azalacak ve C_2 'de dengeye gelecektir. $MR_{A1}=MC_{B1}=C_2$ (Sandy vd, 2004: 93).

Eğer ev sahibi takımlar kazanma olasılığı yüksek olduğu maçlardan daha fazla gelir sağlayacak olursa (örn: başarılı takımlar daha çok seyirci çeker) ve misafir takım gişe gelirlerini paylaşacaksa, misafir takım, gişe gelirlerini paylaşmayacağı bir maça göre daha az başarılı oynamayı tercih edecektir. Böyle bir durum ise, gişe gelirlerinin paylaşılmadığı duruma göre, takımları başarılı olmak için daha az harcama (daha az yetenekli oyuncu kiralama) yapmaya yönlendirir.

2.1.2.1. Kar maksimizasyonunu hedefleyen kulüplerden oluşan liglerde gelir paylaşımı ve rekabetçi denge

Késenne (2001) modelinde, n takımdan oluşan bir ligde takımları hepsinin kar maksimizasyonunu hedeflediğini varsaymıştır. Müsabaka sayılarının dengeli olduğu böyle bir ligde, her takım diğer takımlarla kendi sahasında ve deplasmanda birer kez maç yapmaktadır. Bir sezon boyunca her bir takımın yapacağı maç sayısı;

$2(n-1)$ olur.

i takımının, j takımı ile kendi sahasında oynadığı bir maçın geliri R_{ij} ile simgelensin. Eğer gelirler, kulüpler arasında paylaşım parametresi μ ile paylaştırılırsa, her kulübün toplam sezon geliri R_i ;

$$R_i = \mu \sum R_{ij} + (1-\mu) \sum R_{ji} \quad (1)$$

1 no'lu denklem ile ifade edilecektir.

Amerika ve Avrupa'da yapılan ampirik araştırmalara göre; bir maçın gelirleri temel olarak, izleyici çekebilme potansiyelinin ana belirleyicisi olan piyasa büyüklüğüne; M_i , bağlıdır. İkinci belirleyici faktör ise; ev sahibi takımın kazanma yüzdesi olan W_i 'dir; taraftarlar takımlarının kazandıklarını görmeyi sever. Bir takımın kazanma yüzdesi; o takımın ligdeki diğer takımlar ile karşılaştırılan nispi kalitesini

yansıtacaktır. Üçüncü önemli faktör ise; misafir takımın kalitesini gösteren misafir takımın kazanma yüzdesidir; W_j . Yakın zamanda yapılan bazı çalışmalar; talebi sadece nispi kalite değil aynı zamanda mutlak kalitenin de etkilediğini kanıtlamıştır (bkz; Bruggink ve Eaton: 1996). İzleyiciler takımlar arasındaki güç dengesi ne olursa olsun, iki güçsüz takımın karşılaşmasını izlemek yerine, iki kaliteli takımın karşılaşmasını izlemeyi tercih edeceklerdir. Mutlak kalite farklı şekillerde modele dâhil edilebilir. Marburger (1997) her iki takımda oynayan yetenekli oyuncu sayısını karşılaştırmıştır. Misafir takımın kazanma yüzdesi de kalite parametresi olarak kullanılabilir. Késenne (2001) kalite parametresi olarak kazanma yüzdesini kullanmıştır. Böylelikle en kaliteli kalitedeki bir oyun; her iki takımında kazanma yüzdesinin en çok olduğu oyun olacaktır. Gelir fonksiyonu 2 no'lu denklemde gösterildiği gibidir.

$$R_{ij} = R_{ij}(M_i, W_i, W_j) \quad (2)$$

$$\frac{\partial R_{ij}}{\partial M_i} > 0 \quad \frac{\partial R_{ij}}{\partial W_j} > 0 \quad \frac{\partial R_{ij}}{\partial W_i} > 0 \quad \frac{\partial^2 R_{ij}}{\partial W_i^2} < 0 \quad (3)$$

Bir takımın kazanma yüzdesinin seyirci talebi üzerindeki etkisi, evinde oynadığı maçta deplasmana gittiği maçtan daha çok olduğu varsayılmıştır. Bu varsayım aynı zamanda Janssens ve Késenne'nin (1987) yaptıkları ampirik çalışma ile kanıtlanmıştır.

$$\frac{\partial R_{ij}}{\partial W_i} > \frac{\partial R_{ji}}{\partial W_i} \quad \text{ve} \quad \frac{\partial R_{ji}}{\partial W_j} > \frac{\partial R_{ij}}{\partial W_j} \quad \text{tüm } i, j \quad (4)$$

Bazı ampirik çalışmalar; maç üzerindeki belirsizliğin de talep ve gelir üzerinde anlamlı pozitif etkisi olduğunu göstermiştir (Jennett: 1984, Janssens ve Késenne: 1987). Belirsizlik, gelir fonksiyonunun ev sahibi takımın kazanma yüzdesine göre türevinin ikinci sıra koşullarının negatif olmasıyla modelde bulunmaktadır.

Bir takımın kazanma yüzdesi; takımın sahip olduğu yetenekli oyuncu sayısının, ligdeki diğer takımların sahip olduğu yetenekli oyuncu sayısı oranına bağlıdır. Tüm takımların kazanma yüzdesinin toplamı 1 olacağı için, kulüpler arasında kazanma yüzdesi üzerindeki değişimler sıfır toplamı olacaktır. Yetenekli oyuncu arzı sabit

olursa, yine aynı şekilde, kulüpler arasındaki oyuncu değişimlerinin toplamı da sıfır toplamı olacaktır. Késenne, basitleştirici varsayım olarak; bir takımın kazanma yüzdesinin o takımın kiraladığı yetenekli oyuncu sayısının bir ligdeki yetenekli oyuncu sayısına oranının, artan fonksiyonu olduğunu varsaymıştır. Fort ve Quirk'in (1995) modelini takip ederek, yeteneği; takıma dahil olan ekstra bir oyuncunun takımın kazanma yüzdesini bir birim arttıracakını düşünerek ölçmüştür. Yetenekli oyuncu sayısı sabit olacağı için; bir takımın yetenekli oyuncu kiralaması diğer takımlardan birisinin yetenekli oyuncusunu kaybetmesine neden olacaktır. Dolayısıyla;

$$\frac{\partial W_i}{\partial L_i} = 1 \quad \text{tüm } i \quad (5)$$

$$\frac{\partial W_j}{\partial L_i} = \frac{-1}{(n-1)} \quad \text{tüm } i, j$$

Maliyet fonksiyonunda ise tek değişken maliyet; oyuncu maliyetleridir. Oyuncu piyasasında emek heterojendir. Her oyuncunun yetenek derecesi farklıdır. *i* takımının sezon boyunca karşılaşacağı maliyet, yetenekli oyuncu ücret düzeyi *C* ile simgelenirse;

$C L_i + a$, (*a* sabit maliyetleri simgelemektedir), olacaktır.

Bosman düzenlemesinden sonra Avrupa liglerinde; oyuncu piyasasının tam rekabet emek piyasası yapısını gösterdiği düşünülmektedir (Szymanski ve Smith'in (1997) yaptıkları ampirik çalışma ile kanıtlamıştır.) Tam rekabet piyasa yapısı gösteren emek piyasasında oluşacak dengeyi bulmak için; her kulübün emek talebini üretmek gerekmektedir. Kar maksimizasyonu hedefini amaçlayan firma, her oyuncunun marjinal gelirini, ücretine eşitleyerek denge oluşturulabilir;

$$\frac{\partial R_i}{\partial L_i} = \mu \sum_{j \neq i}^n \frac{\partial R_{ij}}{\partial L_i} + (1 - \mu) \sum_{j \neq i}^n \frac{\partial R_{ji}}{\partial L_i} = C \quad (6)$$

Modele *n* adet talep fonksiyonunun dâhil edilmesiyle, piyasa talebi ve yetenekli oyuncu arzının karşılaştırıldığı (eşitlendiği) noktada; piyasa temizleyen ücret düzeyi *C**

oluşacaktır. Her kulübün kiraladığı yetenekli oyuncu sayısı L^* olacaktır. Modelin genel sonucu olarak, gelir paylaşımının olmadığı durumlarda ($\mu=1$), büyük piyasaya sahip zengin kulüpler daha fazla yetenekli oyuncuya sahip olacaktır çünkü en iyi oyuncuları almak için daha fazla güçleri olacaktır (Quirk ve Fort: 1992). Paylaşım parametresi μ 'deki değişimler, yetenekli oyuncu dağılımını etkileyecektir. Kulüpler μ 'deki azalmaya bağlı olarak yetenekli oyuncu taleplerini değiştireceklerdir. Marjinal gelirin μ 'ye göre birinci türevi türetildiğinde aşağıdaki denklem elde edilir;

$$\sum_{j \neq i}^n \left[\left(\frac{\partial R_{ij}}{\partial W_i} - \frac{\partial R_{ji}}{\partial W_i} \right) + \frac{1}{n-1} \left(\frac{\partial R_{ji}}{\partial W_j} - \frac{\partial R_{ij}}{\partial W_j} \right) \right] \quad (7)$$

Denklemin işareti pozitif olacaktır. Eğer gelirler kulüpler arasında paylaşırsa; kulüplerin yetenekli oyuncu talebi azalacaktır. Eğer yetenekli oyuncunun marjinal geliri ligdeki diğer kulüpler ile paylaştırılırsa; ekstra bir oyuncu almanın kazancı azalacaktır. Yetenekli oyuncu için piyasa temizleyen ücret düzeyi düşecektir ve kulüp sahiplerinin karları artacaktır.

Başka bir önemli konu ise; gelir paylaşımının olduğu durumlarda kulüpler arasındaki yetenekli oyuncu dağılımının nasıl olacağıdır. Yapılan çalışmalar genel olarak karını maksimize eden kulüplerden oluşan liglerde gelir paylaşımının ligdeki rekabetçi denge düzeyini etkilemediği göstermektedir (Rottenberg: 1956, Noll: 1974, Quirk ve El Hodiri: 1974, Fort ve Quirk: 1995, Vrooman: 1995, Rascher: 1997). Eğer piyasa denge düzeyinde her kulüp için talep eğrisinin kayma düzeyi eşit ise; talep eğrisinin aşağı kayması kulüpler arasındaki yetenekli oyuncu dağılımını etkilemeyecektir. Eğer zengin kulüplerdeki talep kayması (aşağı yönlü) daha fazla olursa; kulüpler arasında daha dengeli bir yetenekli oyuncu dağılımı oluşacaktır. Aynı durum, nispi ve mutlak kaliteyi içeren ikinci dereceden gelir fonksiyonunda da oluşacaktır. İkinci dereceden gelir fonksiyonuna göre, gelir paylaşımı kulüpler arasındaki yetenekli oyuncu dağılımını etkiler. Gelir fonksiyonu 8 no'lu denklemdeki gibi ifade edilir.

$$R_{ij} = M_i W_i - .5W_i^2 + b_i W_j \quad (8)$$

M_i , piyasa büyüklüğünü göstermektedir. Büyük kulüpler için M_i 'nin büyük olduğu düşünülmektedir. Misafir takımın kalitesinin pozitif etkisini b_i simgeler. b_i değerinin, takımın kazanma oranı ne olursa olsun, sadece piyasa büyüklüğüne bağlı olduğu varsayılır. Dolayısıyla takımın seyirci çekebilme potansiyeli ne kadar çok olursa b_i değeri o kadar yüksek olacaktır. Kazanmanın marjinal gelirinin azalmasından dolayı; gelir fonksiyonu ev sahibi takımın kazanma yüzdesinde quadraticdir (maç üzerindeki belirsizlik arttıkça, talep artar, eğer bir takım sürekli kazanmaya devam ederse talep azalacaktır). Bu çıkarımlardan dolayı, yetenekli oyuncu talebi, her kulüp için eşit eğimli lineer azalan fonksiyondur. Büyük kulüplerin büyük piyasaya sahip olmasından dolayı yetenek talep düzeyi daha çok olacaktır. Gelir fonksiyonu 9 no'lu denklemdeki şekilde ifade edilebilir;

$$\frac{n(n-2)}{(n-1)}(M_i - W_i) + \frac{n}{(n-1)}[M - W - (n-1)b] \quad (9)$$

M , W , b ; M_i , W_i b_i 'nin ortalama değerleridir.

Emek piyasasında gelir paylaşımının olmadığı durumda ($\mu=1$) denge;

$$\frac{\partial R_i}{\partial L_i} = (n-1)(M_i - W_i) - b_i = C^* \quad (10)$$

oluşacaktır. C^* yetenekli oyuncuların piyasa temizleyen fiyatını simgelemektedir. 10 no'lu denklem 9 no'lu denkleme yerleştirildiğinde;

$$\frac{n(n-2)}{(n-1)^2}(C^* + b_i) + \frac{n}{(n-1)}[M - W - (n-1)b] \quad (11)$$

11 no'lu denklem elde edilir. (7) no'lu denklemin pozitif değere sahip olmasından dolayı 11 no'lu denklem de pozitif değerli olacaktır ve her kulüp için farklı olacaktır yani her kulüp için oluşacak talep değişikliği (aşağı yönde kayma), gelir paylaşımına göre, farklı olacaktır. b_i parametresi ne kadar büyükse, yetenekli oyuncu talebi de o kadar çok azalacaktır. Çünkü b_i büyük şehir takımları için büyük olur ve bu da büyük şehir takımlarının yetenekli oyuncu talebini, küçük şehir takımlarına göre daha çok azaltır. Gelir paylaşımından sonra yeni emek piyasası dengesi, zengin ve fakir

kulüpler arasında, daha önceki duruma göre, oyuncu dağılımında daha eşit bir dağılım gösterir.

Eğer kulüpler kar maksimize eden kulüpler ise; seyirci çekme potansiyeli çok olan kulüplerin gelirleri daha fazla olacağından yetenekli oyuncu sayıları daha çok olacaktır. Ev sahibi takımın gelirindeki paylaşım daha yüksek bir rekabetçi denge düzeyi oluşturacaktır.

Modele eğer misafir takımın kazanma yüzdesi ya da kalitesi dâhil edilmezse ($b_i=0$), gelir paylaşımı yetenekli oyuncu dağılımı üzerinde etkili olmayacaktır. Çünkü tüm kulüpler için talep eğrisinin aşağı kayma derecesi aynı olur. Bu durum model sadece nispi kaliteyi içerdiği zaman oluşur. Quirk ve El Hodiri (1974) ve Quirk ve Fort'un (1992) modelleri sadece nispi kaliteyi içermektedir.

Kalite parametresinin geliri etkileme derecesi her kulüp için aynı olursa ($b_i=b$), gelir paylaşımı rekabetçi denge düzeyi üzerinde etkili olmaz. Bu, çok geçerli bir varsayım olmayabilir çünkü bir kulübün geliri, bilet fiyatı üzerinde etkili olan diğer faktörlere de bağlıdır. Eğer her kulübün bilet fiyatı farklı olursa kalite parametresinin gelir üzerindeki etkisi de farklı olacaktır. b_i değerleri küçük ya da b_i değerleri arasındaki fark az olursa; gelir dağılımı rekabetçi dengeyi değiştirmek için kuvvetli bir faktör olamaz. Eğer kulüpler kar maksimize eden kulüpler ise; gelir paylaşımı rekabetçi dengeyi etkiler ama b_i 'ler arasındaki fark büyük ve b_i 'lerin kulüplerin gelirleri üzerindeki etkileri farklı olmalıdır.

Eğer sadece iki kulübün olduğu model kullanılırsa; gelir paylaşımı yetenekli oyuncu dağılımını etkilemeyecektir. Yani iki kulüp içeren modeller n kulüp içeren modeller için genellenemez.

Gelir paylaşımı, eğer kulüp paylaşmadığı gelirlere sahipse (yerel televizyon geliri) rekabetçi denge düzeyini değiştirir.

$$R_{ij} = M_i W_i - 5W_i^2 + b_i W_j + R_{ij}^* \quad (8')$$

R_{ij}^* kulübün paylaşmadığı gelirlerini simgeler. W_i 'nin gelirler üzerindeki etkisi r_i olursa;

$$\sum_{j \neq i}^n AR_{ij} - \sum_{j \neq i}^n (AR_{ji} \frac{L_j}{L_i}) \quad (11')$$

11 no'lu denklem 11' denklemine dönüşecektir. Talep eğrisinin aşağı kayması bu denklemde ayrıca, yerel televizyon geliri kazanmanın kulüplerde oluşturduğu farklı etkilere bağlıdır. Diğer koşullar sabit olduğunda, r_i ne kadar büyük olursa talep eğrisinin aşağı kayma derecesi de o kadar küçük olur. Fort ve Quirk'in (1995) modelinde olduğu gibi $b_i = 0$ ve r_i büyük kulüpler için daha büyük olursa, gelir paylaşımı kulüpler arasında daha dengesiz bir yetenekli oyuncu dağılımına yol açacaktır. Eğer böyle olmazsa; çıktı teorik olarak belirlenemez çünkü $[b_i - (n-1)r_i]$ 'nin işareti belirlenemez.

2.1.2.2. Fayda maksimizasyonunu hedefleyen kulüplerden oluşan liglerde gelir paylaşımı ve rekabetçi denge

Késenne'nin (2001) modeline göre; kısa dönemde kulübün sermaye stoğu sabitse; sabit kar oranı; sabit kar düzeyini sağlayacaktır. Tüm sezon boyunca kar düzeyi P^0 olsun. Bir kulüp aşağıdaki Lagrange fonksiyonunu maksimize etmek isteyecektir;

$$W_i + g_i (P_i^0 - R_i + C L_i) \quad (1)$$

1 no'lu denklemde g_i Lagrange çarpanıdır. Eğer gelirler paylaşılırsa talep fonksiyonu 2 no'lu denklemdeki gibi ifade edilebilir;

$$\mu \sum_{j \neq i}^n AR_{ij} + (1 - \mu) \sum_{j \neq i}^n (AR_{ji} \frac{L_j}{L_i}) - \frac{P_i^0}{L_i} = C \quad (2)$$

2 no'lu denklemde AR ortalama geliri simgelemektedir. Eşitliğin sağ tarafının μ 'ye göre birinci türevi aşağıdaki gibidir;

$$\sum_{j \neq i}^n AR_{ij} - \sum_{j \neq i}^n (AR_{ji} \frac{L_j}{L_i}) \quad (3)$$

Denklemin birinci türevi, yetenekli oyuncu talebindeki değişimin yönünü belirlemektedir. Eğer türevin işareti pozitif olursa; gelir paylaşımı oyuncu talep

eğrisinde aşağı kaymaya neden olacaktır. İşaret negatif olursa da yetenekli oyuncu talebi artacaktır. Büyük kulüpler için işaret pozitif olacaktır çünkü büyük kulüplerin ortalama geliri küçük kulüplerin ortalama gelirinden daha fazladır, $L_i > L_j$. Küçük kulüpler için işaret negatif olacaktır. Eğer gelirler daha eşit paylaştırılırsa büyük kulüpler; oyuncu kiralama talebini azaltırken küçük kulüpler oyuncu kiralama talebini arttıracaklardır. Sonuçta daha dengeli bir lig ve şampiyonluk yarışı oluşacaktır.

Yüksek kar oranı, düşük kar oranı ya da kar oranının olmadığı durumlar gelir paylaşımının rekabetçi dengeyi geliştirdiği durumunu değiştirmez. Fakat eğer büyük kulüp büyük karlar elde etmekle ilgileniyorsa ekstra bir yetenekli oyuncu için daha az para harcamak isteyecektir.

Kulüpler arasındaki gelir paylaşımı; büyük kulüplerin yetenekli oyuncu talebini azaltacak ve küçük kulüplerin talebini arttıracaktır, dolayısıyla yetenekli oyuncuların ücret düzeyi gelir paylaşımından etkilenecektir. Büyük kulüplerin yetenekli oyuncu talebindeki azalma, küçük kulüplerin talebindeki artıştan daha az olacaktır. Yetenekli oyuncuların kulüpler arasındaki dağılımı, kar maksimizasyonu amaçlandığında, Pareto-optimale ulaşıldıktan sonra, gelir paylaşımı ücret düzeyini düşürecektir.

Rascher (1997) faydayı, başarı ve karın lineer kombinasyonu olarak modellemiştir.

$$U_i = a_i W_i + (R_i - C L_i) \quad a_i > 0 \quad (4)$$

4 no'lu denklemde a 'nın 1'den büyük olması başarıya daha fazla önem verildiğini göstermektedir. Eğer modele mutlak kalite dâhil edilirse, paylaşım parametresinin yetenekli oyuncu talebi üzerindeki etkisi 7no'lu denklem ile aynı olacaktır. Rascher'in modeli incelendiği zaman; gelir paylaşımının yetenekli oyuncu talebini azalttığı ve ücret düzeyini düşürdüğü görülmektedir. Kar maksimizasyonunu hedefleyen kulüplerden oluşan lig modelinin tersine, yetenekli oyuncu talebindeki azalma her kulüp için aynı olmayacaktır. Eğer kazanma isteği her kulüp için farklıysa, mutlak kalitenin modele dâhil olmaması durumunda, gelir paylaşımı yetenekli oyuncu dağılımını etkileyecektir.

$$\frac{n(n-2)}{(n-1)^2}(C^* + b_i - a_i) + \frac{n}{(n-1)}[M - W - (n-1)b] \quad (5)$$

İki takımdan oluşan ligler için bu durum geçerli olmayacaktır çünkü $n=2$ olduğu durumda ilk terim 0 olacaktır. $n>2$ olduğu durumda, birinci terim, her kulübün, kazanma arzusu a_i 'ye de bağlı olan, gelir paylaşımına karşı reaksiyon gösterecektir. Büyük karlar elde etmekle ilgilenen kulüp, yetenekli oyuncu talebini, kazanmayı hedefleyen kulübe göre daha yüksek bir oranda azaltacaktır.

Bir ligi oluşturan kulüplerin amaçlarının kar maksimizasyonu ya da fayda maksimizasyonu olması, gelir paylaşımının rekabetçi dengeyi geliştirdiği varsayımını değiştirmez. Literatürde daha önce yapılan çalışmaların aynı sonuca ulaşmamasının nedeni; mutlak kalitenin modele dahil edilmemesidir (Késenne: 2001).

2.1.2.3. Karma amaçlı kulüplerden oluşan liglerde gelir paylaşımı ve rekabetçi denge

Bazı ligler, farklı amaçları hedeflemiş kulüplerden oluşan karma bir yapı sergileyebilir. Kulüplerin bazıları hala fayda maksimizasyonunu hedeflerken, bazı kulüpler hedeflerini kar maksimize etmek yönünde değiştirebilir (Avrupa sporunun Amerikanlaşması, Hoehn ve Szymanski: 1999).

Her iki takımın da başlangıçta faydayı maksimize ettiği bir ligde, daha sonraları küçük piyasaya sahip olan takımın amacını kar maksimizasyonu yönünde değiştirdiği varsayılabilir. Küçük piyasaya sahip takımın amacını değiştirmesinin nedeni; gelirleri büyük piyasaya sahip takıma göre daha az olacağından, o takımla yaptığı maçları kazanma şansının az olmasıdır. Maç kazanma olasılığını arttırmak için; biraz fazla kar elde etmeyi hedeflediğinden, modelde amacını değiştiren takım, küçük piyasaya sahip olan takım olacaktır.

Gelir fonksiyonu;

$$R_i = m_i w_i - b_i w_i^2 \quad (1)$$

1 no'lu denklemin kazanma yüzdesine göre birinci türevi pozitif, ikinci türevi ise negatif işaretlidir. Gelir fonksiyonu iki parametreden oluşur; m_i ve b_i . m_i , takımın sahip olduğu piyasa büyüklüğünü yansıtır ve iki takımlı bir ligde $m_1 > m_2$ varsayılmaktadır. b_i , i takımının taraftarlarının maça olan ilgisini simgelemektedir. Belirsizlik hipotezine göre rekabetçi denge azaldıkça yani bir takımın kazanma yüzdesi arttıkça, taraftar ilgisi azalacaktır. İki takımdan oluşan bir ligde kazanma yüzdelerinin toplamı 0 olur, yani $w_1 + w_2 = 1$. Birinci takımın oyun başarı fonksiyonu 2 no'lu denklemdeki gibi ifade edilir;

$$w_i = \frac{x_i}{X} \quad (2)$$

x_i , i takımının sahip olabileceği yetenekli oyuncu miktarını göstermektedir, $x_1 + x_2 = X$. 'Oyun başarı fonksiyonuna' göre; i takımının kazanma yüzdesi; toplam oyuncuların iki takım arasındaki paylaşım oranına bağlıdır. Birinci takımın yetenekli oyuncu sayısını azaltması, ikinci takımının yetenekli oyuncu sayısını arttırmasını mümkün kılmaktadır. Oyun başarı fonksiyonunun x_1 'e göre türevinden; $w_1 = x_1$ sonucu elde edilir. Dolayısıyla gelir fonksiyonu aşağıdaki şekilde ifade edilebilir.

$$MR_i = \frac{\partial R_i}{\partial x_i} = m_i - 2b_i x_i \quad (3)$$

Ortalama gelir ve marjinal gelir fonksiyonu ;

$$AR_i = \frac{R_i}{x_i} = m_i - b_i x_i \quad (4)$$

$$MR_i = \frac{\partial R_i}{\partial x_i} = m_i - 2b_i x_i \quad (5)$$

4 ve 5 no'lu denklemde gösterilmiştir.

Fayda maksimize eden liglerde;

$$R_i = m_i x_i - b_i x_i^2 = c x_i = C_i \quad (6)$$

$$AR_i = m_i - b_i x_i = c = AC_i \quad (7)$$

$$\tilde{x}_1 = \frac{m_1 - m_2 + b_2}{b_1 + b_2} \quad (8)$$

$$\tilde{x}_2 = \frac{m_2 - m_1 + b_1}{b_1 + b_2} \quad (9)$$

$$\tilde{c} = \frac{m_1 b_2 - b_1 m_2 - b_1 b_2}{b_1 + b_2} \quad (10)$$

8 ve 9 no'lu denklemler her iki takımında kazanma yüzdesini (yani diğer anlamda takımların bulundurduğu yetenekli oyuncu sayısını) gösterir.

Kar maksimizasyonu hedefi altında ise; takımlar marjinal gelirlerini marjinal maliyetlerine eşitlediği noktada dengeye geleceklerdir, $MR_i = m_i - 2b_i x_i = c = MC_i$. sistemin çözümüden;

$$\hat{x}_1 = \frac{m_1 - m_2 + 2b_2}{2(b_1 + b_2)} \quad (11)$$

$$\hat{x}_2 = \frac{m_2 - m_1 + 2b_1}{2(b_1 + b_2)} \quad (12)$$

$$\hat{c} = \frac{m_1 b_2 - b_1 m_2 - 2b_1 b_2}{b_1 + b_2} \quad (13)$$

Büyük kulüp fayda maksimizasyonunu hedefler ve küçük kulüp ise fayda maksimizasyonundan kar maksimizasyonuna geçiş yapar. Büyük kulüp ortalama gelir ile ortalama maliyetlerini eşitleyen x_1 noktasını seçecektir. Küçük kulüp ise; marjinal gelirini marjinal maliyetine eşitleyen x_2 noktasını seçecektir. Sabit oyuncu arzı varsayımı altında sistemin çözümü aşağıda verilmiştir.

$$x_1 = \frac{m_1 - m_2 + 2b_2}{b_1 + b_2} \quad (14)$$

$$x_2 = \frac{m_2 - m_1 + b_1}{b_1 + 2b_2} \quad (15)$$

$$c = \frac{2m_1b_2 + b_1m_2 - 2b_1b_2}{b_1 + 2b_2} \quad (16)$$

Küçük piyasaya sahip olan takımın kar maksimizasyonunu hedeflemesi, rekabetçi denge düzeyini, her iki takımın da kar ya da fayda maksimize eden kulüplerden oluşan bir ligdeki rekabetçi denge düzeyinden daha düşük yapmaktadır (Giocali, 2006) Küçük piyasaya sahip takımın faydayı maksimize etmek istediği, büyük takımların ve daha çok yetenekli oyuncuya sahip olan takımların karlarını maksimize etmek istediği modelde, eşit gelir paylaşımının rekabetçi dengeye etkisi daha net görülebilir. Küçük takımların başlangıçtaki durumlarına göre gelirleri daha çok artacağı için daha fazla yetenekli oyuncu kiralayacaklardır. Büyük takımlar ise gelirleri nispeten daha azalacağından, yetenekli oyuncu taleplerini düşüreceklerdir. Bu durum ise; ligin rekabetçi denge düzeyinin artmasını sağlayacaktır (Késenne, 2005: 9).

2.1.3. Kulüpler Arasındaki Zenginlik Farkı ve Rekabetçi Denge

Futbol müsabakalarında ürünler ortak bir üretim sonucu olduğu için; gelirleri, kulüpler arasında optimal başarıyı ya da karı sağlayacak şekilde dağıtmak gerekmektedir. Avrupa liglerinde gelirler kulüpler arasında performansa dayalı belirli oranlar dâhilinde paylaşılırken, Amerika liglerinde tam gelir paylaşımı söz konusudur.

Kulüpler arasındaki gelir paylaşım düzeyi toplam talebi iki farklı biçimde etkiler: rekabetçi denge ve kazanma isteği. Rekabetçi denge açısından bakıldığında, t zamanında yapılan artan gelir paylaşımı, takımların gelecekte kazanma şansları daha eşit olacağı için t+1 zamanındaki talebi etkiler. Böyle bir etkinin t+1 zamanında

oluşacak rekabetçi denge düzeyi üzerinde bazı etkileri vardır. Çünkü eğer takımlar t zamanında türdeş ise (zenginlikleri açısından), şampiyonluğu alacak olan takıma televizyonlardan elde edilen gelirlerin verilmesi; t+1 zamanındaki kazanma olasılıklarını asimetrik yapacaktır. Artan gelir paylaşımı, kazanmanın maddi getirisini azaltacağı için, takımların kazanma isteklerini azaltacaktır. Bu da taraftarların, daha heyecanlı ve oyuncuların daha hırslı olduğu maçları izlemekten zevk almasından dolayı talebi azaltacaktır.

Homojen takımlardan oluşan liglerde; en zengin kulüp t zamanında şampiyon olup en çok geliri almış olsa bile; gelecekte kulüplerin arasında oluşacak fark az olacaktır. Böyle bir ligde, performansa bağlı gelir paylaşımı kulüpler arasında oluşacak gelir farklılığını daha çok açacaktır. Eğer kulüplerin zenginlik farkı çoksa; ligin temel amacı rekabet dengesini sağlamak olmalıdır.

2.1.4. Kulüplerin Amaçları ve Rekabetçi Denge

Kulüp sahipleri ve lig otoriteleri, büyük şehir takımlarının tüm yetenekli oyuncuları kiralama avantajına sahip olması, buna bağlı olarak da rekabetçi denge düzeyini azaltarak, monopol duruma gelmemesi için önlemler alınması gerektiğini düşünmektedir. Bunun yanında birçok akademisyen ve oyuncu federasyonları; oyuncu ücretleri ve mobilitesi üzerinde düzenlemeler yapılmasına karşıdır. Rottenberg (1956) çalışmasında; karını maksimize eden kulüp yapısının rekabetçi denge için yeterli koşul olduğunu ve oyuncu piyasasında, gelir dağılımında ve transfer sisteminde düzenlemeler yapılmasının gerekli olmadığını savunmuştur. Bu duruma değişmezlik hipotezi denilmektedir ve bazı formel ekonomik modeller (Quirk ve El Hodiri: 1974, Quirk ve Fort: 1992) yardımıyla ispatlanmıştır. Daha sonraki yıllarda Késenne (1996, 1999, 2000), Sloane (1973) fayda maksimizasyon modeli geliştirmiş ve karını maksimize eden liglerde gelir paylaşımı ve oyuncu piyasası üzerinde eğer hiçbir düzenleme yapılmaz ise, ligde rekabetçi denge düzeyinin azalacağını ve gelir paylaşımının rekabetçi denge düzeyini arttıracığını göstermiştir.

Ekonomik analizler yardımıyla gelir paylaşımının ve diğer faktörlerin rekabetçi denge düzeyini etkileyip etkilemediğini göstermek için; kulüplerin kar maksimize hedefini mi yoksa fayda maksimize hedefini mi amaçladıkları, ayırt edilmesi gereken

önemli bir konu olmuştur. Liglerin amaçlarına göre nasıl ayrılacağı üzerine yapılan çalışmalar ise sınırlı sayıdadır. Fort ve Quirk'e (2004) göre fayda maksimize eden liglerde yetenekli oyuncu maliyetleri ve talebi, karını maksimize eden liglere göre daha fazladır ve eğer gelir fonksiyonu detaylı bilgiler içermiyorsa kulüplerin amaçlarını belirlemek zorlaşır. Fakat yaptıkları ampirik çalışma sonunda hipotezlerini kanıtlayamamışlardır ve bu durum da; liglerin iki yönlü amaç yapılarından kaynaklanmaktadır (Sloane, 2006: 14). Atkinson'a (1998) göre NFL'de oyuncuların ücretleri, marjinal getirilerinin üzerindedir. Bu durum ise, kulüplerin kardan çok faydayı maksimize etmek istediklerinin bir göstergesi olabilir. Szymanski ve Smith (1997) ve Forrest ve Simmons (2002); kulüplerin başarısı ile yetenekli oyuncu sayısı ve başarı ile gelir arasında güçlü bir ilişki bulmuştur. Kulüplerin gelirleri ile maliyetleri arasındaki farka göre, amaçları belirlenebilir (Szymanski vd, 2006: 4).

Amerika ve Kanada literatüründeki çalışmalar; kulüp sahiplerinin temel amacının kar maksimizasyonu olduğuna dair bazı kanıtlar sunarken (Demmert: 1973, Noll:1974, Quirk ve El Hodiri: 1974, Jones: 1969, Jones ve Le Dressay: 1991). Avrupa ve Avustralya perspektifinden bakıldığı zaman kulüplerin amaçlarının fayda maksimizasyonu olduğu görülür (Sloane: 1971, Dabscheck: 1975, Késenne: 1999) Faydayı maksimize eden amaç fonksiyonu karın yanı sıra, başarılı oynama, ortalama katılım gibi değişkenleri de içermektedir.

Kar maksimizasyonunu hedefleyen kulüpler, 1 no'lu denklemde ifade edildiği gibi, sezon boyunca elde ettikleri toplam gelirler ile sezon boyunca karşılaştıkları toplam maliyetler arasındaki farkı maksimize etmeye çalışmaktadırlar (Noll: 1974);

$$\text{Max } \pi = R - C \quad (1)$$

Faydalarını maksimize etmeyi hedefleyen kulüpler, 2 no'lu denklemde gösterildiği gibi başa baş noktası kısıtı altında, kazanma yüzdelerini maksimize etmeye çalışmaktadırlar. Kazanma yüzdesini maksimize etmenin tek yolu; takımda oynayan yetenekli oyuncu sayısını arttırmaktır.

$$\begin{array}{l} \text{Max } x \\ \text{Kısıtı altında; } R - C = \pi_i^0 \end{array} \quad (2)$$

Diğer bir yaklaşım da, kulüplerin karın ve faydanın doğrusal bileşimini maksimize etmeyi hedeflemesidir. Bu model ise kulüplerin karını maksimize etmeyi hedeflemese bile karlı olma olanağının olduğunu gösterir;

$$\text{Max } \pi + \alpha w \quad \alpha \geq 0 \quad (3)$$

Her farklı lig ve takım davranışının rekabetçi denge üzerinde etkileri farklıdır. En basit olarak iki ligden oluşan ve takımın gelir fonksiyonunun ligdeki pozisyonuna göre belirlendiği bir ligde, i takımının gelir fonksiyonu 4 no'lu denklemde belirtilmiştir;

$$R_i(L_i) = A_i \rho(L_i) \quad (4)$$

A_i , piyasa büyüklüğünün etkisini, L yetenekli oyuncu sayısını göstermektedir. $\rho(L_i)$ fonksiyonu içbükeydir, ($\rho''(L_i) < 0$). 5 no'lu denklem i takımının maliyet fonksiyonunu göstermektedir;

$$C_i(L_i) = pL_i + F_i \quad (5)$$

p kulübün kiraladığı ilave bir birim yetenek düzeyinin maliyetini göstermektedir. Kar maksimizasyonu durumunda F_i sabit maliyetleri simgelemektedir ve F_i yetenekli oyuncu dağılımı üzerinde etkili değildir. Fayda maksimizasyonunda ise F_i , i takımının sabit maliyetlerini ve ayakta kalmak için gerekli olan minimum karı (ya da tolere edilebilecek maksimum kaybı) simgelemektedir.

Finansal kısıt altında, fayda maksimizasyonunu hedefleyen i takımının kar fonksiyonu;

$$\Pi_i(L_i) = R_i(L_i) - C_i(L_i) = A_i \rho(L_i) - pL_i - F_i \quad (6)$$

Şeklinde gösterilir. Marjinal gelir fonksiyonu ve ortalama gelir fonksiyonu ise;

$$MR_i(L_i) = A_i \rho'(L_i) \quad (7)$$

$$\rho'(L_i) = \partial \rho(L_i) / \partial L_i$$

$$AR_i(L_i) = A_i \bar{\rho}(L_i) \quad (8)$$

$$\bar{\rho}(L_i) = \rho(L_i) / L_i$$

Gelirin yetenekli oyuncuya göre esnekliği ise;

$$\varepsilon(L_i) = [\partial R_i(L_i) / \partial L_i] [L_i / R_i(L_i)] = MR_i(L_i) / AR_i(L_i) = \rho'(L_i) / \bar{\rho}(L_i) \quad (9)$$

9 no'lu denklemde esneklik sadece L_i 'ye bağlıdır. $\varepsilon' = \partial \varepsilon(L_i) / \partial (L_i)$ işareti, kar ve fayda maksimizasyonunda dengede önemli rol oynar.

Kar maksimizasyonunda denge p^* , $MR_1(L_1^*) = MR_2(L_2^*) = p^*$. $A_1 > A_2$ olması $L_1^* > L_2^*$ olmasını sağlamaktadır. Kar maksimizasyonu altında rekabetçi denge ölçüm metotlarından birisi de L_1^* / L_2^* , kazanma yüzdelerinin oranlarıdır. $L_1^* / L_2^* = 1$ olduğu durum, her iki takımında güçlerinin eşit olduğunu göstermektedir. Kar maksimizasyonunda her takımın kazanma yüzdesi, sahip olduğu piyasa büyüklüğüne de bağlıdır.

Fayda maksimizasyonunda ise; p^+ , $\Pi_1(L_1^+) = \Pi_2(L_2^+) = 0$ ya da,

$AR_1(L_1^+) - F_1 / L_1^+ = AR_2(L_2^+) - F_2 / L_2^+ = p^+$ denge oluşur. Bazı varsayımlar altında fayda maksimizasyonunda oluşan rekabetçi denge düzeyi, kar maksimizasyonunda oluşan rekabetçi denge düzeyinden küçük, büyük veya kar maksimizasyonundaki rekabetçi denge düzeyine eşit olabilir.

Sabit maliyetlerin olmadığı durumda; fayda maksimizasyonunda denge koşulu $AR_1(L_1^+) = AR_2(L_2^+)$ 'ye düşmektedir. Esneklik, $\varepsilon(L_i)$, L_i 'de sabit olur ya da $\varepsilon' = 0$ olur. Böyle bir durumda hem kar hem de fayda maksimizasyonunda, müsabakada eşit denge oluşmaktadır. Eğer $\varepsilon(L_i)$, L_i 'de artıyorsa ya da $\varepsilon' > 0$ ise, fayda maksimizasyonunda kar maksimizasyonuna göre daha eşit bir rekabetçi denge düzeyi

oluşacaktır. $\varepsilon(L_i)$, L_i 'de azalıyorsa ya da $\varepsilon' < 0$ ise; fayda maksimizasyonunda rekabetçi denge düzeyi kar maksimizasyonuna göre daha düşük düzeyde olacaktır.

Sabit maliyetlerin her takım için eşit olduğu durumda, fayda maksimizasyonu denge koşulunda, $AR_1(L_1^+) - F/L_1^+ = AR_2(L_2^+) - F/L_2^+$ olacaktır. Eğer $F > 0$ ve $\varepsilon' \leq 0$ ise, kar maksimizasyonunda rekabet dengesi fayda maksimizasyonuna göre daha düşük olacaktır. $F < 0$ ve $\varepsilon' > 0$ ise, fayda maksimizasyonunda rekabetçi denge düzeyi kar maksimizasyonundakinden daha fazla olacaktır. Diğer durumlarda ise fayda ve kar maksimizasyonu arasındaki ilişki belirlenemez.

Sabit maliyetlerinin her takım için farklı olduğu durumda, $F_1 < F_2$, $F_2 > 0$, ve $\varepsilon' \leq 0$ ise, fayda maksimizasyonunda kar maksimizasyonuna göre daha dengesiz bir rekabet oluşacaktır. $F_1 > F_2$, $F_1 > 0$ ve $\varepsilon' > 0$ ise, fayda maksimizasyonunda kar maksimizasyonuna göre daha dengeli bir rekabet oluşacaktır. Diğer durumlarda her iki amaç arasındaki karşılaştırma belirsiz olacaktır.

2.1.5. Ev Sahibi Takım Avantajı ve Rekabetçi Denge

Gelir dağılımı, kulüpler arasında yetenekli oyuncu dağılımı ve rekabet dengesi arasındaki ilişkiler incelenirken, ev sahibi takımın sahip olduğu avantajı da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Profesyonel spor kulüplerinde ev sahibi takım avantajı uzun zamandır süre gelen bir olgudur. Fakat bir takımın kendi sahasında ve deplasmanda oynadığı maçların performansları arasındaki farklılığın nedenini açıklayan kanıtlar sınırlıdır. Bu sınırlı kanıtlara rağmen, ev sahibi takımlar şans faktörünün sağlayabileceğinden daha fazla sıklıkta maç kazanmaktadırlar (Carmichel ve Dennis: 2005, Tunalı ve Başlevent: 2001).

Deplasmanda ve kendi sahalılarında oynanan maçların dengeli olduğu liglerde, berabere biten maçlar modelden dışlandığında, ev sahibi takımlar maçların %50'sinden fazlasını kazandığı görülmüştür. Modele beraberlikle biten maçlar da dâhil edildiğinde; takım kendi evindeyken sezon boyunca aldığı puanların %50'sinden fazla puan kazanmıştır (Courneya ve Carron: 1992, Pollard: 1986). Schwartz ve Barsky (1977) ve Edwards'ın (1979) ev sahibi takım avantajı üzerine yaptıkları çalışmalar incelendiğinde;

dikkate alınabilecek kadar çok ev sahibi takım avantajı görülmektedir. Tunalı ve Başlevent'in (2001) yaptıkları çalışmada; futbol takımlarının kendi evinde oynadıkları maçlarda daha başarılı olduğu sonucu bulunmuştur. 1. Futbol Liginde inceleyen çalışma, ev sahibi takımların, maçları misafir takımlara oranla daha büyük farklı skorlarla yendiği ve ziyaretçi takımın attığı gollerin toplam puanlar üzerindeki marjinal getirisinin kendi evinde attığı gollerden daha fazla olduğu görülmektedir.

Rekabetçi denge açısından ev sahibi takımın avantajı incelenirse; eğer ev sahibi takım avantajlığı güçlü ise; yeteneği eşit olan iki takım arasındaki oyunda, yakın bir rekabet olması beklenemez. Ev sahibi takım avantajının güçlü olduğu durumda; rekabeti dengesi yüksek olacak maçlar (sonucu en çok belirsiz olacak maçlar), zayıf olan takımın sahasında oynanan maçlar olacaktır.

Alpay Filiztekin (2004) ev sahibi takım avantajlığını, Türkiye 1. Futbol Ligi için araştırmıştır. 1990- 2004 yılları arasındaki maçların verileri kullanılarak yapılan çalışmada; ev sahibi takımların bir maçı kazanma şansının yarı yarıya olduğu bulunmuştur. Buna karşılık, misafir takımlar için kazanma şansının % 27 civarında olduğu görülmüştür. Aynı sonucu, atılan gol sayıları ile de gözlemlemek mümkündür. Aynı çalışmada, ev sahibi takımların gollerin %59'unu attığı görülmüştür.

2.1.6. Güç Paradoksu

İktisat sosyolojisinde belirli bir süreç içeren tüm 'güçlü olmaya çalışma' mücadelelerinin sonunda, başlangıçta güçlü olan tarafın daha güçlü bir duruma geleceği ve zayıf olan tarafın da aynı düzeyde kalacağı düşünülmektedir. Oysa gerçekte; sonuca gelindiği zaman, görece zayıf olanların güçlülere oranla daha fazla ilerleme kaydetmiş olduğu görülmüştür. Bu duruma "güç paradoksu" denilmektedir. Bu durumun sebebi, daha sıkı mücadele edebilmek için zayıf tarafın aşırı motive edilmiş olmasıdır. Dolayısıyla zayıf takımlar bu gücü sağlayabilecek kaynaklara daha fazla yatırım yapacaklardır.

Spor ligleri için rekabetin dengede olmadığı, güçlü takımların lige hükmettiği ve zayıf takımların daha da güçsüzleştiği görüşü hâkimdir. Szymanski (2006)

çalışmasında, Hirshleifer'in "güç paradoksu" teoremini kullanarak bu durumu spor ligleri için incelemiştir.

Spor liglerine uygulanan bu teoremin varsayımları aşağıdaki verilmiştir.

1-) Ligi oluşturan iki takım bulunmaktadır.

2-) Takımların amaç fonksiyonu kar maksimize etmektir.

3-) Her kulübün gelir fonksiyonu kazanma yüzdesine, w , bağlıdır ve $w_1 + w_2 = 1$.

4-) Birinci takımın gelir fonksiyonu $(\sigma - w_1)w_1$, ikinci takımın gelir fonksiyonu ise $(1 - w_2)w_2$ ' dir. σ 'nın 1'den büyük olması; birinci takımın herhangi bir kazanma yüzdesinde ikinci takımdan daha çok gelir yaratacağını göstermektedir.

5-) Kazanma yüzdesi her takımın istihdam ettiği yetenekli oyuncu oranına bağlıdır, T^d ve logit oyun başarı fonksiyonuna göre, $w_1 = \frac{t_1}{t_1 + t_2}$ olacaktır ($t_1 + t_2 = T^d$).

Bu varsayımlar altında her takım için kar fonksiyonu 1 no'lu denklemde gösterilmiştir.

$$\pi_1 = (\sigma - w_1)w_1 - ct_1 \quad (1)$$

$$\pi_2 = (1 - w_2)w_2 - ct_2; \quad \sigma > 1$$

c , yetenekli oyuncunun marjinal maliyetini simgelemektedir. Oyuncu arzı sabit olarak düşünülürse (Amerika liglerinde olduğu gibi), oyuncunun marjinal maliyeti oyuncu arz ve talebinin denge noktasında eşit olduğu durumda oluşacaktır. Oyuncu arzının elastik olduğu durumda ise (Avrupa liglerinde olduğu gibi), oyuncunun marjinal maliyeti rezervasyon ücretine eşit olacaktır (Szymanski, 2006: 5).

Oyun başarı fonksiyonunun yetenekli oyuncuya göre türevi 2 no'lu denklemde gösterilmiştir.

$$\frac{\partial w_1}{\partial t_1} = \frac{t_2}{(t_1 + t_2)^2} = \frac{w_2}{T^d} \quad (2)$$

Karın maksimuma ulaşması için 1 no'lu denklemin birinci sıra koşulları türetildiği zaman;

$$\frac{\partial \pi_1}{\partial t_1} = (\sigma - 2w_1)w_2 - cT^D = 0 \quad (3)$$

$$\frac{\partial \pi_2}{\partial t_2} = (1 - 2w_2)w_1 - cT^D = 0$$

İkinci takımın birinci sıra koşularını birinci takımın birinci sıra koşullarından çıkartılıp terimler tekrar düzenlenirse, Nash dengesindeki kazanma yüzdeleri türetilebilir.

$$w_1^* = \sigma / (1 + \sigma) \quad (4)$$

$$w_2^* = 1 / (1 + \sigma)$$

3 no'lu denklem, başarı yerine yetenekli oyuncu terimleri koyularak tekrar yazıldığıında; yetenekli oyuncu talebi tahmin edilebilir.

$$\frac{\partial \pi_1}{\partial t_1} = \left(\sigma - \frac{2t_1}{t_1 + t_2} \right) \frac{t_2}{(t_1 + t_2)^2} - c = 0 \quad (5)$$

$$\frac{\partial \pi_2}{\partial t_2} = \left(1 - \frac{2t_2}{t_1 + t_2} \right) \frac{t_1}{(t_1 + t_2)^2} - c = 0$$

4 no'lu denklemi de kullanarak;

$$\frac{w_1}{w_2} = \frac{t_1}{t_2} = \sigma \quad (6)$$

$t_1 = \sigma t_2$ olur. t_1 (5) no'lu denklemde yerine koyulduğunda;

$$\frac{\partial \pi_1}{\partial t_1} = \left(\sigma - \frac{2\sigma t_2}{\sigma t_2 + t_2} \right) \frac{t_2}{(\sigma t_2 + t_2)^2} - c = 0 \quad (7)$$

Bu denklemden ikinci takımın yetenekli oyuncu talep fonksiyonu çözülebilir;

$$t_2^D = \frac{\sigma(\sigma-1)}{(1+\sigma)^3 c} \quad (8)$$

$$t_1^D = \sigma t_2^D = \frac{\sigma^2(\sigma-1)}{(1+\sigma)^3 c}$$

$$\pi_1 + \pi_2 = (\sigma - w_1)w_1 - ct_1 + (1 - w_2)w_2 - ct_2$$

$$= (1 + \sigma)w_1 - 2w_1^2 - cT^D$$

Toplam talep, T^D , 9 no'lu denklemde gösterildiği gibi ifade edilebilir.

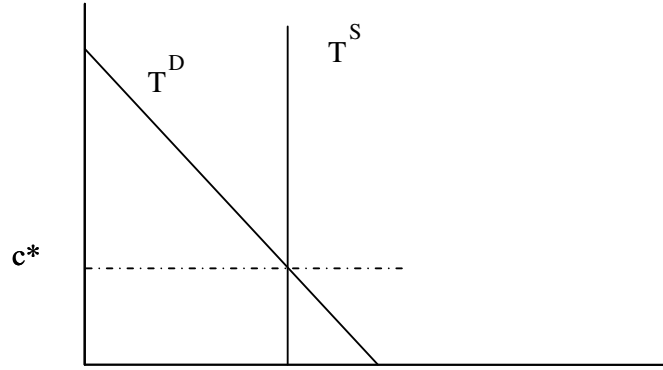
$$\frac{\sigma(\pi_1 + \pi_2)}{\sigma t_1} = 1 + \sigma - 4w_1 = 0 \quad (9)$$

$$\sigma \geq 3$$

Emek piyasasında, inelastik (sabit) ve elastik arzın olduğu iki uç durum incelenebilir. Sabit emek arzının olduğu durumda; talep, emeğin marjinal maliyetinde ayarlama yapılarak, inelastik emek arzının karşılayacak şekilde düzenlenmelidir. Piyasa temizleyen ücret düzeyi;

$$c^* = \frac{(\sigma-1)\sigma}{(\sigma+1)^2 T^s} \quad (10)$$

olacaktır. Emek arzının inelastik olduğu durum Grafik 2.2'de gösterilmiştir.

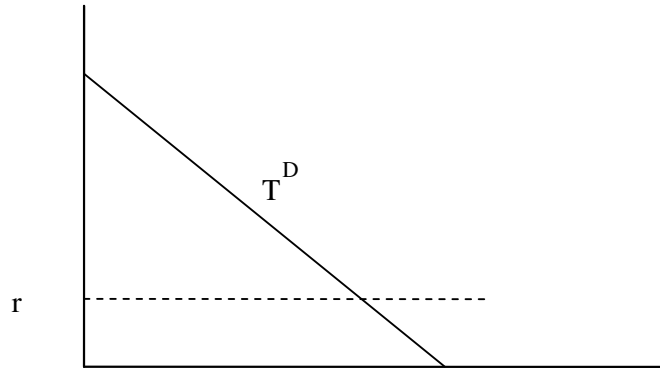


Grafik 2.2. İnelastik Emek Arzı

Emek arzı elastik olduğunda, yetenekli oyuncunun marjinal maliyeti rezervasyon ücretine, r , eşit olacaktır;

$$T^S = \frac{(\sigma - 1)\sigma}{(\sigma + 1)^2 r} \quad (11)$$

Emek arzının elastik olduğu durum Grafik 2.3'te gösterilmiştir.



Grafik 2.3. Elastik Emek Arzı

Bu modelde arz esnekliğinin, yetenekli oyuncunun marjinal maliyetini etkilemesine rağmen toplam karlara etkisi bulunmamaktadır. Bu durumun sebebi 8 ve 9 no'lu yetenekli oyuncu talep denklemlerinde; oyuncunun maliyetinin denklemin paydasında yer almasıyla açıklanabilir. Bu denklem kar denklemine yerleştirildiğinde,

yetenekli oyuncunun marjinal maliyeti silinecektir. Yetenekli oyuncuların ücretlerinin artması, oyuncu talebini azaltacaktır ama karları etkilemeyecektir. Karlar sadece σ parametresine bağlıdır. 1, 4 ve 8 no'lu denklemler kullanılarak; her takım için kar düzeyi hesaplanabilir. Her takım için hesaplanan kar düzeyleri 12 ve 13 no'lu denklemlerde gösterilmiştir.

$$\pi_1 = \frac{(\sigma^2 + 1)\sigma^2}{(\sigma + 1)^3} \quad (12)$$

$$\pi_2 = \frac{2\sigma}{(\sigma + 1)^3} \quad (13)$$

Bu modelin iki farklı çıkarımı bulunmaktadır. İlki takımlar için Nash dengesinin etkin olmamasıdır. Her iki takımın da ortak (birleşik) karları yazıldığında 14 no'lu denklem elde edilecektir.

$$\begin{aligned} \pi_1 + \pi_2 &= (\sigma - w_1)w_1 - ct_1 + (1 - w_2)w_2 - ct_2 \\ &= (1 + \sigma)w_1 - 2w_1^2 - cT^D \end{aligned} \quad (14)$$

Etkinlik; galibiyetlerin takımlar arasındaki dağılımının ortak karları maksimize edecek düzeyde olmasını gerektirir. 14 no'lu denklemin birinci sıra koşulundan; birinci takımın karını maksimize eden dağılım 15 no'lu denklemde gösterilmiştir.

$$\frac{\partial(\pi_1 + \pi_2)}{\partial t_1} = 1 + \sigma - 4w_1 = 0 \quad (15)$$

$$w_1^M = (1 + \sigma)/4 > w_1^*$$

$\sigma \geq 3$ olduğu zaman; ortak karları maksimize eden çözüm birinci takımın oynadığı tüm oyunları % 100 başarıyla kazanmasıdır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

REKABETÇİ DENGE ANALİZİ VE TÜRKİYE 1. FUTBOL LİĞİ İÇİN REKABETÇİ DENGE ANALİZİ UYGULAMASI

“ Rekabetçi denge refaha benzer. Herkes gerekli olduğunu bilir ama hiç kimse kim için ne kadar gerekli olduğunu bilemez”

Zimbalist , 111.

3.1. REKABETÇİ DENGE ANALİZİ

Rekabetçi denge üzerine yapılan teorik çalışmaların temelini Rottenberg'in (1956) çalışması oluşturmaktadır. Dünya futbolunda oyuncu piyasası, kulüplerin amaç fonksiyonu, gelir paylaşım mekanizmaları teorik temelde birçok yazar tarafından incelenmiştir.

Rekabetçi denge üzerine yapılan ampirik çalışmalar iki farklı yol izler. Birincisi; rekabetçi denge analizinin kendisidir. Bu analizler ile rekabet dengesinin zaman içerisindeki değişimi incelenir. İkinci yol ise; rekabetçi dengenin taraftarlar üzerindeki etkilerini inceler. Her iki analiz de ligin yapısı, rekabet düzeyi ve taraftar faydası arasındaki ilişkilerin anlaşılması için gereklidir. Rekabet dengesini analiz edilerek, futbolun yapısal sürecindeki değişimlerin (Bosman kuralları, gelir paylaşımı) rekabet düzeyini nasıl etkilediği açıklanabilmektedir. Neumann ve Tamura (1996), rekabetçi dengenin piyasada oluşan şoklara nasıl karşılık verdiğini incelemişler ve analizlerinde, her takım için tahmin ettikleri takım kalitesinin dağılımını rekabet dengesi ölçümü olarak kullanmışlardır. Fort ve Quirk (1992), beş farklı Amerika Profesyonel Spor liginde rekabet dengesini, her takımın kazanma/kaybetme yüzdesini ideal ligdeki kazanma/kaybetme yüzdesi ile karşılaştırarak bulmuştur.

Rekabetçi dengeden söz ederken anlamlı analizler, tahminler ve ölçümler yapabilmek için zaman aralığını belirlemek önemlidir. Rekabet dengesi üç farklı zaman dilimini kapsar.

—Kısa dönem belirsizlik: Maç sonucunun belirsizliği; maç sonuçlarının birbirine yakın puanlar ile bitmesi.

—Orta dönem belirsizlik: Sezon dengesi; dönem sonunda ligin en üst sıralarındaki takımlar ile alt sıralarındaki takımların kazanma yüzdeleri arasında az farkın olması.

—Uzun dönem belirsizlik: Sezonlar arası denge; şampiyonluk ünvanını her yıl farklı takımın alması ve ligde uzun dönemde hâkimiyetin oluşmaması durumu (Sutter vd, 2003: 7).

Her üç belirsizliğin de temelinde aslında kısa dönem belirsizliği olan maç sonucunun belirsizliği vardır. Çünkü eğer maç sonuçları üzerinde belirsizlik varsa, lig şampiyonluğu ve uzun dönem şampiyonluklar da belli olmayacaktır. Futbol ligleri; tüm sezon boyunca şampiyonluk için mücadele eden takımlar ve kimin şampiyon olacağını belirsizliği üzerine kurulmuş bir organizasyondur. Eğer şampiyonun kim olacağı sezon ortasında puan sıralamasına göre belli olursa; geri kalan diğer maçlar anlamsızlaşacak ve seyircilerden daha az talep alacaktır. Fakat sezon boyunca, maç belirsizliğinin beklenen değeri değişebilmektedir. Sezon sonunda; ligin ilk sırasında olan takımın ve en alt sırasında düşme tehlikesi ile karşı karşıya olan takımın maçları, orta sıralardaki iki takımın maçından daha heyecanlı olabilmektedir (Sloane, 2006: 9).

Literatürde rekabetçi dengeyi analiz etmek için çok sayıda yöntem kullanılmıştır. Ölçüm yöntemlerinin belirlenmesindeki en önemli nokta; kullanılacak yöntemin, belirsizlik hipotezinin temel özelliklerini içermesi gerektiğidir. Bu yöntemler arasında en popüler olanı, sezon içerisindeki kazanmaların standart sapmasının, rekabetçi dengenin ideal olduğu bir ligde oluşacak kazanma yüzdesine oranıdır (Scully: 1989, Quirk ve Fort: 1997, Humphreys: 2002, Zimbalist: 2002). Rekabetçi denge, kazanılan maçların ya da şampiyonluğun dağılım oranlarını verdiği için, gelir dağılımındaki eşitsizliği ya da yoğunlaşma oranını ölçen yöntemler, rekabetçi denge

analizlerinde kullanılabilir. Standart sapma, Gini katsayısı ve Lorenz eğrisi, konsantrasyon oranları ve yoğunlaşma indeksleri rekabetçi dengeyi ölçmek için en çok kullanılan yöntemlerdir.

3.1.1. Standart Sapma

En çok kullanılan yöntemlerden birisi kazanma yüzdelerinin dağılımıdır. Bir takımın bir sezon boyunca kazandığı maçların, oynadığı maçlara oranından hesaplanan kazanma yüzdesinin standart sapması (WPCT) kullanılır. N takımdan oluşan bir ligin T sezonu süresince kazanma yüzdesinin standart sapması;

$$\sigma_L = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T (WPCT_{i,t} - 0.500)^2}{NT}}, i = 1, \dots, N \quad t = 1, \dots, T$$

ile hesaplanır. σ_L her takımın eşit güce sahip olduğu dolayısıyla herhangi bir maçı kazanma olasılığının 0.5 olduğu *ideal* bir ligin standart sapmasıyla karşılaştırılabilir. İdeal ligin kazanma yüzdelerinin standart sapması ise;

$$\sigma_i = \frac{0.500}{\sqrt{G}}$$

ile bulunur. G oynanan maç sayısını simgeler (Humphreys, 2001: 3). Bu değer ne kadar yüksek olursa rekabetçi denge düzeyinin de o kadar düşük olacağı söylenebilir. Bu ölçüm yönteminin bazı sınırlamaları vardır. Beraberliğin olmadığı Amerika liglerinde türetilmiş olan bu ölçüm yöntemi, beraberlik maçlarının olduğu futbol ligleri için çok uygun değildir. σ tek bir sezon için iyi bir ölçüm olabilir ama birkaç sezon karşılaştırılmak istenildiği zaman bazı kusurları vardır. Kazanma yüzdelerinin standart sapması, bir spor ligindeki takımların nispi sıralamalarındaki değişkenlikleri yansıtmayabilir. Bu durumun etkisi, beş takımdan oluştuğu varsayılan iki farklı lig için Tablo 3.1'de görülebilir.

Tablo 3.1. Kazanma - Kaybetme Kayıtları

1. LİG					2. LİG						
Team	1	2	3	4	5	Team	1	2	3	4	5
A	4-0	4-0	4-0	4-0	4-0	F	4-0	3-1	2-2	1-3	0-4
B	3-1	3-1	3-1	3-1	3-1	G	3-1	2-2	1-3	0-4	4-0
C	2-2	2-2	2-2	2-2	2-2	H	2-2	1-3	0-4	4-0	3-1
D	1-3	1-3	1-3	1-3	1-3	I	1-3	0-4	4-0	3-1	2-2
E	0-4	0-4	0-4	0-4	0-4	J	0-4	4-0	3-1	2-2	1-3

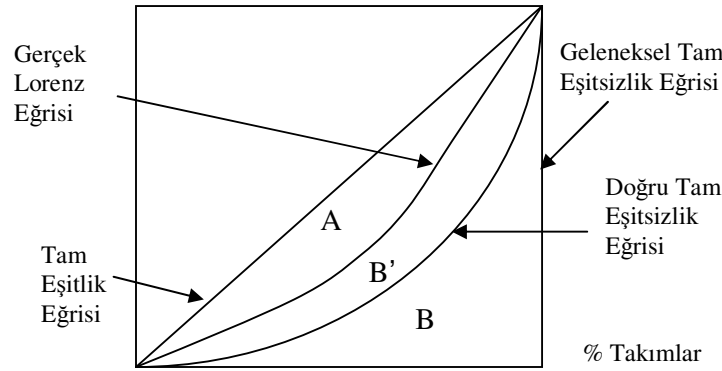
Kaynak: Humpherys, 2001 : 5

Her iki lig de beş sezon boyunca aynı $\sigma_L = 0.35$ değerine sahiptir. Bu nedenle, bu ölçüm ile her iki ligin rekabetçi denge düzeyinin birbirine yakın olduğu gösterilir. Her iki ligin değeri aynıdır yani $\sigma_I = 0.25$ 'tir. Ancak beş sezon boyunca her iki ligin nispi sıralamaları farklıdır. Birinci ligin her yıl için nispi sıralaması özdeştir. A takımı her yıl şampiyon olarak lige hâkim pozisyonundadır ve nispi lig sıralaması yıllar içinde değişkenlik göstermemektedir. Sıralamada, ikinci lig birinci lige göre daha fazla değişkenlik göstermektedir ve beş sezon boyunca hep farklı takımlar şampiyon olmuştur. Benze şekilde, her takım sezonu en az bir kere sonuncu olarak bitirmiştir. İkinci ligde, lig sıralamalarının her yıl farklı olması nedeniyle rekabetçi denge düzeyi birinci lige göre daha yüksektir. Kazanma yüzdelerinin standart sapmasının kullanımında, bu iki durum arasındaki farkı ayırt edebilecek alternatif bir rekabetçi denge ölçümü daha kullanışlı olabilir (Humpherys, 2001: 5).

3.1.2. Lorenz Eğrisi ve Gini Katsayısı

Lorenz eğrisi, gelir dağılımındaki eşitsizliği ölçmek için kullanılan bir yöntemdir. Yatay ekseninde nüfus, dikey ekseninde ise nüfusun elde ettiği geliri gösteren diyagram, gelir dağılımındaki eşitsizliği grafiksel olarak gösterir. Gelir dağılımında eşitlik varsa, herkesin gelirden eşit bir pay aldığını ifade etmek için “ Mutlak Eşitlik Doğrusu” ve ‘Lorenz Eğrisi’ çakışarak 45 derecelik bir diyagonal biçimini alır. Gelir paylaşımında, eşitsizlik olduğu durumlarda ise Lorenz Eğrisi, mutlak eşitlik doğrusundan uzaklaşarak daha bombeli bir şekil alır.

Gini Katsayısı gelir dağılımı dengesizliklerini gösterir ve Lorenz Eğrisi ile 45 derecelik doğru arasında kalan alanın hipotenüsünün, dik üçgen alanına oranının rakamsal olarak ifade edilmesidir. Gini katsayısı, 0 ile 1 arasında değer alır. Gini katsayısı, paydasının büyük olmasından ve değişkenliğinden ötürü sezon-içi rekabetçi denge düzeyinin belirlenmesinde kullanılan iyi bir ölçüm yöntemidir. Geleneksel Gini'de payda sabittir ve grafiksel olarak, tam eşitliği sağ üçgen biçiminde, tam eşitsizliği de ters L biçiminde gösterilir. Grafik 3.1'de düzeltilmiş Gini Eğrisi gösterilmiştir.



Grafik 3.1 Düzeltilmiş Gini Eğrisi

Tam eşitsizlik durumu, refah ve gelir gibi ölçülen miktarın tek bir kişide yoğunlaştığını göstermektedir. Tam eşitsizlik durumunda Gini İndeksi $A/A+B$ oranıdır ve 0 ile 1 arasında uzanmaktadır. Gini İndeksi arttıkça rekabetçi denge düzeyi azalmaktadır. İki takımlı ligler dışında, spor liglerinde tek bir takım ligin tüm galibiyetlerine sahip olamaz. Dolayısıyla Gini İndeksinin paydası $A+B$ toplamından küçük olacağı için tam eşitsizlik çizgisi sağ dikey eksen ve yatay eksen oluşmuş ters L şeklini almayacaktır. Kazanmaların en dengesiz dağıldığı durumda geleneksel Gini 1 no'lu denklemde gösterildiği gibi hesaplanmaktadır.

$$tGini_{PI} = \frac{A + B'}{A + B' + B} = \frac{API}{.5} \quad (1)$$

API, eşitsizlik alanını göstermektedir. Tam gelir eşitsizliği durumunda tGini 1 değerini alırken API 0.5 değerine eşit olacaktır. Gerçek Lorenz Eğrisinden hesaplanan

geleneksel Gini (kazanmaların en dengesiz olduğu durumda biraz daha iyimser olan) 2 no'lu denklem ile gösterilmiştir.

$$tGini_{PI} = \frac{A+B'}{A+B'+B} = \frac{A}{.5} \quad (2)$$

Utt ve Fort (2002) bir ligdeki tüm kazanmaların tek bir takımda toplanmayacağını göz önüne alarak Gini'yi gerçek Lorenz Eğrisi'ne göre, spor karşılaşmalarındaki rekabet denge düzeyinin ölçümü için yeniden düzenlemişlerdir;

$$aGini = \frac{A}{A+B'} = \frac{A}{API} \quad (3)$$

$$aGini = tGini / tGini_{PI}$$

aGini formülasyonu Gini katsayıları ile ilgili başka bir düzenlemeyi de gerekli kılmaktadır. Geleneksel Gini katsayısının tersine, $aGini = tGini / tGini_{PI}$ denkleminin paydası sabit değildir ve dolayısıyla ligi oluşturan takım sayılarındaki artış $tGini_{PI}$ 'yi azaltmaktadır.

Tablo 3.2. Farklı Takım Sayılarından Oluşan Liglerde $tGini_{PI}$

Takım sayıları	$tGini_{PI}$
5	0.4
6	0.389
8	0.375
10	0.367
20	0.350

Kaynak: Mizak and Stair ; 2005 ;3

Paydanın değişken olması, aGini katsayısının rekabetçi dengenin dönemler arasında karşılaştırmalar yapılması için kullanımını zayıflatmaktadır. Paydanın değişkenliği probleminin çözümü için aşağıdaki yöntem geliştirilmiştir;

$$aGini = \frac{A}{A+B'} = \frac{A}{API}$$

3.1.3. C5 Rekabetçi Denge İndeksi Ve Kulüp Yoğunlaşma Oranı

Standart bir endüstride C5 indeksi, endüstriye hâkim olan beş büyük firmanın yoğunlaşma oranını gösterir. Bu indeks futbol liglerine uyarlandığı zaman da, ligin en üst sırasında yer alan ilk beş kulübün yoğunlaşma oranı ile ligin diğer kulüplerinin yoğunlaşma oranlarındaki eşitsizliği ölçmek için kullanılır (Michie ve Oughton, 2004: 8).

En üstteki ilk beş takımın puanları toplamı

Bütün takımların puanları toplamı

C5 oranı; ligi oluşturan takım sayıları ve ilk beş kulüp ile diğer kulüpler arasındaki dengesizliğin fonksiyonudur. C5 oranındaki artış, rekabet dengesinin azaldığını ve ilk beş kulübün lige hâkim olduğunu gösterir.

Standart rekabetçi bir endüstride piyasaya giriş çıkış engellerinin olmadığı varsayımı altında indeks değeri 0 ile 1 arasında bir değer olabilir. Bu değer “0” olması sonsuz sayıda firmanın varlığı ve tam rekabetin varlığını gösterirken, değer “1” olması tam monopol durumunu gösterir. Futbolda kulüp sayıları sabittir ve puan sistemi nedeniyle ilk beş kulübün bütün puanları toplaması mümkün değildir. Bu takımlar da kendi aralarında oynayacağı için mutlaka puan kaybı söz konusu olacaktır. Kısıtların olduğu bu durumda indeks $5/N$ ile $M/(M+T)$ arasında bir değer alacaktır. Burada N kulüp sayısını, M beş kulüp tarafından kazanabilecek maksimum puanı ve T kalan kulüplerin kendi aralarında oynadıkları zaman alabilecekleri mutlak minimum puanı gösterir. Kulüp sayıları sabit olduğu için C5 oranındaki değişimler, kulüp sayısındaki değişimleri değil, eşitsizlik ve ilk beş kulübün hâkimiyetindeki değişimleri yansıtır. Fakat bazı dönemlerde ligin yapısında değişiklikler olabilir ve takım sayıları arttırılabilir ya da azalttırılabilir. Lig büyüklüğündeki değişmelerin etkisini de ölçüme

dahil edebilmek için C5 oranını, tam rekabette olan ideal durum ile karşılaştırmak gerekmektedir.

$$C5CBI = \left[\frac{C5}{5/N} \right] \times 100$$

Rekabetçi dengenin ideal olarak dağıldığı bir ligde indeksin değeri 100 olmaktadır. Rekabetçi dengede oluşacak azalma sonucunda bu oran artmaktadır. Bu oranın 100'ün üzerinde yükseliş trendinde olması, o ligin rekabetçi dengeden uzaklaştığını gösterir (Michie, 2004: 10-11).

3.1.4. Herfindahl- Hirschman İndeksi

Herfindahl-Hirschman indeksi bir endüstrideki tüm firmalar arasındaki eşitsizliği ölçer. Futbola uygulandığında ise; ligi oluşturan tüm kulüpler arasındaki eşitsizliği gösterecektir. HHI; genellikle bir değişkenin dağılımını, firmalar, hane halkları, takımlar gibi birimler arasındaki yoğunluk derecesini karakterize eder. Endüstrideki piyasa paylarını ölçmek için kullanıldığında;

$$HHI = \sum_{i=1}^n (MS_i)^2$$

MS_i , i.firmanın piyasa payını simgeler. $0 \leq MS_i \leq 1$ arasındadır ve $\sum_{i=1}^n MS = 1$ 'dir.

HHI'nın alt sınırı $1/n$ olarak belirlenmiştir. Bu durum, her firma için eşit piyasa payını simgeler. Üst sınır ise 1'dir ve tam monopol piyasayı yansıtır. HHI, spor liglerinde, rekabet dengesini ölçmek için belirli sezonlar boyunca şampiyonluk ünvanının paylaşımı olarak kullanılabilir (Allmen, 2005: 162-163). Bu kullanımda HHI'nın alt ve üst sınırının belirlenmesi önem taşır. Tam dengede olan rekabetçi bir ligde, her takım şampiyonluk ünvanını, ortalama her n yılda bir kazanır. Tam eşitsizlik durumunda ise; aynı takım tüm sezonlar boyunca şampiyon olacaktır yani, $HHI = 1$ olacaktır. Bu da monopolcünün tüm piyasa payına sahip olması anlamını taşımaktadır.

Rekabetçi dengenin ölçümünde HHI, belirli bir sezon boyunca, takımlar arasındaki galibiyet dağılımında da uygulanabilir. Depken (1999), i. takımın piyasa payını, bir sezon boyunca kazandığı (galip geldiği) maçların, tüm sezon boyunca kazanılan (galip gelinen) toplam maçlara oranı biçiminde hesaplamıştır. Bu oran aşağıdaki formülle belirtilmiştir:

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left(w_i / \sum_{i=1}^n w_i \right)^2$$

n; ligdeki takım sayısını, w_i ; i. takımının kazandığı maç sayısını simgeler. HHI oranındaki artış, rekabetçi denge düzeyindeki azalmayı ifade eder. Firmaların piyasa payı durumunda olduğu gibi, Depken'in ölçümünde de HHI'nın alt sınırı $1/n$ ile ifade edilen tam rekabet piyasalarıdır.

Bir ligi oluşturan takım sayıları yıllar içerisinde değişebilir. Dolayısıyla HHI'da zaman içerisinde oluşan değişimleri hesaplarken n sayısını kontrol etmek önemlidir. HHI'nın alt sınırında takım sayısındaki değişimlerin etkili olabilmesi için; indeksin düzeltilmesi gerekir. dHHI düzeltilmiş indeks olmak üzere; $dHHI = HHI - 1/n$ eşitliği HHI'nın tam rekabet dengesinden sapmalarını gösterir.

HHI, galibiyetlere uygulandığında ise; n'nin değişmesi sadece alt sınırı değil üst sınırı da etkiler çünkü takımlar oynamadıkları oyunları kazanamazlar. Firmaların piyasa paylarında oluşan durumundan farklı olarak HHI ve dHHI'nın üst sınırı 1'den küçük olacaktır. n takımlı bir ligde, k her takımın diğer takımlar ile aynı sayıda maç yapmasını göstermek üzere, ligin maç sayıları bakımından dengeli düzenlendiği varsayımı altında, her takım $k(n-1)$ kadar maç yapar. Toplamda $kn(n-1)/2$ kadar maç sayısı oluşur. Yaptığı tüm maçlarda galip gelen bir takımın sahip olabileceği maksimum piyasa payı aşağıda verilmiştir:

$$\frac{k(n-1)}{\left[\frac{kn(n-1)}{2} \right]^{1/2}} = \frac{2}{n}$$

HHI ve dHHI'nin üst sınırları, maç sayısı bakımından dengeli, rekabet açısından tam dengesiz ve beraberliğin olmadığı bir lig için türetilmiştir. İlk takım oynadığı tüm maçları kazanır, ikinci takım ise birinci takım ile oynadığı maçlar dışındaki tüm maçları kazanır ve bu sıralama bu şekilde ilerler.

$$HHI_{ub} = \frac{[k(n-1)]^2 + [k(n-2)]^2 + \dots + [k(n-n)]^2}{\left[\frac{kn(n-1)}{2}\right]}$$

$$HHI_{ub} = \frac{n(n-2)(n-1)/6}{n^2(n-1)^2/4} = \frac{2(2n-1)}{3n(n-1)}$$

$dHHI_{ub} = HHI_{ub} - 1/n$ olduğu için;

$$dHHI_{ub} = \frac{2(2n-1)}{3n(n-1)} - \frac{1}{n} = \frac{n+1}{3n(n-1)}$$

üst sınırlar sadece takım sayısına bağlıdır. Ligdeki takım sayılarının artmasının üst sınırlar üzerindeki etkisi $dHHI_{ub}$ ve HHI_{ub} 'nin türevi alınarak bulunabilir;

$$\frac{\partial HHI_{ub}}{\partial n} = \frac{-[2(2n^2 - 2n + 1)]}{[3n^2(n-2)^2]} < 0 \quad \text{eğer } n \geq 0$$

$$dHHI_{ub} = \frac{-(n^2 + 2n - 1)}{3n^2(n-1)^2} < 0 \quad \text{eğer } n \geq 2$$

n 'deki artış hem HHI_{ub} hem de $dHHI_{ub}$ 'da azalmaya neden olur.

Tablo 3.3. HHI ve dHHI'nın Alt ve Üst Sınırı

Takım sayıları	Maç Sayıları	HHI _{lb}	HHI _{ub}	dHHI _{ub}
8	28	0.1250	0.1786	0.0536
9	36	0.1111	0.1574	0.0463
10	45	0.1000	0.1407	0.0407
11	55	0.0909	0.1273	0.0364
12	66	0.0833	0.1162	0.0328
15	105	0.0667	0.0921	0.0254
20	190	0.0500	0.0684	0.0184
N	kn(n-1)/2	1/n	2(2n-1)/3n(n-1)	(n+1)/3n(n-1)

Kaynak: Owen and Ryan; 2006; 16

Takım sayısı 15'ten 20'ye arttırıldığında, dHHI'nın üst sınırı ilk değerinden yaklaşık % 73 azalır. Ayrıca dHHI_{ub}, çok küçük takım sayılarında bile 1'in altındadır.

Takım sayıları değiştikçe, HHI'nın alt ve üst sınırlarının takım sayısındaki değişmeye oranla değişmesi için HHI'nın normalize edilmiş şeklinin türetilmesi gerekir.

$$HHI^* = (HHI - HHI_{lb}) / (HHI_{ub} - HHI_{lb}) = dHHI/dHHI_{ub}$$

Normalize edilmiş ölçüm 0 ile 1 arasında uzanır ve 0 rekabetin mükemmel olduğu durumu gösterirken, 1 maksimum dengesizliğin olduğu durumu gösterir.

Belirli sayıdaki dönemlerde ligdeki rekabetçi dengeyi ölçmek istenildiğinde Herfindhal Rekabetçi Denge İndeksi kullanılabilir;

$$HCIB = \left[\frac{H}{1/n} \right] \times 100$$

İdeal rekabetçi denge indeksi 100 olup rekabetçi denge bozuldukça indeksin değeri yükselir.

3.2. TÜRKİYE 1. FUTBOL LİĞİ İÇİN REKABETÇİ DENGİ ANALİZİ UYGULAMASI

Çalışmanın uygulama bölümünde, Türkiye 1. Futbol Ligi'nde rekabetçi denge analizinin yapılabilmesi için 3 farklı rekabetçi denge analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler; T.F.F resmi internet sayfası, Turkish Soccer isimli web sayfası ve Türk Futbolu isimli web sayfalarından alınmıştır. Veriler 1959- 1960 sezonundan 2005- 2006 sezonuna kadar yapılan tüm maçların sonuçlarından oluşmaktadır.

Türkiye 1. Futbol Ligi'nde rekabetçi denge düzeyinin belirlenmesi, rekabetçi dengenin belirli yıllar ve dönemler arasında farklılık gösterip göstermediği, takım sayısı artırılıp azaltıldığında değişimi ve uzun dönemde Türk futbol piyasasına etkisinin bulunması belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, veriler; kulüp yoğunlaşma oranı- C5 rekabetçi denge indeksi ve Herfindahl-Hirschman indeksi ile incelenmiştir.

3.2.1. Kulüp Yoğunlaşma Oranı ve C5 Rekabetçi Denge İndeksi

Çalışmada kullanılan ilk yöntem kulüp yoğunlaşma oranı ve C5 rekabetçi denge indeksidir. Futbolun yapısı nedeniyle ilk 5 takım tüm puanları toplayamadığından, indeksin 0 ile 1 arasında değişebilen değeri düzenlenmiştir. İndeksin alt sınırını gösteren 0 değeri $5/N$ (N takım sayısı) ile üst sınırını gösteren 1 değeri $M/M+T$ (M, 5 kulüp tarafından alınabilecek tüm puanlar toplamı, T, geri kalan takımların alacağı minimum puan) ile tekrar düzenlenmiştir.

Tablo 3.4. C5 İndeksinin Takım Sayılarına Göre Düzenlenmiş Alt ve Üst Sınırları

Ligde Yer Alan Takım Sayısı	Alt Sınır -5/N	Üst Sınır – M/M+T
12	0.42	0.76
16	0.31	0.64
17	0.29	0.61
18	0.27	0.60
19	0.26	0.57
20	0.25	0.55

Türkiye 1. Futbol Ligi'nde 1959- 2006 sezonları arasında ligde mücadele eden takımların ligde yer aldıkları yıl sayıları Ek 4'te gösterilmiştir. Türkiye 1. Futbol Ligi'nde 1959- 1960 sezonundan itibaren her sezon için ligin ilk 5 takımı içerisinde bulunan takımların puanlarının tüm sezon boyunca toplanan puanlara oranları hesaplanmıştır (bkz: Ek5). İlk 5 takımın her sezon için toplam puandan aldığı pay ortalama % 39'dur yani ilk 5 takım piyasanın ortalama %39 payına sahiptir. Bu payın en yüksek olduğu sezon 1962- 1963 sezonudur. Bunun sebebi o yıl sadece 12 takımın ligde yer almasıdır. Bu sezon play-off statüsü ile oynandığı için play-off'a kalan 12 takım kendi aralarında karşılaşarak şampiyonu belirlemiştir. Bu özel durum dikkate alınmazsa 1990- 1996 dönemlerinde ilk 5 takımın aldığı paylar diğer sezonlara oranla daha yüksektir. Tablo 3.5'de bu dönemler ve ilk 5 takımın toplam puan içerisindeki payı gösterilmektedir.

Tablo 3. 5. İlk 5 Takımın Diğer Sezonlara Göre Toplam Puan İçerisinde Daha Yüksek Paya Sahip Olduğu Sezonlar

Sezonlar	% Payları
1990- 1991	%42
1991- 1992	%46
1992- 1993	%46
1993- 1994	%45
1994- 1995	%41
1995- 1996	%43
1996- 1997	%42
2004- 2005	%42

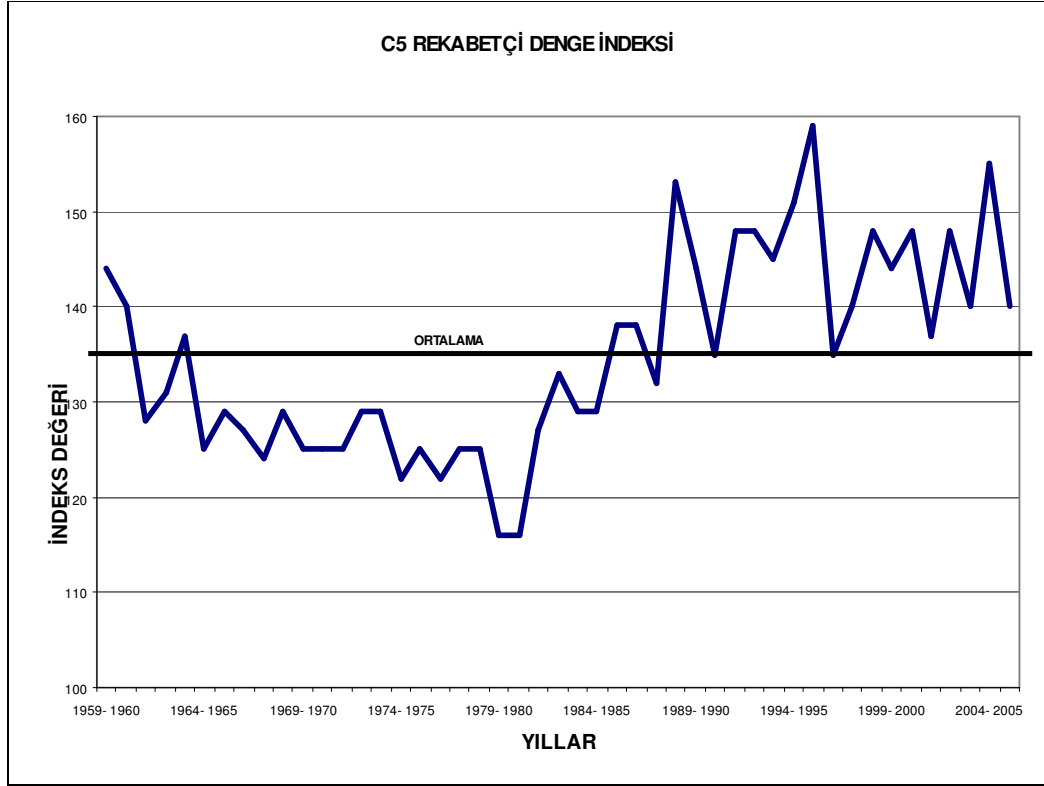
İlk 5'te yer alan takımların toplam puandan en küçük paya sahip oldukları dönemler 1979- 1987 sezonları arasındaki dönemler olmuştur. Tablo 3.6'da bu yıllar ve ilk 5 takımın toplam puan içerisindeki payı gösterilmiştir.

Tablo 3.6. İlk 5 Takımın Diğer Sezonlara Göre Toplam Puan İçerisinde Daha Düşük Paya Sahip Olduğu Sezonlar

Sezon	% Payları
1959- 1960	%36
1960- 1961	%35
1961- 1962	%32
1967- 1968	%36
1979- 1980	%36
1980- 1981	%36
1982- 1983	%36
1983- 1984	%35
1984- 1985	%35
1985- 1986	%30
1986- 1987	%36
1987- 1988	%33

Tüm sezonlar boyunca ilk 5 takımın toplam puandan aldıkları payın dağılımı incelendiğinde; en üstte yer alan ilk 5 takımın toplam puandan en küçük paya sahip oldukları dönemler 1980- 1987 dönemleri olmuştur.

Rekabetçi dengenin ideal olarak dağıldığı bir ligde rekabetçi denge indeksinin değeri 100 olmaktadır. Rekabet denge düzeyindeki artış bu oranı azaltmaktadır. Bu oranın 100'ün üzerinde yükseliş trendinde olması o ligin rekabetçi dengeden uzaklaştığının göstergesidir. Rekabetçi dengeden %50 oranında uzaklaşılması indeksin değerini 150'ye çıkaracaktır. Grafik 3.2'de Rekabetçi Denge İndeksi gösterilmektedir. Türkiye 1. Futbol Ligi'nde ideal rekabet denge düzeyinden en çok uzaklaşılan yıllar 1995- 1996 (159), ve 2004- 2005 (155) sezonlarıdır. 1979- 1980 (116), 1980- 1981 (116), 1974- 1975 (122), 1976- 1977 (122) rekabet dengesi düzeyine en çok yaklaşılan sezonlardır (bkz Ek:5).



Grafik 3.2. C5 Rekabetçi Denge İndeksi (1959 – 2006)

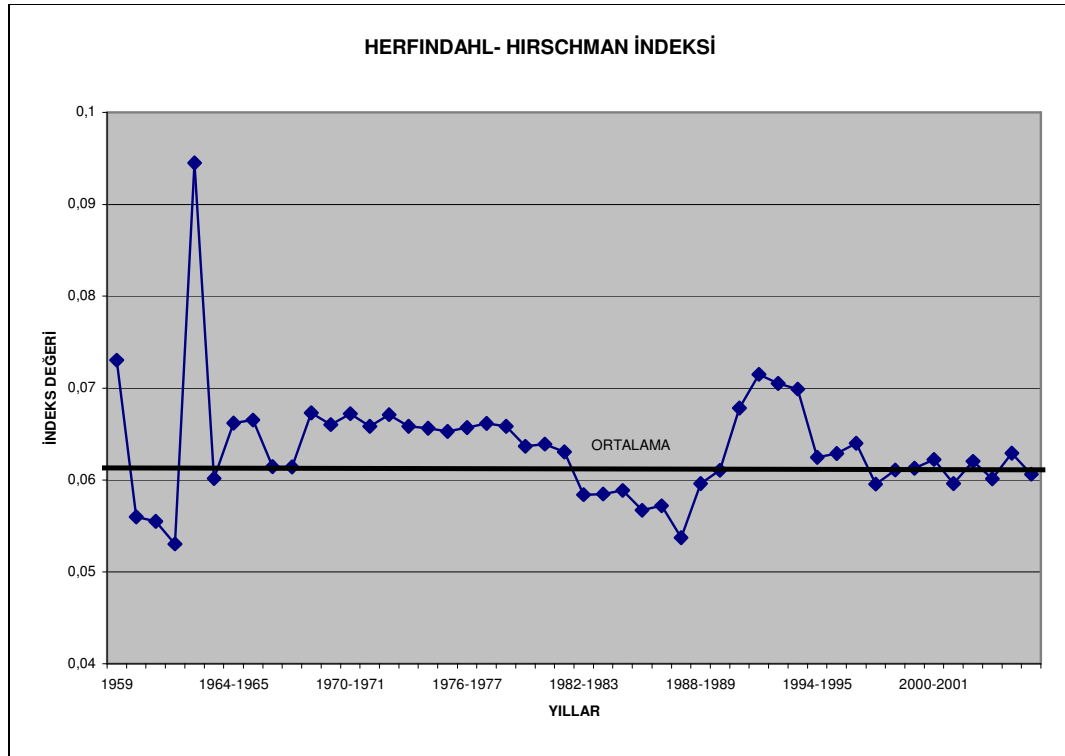
3.2.2. Herfindahl-Hirschman İndeksi

Çalışmada kullanılan ikinci yöntem Herfindahl- Hirschman İndeksidir. C5 oranı ilk 5 kulüp ile diğer kulüpler arasındaki eşitsizliği gösterirken Herfindahl- Hirschman İndeksi bir ligde yer alan tüm takımlar arasındaki eşitsizliği göstermektedir. Herfindahl- Hirschman İndeksinin alt ve üst sınırları yıllar içerisinde lig genelinde takım sayısında meydana gelen değişikliklere duyarlı olacak şekilde tekrar düzenlenmiştir.

Tablo 3.7. Takım Sayılarındaki Değişmelere Duyarlı Olacak Şekilde Düzenlenmiş HHI_{ALT} ve $HHI_{ÜST}$ Sınırları

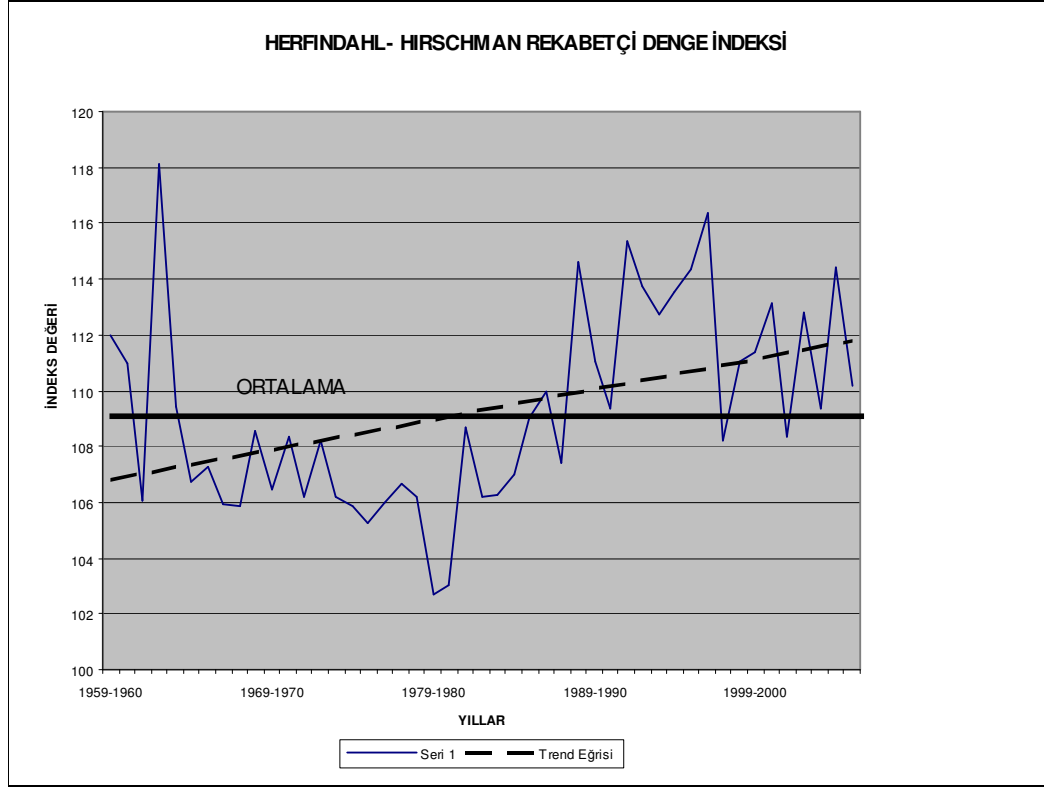
Takım Sayıları	Maç Sayıları	HHI_{alt}	$HHI_{üst}$	$dHHI_{üst}$
12	22	0.083	0.116	0.032
16	30	0.0625	0.086	0.023
17	32	0.058	0.080	0.022
18	34	0.055	0.076	0.020
19	36	0.052	0.072	0.019
20	38	0.05	0.068	0.018
N	$Kn(n-1) / 2$	$1 / n$	$2(2n-1) / 3n(n-1)$	$n+1 / 3n(n-1)$

HHI indeksinde üst sınır rekabetçi denge düzeyinden uzak olan en üst noktayı gösterirken alt sınır rekabet dengesi tam olan bir ligi gösterir. İndeks değerleri Ek 6'da gösterilmiştir. Türkiye 1. Futbol Ligi'nde rekabet denge düzeyine en çok yaklaşılan sezonların 1959 -1960 (0.055), 1960- 1961 (0.055), 1961- 1962 (0.053) ve 1987- 1988 (0.053) sezonları olduğu görülmektedir. Bu dört sezonun ortak özelliği ligin 20 takımla oynanmasıdır. Analizde rekabetçi denge düzeyinden en çok uzaklaşılacak sezonlar, 1962- 1963 (0.094), 1991- 1992 (0.071), 1992- 1993 (0.070), 1993- 1994 (0.069) sezonlarıdır. 1962- 1963 sezonunu play-off oynanan sezon olduğu için dikkate alınmazsa rekabet denge düzeyinden uzaklaşılacak sezonların ortak özelliğinin 16 takımlı ligler olduğu görülmektedir.



Grafik 3.3. Türkiye 1. Futbol Ligi Herfindahl – Hirschman İndeksi (1959 - 2006)

İdeal rekabet dengesinden sapmaları belirlemek amacıyla Herfindahl-Hirschman rekabetçi denge indeksi düzenlenen alt ve üst sınıra göre hesaplanmıştır. İdeal rekabetçi denge değeri 100 iken, rekabetçi dengeden uzaklaşmalar oldukça indeksin değeri yükselecektir. Türkiye 1. Futbol Ligi'nde ideal rekabet denge düzeyinden en çok uzaklaşılan sezonlar 1988- 1989 (114.6), 1991- 1992 (115.3), 1992- 1993 (113.7), 1996- 1997 (116), 2004- 2005 (114.4) olarak gerçekleşmiştir. Rekabetçi denge açısından en ideal olanlar yıllar 1979- 1980 (102) ve 1980- 1981 (103) sezonları olmuştur. Grafik 3.4 Türkiye 1. Futbol Ligi için Herfindahl- Hirschman rekabetçi denge indeksini göstermektedir.



Grafik 3.4 Türkiye 1. Futbol Ligi Herfindahl – Hirschman Rekabetçi Denge İndeksi (1959 - 2006)

SONUÇLAR

C5 Rekabetçi Denge İndeksi ve Kulüp Yoğunlaşma analizi incelendiğinde; ilk 5 takımın toplam puandan aldığı ortalama puan oranı %39'dur. Bu durumda ligin kuruluş yılı 1959 sezonundan itibaren lige ilk 5 takımın hakim olduğunu ve puan dağılımının dengeli olmadığını göstermektedir. Tüm sezonlar boyunca ligde yer alan takımlar (bkz: Ek4) ve ligde ilk 5 takım arasında yer alan takımlar incelendiğinde; Beşiktaş (40), Fenerbahçe (43) ve Galatasaray (43) takımlarının ligin hâkimi olduğu görülür (bkz: Ek7). C5 Rekabetçi Denge İndeksine göre rekabet dengesinden en çok uzaklaşılan yıllar 1990- 1996 dönemlerini kapsamaktadır. Rekabet dengesine en çok yaklaşılacak yıllar ise 1980- 1987 sezonlarını kapsamaktadır. 1997 yılından sonra rekabet denge düzeyi ortalamanın üzerinde bir seyir izlemiştir ve 2004- 2005 (155) sezonu tüm sezonlar boyunca rekabetten en çok uzaklaşılan sezon olmuştur. Türkiye 1. Futbol Ligi son 8 sezon değerlendirmesi yapıldığında rekabetten uzak bir yapıya doğru ilerlediği görülmektedir.

Herfindahl- Hirschman indeksi incelendiğinde; rekabetçi dengeye en çok yaklaşılacak sezonların ortak özelliğinin liglerin 20 takımdan oluşması olduğu görülmektedir. Rekabetçi dengeden en çok uzaklaşılan sezonlarının ortak özelliği bu sezonlarda ligin 16 takımdan oluşmasıdır. Herfindahl- Hirschman indeksi ile C5 kulüp yoğunlaşma indeksinin analizlerinden doğan ortak sonuç ligin rekabetten uzaklaştığı dönemlerde 16 takımla oynanmasıdır.

Çalışmanın sonucunda Türkiye 1. Futbol Ligi'nin ideal rekabetçi dengeden uzak bir seyir izlediği görülmektedir. Ligin belirli takımların hâkimiyetinde oynanması rekabet denge düzeyinin düşük olduğunu göstermektedir. İdeal rekabet denge düzeyine sahip bir ligde n takım her n yılda bir şampiyon olurken Türkiye 1. Futbol Ligi'nin 48 yıllık tarihinde sadece 4 takım şampiyon olmuştur; Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray, Trabzonspor.

Lig gelirlerinin dağılımı da rekabet dengesini etkileyen çok önemli bir faktördür. Kulüplerin lig gelirlerinden aldıkları pay yetenekli oyuncu transferleri için kaynak

oluşturur. Türkiye 1. Futbol Ligi'nde uygulanan havuz sistemi, lige hâkim olan takımların diğer takımlardan çok daha fazla gelir elde etmesine sebep olmaktadır. Bu durum da kuk takımların büyük takımlar ile rekabet edebilme düzeyini düşürmektedir.

Rekabet dengesine en çok yaklaşılan yılların ortak özelliği takım sayısının diğer yıllara göre daha çok olmasıdır. Bu bulgudan yola çıkarak rekabetçi denge düzeyini arttırmak için ligi oluşturan takım sayıları arttırılabilir. Fakat anlamlı bir sayı bulabilmek için daha detaylı analizlerin yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Aksar T., Merih K., (2006) *Futbol Ekonomisi*, Literatür Yayıncılık, İstanbul
- Atkinson S.E., Stanley L.R., Tschirhart J., (1988) Revenue Sharing As An Incentive Agency Problem: An Example From The National Football League, *RAND Journal of Economics*, Vol. 19/1
- Barro P.G., Szymanski S., (2006) Goal! Profit Maximization and Win Maximization In Football Leagues, *IASE Working Paper Series No.06/21*
- Baimbridge M., Cameron S., Dawson P., (1996) Satellite Television and The Demand For Football: A Whole New Ball Game? *Scottish Journal of Political Economy*, Vol. 43/3, s.318
- Başlevent C., Tunalı İ., (2001) Incentives and Outcomes In Football: The Effect of The Three-Point System and Home Advantage On Outcomes, *Bilgi Üniversitesi, İstanbul*
- Borland J., Macdonald R., (2003) 'Demand For Sport?', *Oxford Review of Economic Policy*, Vol. 19/4, s. 478
- Brandes L., Franck E., (2006) How Fans May Improve Competitive Balance-An Empirical Analysis of The German Bundesliga, *Institute for Strategy and Business Economics Working Paper Series*, s. 6
- Brugginck T.H, Eaton J.W., (1996) What Takes Me Out to The Ball Game? *Baseball Economics: Current Research*, Greenwood P.G., Westport, Conn
- Buraimo B., Simmons R., (2006) Market Size and Attendance In English Premier League *Football Lancaster University Working Paper Series 003*, s. 7
- Burger J.D., Walters S.J.K, (2003) Market Size, Pay and Performance: A General Model and Application to Major League Baseball, *Journal of Sports Economics*, Vol. 4/2 s. 115
- Carmichael F., Thomas D., (2005) Home –Field Effect and Team Performance: Evidence From English Premiership Football, *Journal of Sports Economics*, Vol. 6/3, s.2
- Courneya K.S., Carron A.V., (1992) The Home Advantage In Sports Competitions: A Literature Review, *Journal Of Sports Exercise Psychology*, Vol. 14, s. 13-27
- Demmert H.G., (1973) The Economics of Professional Team Sports, *Lexington Books*; D.C. Heath, Lexington MA
- Dabscheck B., (1979) Player Associations and Professional Team Sports, *Labour and Society*, Vol. 4/3, s.225-230

- Deloitte&Touche, (1997) *Annual Review of Football Finance*, Manchester
- Deloitte&Touche, (2001) *Annual Review of Football Finance*, Manchester
- Deloitte&Touche, (2004a) *Annual Review of Football Finance*, Manchester
- Depken C.A., (1999) Free Agency and The Competitiveness of Major League Baseball, *Review of Industrial Organization*, Vol. 14 s. 205-17
- Feess E., Stahler F., (2005) Revenue Sharing In Professional Sports Leagues, *University of Otago Economic Discussion Papers*, No. 0512
- Forrest D., Simmons R., (2002) Outcome Uncertainty and Attendance Demand In Sport: The Case of English Soccer, *The Statistician*, No. 51 Part 2
- Fort R., Quirk J., (1992) Pay Dirt: The Business of Professional Team Sports, *Princeton, NJ, Princeton University Press*
- Fort R., Quirk J., (1995) Cross-Subsidisation, Incentives and Outcomes In Professional Team Sports, *Journal of Economic Literature*, Vol. 33/3 s.99
- Horowitz I., (1997) The Increasing Competitive Balance In Major League Baseball, *Review of Industrial Organization*, Vol.12 s.373-387
- Humphreys B.R., (2002) Alternative Measures of Competitive Balance, *Journal of Sports Economics*, Vol.3/3 s.303
- Janssens P., Késenne S. (1987), Belgian Football Attendances, *Tijdschrift voor Economie and Management*, Vol. 32/3
- Jennett N., (1984) Attendances, Uncertainty of Outcome and Policy In Scottish Football League, *Scottish Journal of Political Economy*, Vol.31/2
- Jones J.C.H., (1969) The Economics of The National Hockey League, *Canadian Journal of Economics*, Vol.2/1 s.1-20
- Késenne S., (1999) Player Market Legislation and Competitive Balance In A Win Maximising Scenario, Jeanrenaud C., Késenne S., editors, *Competition Policy In Professional Sports: Europe After Basman Case*, *Standart Editions, Antwerp*
- Késenne S., (2000) Revenue Sharing and Competitive Balance In Team Sports, *Journal of Sports Economics*, Vol. 1/1 s.56-65
- Krautmann (1999) What's Wrong With Scully-Estimates of A Player's Marginal Revenue Product, *Economic Inquiry*, Vol. 37/2
- Koning R.H., (2000) Competitive Balance In Dutch Soccer, *The Statistician*, Vol. 49 s. 420
- Lazear E., Rosen S., (1995) Rank Order Tournaments As Optimum Labor Contracts, Ashenfelter O.C., Hallock K.F., *Labour Economics* Vol.2

- Michie J., Oughton C., (2004) Competitive Balance In Football: Trends and Effects, *Football Governace Research Centre*, No:2 s.4-28
- Marburger D., (1997) Gate Revenue Sharing and Luxury Taxes In Professional Sports, *Contemporary Economic Policy*, Vol. 15/April
- Monopolies and Mergers Comission, (1999)
- Noll R.G., (1974) Government and The Sports Business, *Washington D.C: Brookings Institution*
- Quirk J., Fort R.D., (1997) Pay Dirt: The Business of Professional Team Sports, *Princeton N.J., Princeton University Press*
- Quirk J., El Hodiri M., (1974) The Economic Theory of A Professional Sports League, *Noll (editor) Government and The Sports Business*, Brookings Institution
- Palomino F., Rigotti L., (2000) The Sports Leagues Dilemma: Competitive Balance Versus Incentives To Win, *Center For Economic Research*, No.2000/109 s. 2
- Pollard R., (1986) Home Advantage In Soccer: A Retrospective Analysis, *Journal of Sport Sciences*, Vol. 4, s.237-248
- Rascher D.A., (1997) A Model of Professional Sports League, Hendricks, W., (editor) (1997) *Advances In The Economics of Sports*, Vol.2, *JAI-Press Inc. Greenwich, Conn*
- Rottenberg S., (1956) The Baseball Player's Labor Market, *Journal of Political Economy*, Vol. 64/3 s.242-258
- Sanderson A.R., Siegfried J.J. (2003) Thinking About Competitive Balance, *Journal of Sports Economics*, Vol. 4 s.258
- Schwartz B., Barsky S.F., (1977) The Home Advantage, *Social Forces*, No.55, s.641-661
- Scully G.W., (1989) The Business of Major League Baseball, *Chicago IL: University of Chicago Press*
- Scully G.W., (1995) The Market Structure of Sports, *The University of Chicago Press*
- Sloane P.J., (1969) The Labour Market In Professional Football, *British Journal of Industrial Relations*, Vol. 7/2 s.181-199
- Sloane P.J., (1971) The Economics of Professional Football: The Football Club As A Utility Maximiser, *Scottish Journal of Political Economy*, Vol.18/2 s. 121-146
- Sloane P.J., (2006) Rottenberg and the Economics of Sport After 50 Years: An Evaluation, *IASE Working Paper Series*, Paper No. 06-08 s.9-14
- Sutter D., Winkler S., (2003) NCAA Scholarship Limits and Competitive Balance in College Football, *Journal of Sports Economics*, Vol. 4/1 s-7

- Szymanski S., Smith R., (1997) The English Football Industry Profit, Performance and Industrial Structure, *International Review of Applied Economics*, Vol. 11/1 s. 135-153
- Szymanski S., Hoehn T., (1999) The Americanisation of European Football, *Economic Policy*, Vol. 28, s. 28
- Szymanski S., (2001) Income Inequality, Competitive Balance and The Attractiveness of Team Sports: Some Evidence and A Natural Experiment From English Soccer, *The Economic Journal*, Vol. 111, s. 69-74
- Szymanski S., Hall S., (2003) Making Money Out of Football, *Journal of Economic Literature*, April
- Szymanski S., (2003) The Economic Design of Sporting Contests, *Journal of Economic Literature*, No. 61, s.1137-1187
- Szymanski S., Késenne S., (2004) Competitive Balance and Gate-Revenue Sharing In Team Sports, *Journal of Industrial Economics*, Vol. L11/1 s.166
- Szymanski S., (2006) Competitive Balance In Sports Leagues and Paradox of Power, *IASE Working Paper Series*, No. 06/18 s.4-10
- Utt J., Fort R., (2002) Pitfalls to Measuring Competitive Balance with Gini Coefficients, *Journal of Sports Economics*, Vol. 3/4 s. 2
- Vrooman J., (1995) A General Theory of Professional Sports Leagues, *Southern Economic Journal*, Vol. 61, No.4, s.971-990
- Whitney J.P., (1988) Winning Games Versus Winning Championships: The Economics of Fan Interest and Team Performance, *Economic Inquiry*, Vol XXXI, No.4, s.703-724
- Wisemann N.C., (1977) The Economics of Football, *Lloyds Bank Review*, Vol. 123 s.29-43
- Zimbalist A.S., (2002) Competitive Balance In Sports Leagues: An Introduction, *Journal of Sports Economics*, Vol.3, No.2, s.111-121

www.fesam.org

www.tff.org

www.verkac.org

EKLER

EK 1 : Premier Lig Kulüpleri TV Ödemeleri Toplamı (1992-1998)

Kulüp	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98	1992-93'ten 1997-98'e Averaj
Arsenal	4.83	5.30	4.19	5.54	6.85	7.52	6.31
Manchester United	6.85	7.24	7.42	7.81	7.58	7.38	7.41
Liverpool	5.66	5.30	5.71	6.49	6.95	6.79	6.42
Chelsea	4.68	3.75	4.31	4.53	5.59	6.45	5.37
Leeds United	4.17	5.83	5.08	4.47	4.71	5.82	5.18
Blackburn Rovers	5.78	6.82	6.86	5.25	4.44	5.61	5.58
Aston Villa	6.44	4.81	3.78	5.81	5.49	5.20	5.26
West Ham United	-	4.06	4.39	5.18	4.52	5.01	4.26
Derby County	-	-	-	-	4.38	4.95	2.78
Newcastle United	-	5.82	5.29	8.11	6.76	4.73	5.26
Coventry City	3.84	4.42	4.11	3.87	3.71	4.66	4.19
Leicester City	-	-	3.24	-	4.73	4.61	3.09
Tottenham Hotspur	4.84	4.56	4.95	5.68	5.24	4.52	4.89
Southampton	3.55	3.34	4.35	3.74	3.85	4.38	4.00
Everton	4.08	3.63	3.87	5.54	4.21	4.25	4.25
Wimbledon	3.96	4.82	4.24	3.84	5.31	4.00	4.39
Bolton Wanderers	-	-	-	3.09	-	3.82	1.69
Sheffield Wednesday	4.53	4.89	4.43	3.94	4.99	3.61	4.27
Crystal Palace	3.32	-	3.34	-	-	3.37	1.89
Barnsley	-	-	-	-	-	3.30	1.18
Other	33.48	25.40	20.42	17.11	10.70	0.00	12.31
Toplam TV Ödemeleri (£m)	35.25	36.05	39.59	38.27	83.04	129.11	361.32

EK 2 : Kulüplerin 2004-2005 Sezonu Temel Gelir Kaynakları**Beşiktaş Sportif A.Ş.nin 2004 2005 yılı temel gelirleri (YTL)**

TV Yayın Gelirleri	18.691.127
Sponsorluk Gelirleri	9.372.096
Kombine Kart Hasılatı	6.800.025
Lisanslı Ürün Satışı	5.666.361
Seyahat Satışı	3.539.894
İsim Hakkı Gelirleri	2.180.515
Maç Hasılatları	2.093.874
Toplam	50.121.406

Galatasaray Sportif A.Ş.nin 2004 -2005 yılı temel gelirleri (YTL)

Yayın Hakkı Gelirleri	20.006.126
Forma Reklam Gelirleri	4.423.054
Saha ve Diğer Reklam Gelirleri	8.801.741
İsim Hakkı Gelirleri	4.912.545
Toplam	38.143.466

Kaynak: Akyüz, 2005 (Akt; Akşar ve Merih, 2006:534).

Fenerbahçe Sportif A.Ş.nin 2004 -2005 yılı 12 aylık net faaliyet gelirleri (YTL)

Süper Lig TV Yayın Gelirleri	18.397.771
Stat Hasılatı	12.449.514
Stat İç Reklam Ve Sponsorluk Gelirleri	11.450.273
Şampiyonlar Ligi Gelirleri	3.111.377
İsim Hakkı Gelirleri	3.467.713
Diğer Gelirler	165.100
Toplam	49.041.748

Kaynak: Akyüz, 2005 (Akt; Akşar ve Merih, 2006:544).

Trabzonspor Sportif A.Ş.nin 01.01.2005 - 31.05.2005 tarihleri arasında esas faaliyetlerinden elde ettiği net gelirler (YTL)

Türkiye Süper Lig Naklen Yayın Gelirleri	6.144.013
Reklam Ve Sponsorluk Gelirleri	1.398.990
İsim Hakkı Gelirleri – Spor Toto	748.335
Maç Hasılatları	383.427
Türkiye Kupası Naklen Yayın Gelirleri	279.071
Diğer İsim Hakkı Gelirleri	163.326
Toplam	9.117.162

Kaynak: Akyüz, 2005 (Akt; Akşar ve Merih, 2006:556).

EK 3. Kulüplerin Gelirleri

	O	G	B	M	A	Y	P	Puan Perf. Ödülü (1000 YTL)	Dereceye Şamp. Ödülü (Bin YTL)	Dayanışma Ödülü	Dayanışma İsim Hakkı	Şamp. Payı	Toplam Ödül	Toplam Ödülü	Süper Lig Payı
Galatasaray	34	26	5	3	82	34	83	6516	3481	3026	81,2	7398	20502	14644	12,91
Fenerbahçe	34	25	6	3	90	34	91	6359	2765	3026	81,2	7398	19649	14035	12,37
Beşiktaş	34	15	9	10	52	30	54	4239	2089	3026	81,2	5551	15199	10857	9,57
Trabzon	34	15	7	12	51	42	52	4082	1392	3026	81,2	2784	11578	8270	7,29
Ortalama								3655		3026	81,2		8825	6304	5,56
Kayserispor	34	15	6	13	50	42	51	4004	695	3026	81,2		8026	5733	5,05
Gençlerbirliği	34	14	9	11	47	39	51	4004	348	3026	81,2		7664	5474	4,82
Konya	34	12	10	12	39	43	46	3611		3026	81,2		6914	4939	4,35
Sivasspor	34	10	13	11	34	44	43	3376		3026	81,2		6672	4766	4,20
Çaykur Rizespor	34	10	11	13	35	44	41	3219		3026	81,2		6514	4653	4,10
Erciyesspor	34	9	13	12	36	47	40	3140		3026	81,2		6438	4599	4,05
Vestel Manisaspor	34	11	7	16	50	61	40	3140		3026	81,2		6468	4620	4,07
G.Antep	34	10	10	14	34	50	40	3140		3026	81,2		6439	4599	4,05
A.Gücü	34	10	9	15	43	48	39	3062		3026	81,2		6367	4548	4,01
A.BŞ.Ankaraspor	34	9	12	13	44	51	39	3062		3026	81,2		6371	4551	4,01
Denizli	34	9	10	15	41	50	37	2905		3026	81,2		6208	4434	3,91
Malatya	34	9	9	16	34	50	36	2826		3026	81,2		6121	4372	3,85
Samsun	34	9	9	16	45	62	36	2826		3026	81,2		6144	4389	3,87
D.Bakır	34	8	5	21	31	69	29	2277		3026	81,2		5581	3986	3,51
TOPLAM								65783	10790	54468	1461,6	23131	158854	113467	100

EK 4: 1959- 2006 Türkiye 1. Futbol Liginde Yer Alan Takımlar

TAKIMLAR	KATILIM	TAKIMLAR	KATILIM
Fenerbahçe	48	Diyarbakırspor	10
Galatasaray	48	Şekerspor	10
Beşiktaş	48	Feriköy	9
MKE Ankaragücü	43	Orduspor	9
Altay	41	Beykoz	8
Bursaspor	37	Konyaspor	8
Gençlerbirliği	34	Hacettepe	8
Trabzonspor	32	Karagumruk	6
Samsunspor	29	Giresunspor	6
Göztepe	25	Kasımpaşa	5
İstanbulspor	23	Vanspor	5
Eskişehirspor	22	Zeytinburnu	5
Adanaspor	21	Dardanel A.Ş.	3
Boluspor	20	Bakırköyspor	3
Gaziantepspor	20	Aydınspor	3
Kocaelispor	19	Erzurumspor	3
Adanademirspor	17	DÇ.Karabükspor	3
Karşıyaka	16	Ankaraspor	2
Denizlispor	15	Yimpaş Yozgatspor	2
Zonguldakspor	14	Akçaabat Sebatspor	2
Vefaspor	14	Elazığspor	2
Ankarademirspor	13	Beyoğluspor	2
Sarıyer	13	Yeşildirek	2
PTT	12	Adaletspor	2
Antalyaspor	12	Sivasspor	1
Çaykur Rizespor	11	Kayseri Erciyesspor	1
Malatyaspor	11	Vestel Manisaspor	1
Mersin İdmanyurdu	11	Balıkesirspor	1
Kayserispor	11	Petrolofisi	1
İzmirspor	10	Siirt jetpaspor	1
Sakaryaspor A.Ş	10	Kırıkkale	1
Altınordu	10	Kahramanmaraşspor	1

EK 5: 1959- 1960, 2005- 2006 sezonları arasında C5 Değeri ve C5 Rekabetçi Denge İndeksi

Sezon	İlk 5 takımın toplam puanı	Toplam puan	İlk 5 takımın toplam puan içindeki payı	Takım sayısı	C5 Rekabetçi Denge İndeksi
1959- 1960	275	760	0.36	20	144
1960- 1961	268	760	0.35	20	140
1961- 1962	246	760	0.32	20	128
1962- 1963	144	264	0.54	12	131
1963- 1964	229	612	0.37	18	137
1964- 1965	188	480	0.39	16	125
1965- 1966	192	480	0.40	16	129
1966- 1967	199	544	0.37	17	127
1967- 1968	197	544	0.36	17	124
1968- 1969	194	480	0.40	16	129
1969- 1970	188	480	0.39	16	125
1970- 1971	188	480	0.39	16	125
1971- 1972	187	480	0.39	16	125
1972- 1973	192	480	0.40	16	129
1973- 1974	193	480	0.40	16	129
1974- 1975	182	480	0.38	16	122
1975- 1976	186	480	0.39	16	125
1976- 1977	183	480	0.38	16	122
1977- 1978	190	482	0.39	16	125
1978- 1979	187	480	0.39	16	125
1979- 1980	172	480	0.36	16	116
1980- 1981	171	480	0.36	16	116
1981- 1982	201	544	0.37	17	127
1982- 1983	220	612	0.36	18	133
1983- 1984	217	612	0.35	18	129
1984- 1985	216	612	0.35	18	129
1985- 1986	245	684	0.36	19	138
1986- 1987	244	684	0.36	19	138
1987- 1988	347	1038	0.33	20	132
1988- 1989	377	952	0.40	19	153
1989- 1990	335	850	0.39	18	144
1990- 1991	273	650	0.42	16	135
1991- 1992	306	661	0.46	16	148
1992- 1993	309	664	0.46	16	148
1993- 1994	302	669	0.45	16	145
1994- 1995	350	848	0.41	18	151
1995- 1996	362	849	0.43	18	159
1996- 1997	360	852	0.38	18	136
1997- 1998	333	839	0.38	18	140
1998- 1999	335	849	0.40	18	148
1999- 2000	333	848	0.39	18	144
2000- 2001	339	851	0.40	18	148
2001- 2002	316	844	0.37	18	137
2002- 2003	337	842	0.40	18	148
2003- 2004	322	852	0.38	18	140
2004- 2005	353	847	0.42	18	155
2005- 2006	321	838	0.38	18	140

EK 6: Türkiye 1. Futbol Ligi'nde Tüm Sezonlar Boyunca Herfindahl- Hirschman İndeks Değeri

Sezonlar	H Değerleri
1959	0,073037
1959-1960	0,055984
1960-1961	0,055481
1961-1962	0,053031
1962-1963	0,094513
1963-1964	0,060178
1964-1965	0,066171
1965-1966	0,066522
1966-1967	0,061437
1967-1968	0,0614
1968-1969	0,0673
1969-1970	0,066022
1970-1971	0,067186
1971-1972	0,065838
1972-1973	0,067089
1973-1974	0,06583
1974-1975	0,065636
1975-1976	0,065274
1976-1977	0,065699
1977-1978	0,06614
1978-1979	0,06584
1979-1980	0,063663
1980-1981	0,063887
1981-1982	0,063043
1982-1983	0,058397
1983-1984	0,058454
1984-1985	0,058858
1985-1986	0,056703
1986-1987	0,057176
1987-1988	0,053714
1988-1989	0,059598
1989-1990	0,06106
1990-1991	0,067815
1991-1992	0,071503
1992-1993	0,070502
1993-1994	0,069897
1994-1995	0,062458
1995-1996	0,06289
1996-1997	0,064
1997-1998	0,059537
1998-1999	0,061086
1999-2000	0,061273
2000-2001	0,062238
2001-2002	0,059595
2002-2003	0,062037
2003-2004	0,060143
2004-2005	0,062928
2005-2006	0,060609
ORTALAMA	0,063514

EK 7: Tüm Sezonlar Boyunca Takımların İlk 5'te Yer Aldıkları Yıl Sayısı

TAKIMLAR	İLK BEŞTE BULUNMA SAYISI
GALATASARAY	43
FENERBAHÇE	43
BEŞİKTAŞ	40
TRABZONSPOR	26
GÖZTEPE	7
ESKİŞEHİRSPOR	7
ALTAY	7
GENÇLERBİRLİĞİ	6
ANKARAGÜCÜ	6
BURSASPOR	5
GAZİANTEPSPOR	5
SAMSUNSPOR	5
ADANASPOR	4
SARIYER	4
BOLUSPOR	3
KOCAELİSPOR	3
DENİZLİSPOR	3
İSTANBULSPOR	2
ZONGULDAKSPOR	2
MALATYASPOR	2
İZMİRSPOR	1
ANKARADEMİRSPOR	1
BEYKOZ	1
KARŞIYAKA	1
MERSİN İDMANYURDU	1
ORDUSPOR	1
DİYARBAKIRSPOR	1
RİZESPOR	1
SAKARYASPOR	1
AYDINSPOR	1
İSTANBULSPOR	1
KAYSERİSPOR	1

ÖZGEÇMİŞ

Tezi hazırlayan Sinem Pınar Gürel Ekim 1981’de Çorum’da doğmuştur.

Orta öğretimine Denizli Anadolu Lisesinde başlamış ve lise eğitimini de aynı okulda tamamlamıştır.

1999 yılında Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. İktisat bölümünde başladığı yükseköğrenimini 2003 senesinde tamamlamış ve mezuniyetinin ardından Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat A.B.D’ da lisansüstü eğitimi almıştır. Şu an Pamukkale Üniversitesi Spor Bilimleri ve Teknolojisi Yüksekokulunda Okutman olarak görev yapmaktadır.