

# SPORUN EKONOMİK BOYUTU

Sebahattin DEVECİOĞLU

“Sporun Ekonomik Boyutu” Standart Ekonomik ve Teknik Dergi T.S.E.,

Yıl 43, Sayı, 511, Temmuz, 2004

## GİRİŞ

Küreselleşme, ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda bazı ortak değerlerin yerel ve ulusal sınırları aşarak dünya çapında yayılmasını ifade etmektedir. Ekonomik alanda hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkelerde benimsenen ekonomik sistem ve buna bağlı olarak uygulanan ekonomi politikaları giderek benzerlik göstermektedir.

Dünyada meydana gelen siyasi ve sosyal değişimler ile birlikte , liberal ekonomik düzen, yeni serbest piyasa ekonomisi yaygınlaşmasına neden olmuştur. Tüm dünyada kamu ekonomisinin görev ve fonksiyonları yeniden tanımlanmaya çalışılmaktadır. Devletin sınırlanması ve küçültülmesi ve bu şekilde piyasa ekonomisine daha fazla işlerlik kazandırılması görüşleri önem kazanmaktadır. Dünya ticareti giderek serbestleşme eğilimindedir. Uluslararası ekonomik ilişkilerde eski korumacılık anlayışının yerine serbest ticaret görüşü benimsenmektedir. Sadece dış ticaret alanında değil, mali ve parasal alanlarda da liberalleşme sürecinin geliştirilmesi gerektiği savunulmaktadır.

Devletin vergi, borçlanma, para gibi araçları piyasa ekonomisinin işleyişini bozmayacak şekilde kullanması savunulmaktadır. Dünyada uygulanan ekonomik sistem ve ekonomi politikaları giderek birbirine yaklaşmaktadır. Kısaca, Küresel ekonominin daha yoğun olarak gündeme gelmesiyle birlikte serbestleşme, daha fazla önem kazanmaktadır. Siyasal alanda ise demokrasi küresel bir değer olarak daha fazla ön plana çıkmaktadır. Ekonomik alanda liberal ekonomik düzen, siyasi alanda ise demokrasiye dayalı bir siyasi sistem bütün dünyada kabul görmektedir. Liberal demokrasi adı verilen yeni bir siyasi ve ekonomik düzen dünyada hızla yayılmaktadır.<sup>9</sup>

## EKONOMİNİN TANIMI VE KAPSAMI

İlk çağlardan itibaren insanlar gereksinimlerini karşılamak için çeşitli biçimlerde örgütlenme zorunluluğunu duymuşlardır. Çağlar ilerleyip yeni tüketim teknikleri doğdukça ekonomik bakımdan örgütlenme derin değişmelere uğramış, gereksinimleri daha iyi doyumak ve toplumları daha çok refaha ulaştırmak için yeni düşünceler ortaya konmuştur.<sup>19</sup>

Ekonomi, sosyal bilimlerin en eskilerinden ve günümüzde en önemli sayılanlarından biridir. Ekonomi geleneksel olarak mal ve hizmetlerin üretimini, bölüşümünü ve tüketimini konu edinen bilim diye tanımlanır. Genelde ekonomi biliminin varlık nedeni insan ihtiyaçlarının çokluğu ve sınırsızlığı ile bunları karşılayacak kaynak ve imkanların kıtlığına dayandırılır.

En genel tanımla ekonomi mal ve hizmetlerin üretimini, tüketimini ve bölüşümünü inceleyen bilimdir. Ekonomi toplumların en temel işlevlerinden birisidir İnsanlığı aile kurumu ile soyunu

devam ettirmekte, ekonomi ile bizzat kendi varlığını sürdürmektedir. Gerçekten de ekonomi dil, din, renk, coğrafi bölge vb. ayrımların üstünde tüm insanların giyinme, barınma, beslenme gibi varlığını sürdür bilme şartlarını ihtiva etmektedir.

Aslında ekonominin iki değişik anlamı vardır;

- Belli bir ülkede yada ülkeler arasındaki üretim-tüketim, alış-veriş, değiş-tokuş ilişkilerinin incelenmesi,
- Birey, aile ve ulusların sınırlı imkanlarla gittikçe artan tüketim ihtiyaçlarını karşılamak yolundaki tutum ve davranışlarıdır.

Bunlardan birincisi bir bilim ikincisi ise bir davranıştır.<sup>24</sup>

Ekonominin uğraşları arasında kaynak bulmak, bu kaynakları ihtiyaçların ve masrafların karşısında kullanmak vardır. Buna dar bütçe ile maksimal hedeflere ulaşmak da eklenebilir. Ekonomideki yeni klasik teori birden çok işveren ve üretici firmanın ellerindeki malları alım gücü olan talebe göre ortaya, diğer bir deyişle satışa sürmesi diye formüle edilmektedir.<sup>6</sup>

Ekonomik yaşamda kapsamlı önlemleri almak kudreti ise günümüzde devletin elindedir. Devlet; doğrudan doğruya ekonomik faaliyetlerde bulunarak ve Paranın değerine, milli gelirin dağılışına vb. müdahale etmek suretiyle ekonomi politikasını uygular. Bu müdahaleler; özellikle ekonomik faaliyetlerin yasal yapısına (özel mülkiyet, çalışma özgürlüğü) ve üretim örgütlenmesine ( özel sektör-kamu sektörü) yöneltilir. Gelir dağılımı da, fiyat kontrolü, vergi ve bütçe yoluyla yine devletçe etkilenir Devlet, ekonomik yaşamın tüm müdahalelerini, milli gelirin arttırılması ve adil gelir dağılımı amacına göre yönlendirip uyumlaştırmak zorundadır. Birbiriyle uyumlu olmayan ekonomik önlemlerle başarılı bir ekonomi politikası uygulanamaz.<sup>1</sup>

Ekonomi politikası ilk etapta Makro-ekonomik irtibatlarıyla ikinci etapda ise ekonomi dalının alt bölümleriyle bağlantılıdır. Ekonominin alt bölümünü (tabanını) oluşturanlar ise Ekonomi Tarihi, Ekonomi İstatistiği; Ekonomi Teorisi ve Ekonomi Politikasıdır. Ekonomi teorisine mikro ve makro ekonomileri olarak iki bölüm halinde açıklık getirmek mümkündür.

Mikro Ekonominin tezi kişni (yönetici-şef) amaca göre verilen imkanlarla elde edeceği faydayı ( parayı) çoğaltmaya, arttırmaya uğraşması olarak özetlenebilir. Burada ağırlık özel malların üretiminin işverenler tarafından incelenmesindedir.

Makro ekonominin tezi ekonomi şirketleri arsında oluşan mal ve para birikimlerinin getirdiği ekonomik problemleri ve onların kişi başına düşen kazanç konjunktürünü, iş pazarını, enflasyonu, gelir dağılımının ve dış ekonomiyi sonuçta nasıl etkilediğini inceler. Makro ekonominin ayrıca sorguladığı konulardan birisi de spora olan ilginin, rağbetin ekonomik nedenlerini tahlil etmek, incelemek (kazanç gelişim, boş zaman değerlendirme) spor tesislerinin, büyük spor organizasyonlarının gelir gider analizini tahlil etmektir.<sup>6</sup>

## SPORUN EKONOMİK BOYUTU

Sanayileşme, hizmet sektörünün gelişmesi, bilgi çağı ve hızlı kentleşme sonucunda toplu yaşama kültürü ve sosyal yapı giderek farklı özellikler kazanmıştır. Toplumsal eğilimleri moral, kültür, yaşam felsefesi, ekonomik refah gibi olgular biçimlendirmektedir. Çağdaş toplumlar, sporu sosyal hayatın ayrılmaz bir parçası sayarken, geri kalmış toplumlar ise sporun önemini kavrayamamış ve göz ardı etmişlerdir. Günümüzde, toplumların spora yaklaşımları, toplumların genel yapısını yansıtır. Spor aslında gelişmişliğin bir ölçütü olarak da kabul edilmektedir.<sup>23</sup>

Spor örgütlenmesi ve hizmetlerin halka ulaştırılması bir çok ülkede genellikle kamu hizmeti olarak yürütülmektedir. Kuşkusuz tarihi süreç içerisinde devletin yerine getirmek zorunda olduğu eğitim, sağlık, güvenlik vb. görevler sürekli değişim içerisinde olmuştur. Bir çok örgütte olduğu gibi spor örgütlerinde de kendini gösteren bu değişim, ülkelerin benimsemiş oldukları siyasi ve ekonomik sistemlere bağlı olarak gerçekleşebildiği gibi çağın getirdiği yeni ihtiyaçlara paralel olarak da şekillenmektedir.<sup>17</sup> Doğal olarak modern dünyanın bütün ekonomik ve sosyal değişimleri spor örgütü ve organizasyonlarında da görülmektedir.<sup>3</sup>

Günümüzde sporun yapılanması, devletlerin siyasal ve ekonomik örgütlenmesindeki yapılanmaya paralellik göstermektedir. Bu paralellik gerek o devletin kendi yönetim sistemi içerisinde gerekse devletler arası spor politikalarında farklılıklar gösteren bir karmaşaya yol açmaktadır. Bu çerçevede spor; ekonomi, finans, sağlık ve kamu güvenliği, çevre, işçi ilişkileri, mekan kullanımı yasaları ve düzenlemelerini etkileyen kamu politikalarının da konusu olmaktadır.<sup>14</sup>

Sporun örgütlü eğlence olarak çıkışı ve gelişmesi hem siyasal yönetim hem de ekonomik amaçlara hizmet rolüyle ilişkilidir ve insanın toplu yaşamasıyla birlikte başlamıştır. Günümüze gelindiğinde spor siyasal ve ekonomik örgütlenmede oldukça karmaşık bir yapıya ulaşmıştır. Siyasetin, sanatın, çevrenin ve daha nice konunun gündemi meşgul ettiği dünyamızda, spor ağırlıklı konumunu ticarileşerek başlı başına bir sektör haline gelmekle sürdürmektedir.<sup>7</sup>

Yirmi birinci yüzyılda uluslararası spor endüstrisinin, spor pazarında mevki olarak algılanmaktan çok spor yatırımlarını temsil etmeye doğru kayacağı söylenmektedir. Uluslararası ticari anlaşmaların spor sanayine doğrudan etkisi olacağı, çoğu spor dalında ve her rekabet düzeyinde uluslararası spor federasyonlar profesyonel ligler ve ekipler, trademark lisansları ile ticaret konusunda rekabete girecekleri, bu federasyonlar aynı zamanda dünya çapında uydu yayınları düzenlenmesi sayesinde büyüyen televizyon gelirlerinden önemli karlar elde edecekleri, yatırım yapılan yetenekli sporcuların, büyük harcamalar yapılarak inşa edilen spor alanları ve tesislerinin, rekabet için de elde edilen yayın haklarının görkemli bir şekilde sunulması<sup>3</sup> sporun ekonomik boyutuna olan ilgiyi kaçınılmaz kıldığı vurgulanmaktadır.

Spor, ekonomi ve politika birbiriyle sıkı bir ilişki içindedir. Politika ve ekonomi, kendilerinin oluşturduğu toplumsal ve ekonomik sistemi ön plana çıkarmak için performansından değil başarıdan

yararlanırlar. Sporla politika arasında ilişkide önemli olan spora sadece kamuoyunda etkili olan yüksek performans sporuna değil, verilen açılım olanağıdır. Bu açılım olanağı da spora demokratik sorumlulukta üzerine düşen görevleri yerine getirmesi için tanınmıştır. Ekonomi ve spor, çalışan halkın mutluluğunu tamamlamalıdır ve tamamlayabilir ve dengeli bir ilişkiyle çalışma yaşamının insancillaştırılmasına katkıda bulunabilir.<sup>22</sup>

Boş zamanların değerlendirilmesi spor ekonomisinin doğuşuna sebep olmuştur. Boş zaman ekonomisinin büyümesiyle de sporun onun içindeki payı büyümektedir. Genel bakış açısıyla toplumun değişik katmanlarının spor aracılığıyla boş zaman ihtiyaçlarının belirlenip, spor kuruluşlarında sunulan sosyal yönü bulunan<sup>13</sup> spor pazarlaması teknikleri de gelişmektedir.

Boş zaman uğraşlarının yaygınlık kazanması 1980 sonrası sporda reklama izin verilmesi, spor kulüplerinin yayın haklarının pazarlanması, sponsorluk, spor kulüplerinin ve federasyonlarının yapısal değişikliklere zorlanması gibi gelişmeler ile birlikte parayla sporun iç içe olduğu söylenebilir, bütün bu gelişmeler bize spor ekonomisinin geleceğinin çok zengin getirilere sahip olacağını göstermektedir.<sup>6</sup>

Günümüzün “Herkes İçin Spor” ve “Hayatın İçinde Olun” sağlık kampanyalarının metalaşmamış sporcu orduları ürettiği iddiasına karşı, devletin insiyatifinde ve ticari olarak desteklenmiş bu tip kampanyaların berisindeki gerekçenin esasen iktisadi olduğunun işaret edilmesi gerekir. Son yirmi yıl civarında görülen sağlık, zayıflama kampanyaları patlaması, zayıflama, boş zaman değerlendirme, kozmetik, reklam ve diyet endüstrilerine ilave olarak ticari açıdan kışkırtılmıştır. Dolayısıyla spor alanındaki aktörler, örgütler, endüstriyel ve toplumsal sektörlerden oluşan dinamik bir demet olmasından ötürü spor endüstrisinin işleyişi karmaşıktır.<sup>19</sup>

Örgütlü yaşamın ticaret ve eğlenceyle ilgili bir parçası olarak spor kulüpleri siyasal gücün yasal düzenlemeleri ve kontrolü dışında değildir. Dolayısıyla spor, ekonomi, finans, sağlık ve kamu güvenliği, çevre, işçi ilişkileri, mekan kullanımı yasaları ve düzenlemelerini etkileyen kamu politikalarının da konusu olur. Devlet kurumları, spor tesisleri için sermaye sağlayan birinci kaynak durumundadır. Sporun ulusal ve uluslararası politikalar, ekonomik kalkınma ve bireysel çıkarlarının gerçekleşmesi için siyasal önemi nedeniyle bir çok ülkede sporla ilgili bakanlıklar, spor otoriteleri ve kuruluşları vardır.<sup>14</sup>

Günümüzde spor ,kişisel ve toplumsal sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikleriyle önemli bir hizmet sektörü olarak kabul görmektedir. Ayrıca, günümüzün kitle iletişim araçları ve özellikle medyanın etkisiyle karlı bir reklam ve tanıtım aracı haline gelen spor, bir taraftan geniş kitlelerin yoğun ilgisini çeken bir gösteri ve eğlence faaliyeti olarak tüketim sektörüne dönüşürken, diğer taraftan müteşebbisler için önemli miktarlarda finans hareketlerinin yaşandığı cazip bir ekonomik faaliyet alanı haline gelmektedir.

Spor hem hizmet üretimi boyutuyla, hem de mal üretimi ve tüketim sektörleri boyutuyla, işletmecilik ve spor işletmeciliği bilimlerinin araştırma konusunu oluşturmaktadır.<sup>5</sup>

Bu gün spor ve ekonomi birbirini tamamlayan hatta birbirinin vazgeçilmez ögesi durumundadır. Bugün sporcular eski meslektaşlarının defne tacı ve erkeklik erdemlerinin aksine ekonomik, sosyal ve prestij yönünden sağladığı avantajlar için yarışmaktadırlar.<sup>4</sup>

Spor endüstrisinin birincil görevi spor etkinlikleri üretmektir. Bunun için takımlar ve ligler düzenlenir. Bu düzenlemeler okul takımlarından, kümelere ve liglere, bireysel performanslara, yerel, ulusal ve uluslararası turnuvalara kadar değişir.

Spor endüstrisinin ikincil görevi spor etkinlikleri ile ilgili ticari yaklaşımlardır.

- Oyunlarda yiyecek, içecek , spor statları,salonları çevresinde mal satış yapanlar.

- Reklamcılar:sporu kullanarak ürün tanıtmaya ve satmaya çalışanlar

- Sponsorluk:Takımları ve turnuvaları finansal bakımdan destekleyenler

- Takımla, ligue, olaylarla vb. ilgili mal ve hizmet satan firmalar

- Spor faaliyetlerini destekleyici firmalar ( spor malzemeleri ve egzersiz ürünleri)

- Menajerler,ajanlar ve temsilciler

- Basın; Günlük gazetelerde spor endüstrisi arasında başından beri daima birbirini besleyen karşılıklı bir ilişki olmuştur. Özel spor gazeteleri ve dergiler bu ilişkiden çıkıp büyümüştür.<sup>14</sup>

Günümüz dünyasında spor pazarı milyar dolarlar ile ifade edilen bir bütçeye ulaşmıştır. Pazar içerisinde yer alan şirketlerde hem ulusal hem de uluslararası pazarlarda daha büyük paydalar almak için yeni stratejiler geliştirmektedir. Artık spor pazarı kavramı diğer pazarlama alanlarından ayrılarak kendine özgü yapısı ve politikası ile pazarlama dünyasında yer edinmiştir.

Konuya pazarlama açısından bakanlar pazarlama aşamaları ile spor arasında bir bağ kurarak Ürün, Fiyat, Yer ve Tutundurma açısından konuya yaklaşmışlardır. Spor pazarlaması tüketicilerine Fitness, rekreasyon, sağlık ve bunlarla ilgili, ürün, servis, insan, yer ve düşünceler sunan bir pazardır.

Bu amaçla ; Spor Katılımsal ve seyirsel bir ürün sunar. fitness aktivitelerin de gerekli olan veya ihtiyaç duyulan araç, gereçler ile Promosyonel ticari eşyalar, logolu takım şapkaları ve T-shirtleri, havlular, stadyum koltukları ve logolu battaniyeler gibi ürünler ile serbest zaman sporunu teşvik eder. Sporu üretmek için gerekli olan stadyum, sguash salonları, tenis kortları vb. tesislerin yapımı için gerekli olan malzemeleri ile Tenis raketi tellerinin tamiri, çamaşır yıkama ve kulüplerin temizliği gibi çeşitli servis hizmetleri ile birlikte Profesyonel sporcuları kullanarak farklı ürünlerin pazarlanması sağlanır. Özel sportif mağazınlar ve basın şirketlerinin sunduğu diğer aktiviteler olarak değerlendirilmiştir.<sup>21</sup>

Spor ekonomisi ile ilgili bir takım göstergeleri inceleyecek olursak;

Andreff tarafından Avrupa konseyinin sponsorluğuyla 1984 den 90 lı yılların ortalarına kadar sürdürülen ve sporun Avrupa'daki etki ve önemini ortaya çıkartılmasını hedefleyen "Avrupa'da Sporun Finansmanı" isimli araştırma sporda bilgi paylaşımı ve demokratikleşme gibi amaçlar taşıyan "Play The Game" organizasyonunun 2000 yılı isveç de yapılan toplantısında bilimsel bir rapor halinde sunulan çalışmaya AB ülkelerinin tamamında karşılaştırılabilir verilerin derlenmesi ile

gerçekleştirmiştir. Bu çalışmadaki veriler merkezi hükümet bütçelerinden spora ayrılan kaynak İsviçre’de 38.4, İsveç’te 47, İtalya da, 1006, Fransa da, 133 Milyon Dolar, toplam spor finansmanında Merkezi Yönetim bütçesinin payı İsviçre de 0.4, Almanya da 0.6, Fransa da 8.9, Portekiz de ise yüzde 9.9 olarak bulunmuştur.

Tüketici harcamalarının toplam spor finansmanında ki payı Portekiz de yüzde 36.5, Danimarka da 55.6, İngiltere de 79.1 ve İsviçre de yüzde 91.6 olarak , Avrupa nın Spor Malzemeleri açısından en büyük spor pazarını oluşturan İngiltere 6575, Almanya 2284, İtalya 2012 ve 191 Milyon Dolarla Fransa olarak sıralandığı Toplam 37537 Milyon Dolarlık bir pazarın 1989 rakamlarıyla olduğu tespit etmiştir.<sup>5</sup>

ABD ve Kanada da spordan kazanılan toplam gelir (bilet satışlarından spor malzemelerine kadar) 1995 yılında 88.5 milyar dolardan daha fazla olduğu ve 21. Yüzyılın başında bu miktarın 160 milyar dolara yükselmesi beklenmektedir. Kuzey Amerikan şirketlerinin sadece spor alanında yapacakları reklam harcamalarının 13.8 milyar dolara çıkacağı ifade edilmektedir.

Tüm dünyadaki spor amaçlı reklam harcamalarının ise 430 milyar dolara ulaşmasına kesin gözüyle bakılmakta 1990-1994 döneminde ABD Ulusal Futbol ligi, televizyondaki maç gösterim haklarından 43.6 milyar dolar gelir elde ettiği 1994 yılında Nike firmasının ABD deki toplam satışları 4.73 milyar dolar olduğu ve yalnızca Michael Jordan markalı basketbol ayakkabılarından 600 milyon dolar kazanıldığı, 1993 de ise Nike’ ın reklamcılık ve pazarlama harcamaları ise yaklaşık 90 milyon dolar olduğu ifade edilerek;

Genel üretimdeki sporun payı (F.Almanya) 1.4 ü başka alanlara kıyaslandığında petrol, demir, saç gibi metal üretimine denktir. Paterbon Üniversitesi araştırma gurubuna Ulusal Alman Spor Bilimleri Enstitüsü tarafından 1990-93 yılları arasında yaptırılan bir araştırma sonuçlarıda; Sporun Alman ekonomisi üzerinde çok büyük bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Spor için olan alım-satım zamanla gelişime yol açmıştır. En büyük pay boş zaman için yapılan spor faaliyetleri ve bunların materyalleridir.<sup>6</sup>

Sporun Finansmanı kadar, spora ilişkin tüketim, üretim, iş olanakları ve gönüllülük çalışmalarına da yer verilen bir araştırmada ise veriler merkezi hükümet bütçelerinden spora ayrılan kaynak İsviçre’de 38.4, İsveç’te 47, İtalya da, 1006, Fransa da, 133 Milyon Dolar, toplam spor finansmanında Merkezi Yönetim bütçesinin payı İsviçre de 0.4, Almanya da 0.6, Fransa da 8.9, Portekiz de ise yüzde 9.9 olarak bulunmuştur.

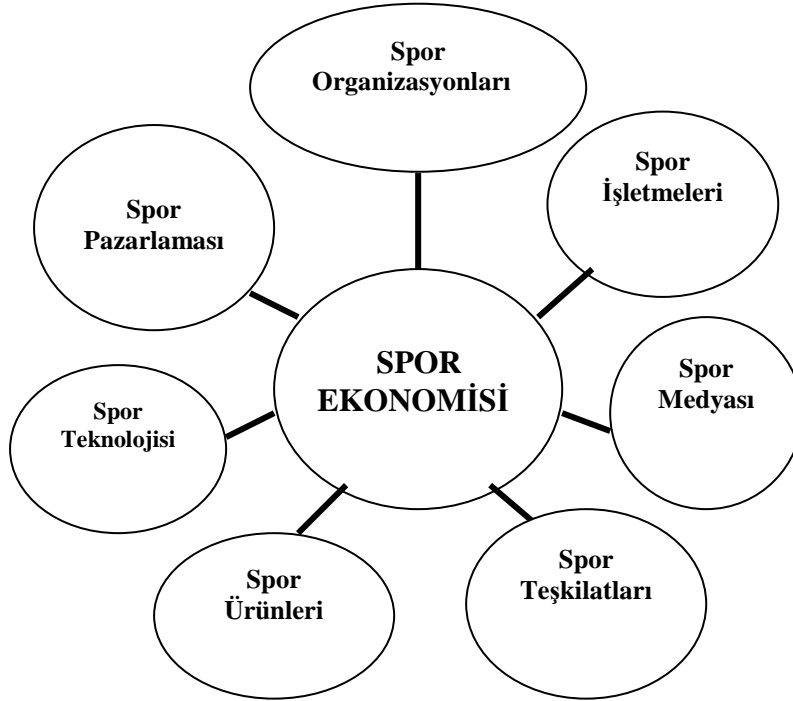
Avrupa’nın Spor Malzemeleri açısından en büyük spor pazarını oluşturan İngiltere 6575, Almanya 2284, İtalya 2012 ve 191 Milyon Dolarla Fransa olarak sıralandığı Toplam 37537 Milyon Dolarlık bir pazarın 1989 rakamlarıyla olduğu tespit edilmiştir.<sup>2</sup>

İşte bütün bu veriler, bizi bir kez daha sporun doğuşu ve ilkeleri üzerinde düşünmeye sevk etmektedir. Yeni çağın dolayısıyla da kapitalizmin ekonomik gelişmesini belirleyen düşünsel, etik ve sosyal güçler ile modern sporun ilkelerine damgasını vuran güçlerin aynı zamanda, aynı yerde

ortaya çıkmış olmaları hangi biçimde olursa olsun, sanayi toplumu gelişmesi ile sporun gelişmesi arasında yinede kopmaz bir bağın olduğunu göstermektedir. Modern pazar ekonomisi, meta dolaşım yasaları, üretim-tüketim, arz-talep ilkeleri hayatı yavaş yavaş belirlerken bir anlamda sporunda ilkelerini belirlemiş olmaktan da öteye, önünü açmış olmalıdırlar.<sup>18</sup>

Spor kulüpleri ve federasyonları mevcut yapılarını zamanla ekonominin kendi kurallarına göre planlamak zorunluluğu duymaktadırlar. Nitekim; Spor ekonomisi tecrübeye dayanan, rasyonel ve ekonomik kararlar veren ve o doğrultuda hareket eden plan ve proje üreten bir spor bilim dalıdır. Spor kulüpleri ve federasyonları ekonomik kuralları kabullenmeleri ve bu alanda yapısal değişikliklere gitmeleri ile beraber spor ekonomisi araştırmaları gelişmiş ve hala gelişmektedir.<sup>6</sup>

**Şekil -1- Spor Ekonomisi Unsurları**



## **FUTBOLUN FİNANSI**

Modern toplumda siyasal iktidarlar kendi özelliklerine ve amaçlarına hizmet edecek tarzda spor dalları geliştirmişlerdir. Boş zaman kültürünün gelişmesiyle birlikte sporun bir eğlence unsuru oluşunun yanı sıra, kitleleri teskin edici bir araç olarak da futbolun geliştiği ifade edilmektedir.

Modern toplumda futbolun siyasal yaşamla çok yakından bir irtibatı bulunmaktadır. Fazla örgütlü olmayan, dağınık "Kitle Toplumu" özelliği taşıyan toplumlarda futbol kitleleri kapsayan bir etkinlik olarak gelişmektedir.<sup>8</sup>

İngiltere'deki "Football Task Force" futbolun yasal ticari çıkarlarıyla toplumsal sorumlulukları arasında bir denge oluşturulması için hazırladığı plan için, tam 14 "Futbol ve toplum" projesinin yönetimi, 28 yerel yönetim, 30 profesyonel futbol kulübü, 10 bölgesel futbol birliği, 73 taraftar grubu, 10 toplum organizasyonu ve proje yönetimi ve 3 bayan futbol kulübüyle sistematik görüşler yapmış ve rapor halinde Başbakan'a sunularak yayınlanmıştır.<sup>15</sup>

Sporun artık profesyonelleşen ve büyük bir endüstri haline gelen kolu olan futbolun ayrı bir başlık altında değerlendirilmesinin yapılmasında yarar görülmektedir. Bu endüstriye yapılan yatırımlar, yalnızca kulüpler ve futbolcularla sınırlı kalma boyutunu aşmıştır. Eğlence sektörü, medya sektörü, müşterek bahis sektörü, spor malzemeleri sektörü, ulaşım sektörü, turizm sektörü, dolaylı ve doğrudan futbol endüstrisindeki gelişmeleri izlemekte ve yararlanmaktadır. Yine dünyada pek çok medya kuruluşu futbol endüstrisi ile yakından ilgilenmeye başlamıştır.<sup>10</sup>

Toplum bilimi açısından beş kıtada olağanüstü boyutlara ulaşan ticari bir etkinlik durumunda olan futbolun aktif yapılan bir spor olmasının yanında, büyük kitleler tarafından seyredilen bir oyun olarak önemi ortadadır. Yalnız stadyumlarda artan seyirci sayısı açısından değil, televizyonu başında milyonlarca kişinin aynı anda bir maçı seyretmesi düşünülecek olursa, medya endüstrisi açısından ne kadar önemli bir yer tutmaya başladığı da görülür. Çağdaş toplumsal yaşam futbolun şahsında sportif ilgilerin benimsenmesi çerçevesinde belirginleşmektedir. O nedenle giderek artan ilgi futbolun başlı başına bir sektör haline gelmesinde etkili olmuştur.<sup>11</sup>

Bu günkü anlamda futbol oyununun spora dönüşmesinin en belirgin özelliklerinden biride eğlence tarzında bir toplumsal olay iken, günümüzde büyük kitleleri peşinden koşturan bir sektör durumuna da gelmiş olmasıdır.

Toplumların futbola olan ilgisi bu spor dalına bütün kurumlarıyla ve kuruluşlarıyla endüstri düşüncesini geliştirmek amacıyla hareket eden özellikle profesyonel lig müsabakaları milyonlarca kişinin dikkatini çekmesinden kaynaklanmaktadır.

İtalya, İngiltere, Almanya, İspanya ve son zamanlarda da Türkiye'de büyük işadamları futbol kulüplerinin başında yer alarak bu kulüpler üzerinden ekonomik çıkarlarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. Kısaca, modern toplumda spor etkinliği üzerinden büyük ekonomik sirkülasyon sağlanmaktadır.<sup>26</sup> Yalnızca uydu televizyondan sağlanan gelir 1996 ile 2001 yılları arasında İngiltere'nin Birinci Lig takımlarının kasasına 670 milyon poundun gireceği anlamına gelmektedir.

Bundan sonraki Dünya Kupası Güney Kore ve Japonya'da gerçekleşecek olması çok uluslu Japon şirketlerinin daha şimdiden kupanın organizatörü F.I.F.A ile yakın ilişkiye geçmelerine neden olmuştur. JVC, Fuji ve Canon firmaları 20 milyon dolar vererek ABD 94 kupasının sponsorluğunu yapmışlardır. Sony Creative Products şirketi 1998 finalleri pazarlama hakkının aslan payını elinde

tutmayı başarırken, Dentsu ise F.I.F.A. nın pazarlama işlerini gerçekleştiren ISL Worldwide' ın yüzde 49 luk hissesine sahip bulunmaktadır.<sup>19</sup>

Futbol, para ve reklamla özdeşleşmiştir. Bu yüzden yüzlerce sektör doğmuştur. Futbolun ekonomik boyutundan herkes yararlanmaktadır. Spor malzemeleri üreten işletmelere, turizm kuruluşları, ,gıda üreticileri, televizyon kuruluşları, gazeteler ve daha ismini sayamadığımız yüzlerce kuruluş futbolun etken olduğu ekonomik kazançtan pay almaktadır. yalnızca kişi veya kuruluşlar değil aynı zamanda maçların oynanacağı ülkelerde büyük ekonomik yarar sağlamaktadırlar.

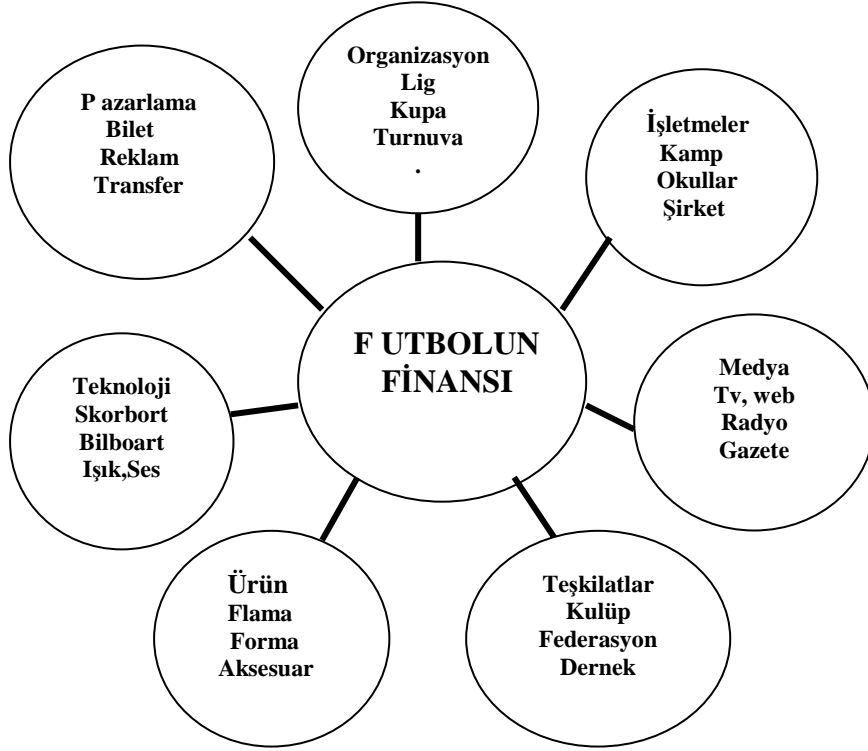
Sporun sosyal faydasının yanında profesyonel futbolda bir başka yön, ekonomik özelliğidir. Profesyonel sporcular bütün zamanlarını sporun emrine vermiş ve faaliyetlerinin sonucunda ekonomik menfaat bekleyen kişilerdir. Bu sporcular, spor yapmak için bir başka kulübe transferi hem kendileri hem de sözleşme ile bağlı bulunduğu kulübü için son derece önemli bir olaydır. Bu çoğu kez sporcu ve kulübü için bir fırsat niteliği taşımaktadır. Profesyonel futbolcular aynı zamanda kulüpler bakımından güzel oyunları ile takımlarına iyi para kazandıran, kulübün malını iyi fiyatla satış yapan personel gibi bir hüviyete de bürünmüşlerdir. Bu sporcular başarılı oldukları takdirde kulübün, işletmenin pazarını artıran ve kulübe büyük paralar kazandıran kişi durumundadır. Bütün bunlar göstermektedir ki futbol, yalnızca zevkle izlenilen bir spor değil aynı zaman da büyük bir ekonomik faaliyettir.<sup>16</sup>

Dünyanın bir çok ülkesinde olduğu gibi ülkemizde de en popüler spor dalı olan futbol, günümüzde profesyonel spor dallarından birisi haline gelmiştir. Genellikle dernek şeklinde örgütlenen futbol kulüpleri tarafından yürütülen sportif faaliyetler diğer ülkeler de olduğu gibi Türkiye'de de oldukça önemli bir ekonomik faaliyetin konusunu oluşturmaktadır. Futbol kulüplerinin bütçeleri artık trilyonlarla ifade edilmekte, futbol sektörünün parasal hacmi gün geçtikçe büyümektedir.

Bu gün futbolun gelişen ticari yönüne bakıldığında, İngiliz futbol kulüplerinin diğer Avrupa ülkelerine göre daha ön planda yer aldığı görülmektedir.

İtalya , Almanya , İspanya veya Avrupa'nın herhangi bir ülkesinde yer alan büyük futbol kulüpleri ciddi bir biçimde yeniden yapılanmayı sağlarken, halka açılarak, yeni yatırımcılar yönetime davet etmekte ve lig düzenlemelerini bu yapıya uygun olarak yeniden oluşturmağa çalışmaktadırlar. Hedeflerin açık olmasına karşın bunlara ulaşmak o kadar basit olmamakta, pek çok kulüp geleneksel örgütsel yapısını (yani dernek veya benzeri örgütlenme) değiştirerek daha ticari ve profesyonel bir yapıya dönüşmek zorunda kalmaktadır. Bu değişikliklerden bekleneni kulüplerin modern stadyumlara sahip olması ve ticari faaliyetlerini geliştirebilmesi için finansal kaynaklara ulaşma arzusu olarak tanımlamak mümkündür.<sup>12</sup>

## Şekil-2- Futbolun Finans Unsurları



### SONUÇ

Sporun, toplumla iç içe olan yapısı özelliği ile de siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomik gelişmelerle uyum içerisinde hareket ettiği çok yakından incelendiği zaman görülmektedir, spor yönetimi ve kurumları her alandaki gelişmeleri izlemek ve onlara uyum sağlamak kendini bu gelişmeler karşısında yenilemek ve geliştirmek mecburiyetindedir.

Son yıllarda F.İ.F.A. ve U.E.F.A. gibi spor teşkilatlarının talimatnamelerin de yapılan çalışmalar ve uygulamaların kulüplerin ve bağlı şirketlerin ekonomilerinin kayıt alınabilmeleri konusunda, özellikle gelir ve gider kalemlerinin vergilendirebilmeleri için bir takım düzenlemeler ve çalışmaları yaparak bu kriterlere uyma zorunluluğu getirileceğinden bahsedilmektedir.

Türkiye’de de artık sporun gelişmiş ülkelerde olduğu gibi örgütlenmesini gözden geçirmesi bir zorunluluk haline geldiğinden, yapının kurumsal bir nitelik kazanarak tüm organizasyonlarla birlikte kendi kendini finanse eden bir sistem haline dönüşümünün sağlanması gereklidir.

Öyleyse Türkiye’deki Sporla ilgili kurum ve kuruluşların AB ülkelerin de olduğu gibi serbest piyasa şartlarına uygun özerk idari ve mali kurumsallaşmayı hayata geçirme zorunluluğu vardır.

Sporun amatör dokusuna zarar vermeyecek şekilde düzenlenecek bir ekonomik yapılanma; spora ilişkin kurum ve organizasyonları daha esnek ve verimli hale getirerek, herkesin yararlanabileceği bir özelliğe kavuşturacaktır.

## KAYNAKLAR

- 1-ALTUĞ,O.,Kayıt Dışı Ekonomi, 2.Baskı,s.1-2 Türkmen Kitabevi,İstanbul,(1999)
- 2-ANDREFF,W.,L'evolution du Modele Europeen de Financement du Sport Professionnel, Reflets et Perspectives XXXIX,No,2-3, s.171-192,(2000)
- 3-BALCI, V. „Spor Etkinliklerinin Planlanması ve Yönetimi, s.5-7, BağırhanYayınevi, Ankara (1999)
- 4-BİÇER,T.,Spor Yönetimi Organizasyonu Ekonomik Birim Olarak Spor işletmeleri ve Uygulamadan Bir Örnek, Yayınlanmamış Doktora Tezi, M.Ü.Sos.Bil. Enst. Yönetim Organizasyon A.B.D.,İstanbul,(1994)
- 5-CAN,Y.,SOYER,F.,Spor Hizmetlerinde Verimliliği Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi, 1.Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Kongresi, Cilt:2,s.182-200,Ankara, (2000 )
- 6-CERRAHOĞLU,N.,İMAMOĞLU,A.F., Sporun Ekonomik Boyutu Almanya Örneği, 1.Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Kongresi,Cilt2,s.240-247 (2000 )
- 7-COŞKUN,H.,Bir Tutundurma Aracı Olarak Spor Sponsorluğu,Gazi BESBD, Cilt4, Sayı3,
- 8-ÇAHA, Ö. „Spora Yaslanarak Bir Nefes Almak, Düşünen Siyaset, Sayı1, s.115-125, (1999)
- 9-DPT., Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,Küreselleşme Özel İhtisas Komisyon Raporu, s.4-6,75-76,DPT Yayınları, Ankara, (2000)
- 10-D.P.T.,Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,"Beden Eğitimi, Spor ve İstanbul Olimpiyatları, Özel ihtisas Komisyon Raporu,s.8-29,DPT Yayınları ,Ankara , (2000)
- 11-DOĞAN,İ.,Türk Futbolunda Potansiyel İstanbul Ruhü ve Şiddet,Düşünen Siyaset,Aylık Düşünce Dergisi, yıl1,sayı 2,s73-85, Mart, (1999)
- 12-DORUKKAYA,Ş.,KIRATLI,A.,Türkiye de Futbol Kulüplerinin Şirketleşmesi, Halka açılması, Finansmanı ve Vergileme, s.35-60, Dünya yayıncılık, İstanbul, (1998)
- 13-EKENCİ,G.,İMAMOĞLU,A.F.,Spor İşletmeciliği,1.Baskı, s.9-20, Alf Ofset Matbaacılık Ltd. Ankara (1998)
- 14-ERDOĞAN,İ.,Sporun Siyasal Ekonomisi üzerine,Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, [http:// www.ankara.edu.tr](http://www.ankara.edu.tr).(2001)
- 15-FANATİK GAZETESİ,Avrupa da Sporun Finansmanı, 23.Haziran.2001
- 16-GENÇ,D.A.,Futbol Kulüplerinin Stratejik Yönetimi,Beşiktaş Örneği, s.83-84, Bağırhan Yayınevi, Ankara, (1999)
- 17-İMAMOĞLU, A.F. „Fonksiyonel Açından Spor Yönetiminin Anlam ve Önemi" .Gazi Eğitimi Fak.Der., Cilt 8, sayı 1, s.21-34, (1992)
- 18-KURT,M.,ATAYMAN.V.,Modern Sporun Dünyü ve Bugünü, s.52-53,66, Sorun Yayınları, İstanbul, (1997)
- 19-ROWE,D., Popüler Kültürler:Rock ve Sporda Haz Politikaları, (Çev:Küçük.M.),s.184-185, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, (1996)
- 20-TALAS,C.,Ekonomik Sistemler,5.Baskı s.31,İmge Kitapevi , Ankara, (1999)
- 21-TEREKLİ,M.S.,KATIRCI,H,Spor da çağdaş Pazarlama Anlayışı, 1.Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Kongresi,Cilt:2, s.410-417 , (2000)
- 22-VOİGT,D., ( Çev:Atalay,A.),Spor Sosyolojisi, s.188, Alkım Yayınları, İstanbul, (1998)
- 23-YETİM,A.A., Sporun Sosyal Görünümü,G.Ü, Bed.Eğt.Spor Bil., Cilt5, Sayı1, s.63-72, (2000).
- 24-YETİM,A.A., Sosyoloji ve Spor, s.18,74-75, Topkar Matbaacılık,Ankara,(2000)