

ENDÜSTRİYEL FUTBOL ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ersel KİRAZ¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 13/04/2017

Accepted Date (Kabul Tarihi): 16/05/2017

Published Date (Yayın Tarihi): 03/06/2017

Öz

Bu makale futbolun, futbol endüstrisine doğru geçirdiği evrim üzerine yazılmıştır. Bir sportif faaliyet olan futbolun, yirminci yüzyılın ikinci yarısında, paradigmatik bir kayma göstererek, iktisadi ve ticari bir alan haline gelişi, taraftar kavramının müşteri kavramına dönüşmesine neden olduğu aşikardır. Bu değişimle beraber yeni bir izleyici kitlesi oluşmuş, beden eğitime dayalı spor faaliyeti olan futbol ise tiyatral bir hale gelmiştir. Bu değişimle ayak uyduran futbol kulüpleri yollarına devam ederken, iktisadi altyapısını değiştiremeyen kulüpler ise yollarına devam edememiştir. Makalede değişen sosyo kültürel yapı ve futbol kulüplerinin bu değişime olan imtiyazi duruşları tartışılmış, belli bir tipolojiye ve düzene sokulmuş futbolun metodolojisi anlaşılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Futbol, Futbol Endüstrisi, Federasyon, FIFA, UEFA

A RESEARCH ON INDUSTRIAL FOOTBALL

Abstract

This article has been written on the evolution of football to the football industry. Football, a sporting activity, became paradigmatic in the second half of the twentieth century and became an economic and commercial space, causing the concept of supporters to turn into a customer concept. With this change, a new audience has formed and soccer, which is a sports activity based on physical education, has become a theatrical one. While this change has continued on the roads of soccer clubs that can keep pace, the clubs that can not change their economic infrastructure can not continue their way. The socio-cultural structure changing and football clubs' changing situation and the imitations of the football clubs were discussed, and the methodology of football was tried to be understood.

Keywords: Football, Soccer Industry, Federation, FIFA, UEFA

¹ Bursa Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ersel.kiraz@btu.edu.tr

1. Çalışmanın Kuramsal Çerçevesi

Egemen sınıf maddi üretim araçlarını denetlediği gibi, kitlelerin düşünsel yapılarını yani yeni bir fikir üretiminde kullanılabilecek tüm alanları ve kitle iletişim araçlarını denetler. Egemen sınıflar diğer sınıfların iyi niyet ve rızasını kazanabilmek için ideolojik aygıtlar üretir ve toplumsal olaylarda egemenliğini bu aygıtlar üzerinden tekrardan yürütür. Kapitalist üretim ilişkilerinde ideoloji altyapıdan soyutlanarak ele alınamaz buna bağlı olarak ideolojik problemlerin temel bulduğu yer alt yapıda üretim biçiminde ve türlerinde gizlidir. (Marx, 2000:15) Kültürden söz eden bilerek ya da bilmeyerek yönetimden de söz ediyor demektir. Felsefe ve din bilim ve sanat yaşam tarzları ve töreler gibi birbirinden farklı bu kadar çok şeyin ve bir çağın nesnel tininin tek bir kültür sözcüğüyle özetlenişi, daha en baştan tüm bunlara tepeden bakarak bir araya toplayan tanzim eden ölçüp biçen organize den bir idari bakışı ele veriyor anlamındadır (Adorno, 2007:121). Günümüzde genel eğilimin sonucunda geleneksel olarak kültüre has kabul edilen alanların maddi üretime giderek daha da yaklaştığını söyleyebiliriz. Bu durum, kültürü yönetime ilişkin olarak söylenenlerden muaf tutmaz. Yönetim artık toplumsal kuvvetlerin alanından uzakta salt devletlerle ya da yerel idarelerle ilgili bir kurum değildir (Adorno, 2007:123). Max Weber “Wirtschaft und Gesellschaft” adlı eserinde geç dönem eserlerinin biçimsel olarak tanımlayıcı yöntemi uyarınca her kurumun niteliksel ve niceliksel olarak genişleme eğilimini bürokrasiye içkin olarak tanımlar yani bürokrasiler kendilerinden yola çıkarak kendi yasalarına uyarak yayılmaları gerekmektedir. Weber’e göre “Bürokrasinin uzmanlık bilgisi karşısında yalnızca ekonomi alanındaki ilgililerin uzmanlığı üstündür. Çünkü bu ilgililerin olguları tam olarak bilmeleri, onların alanında doğrudan doğruya ekonomik bir varoluş söz konusudur. Resmi bir istatistikteki yanlışlar hatayı yapan memurlar açısından doğrudan ekonomik sonuçlar doğurmaz.”

Yukarıda bahsettiğimiz bağlam kapsamında; endüstri döneminin öncesinde oynanan ve sunulan futbol anlayışı büyük ölçüde düzensizdi, herhangi bir şekle sahip olmamakla birlikte kuralları konulmamıştı. Bazen yüzlerce kişinin katıldığı işaretlenmemiş alanlarda veya köy ve kasabaların caddelerinde oynanırdı. Bunun tam tersi “Modern Futbol” ise ileri derecede düzene sokulmuş ve sistemleştirilmiştir. Evrensel kurallara göre oynanan bir merkezden yönetilir. Doruk noktası camiya düzeyinde değil, yerel bağlar çok kuvvetli olmakla birlikte ulusal ve uluslararası düzeydedir. Katılım için değil, seyirlik olması için yeniden düzenlenir.(Hall, 1999). Futbolun değişik bir yöne doğru sürüklenmesinde ve taraftarlığı konusunda Avrupayı baz alan birçok çalışma bulunmaktadır. Futbolun endüstriyel hali üzerine birçok çalışma yapılmaktadır. Her şeyden önce futbol konusunda son yıllarda yapılan çalışmaların bir bölümü oyunda artan piyasa hakimiyeti ve şekillenen ilişkilere dair çalışmalardır (Boniface, 2007) Futbol, küreselleşen ve tek bir köy haline gelen dünya ile küresel iletişim ile birbirinden farklı ülkelerde oldukça önemli bir yer kazanmış ve kültür endüstrisinin başat oyunlarından biri haline gelmiştir. Yeni ekonomik ve kültürel politikalar sonucunda dünya çapında popüler olan bu spor artık dünya çapında bir sanayi kompleksine dönüşmüş ve kendini yeni bir kimlikle yaratmıştır (Hobsbawn, 2008:90). Endüstriyel futbolun gelişme sürecinde, İngiliz Futbol Federasyonu’nun 19.yüzyılın ortalarında kurulması ile birlikte futbolun yayılma hızının artmasına ve geniş kitleler tarafından en çok takip edilen spor dalı haline gelmesine tanıklık ediyoruz. Aristokrasinin hakim olduğu bu oyun, hızla tabana yayılmış ve endüstriyelleşme sürecine girmiştir. Futbol ve küreselleşme kitabını yazan Pascal Boniface, bu küreselleşmeyi, tipik Britanya sporunun dünya sporu haline gelmesi olarak tanımlıyor. Günümüzde futbol sektörünün boyutu, sektörün büyük bir endüstriye dönüşmesini

de beraberinde getirdiği aşıkardır (Bıçakçı, 2012:46). Ama bu endüstri sanıldığı aksine, bilinçli ve bir o kadarda sağlam temeller üzerine kurulmuştur. Futbol en büyük mabetlerine koltuk sayısı yüz binleri bulan stadlara 1950 li yıllarda kavuşmuştur, ama o dönemde endüstriyel bir iş kolundan söz etmek, böyle bir tanıma uygun koşulların hazır olduğunu öne sürmek mümkün değildi. Bugün ağzlara pelesenk olan endüstriyel futbol aslında varlığının çok büyük bir bölümünü televizyona borçludur (Yolaç, 2002:101). Futbolda profesyonel bir yapıya kavuşmakla maç seyirciliğinin ortaya çıkması arasında yakın bir ilişkiler düğümü bulunmaktadır. Kitleler eski dönem futbolundaki gibi oyunda değil tribünlerde yerlerini alırlar. Bugün gördüğümüz anlamda endüstri futbolun gündelik pratiklerdeki tezahürleri pahalı biletler, reklam gelirleri, yıldız futbolcular, amatörlüğün bitimi ve profesyonelliğe dönüşme ve fahiş fiyatları içinde barındıran bir yatırım alanı olmasıdır. Takımların zengin şirketler veya iş adamlarının eline geçmesi ve diğer biçimlerinin imkansız haline geldiği futbol bu anlamda masumiyetini yitirmiştir (Arık, 2004:220). Bu manada kendisi gösteri toplumu kavramsallaştırması ve metaya dönme süreçleri içerisinde anlabilir. Futbolun özellikle 1980 li yılların sonunda gösteri ve televizyon futbolu haline getirilip gösterileşmesinde televizyon ve canlı yayın gelirlerini hatırlamak çok önemlidir. Ne var ki futbolda sponsorluk ve televizyon hakimliğinin başladığı 90 lı yıllara gelene kadar, ticari futbolun ancak küçük belirtileri görülür. Bu iki dönemi birbirinden ayırmak gerekirse futbolun eski dönemlerinden 90'lara gelene kadar, futbolda iktisadi öğeler zaman zaman iptidai ya da gelişmiş biçimleriyle yer bulabilmiştir. Ama özellikle 90 lı yılların başlamasıyla birlikte futbol bir ticari sektöre dönüşmüş ve kapitalist modellemeyle karlılığını düşüncüştür (Hatipoğlu,2007:123)

Tablo 1. Endüstriyel Futbol Ekonomisi Devleri

Sıra(Bir önceki yıl sırası)	Klup	Gelir (Milyon sterlin)	Gelir (Milyon Euro)
1(2)	Real Madrid	186.2	275.7
2(1)	Manchester United	166.4	246.4
3(3)	AC Milan	158	234
4(5)	Juventus	154	229
5(4)	Chelsea	149	220
6(7)	FC Barcelona	140	207
7(9)	Bayern Munich	128	189
8(10)	Liverpool	122	181
9(8)	Internasonel	119	177
10(6)	Arsenal	115	171
11(12)	AS Roma	89.0	131
12(11)	Newcastle United	87.1	128.9
13(14)	Tothenham United	70.6	104
14(17)	Schalke 04	65.8	97
15(n/a)	Olympic Lion	62	92
16(13)	Celtic	62.6	92.7
17(16)	Manchester City	60.9	90.1
18(n/a)	Everton	60	90
19(n/a)	Valencia	57.2	84.6
20(15)	SS Lazio	56.1	83.1

Kaynak: Tuğrul Akşar/Kutlu Merih (Literatür Yayınları)

Ülkemizde olduğu gibi Avrupa futbolunda da büyükler lehine oldukça haksız bir rekabet var. Bu rekabette geri kalmamak için gelirlerin artırılması gerekmektedir. Endüstriyel futbolu en iyi devam ettiren klüpler Tablo 1’de verilmektedir.

İktisadi anlamda rekabet etmek futbol devleri için oldukça zor bir durum. Ancak aynı durum Türk futbolu için daha da zorlaşıyor. Türk futbolundaki vizyon ve misyon eksikliği entelektüel anlamda yol alınmasını da zorlaştırıyor. Futbol gelirlerini büyötmek kolay bir iş olmamakla birlikte bu işi çok iyi yapan kulüplerde bulunmakta. Onların bu pratiklerine bakmak futbolda kapitalist bir devleşmeyi isteyen kulüpler için zorunluluk halini alıyor. Örneğin Manchester United bu kulüpler arasındaki en iyi örneklerden. Sportif anlamda son beş yılda Avrupada en büyük işleri yapmasalarda gelirlerinde bir azalış, bir düşüş olmuyor. Dünyanın her tarafında logolu ürün satabiliyor ve Avrupanın en fazla geliri olan kulüpleri arasında ilk ikiye girebiliyor. Dünyanın en büyük sponsorlarından büyük destekler alabiliyor ve ticari gelirlerinde bir düzenlilik söz konusu. (Akşar, 2006:10) Avrupada gelirlerini yükselterek endüstriyel futbolu en başarılı yürüten kulüpler, Tablo 2’de gösterilmektedir.

Türkiye’de ise futbol pastasının büyüklüğü yaklaşık hesaplamalarla 449 milyon dolar civarlarında. Bu gelirlerin en büyük pastasını televizyon yayın hakları getirmektedir. Tribün gelirleri belli bir seviyede ve daha yukarı çıkartılmıyor, saha içi reklam gelirleri ve sponsorluk anlaşmaları da aynı şekilde. Avrupa futbol pastasını büyüklüğü ise 10 Milyar Euro civarlarındadır. Dolayısıyla 450 milyonluk bir pastayla kıyaslandığı zaman Türkiye futbolunun tamamen endüstriyel hale geldiği söylenemez (Akşar, 2006:12).

Tablo 2. Avrupada Gelirlerini Yükselterek Endüstriyel Futbolu En Başarılı Yürüten Klüpler

Sıra	Klüpler	Ülke	Piyasa Değeri (Milyon Dolar)	Borç Piyasa değeri %	Gelirler (Milyon Dolar)	Faaliyet Karı (Milyon Dolar)
1	Man. United	İngiltere	1.251	0	315	105,7
2	Real Madrid	İspanya	920	0	287	26,3
3	Ac Milan	İtalya	893	7	270	-8
4	Juventus	İtalya	837	3	262	23,6
5	Bayern Münih	Almanya	627	0	202	48
6	Arsenal	İngiltere	613	13	211	41,8
7	İnter Milan	İtalya	608	19	203	6,2
8	Chelsea	İngiltere	449	30	264	-7,2
9	Liverpool	İngiltere	441	4	170	57
10	N.united	İngiltere	391	24	166	37
11	Barcelona	İspanya	389	40	206	7,1
12	O.Marcelia	Fransa	305	0	107	15
13	Toteham	İngiltere	298	1	122	17,6
14	Schalke 04	Almanya	295	11	111	26,2
15	Celtic	İskoçya	273	23	127	8,8
16	Man.City	İngiltere	262	32	114	7,3
17	As Roma	İtalya	252	0	132	-24,7
18	Aston Villa	İngiltere	236	40	103	6,5
19	g.Rangers	İskoçya	225	36	105	14,9
20	SS Lazio	İtalya	224	57	121	-100,9
21	O.Lyon	Fransa	209	100	139	6,3
22	B.Dourtment	Almanya	197	18	119	-40,3
23	Fc. Porto	İskoçya	187	3	140	-14,5
24	Leeds United	İngiltere	135	33	85	-48,2
25	Ajax	Hollanda	126	25	78	6,1

Kaynak: (Futbol Ekonomisi Tuğrul AKŞAR- Kutlu Merih, Literatür Yayınları, Mayıs 2006)

Tablo 3. Türkiye’de Futbol Pastasının Büyüklüğü

Türkiyede Futbol Pastasının Büyüklüğü	Milyon Dolar
Televizyon yayın hakları	139
Süper Lig İsim Hakkı satışı	20
Tribün Gelirleri	75
Sponsor Gelirleri	60
Saha içi reklam pastası	30
Puan Ödülü	45
Federasyon Kupası gelirleri	15
Diğer gelirler	65
Toplam	449

Kaynak: Futbol ekonomisi Tuğrul Akşar- Kutlu Merih, Literatür Yayınları Mayıs 2006

Endüstriyel futbolun ilgilendiği kesimlerin tasnifi dört ana sınıfta toplanabilir. Futbol kulüpleri ilgilenilen futbolu piyasaya sürmekle yükümlüdürler. Buna karşılık olarak bir eşyaya dönüşen bu arzı satan federasyon ve dijital yayın şirketleri yerlerini almışlardır. Bunu satın alan izleyiciler ve taraftarlar bir diğer tasniflenmiş grubu oluşturmaktadırlar. Stadyumların birer ticaret kompleksine dönüştürüldüğünü ve kulüplerin yan ürünlerinin satışının yapıldığı bu süreçte özellikle yeni iletişim olanakları üzerine büyük yatırımlarda bulunmaktadır. Kulüpler yeni gelişen teknolojilerle beraber internet üzerinden bilet satmaktadırlar. Bir sonraki aşama ise web üzerinden ilk naklen yayın olacaktır. Futbol topunun yeni sahipleri internet, işletim hakları, paralı erişim, sponsorluk, e – ticaret gibi yeni mecralar olmuştur(Authier, 2002:35)

Futbol endüstrisinin bir diğer boyutu ise futbol kulüplerinin şirketleşerek halka sunulması olmuştur. Şirketleşen kulüpler futbolun tamamen dışına çıkarak borsa ve menkul kıymet piyasalarına girmişlerdir.

Tablo 4. Avrupada Endüstriyel Futbolu Borsada Paylaşan Kote Kultipler

Ülke	Takım	Borsa
İngiltere	Aston Villa	Londra Borsası
	Bringham City-Charlton Athletic	Londra Borsası- AIM
	Millwall	Londra Borsası- AIM
	Newcastle United	Londra Borsası
	Preston	Londra Borsası
	Southampton	Londra Borsası
	TothenhamHostpur	Londra Borsası- AIM
	Watford	Londra Borsası- AIM
	Arsenal	OFEX
Danimarka	Aalborg Boldspiklub	OMX Kopenhag Borsası
	SIF Fudbold Soppot	OMX Kopenhag Borsası
	Brondby	OMX Kopenhag Borsası
	Arhus Elite	OMX Kopenhag Borsası
İskoçya	Celtic	Londra Borsası
	Heart of Midlothian	Londra Borsası
	Glasgow Rangers	OFEX
İtalya	Roma	İtalya Borsası
	Juventus	İtalya Borsası
	Lazio	İtalya Borsası
Portekiz	Porto	Lisbon Borsası
	Sporting	Lisbon Borsası
Almanya	Borussia Dortmund	Frankfurt Borsası
Hollanda	Ajax	Amsterdam Borsası
Türkiye	Beşiktaş	İMKB
	Fenerbahçe	İMKB
	Galatasaray	İMKB
	Trabzonspor	İMKB

Kaynak: Futbol Ekonomisi Tuğrul Akşar- Kutlu Merih, Literatür Yayınları Mayıs 2006

Futbolun gelirlerinin değişmesi doğal olarak 100 milyon dolarlık bütçeleri de gündeme getiriyor.100 milyon dolarlık bütçeleri dernek statüsünde örgütlerle yönetmek yönlendirmek sadece vergi avantajı veya birtakım yönetsel, yasal haklar ayrıcalıklar tanıyan şekilde bir mantıkla yürütmek günümüzde kesinlikle mümkün değil. Bu yüzden bir yandan rekabetçi dengenin üst noktaya taşınarak futbol pastasından daha fazla pay alabilmek diğer taraftan kurumsallaşabilmek ve daha rekabetçi bir noktaya gelebilmek için şirketleşmek dünya futbolunda kaçınılmaz bir yere geldi. Ancak şirketleşmenin ne ölçüde kulüplerin sorunlarına merhem olduğu hala tartışılmaktadır. Yani, bugün futbolun anavatanı olarak görülen ve futbol kulüplerinin şirketleştiği yer olarak karşımıza çıkan İngiltere'ye baktığımızda işlerin çokta yolunda gitmediği görülmektedir. Örnek vermek gerekirse; Leeds Uniteds 220 milyon dolar borçla iflas etmiştir. Bugün Chelsea Avrupanın hemen hemen ilk sıralarda gelen kulüplerinden, Roman Abramovich'in Chelsea'ye aktarmış olduğu rakam 440 milyon dolar ve buna İngiliz Futbol Federasyonu göz yumabiliyor.

Borsanın tam anlamıyla kulüpleri kurtardığı kanısı tamamen yanlış. Türkiye'de ise uygulanan alaturka model ile kulüpler daha da zora giriyor. Aslında şirketler Sermaye piyasası kurullarından uzun vadeli ve ucuz fon sağlamak amacıyla o piyasalara girerler. Türk futbol kulüplerine bakıldığında aşağıdaki verilere ulaşırız.

Tablo 5. Halka Arzdan Bu Yana Sportif AŞ'lerin Ödedikleri Temettü Ve Halka Arz Geliri Karşılaştırma Tablosu

Sportif Aş	Halka Arzdan Bu Yana Toplam Brüt Temettü Tutarı (Bin TL)	Halka Arzdan Bu Yana Toplam Brüt Temettü Tutarı (Bin Usd)	Yıllık Ortalama Brüt Temettü Tutarı (Bin TL)	Yıllık Ortalama Brüt Temettü Tutarı (Bin Usd)	Halka Arz Gelirleri (Bin TL)	Halka Arz Gelirleri (Bin Usd)	Bu güne Kadar Halka Ödenen Arz Gelirleri (Usd %)	Halka Açıklık Oranı (%)
GS Sportif AŞ	137.844	91.836	34.461	24.615	28.327	20.799	441,83	16
FB Sportif Aş	56.557	37.705	28.279	20.199	39.280	30.030	125,56	15
TS Sportif Aş	7.019	5.014	14.039	10.028	32.812	24.000	20,89	25
Beşiktaş Sportif Aş	2.553	1.824	638	456	18.774	13.781	13,23	15
Toplam	203.973	136.439	77.417	55.298	119.193			17.75

Kaynak: Futbol Ekonomisi Tuğrul Akşar- Kutlu Merih, Literatür Yayınları Mayıs 2006

Bu tablo Türk futbolunun önümüzdeki yıllarda önünün neden kesileceğini çok açıkça ortaya koyan bir tablo. Galatasaray Aş halka arzdan bugüne kadar 137.8 milyon TL yani 91 milyon dolar temettü ödemiş. Tabi %16 sı halka açık olduğu için % 84 ü kulübe , %16 sı da halka gitmiştir. Yıllık ortalama temettü 24.6 milyon dolar. Bunun kulüp dışına çıkan kısmı 14.7 milyon dolar. Yani 2002 den 2005 e kadar geçen süre içerisinde Galatasaray Sportif Aş halka arzdan yaklaşık 20.7 milyon dolar halka arz geliri elde etmiştir, %71'i bunun karşılığında 14.7 milyon doları iade etmiştir. (Akşar, 2006:24)

Tablo 6. Sportif AŞ'lerin Gelir Yapısı (TL)

	Trabzonspor AŞ	Fenerbahçe AŞ	Galatasaray AŞ	Beşiktaş AŞ
Yayın Gelirleri	6.307.309	18.397.771	20.006.126	18.691.127
Sponsorluk ve Reklam Gelirleri	1.398.990	11.450.273	13.224.795	9.372.096
İsim Hakkı Gelirleri	911.661	3.467.713	4.912.545	2.180.515
Stadyum Hasılatları	383.427	12.449.514	8.893.899	
Şampiyonlar Ligi Gelirleri Lisanslı Ürün Satışı		3.111.377		5.666.361
Seyahat Satışı				3.539.894
Toplam	9.117.162	49.041.748	38.143.466	50.121.406

Kaynak: Futbol Ekonomisi-Tuğrul Akşar/Kutlu Merih Literatür yayımları Mayıs 2006

2. Endüstriyel Futbolun Krizi

En iyi futbolu kimler oynuyor sorusu sorulduğunda Brezilya başı çeken ülke olmaktadır. Fakat Brezilya da bugün futbolun sorunları en büyük şekillerde yaşanmaktadır. Brezilyanın en yıldız oyuncularını dışarı kaçıyor, kendi içlerinde sorunlar yaşıyor. Avrupa futbolunda da çok ciddi bir endüstriyel futbol krizi yaşanmaktadır. Örnek vermek gerekirse İskoç ligi kendisini tasfiye edip Hollanda ya da İngiltere ligine bağlanmak istiyor. Çünkü endüstriyel futbol öyle büyük bir ekonomiyi gerektirmektedir ki "catchment area" denilen toplama havuzları, seyirci gelirleri, ekonomik alt yapısı, sponsor kaynağı bütçe ölçeğini ayakta tutmaya yetmemektedir. Bu bütçenin ileri aşamalarda Hollanda ve Belçika gibi ülkeler içinde yetmeyeceği düşünülmektedir. Bir ülkenin 50 milyondan daha büyük bir nüfusu yok ise 16-18 takımlık bir süper ligi, birinci lige finanse etmek kapasitesine sahip olamıyor.(Merih, 2006:40)

İsviçre ve Belçika da iflas eden kulüpler bulunmaktadır. İflas eden kulüpleri kurtarabilmek için taraftarlar arasında Fon toplanmaktadır. Ayrıca seyircinin kaçışı önlenememektedir. Büyük kulüpler henüz kazanamadıkları paraları harcıyor ve borç batağından çıkamıyorlar. İspanyada kralın takımı Real Madrid para bulmak için tesisleri elden çıkarırken, İtalyada Fiorentina, Roma, Parma, Lazio gibi kulüplerden iflas sesleri yükselmektedir. Türkiyede şirketleşmiş Adanaspor iflas etmiş ve kulübü kapatılmıştır. Şirketleşmiş İstanbulspor da devletçe haczedilmiş ve satış beklemektedir.(Akşar, 2006:39) İngiltere de kulüpler iflas ediyor ve bir idareye bağlanmak isteniyor. İskoçya Almanya ve Belçika liglerinde de iflas ve çöküş sesleri geliyor.

3. SONUÇ

Stadyumların daha önceleri sadece sportif faaliyet vermek üzere inşa edildiği bilinmektedir. Yeni dönemde inşa edilen stadyumların yeni konumlandırılması sanki buraların birer stüdyo ve şov alanıymış gibi göstermektedir. Bunun en önemli sebebi artık futbolun en büyük gelirini kazandığı dijital yayın kaynağına duymuş olduğu saygıdır. Klasik futbol anlayışında karşımıza çıkan taraftarın, endüstriyel futboldaki karşılığı müşteri olmuştur. Çünkü artık klasik futbol anlayışı terk edilmiş ve dönüşümünü sağlayamayan kulüpler ya liglerden çekilmek zorunda kalmış, ya da küme düşmüşlerdir, buda endüstriyel futbola uyum sağlama

zorunluluğu ve müşteri kazanma nosyonunu beraberinde getirmiştir. Futbolun hayatımızda ki özü değişmiş, profesyonel futbol beraberinde endüstriyel futbolu ve boş zamanların yeni inşa malzemelerini beraberinde getirmiştir. Taraftarların müşterileşmesi, serbest piyasa ekonomisi ile birleşerek futbolun sadece oyun olmadığını, yan ürünleri, borsası ve halka arzları ile bir kurum olduğunu bizlere söylemektedir. Yalnız endüstriyel futbol büyürken beraberinde kendi krizlerini de getirmektedir. Seyirciler maç biletlerini pahalı bulduklarından stadyumlara gitmemekte ve kulüpler taraftar-müşteri ilişkisi anlamında kan kaybetmektedirler. Kulüpler ise endüstriyel futbolu sürdürebilmek için kazanamadıkları paraları harcamakta ve bir borç batağı içerisine girmektedirler. Endüstriyel futbolda ciroların ve ücretlerin çok yüksek olması finansal dengeleri ciddi bir şekilde bozmaktadır. Kar maksimizasyonu ve gelir tahmininde bulunamayan kulüpler vergilendirmede büyük sıkıntılar yaşamaktadır. FIFA ve UEFA bu durumu düzeltmek, kulüplerin endüstriyel futbolun altında kalarak batışına seyirci kalmamak için çeşitli yöntemler sunmaktadır. Futbolun artık oyun olmaktan çıkarak bir işe dönüştüğü ve endüstriyelleşerek kendini ilerlettiği çok açık. Endüstriyel futbol dışında kalanı ezerek yok eden, bir paket futboludur ve canlı yayınlarla bize sunulan profesyonelleşmiş bir iş koludur.

Kaynakça

- Adorno W.(2007). Kültür Endüstrisi. İstanbul: İletişim
- Hatipoğlu D. (2007). Bastır Ankaragücü: Kent, kimlik, endüstriyel futbol ve taraftarlık. Ankara: Epos
- Authier, C.(2002). Futbol A.Ş. (çev.: Ali Berktaş). İstanbul : Kitap Arık, M.B. (2004).Top ekranda.İstanbul: Salyangoz
- Kutlu M. (2006) Futbol Ekonomisi.İstanbul: Literatür
- Hobsbawm, E. (2008).Küreselleşme, demokrasi ve terörizm.İstanbul: Agora Marx, K. (2000). Kapital I . Ankara: Sol.
- Hall, S. (1999). Popüler kültür ve devlet.İçinde: N. Güngör (der.).Popüler kültür ve iktidar . Ankara: Vadi.
- Bıçakçı, L.(2009) Futbol Endüstrisinde Dengeler Nerde Oluşacak.Panoramakhas Dergisi. Sayı 3
- Boniface, P. (2007). Futbol ve küreselleşme.İstanbul : NTV
- Yolaç, M. (2002). Yiğiter Uluğ:Toplumun sahalara yansıyan yüzü: Futbol. Toplumsal Tarih
- Akşar, T. (2006) Türk Futboluna Yapısal Bakış. Sempozyum Kitabı.İstanbul: İstanbulHaliç Üniversitesi