

**FUTBOL ENDÜSTRİSİ:
SEYİRCİ SAYISI ve TAKIMLARIN FORMA RENKLERİ**

Türkey DERELİ¹, Adil BAYKASOĞLU¹,
Alptekin DURMUŞOĞLU¹, Zeynep D. UNUTMAZ¹,
A. İhsan SÖNMEZ²

Özet: Futbol önceleri bir spor branşı olarak ortaya çıkmış; zamanla artan ilgi futbolun kurumsallaşması ve endüstrileşmesi sonucunu doğurmuştur. Bu kurumsallaşma ve endüstrileşme süreçlerine paralel olarak futbolla ilgili çeşitli bilimsel çalışmalar uluslararası bilimsel dergilerde yer bulmaya başlamıştır. Ülkemizde ise futbol konusunda yapılan bilimsel çalışmaların oldukça az sayıda olduğu görülmektedir. Dünyanın çeşitli ülkelerinde “maç günü istatistikleri olarak” bilinen verilerin (hava sıcaklığı, nem, seyirci sayısı vb...) birçok bilimsel çalışmaya ilham kaynağı olduğu görülürken ülkemizde ilgili verilerin toplanması, değerlendirilmesi konusundaki problemler, “Türk Futbolu”nun kurumsallaşmasında sürecinde “veri”nin yeri ve önemini gündeme getirmiştir. Bu çalışmada; futbol takımlarının önemli gelir kaynaklarından biri olan seyirci sayısını etkileyen faktörler üzerinde durulmuştur. Çalışmada; Trabzonspor’un 2004-2005 ve 2005-2006 (2006-2007 sezonu kısmen) sezonlarında kendi evinde oynadığı 41 maçtaki seyirci sayıları esas alınmış ve teoride etkin olduğu öne sürülen değişkenlerin uygulamadaki etkinliği test edilmiştir. Çalışmada ayrıca, futbol takımlarının başarısında uğruna inanılan forma biçim ve renklerinin uzun vadede takımların başarısıyla olan ilişkisi değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Futbol, seyirci sayıları, formalar, renkler, veri sorunsalı

Abstract: In the beginning, football appeared just as a branch of sport; however the increasing demand resulted in the industrialization and institutionalization of football clubs. Several scientific articles have appeared in different international journals concentrated on football as being parallel to the recent progress in industrialization and institutionalization processes. Unfortunately, the number of papers published on football industry is relatively less in Turkey. Since the statistics which is known as match day statistics (weather conditions, humidity and number of spectators) inspired many researchers to investigate, yet the situation is slightly different for Turkey. This problematic issue raises the question of the importance of

¹ Gaziantep Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, 27310, Gaziantep

² Çağ Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, 33800, Mersin

data collection and analysis. This paper concentrates on the factors affecting the number of spectators which is known as the crucial revenue item. The paper covers the match attendance data of 2004-2005 and 2005-2006 seasons (2006-2007 partially) belonging to the 41 matches played by Trabzonspor at home. The effectiveness of the previously theorized factors was tested on the data set. Moreover, the relationship between the colors/forms of teams and the long run success was also discussed in the paper.

Keywords: *Football, number of spectators, team colors, problems in data collection*

1. GİRİŞ

Futbol klüplerinin bütçelerinin büyüklüğü, futbol haberlerinin, dünyanın en çok okunan gazete ve dergilerinde sayfalarca yer buluyor olması; futbolun bir spor olmanın ötesine nasıl geçtiğinin en önemli belirtileri arasında sayılabilir. Futbol ekonomisinin büyüklüğünün en çarpıcı örneklerinden bir kaç şu şekilde sıralanabilir (Tekerek, 2006):

- 2002 yılındaki Dünya Kupası'na Türkiye'den Kore ve Japonya'ya 2 bin 500 kişi gitti
- Türkiye'nin bu kupada yarı finale çıkması, bayrak ve forma satışlarını patlattı, tekstil sektörü bir ayda ek 50 milyon dolar gelir elde etti. Maç arası reklâm yayınlarından medya şirketlerinin elde ettiği gelir, saniye başına 14 kat arttı.
- Türkiye'nin katılmadığı 2006 Dünya Kupası sırasında ise LCD, plazma TV ve uydu anten satışı 190 milyon dolar arttı.
- Almanya'da yapılan 2006 Dünya Kupası, Türkiye turizmini sekteye uğrattı. Bunun üzerine Türk turizm şirketleri, Alman kadımlarına yönelik "Kocanı bırak da gel" kampanyaları düzenlediler.

Günümüzde futbol, geçmişin yeşil sahalarda oynanan “büyüleyici oyundan” uzaklaşmış ve sportiflikten endüstriyelliğe doğru bir değişim sürecine girmiştir. 1980’li yılların “gösteri” özelliğinin 1990’larda “show-business”’a doğru kaymasıyla endüstriyel bir niteliğe bürünen futbolun “Yeni Futbol Ekonomisi”ni yaratması dünyada üç milyarın üzerinde insan tarafından ilgi ve taleple karşılanmasını beraberinde getirmiştir (Akşar, 2005).

Bu ekonominin büyüklüğü karşısında elbette bilim dünyası da sessiz kalmamış, çeşitli bilimsel çalışmalarla hem neler olduğunu açıklamaya hem de neler yapılabileceğine dair fikirler geliştirmeye çalışmıştır. Uluslararası bilimsel dergilerde futbolla ilgili çeşitli makaleler yayımlanmıştır. Bu çalışmaların önemli bir kısmı seyircilerin de oldukça ilgili olduğu maç

sonuçları ve başarıda etkin faktörlerin belirlenmesine yöneliktir. Son beş yıl içinde başlığında “futbol” kelimesi bulunan 678 makale SCI (fen bilimleri atıf) ve SSCI (sosyal bilimler atıf) indekslerinde yer almıştır (ISI-Web of Science, 2006). Bu makalelerden beşi Türk yazarlar tarafından yazılmıştır. Türk yazarların yazmış olduğu bu makalelerin dördünün ortak özelliği tıbbi alanda ve sağlık konusunda yazılmış olmalarıdır. Makalelerden bir tanesi diğerlerinden farklı olarak “Journal of Economic Psychology”da (Ekonomik Psikoloji Dergisi) yayınlanmış ve Fenerbahçe futbol takımının başarısında psikolojik faktörlerin etkisini irdelemiştir (Berument, Yucel; 2005).

2. SEYİRCİ SAYILARI

Hiç şüphesiz futbolun endüstrileşmesindeki en önemli pay futbol seyircilerine yani taraftarlara aittir. Taraftar; “kulübünün logolu ürünlerini satın alan, maçlara giderek önemli tutarda kulübüne maç günü geliri bırakan, evlerine aldığı decoderlarla takımına naklen yayın geliri yaratan, ilgisi ve heyecanı kulüpçe paraya tahvil olunan bir gelir kaynağıdır” (Akşar, 2006). Bu durumda futbol kulüpleri için önemli bir kaynak olan taraftar gelirlerini etkileyen faktörler üzerinde durmak oldukça faydalı olacaktır. Bu yönde yapılacak bir çalışma özellikle Türk futbolu gibi seyirci sayısı konusunda problemleri olan bir ülke için değerli sonuçlar içerecektir.

Türk futbolunun seyirci sayısı konusundaki problemin önemli göstergeler mevcuttur. Resmi kayıtlara göre 2005-2006 futbol sezonunda Süper Ligi 2 milyon 300 bin 404 kişi izlemiş, maç başı doluluk oranı yüzde 37.92’de kalmıştır. Bu oranın İngiltere’de yüzde 89’lara vardığı bilinmektedir (Çol, 2006). Tablo 1’de aynı sezon da Avrupa takımların ortalama seyirci sayısına göre sıralaması verilmiştir (Akşar, 2006). Türkiye’de Süper Lig maçlarını izleyen haftalık seyirci ortalamaları bile bu takımların birçoğunun tek başına elde ettiği başarıyı ulaşamamıştır (Çol, 2006). Futbol seyircisinin maça “gitme veya gitmeme” kararı üzerinde etkin faktörlerin neler olduğunu ortaya koymak “seyirci sayısı” konusundaki problemlerin derinlemesine analizini sağlayacaktır.

Tablo 1. 2005/2006 Sezonunda ortalama seyirci sayılarına göre ilk 20 futbol kulübü

Sıra	Kulüp	Ortalama seyirci sayısı 2005/06	Ülke
1	Barcelona	73,225	İspanya
2	Borussia Dortmund	72,625	Almanya
3	Real Madrid	71,545	İspanya
4	Manchester United	68,675	İngiltere
5	Bayern Munich	67,640	Almanya
6	Schalke 04	61,300	Almanya
7	AC Milan	59,995	İtalya
8	Celtic	58,150	İskoçya
9	Hamburg SV	52,630	Almanya
10	Newcastle United	52,030	İngiltere
11	Internazionale	51,370	İtalya
12	Rangers	49,245	İskoçya
13	Olympique Marseille	49,165	Fransa
14	FC Koln	48,940	Almanya
15	Borussia Munchengladbach	47,835	Almanya
16	Ajax	47,280	Hollanda
17	Hertha Berlin SC	46,705	Almanya
18	Liverpool	44,345	İngiltere
19	Valencia	43,105	İspanya
20	SL Benfica	43,055	Portekiz

Literatürde seyirci sayılarını etkileyen faktörlerin tespitine yönelik çeşitli çalışmalara rastlamak mümkündür. Schofield (1983) çalışmasında maç günü katılımını etkileyen değişkenlerin dört kategoride ele alınmasının doğru olacağını belirtmiştir. Bu değişkenler: ekonomik değişkenler (fiyat ve gelir gibi), demografik değişkenler (nüfus gibi), oyun kalitesiyle ilgili değişkenler (oyun atmosferi veya rakip takımın durumuyla ilgili değişkenler) ve son olarak güncel gelişmelerin etkilerini ve kişisel seyirci tercihlerini yansıtan değişkenler. Dördüncü kategoride yer alan “güncel gelişmelerin etkilerini ve kişisel seyirci tercihlerini yansıtan değişkenler” in seyirci sayıları üzerinde önemli bir etkisinin olabileceğini düşünmek yanlış olmayacaktır ancak bu değişken grubunun matematiksel bir model içerisinde ifade edilmesi oldukça güç gözükmektedir. Bu tip güncel olaylar ve seyircilerin günü birlik tercihleri kurulan modellerin hata terimlerini

oluşturmaktadır. Fakat bu güncel olaylar ve bireysel değişiklerin sistematik olarak büyükçe bir kitleyi aynı şekilde etkilemesi modellenabilir hale gelmesiyle sonuçlanır. Örneğin yeni bir tesisin (stadyumun) seyirci sayısını arttırdığı bilinmektedir. Seyirci sayısındaki bu kısmi artış taraftar olanların ve taraftar olmayanların bu stadyumu görmek ve denemek istemesine bağlanmaktadır. Coates ve arkadaşları (2005), 1969'dan 2001'e kadar olan profesyonel beyzbol, basketbol ve futbol liglerinde yeni spor tesislerinin katılıma etkisini araştırmışlardır. Çalışma, Ulusal Futbol Ligi (NFL), Ulusal Basketbol Birliği (NBA) ve Büyük Beyzbol Ligi (MBL) seyirci sayıları esas alınarak yapılmıştır. Çalışmada, yeniliğin seyirci sayısı üzerindeki etkisinin en güçlü ve en kalıcı beyzbol liginde, daha zayıf ve daha az kalıcı olarak basketbol liginde, nispeten zayıf ve kısa süreli futbol liginde olduğunu ortaya koymuştur.

Futbolda “seyirci sayıları” üzerine benzer bir çalışma Welki ve arkadaşları (1999) tarafından Amerikan ulusal futbol ligi için yapılmıştır. Analiz 1986-1987 ulusal futbol ligi sezonunda oynanan 392 oyuna ait veriler kullanılmıştır. İlgili çalışmada, modelin bağımsız değişkenleri olarak; fiyat, sezon dışında oynanan maçlar, televizyon yayınları ve hava koşulları gibi taraftar talebinde etkili olacağı düşünülen faktörleri kullanmıştır. Çalışmanın bulgularını şu şekilde sıralayabiliriz:

- Ulusal futbol liginde sezon maçlarında taraftar katılımını etkileyen ana etkenin “maç kalitesi” olduğu görülmüştür. “Maç kalitesi” ile ifade edilmek istenen maçın sonucu üzerindeki belirsizlik ve maçın çekişmeli olmasıdır. Çalışmanın sonucunda beklenen kalitesi yüksek olan maçların daha çok taraftar çektiği gözlenmiştir. Sonuçları birbirine yakın olması beklenen maçlara katılımın daha fazla olması (belirsizliği yüksek) ile ilgili bazı kanıtlar bulunmuştur.
- Ayrıca, yağmurlu koşulların görüş kalitesini, taraftar ilgisini ve katılımı azaltırken, ılıman sıcaklığın bu olumsuz etkiyi azalttığı görülmüştür.
- Taraftarların maçın içerde ya da dışarıda yapılmasına karşı kayıtsız olduğu belirlenmiştir.
- Ayrıca, “Pazar” günlerinden farklı günlerde maç oynamak için verilen kararın daha fazla taraftar çekilmesini sağlamadığı ortaya konmuştur.

Ülkemizde benzeri bir çalışmayı yapmanın önünde ciddi problemlerin söz konusu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Türk Futbol Federasyonu yetkilileriyle yapılan görüşmeler; seyirci sayısı bilgisine

ulaşmanın mümkün olmadığını, ilgili verilerin federasyona kulüplerce geç iletildiğini ve verilerin kulüplerin uhdesinde olduğunu ortaya koymuştur. Seyirci sayıları üzerine çalışmalar yapmak amacıyla ilgili veri gurubuna erişmek isteyen diğer araştırmacıların da benzer sorunlar yaşadığı anlaşılmıştır (Meleke, 2006). Bu çalışmada seyirci sayılarının elde edilmesi amacıyla Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzonspor kulüpleriyle temas kurulmuş sadece Trabzonspor'dan veri temin edilebilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada Trabzonspor'un 2004-2005 ve 2005-2006 (2006-2007 sezonu kısmen) sezonlarında kendi evinde oynadığı 41 maçtaki seyirci sayıları esas alınarak hazırlanmıştır.

Bu çalışmada seyirci sayısı üzerinde etkili olduğu varsayılan faktörler şunlardır:

- Rmgwk (X1) : Ligin bitimine kalan hafta sayısı
Nonsny (X2) : Maçın yapıldığı gün (Pazar günü ise 1, değilse 0)
Trbrnk (X3) : Maç öncesi Trabzonspor'un Süper Lig'deki sırası
Rkprnk (X4) : Maç öncesi rakibin Süper Lig'deki sırası
Rsl (X5) : Trabzonspor'un bir önceki maçta aldığı netice (galibiyet "1"; beraberlik "0"; malubiyet "2")
Avrprc (X6) : Maç bileti ortalama fiyatı (YTL)
Lngscs1 (X7): Rakibin uzun vade başarısı 1 (Rakip takımın son 25 yıl içinde aldığı toplam puanlar cinsinden ligdeki yeri)
Lngscs2 (X8): Rakibin uzun vade başarısı 2 (Rakip takımın şampiyonluk sayısı)
Unprdc (X9): Maçın belirsizliği $(1/(X3-X4)^2)$

Seyirci sayıları üzerinde etkili olduğu düşünülen bazı diğer faktörlerin örneğin maç günü hava sıcaklığı, nem vb. faktörler bu çalışmaya dahil edilememiştir. İlgili veri seti Tablo 2'de sunulmuştur. Seyirci sayıları (SS) ve diğer değişkenler arasındaki "Pearson Korelasyon" (PCC) değerleri Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3. Trabzonspor'un 2004-2007 sezonlarında kendi evinde oynadığı 41 maçtaki seyirci sayıları ve değişkenler

Misafir Takım	İzleyici Sayısı	Değişkenler								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
A. SEBATSPOR	12549	32	0	1	16	1	15,82	40	0	0,0044
GENÇLERBİRLİĞİ	7454	30	0	1	7	1	15,82	7	0	0,0278
GAZİANTEPSPOR	12730	28	0	1	4	0	15,82	9	0	0,1111
BEŞİKTAŞ JK.	11467	26	0	2	13	1	15,82	2	12	0,0083
GALATASARAY	13166	24	1	2	3	2	15,82	1	15	1
DIYARBAKIRSPOR	6617	23	1	3	12	1	15,82	27	0	0,0123
FENERBAHÇE	17800	21	1	2	1	2	15,82	2	14	1
RİZESPOR	7428	19	1	3	4	1	15,82	20	0	1
İSTANBULSPOR	11134	17	1	3	15	0	15,82	16	0	0,0069
KAYSERİSPOR	11327	16	0	3	17	1	15,82	38	0	0,0051
MALATYASPOR	13329	14	0	3	7	1	15,82	14	0	0,0625
DENİZLİSPOR	15760	12	0	3	5	1	15,82	12	0	0,25
SAKARYASPOR	9041	10	1	3	15	1	15,82	17	0	0,0069
B.B.										
ANKARASPOR	8915	8	1	3	11	0	15,82	37	0	0,0156
ANKARAGÜCÜ	8731	5	0	3	14	1	15,82	5	0	0,0083
KONYASPOR	17493	3	1	3	11	1	15,82	21	0	0,0156
SAMSUNSPOR	18127	1	0	2	12	1	15,82	8	0	0,01
KAYSERİSPOR	14758	33	1	2	15	1	21,83	38	0	0,0059
ANKARAGÜCÜ	15309	31	1	7	13	1	21,83	5	0	0,0278
GAZİANTEPSPOR	13608	29	1	6	7	1	21,83	9	0	1
V.MANİSASPOR	8808	27	1	5	11	2	21,83	43	0	0,0278
K.ERCİYESPOR	9059	24	1	10	5	0	21,83	26	0	0,04
GENÇLERBİRLİĞİ	15083	22	1	8	9	0	21,83	7	0	1
Ç.RİZESPOR	8322	20	1	10	14	1	21,83	20	0	0,0625
ANKARASPOR	10570	18	0	10	15	2	21,83	37	0	0,04
MALATYASPOR	9540	13	0	6	15	1	21,83	14	0	0,0123
SİVASSPOR	12495	11	0	5	8	0	21,83	42	0	0,1111
GALATASARAY	16843	9	0	5	1	0	21,83	1	15	0,0625
SAMSUNSPOR	10846	8	0	6	17	1	21,83	8	0	0,0083
KONYASPOR	9416	15	1	6	8	2	21,83	21	0	0,25
DENİZLİSPOR	7260	6	0	6	14	1	21,83	12	0	0,0156
DIYARBAKIRSPOR	7564	4	1	6	16	1	21,83	27	0	0,01
FENERBAHÇE	16740	2	1	4	1	2	21,83	2	15	0,1111
V.MANİSASPOR	11346	32	0	17	4	0	24,38	43	0	0,0059
DENİZLİSPOR	9024	30	0	16	18	1	24,38	12	0	0,25

KONYASPOR	8885	28	0	10	7	0	24,38	21	0	0,1111
GALATASARAY	8263	27	1	9	3	1	24,38	1	16	0,0278
K.ERCİYEŞPOR	6892	25	1	7	17	1	24,38	26	0	0,01
Ç.RİZESPOR	7899	23	1	5	17	2	24,38	20	0	0,0069
ANTALYASPOR	7005	21	0	12	15	0	24,38	15	0	0,1111
FENERBAHÇE	16086	19	0	14	1	2	24,38	2	16	0,0059

Tablo 3. Değişken korelasyon matrisi

PCC	SS	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
X1	-0,179	*	*	*	*	*	*	*	*
X2	-0,066	0,077	*	*	*	*	*	*	*
X3	-0,207	0,255	-0,151	*	*	*	*	*	*
X4	-0,429	-0,046	-0,055	-0,009	*	*	*	*	*
X5	0,103	-0,054	0,223	-0,136	-0,011	*	*	*	*
X6	-0,205	0,234	0,02	0,784	0,051	-0,006	*	*	*
X7	-0,307	0,148	0,049	0,083	0,358	-0,15	0,079	*	*
X8	0,395	-0,027	0,064	0	-0,605	0,332	0,051	-0,554	*
X9	0,384	0,174	0,327	-0,093	-0,413	0,14	-0,138	-0,302	0,208

Tablo 2’de sunulan korelasyon değerlerinden kuyruk olasılığı $p < 0,02$ için istatistiksel olarak anlamlı olmayanları koyu renklerle gösterilmiştir.

“Pearson korelasyon” katsayısı iki değişkenin arasındaki ilişkinin seviyesini belirtmek için kullanılmaktadır (Hair, 2000). Toplam seyirci sayısındaki değişimin “ligin bitimine kalan hafta sayısı” (X1), “maçın yapıldığı gün” (X2), Trabzonpor’un bir önceki maçta aldığı netice (X5) ile zayıf ilişkili olduğunu söyleyebiliriz. Seyirci sayısının en çok etkilendiği faktör ise “maç öncesi rakibin Süper Lig’deki sırası” (X4) olduğu görülmektedir. Bu durumu seyircilerin maça gelmeden önce misafir olarak şehre gelecek olan takımın ligdeki durumundan etkilenmesi olarak açıklayabiliriz. PCC katsayısının negatif işaretli olması seyircinin ligin üst sıralarındaki takımların maçlarını daha çok tercih ettiğini göstermektedir. Ayrıca, “rakibin uzun vade başarısı 2” değişkeni ile seyirci sayısı arasında da bir ilişkinin varlığı dikkat çekicidir. Bu durum Trabzonspor taraftarının ligde daha önce şampiyon olmuş takımların (Fenerbahçe, Beşiktaş ve Galatasaray) maçlarına gitmeyi tercih ettiğini göstermektedir. Burada en dikkat çekici

ilişki “maçın belirsizliği “nin (X9) seyircinin maçı tercih etmesinde etkin bir rol oynadığıdır. Maç belirsizliğinin hesaplanmasında değişik yöntemlerin bulunduğu bilinmektedir. Kuypers (1996) takımların liderle olan puan farkını ve kalan maç sayısını dikkate alırken, Welki ve arkadaşları (1999) sadece puan farkının karesini dikkate almıştır. Bu çalışmada; maç belirsizliği, maç öncesinde misafir takımın ligdeki sırası (X4) ile Trabzonspor’un ligdeki sırasının (X3) farkından yola çıkılarak hesaplanmıştır. Farkın büyümesi takımların birbirlerine yakın güçte olmadıklarının göstergesidir. Öyleyse maçın belirsizliği fark azaldıkça artacaktır. Ayrıca farkın negatif veya pozitif olması belirsizliğin büyüklüğü konusunda bir katkı sağlamayacaktır. Bu sebeple nihai olarak belirsizlik takımların lig sıraları arasındaki farkın karesinin çarpmaya göre tersi alınarak hesaplanmıştır.

Çalışmadaki verilerin azlığı (serbestlik derecesinin düşüklüğü), çalışmanın ileride daha çok verinin kullanılmasıyla daha güvenilir bir hale geleceğini göstermektedir. Eldeki sonuçlar incelendiğinde çıkarılabilecek en önemli sonuç, seyircilerin şampiyon takımların maçlarını ve sonuçlarını öngöremedikleri (rekabet seviyesinin yüksek olduğu) maçları daha çok tercih ettiğiidir. Bu durumda Türk futbolundaki seyirci sorununu aynı zamanda bir rekabet sorunu olarak yorumlamak yanlış olmayacaktır. Rekabetin yaygınlaştırılması, ligde şampiyon olan takımların sayılarının artması, seyirci gelirlerinin de artmasıyla sonuçlanacaktır.

3. RENKLER ve FUTBOL

Futbol maçlarıyla ilgili birçok insanın ve hatta takımın bazı şeylerin “uğuru” olduğuna inanmaları futbolun mistik yanını akla getirmektedir. Örneğin, Şampiyonlar Ligi final maçında Milan’ın UEFA’ya başvurup maça beyaz formayla çıkmak istemesi, Şampiyonlar Ligi finallerindeki beyaz formanın uğuru ve üstünlüğüne olan inancının göstergesidir. Peki, gerçekten “Renkler” ve “Formalar” futbol takımlarının başarısında etkili midir? Bu sorunun cevabının araştırılması amacıyla Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya, İspanya ve Türkiye liglerinde son yirmi beş yıl içerisinde aldıkları puanlar bakımından ilk 20’de yer alan takımları ve forma özelliklerini içeren bir veri tabanı MS Office Access kullanılarak oluşturulmuştur. Şekil 1’de kesiti sunulan veri tabanında, futbol takımlarına ait birçok özellik listelenmiştir. Takımların forma renkleri kategorik olarak baskın ve yan renkler olarak guruplara ayrılmış, yine benzer şekilde formalar çizgili, kareli ve düz şeklinde üç gurupta ele alınmıştır. Yapılan deney tasarımı ilgili takımların sıraları, şampiyonluk sayıları ve attıkları goller ile forma özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya koymuştur. Formaların



renkleri ve biçimlerinin futbol takımlarının başarısında uzun vadede bir etken olmadığı, bunun bir inanç olarak ortaya çıktığını söylemek yanlış olmayacaktır. Futbolda benzeri inançların belki de psikolog ve sosyologlar tarafından değerlendirilmesi gerekmektedir. Futbol konusunda son dönemde yapılan istatistikî analizlerin futbolun daha iyi anlaşılmasına ve değerlendirilmesine yardımcı olduğu bilinmektedir. İstatistik futbolun kurumsallaşmasında eşsiz bir yönetsel araç olmaktadır.

4. SON DEĞERLENDİRMELER

Türk futboluyla ilgili bilimsel çalışmaların diğer ülkelerin futbollarıyla ilgili çalışmalara kıyasla daha az olduğunu söylemek mümkündür. Ülkemiz futboluyla ilgili bilimsel yayın yapabilmenin önündeki en önemli sorun veri temininde yaşanmaktadır. 1992 yılında kabul edilen 3813 no'lu Kanun'un 2. maddesi "A" fıkrasıyla Türkiye'de "Futbol faaliyetlerini yürütmek, futbolun gelişmesini ve yurt sathına yayılmasını sağlamak, bu konularda her türlü düzenlemeyi yapmak, kararlar almak ve uygulama" görevi TFF'ye verilmiştir (<http://www.tff.org.tr/kanun.htm>). Bu kanun gereği Türk futbolunun yönetimi TFF'nin elindedir. Bu bağlamda ilgili futbol verilerinin bir sistematik dahilinde toplanıp, derlenmesi ve değerlendirilmesinin TFF'nin sorumluluğunda olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu çalışmada kullanılmak üzere gerekli "seyirci sayısı" verisine ulaşılmasında yaşanan zorluk, kurumun veri toplama, derleme ve dağıtma konusunda bazı düzenlemeler yapması gereğini ortaya koymaktadır. Günümüz futbolu için verilerin derlenmesi ve ilgili analizlerin yapılması, gerek yönetsel anlamda futbol klüplerinin "yönetim kalitesinin artırılması" amacıyla; gerekse futbol seyri ve bilgisinin zenginleştirilmesi amacıyla kullanılmalı ve sağlanan fayda artırılmalıdır.

Şekil 1. MS Access futbol veri tabanı

No:	Club Name:	Rank:	Country:	Played:		
2	FC Barcelona	2	Spain	944		
Won:	Drawn:	Lost:	Goals Scored:	Goals Conceded:	Points:	Number of Seasons:
533	222	189	1834	963	1821	25
Champions:	Second Positions:	Third Positions:	Cups:			
9	7	3	5			
Web Site:						
http://www.fcbarcelona.com/						
Track Suit 1			Track Suit 2			
						
Dominant Colour:						
Blue						
Secondary Colour 1:		Secondary Colour 2:		Secondary Colour 3:		
Maroon						
Reserve Suit Dominant Colour		Reserve Suit Secondary Colour 1		Reserve Suit Secondary Colour 2		

Record: 2 of 100

Bilimsel çalışmalar, hiç kuşkusuz futboldaki ekonomik kazancın artırılmasında ve bazı efsanevi inançların doğruluğunun tespitinde önemli faydalar sağlayacaktır. Bu çalışmada ele alınan seyirci sayılarıyla ilgili analiz ligdeki rekabetin artırılmasının, maç sonuçlarının öngörülebilirliğinin azalacağını göstermektedir. Seyirci öngöremediği maçları tercih ettiğine

göre, rekabetteki artış seyirci gelirlerinin artmasını sağlayacaktır. Çalışmadaki verilerin azlığı (serbestlik derecesinin düşüklüğü), çalışmanın ileride daha çok verinin kullanılmasıyla daha güvenilir bir hale geleceğini göstermektedir. Bu çalışmanın konu edindiği bir diğer husus ise, takımların ve seyircilerin; forma renklerinin başarı üzerinde olumlu etkisi olduğuna olan inancıyla ilgilidir. Çalışmanın sonuçları 120 takımın yirmi beş yıllık başarısıyla, forma renkleri ve şekilleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını ortaya çıkarmıştır. Benzeri futbol efsanelerinin taraftarlar ve hatta kulüpler tarafından bu denli benimsenmesinin sebeplerinin ve sonuçlarının toplum bilimci ve psikologlar tarafından değerlendirilmesi uygun olacaktır.

Son dönemde dikkatleri üzerine çeken “FUTBOL EKONOMİSİ” adlı kitapta da özellikle vurgulanan futbolun ‘**artık sadece bir oyun olmadığı**’ gerçeğidir (Akşar ve arkadaşları, 2006). Artık futbol ciddi bir sosyal ve ekonomik olgu olarak gündemimizdedir. Endüstrileşen futbol artık ülke ekonomileri açısından vazgeçilemez büyüklükte bir güce sahiptir, bu sektörün ülkemize kazandırılması ve yapılan gerek bilimsel gerekse yönetsel çalışmaların derinleştirilmesi oldukça faydalı olacaktır.

KAYNAKLAR

- Akşar, T., Endüstriyel Futbol, İstanbul: Literatür Yayınevi, 2005, s.3-4
- Akşar, T., Merih K, Futbol Ekonomisi, İstanbul: Literatür Yayınevi, 2006
- Akşar, T., “Taraftar mı Müşteri mi?”, Futbol Ekonomisi Stratejik Araştırma Merkezi , FESAM, http://www.fesam.org/sur_makale.php?kod=2&url=uzman/ta041.htm, Son Erişim: 10.12.2006.
- Berument, H., Yücel, E., M., “Long live Fenerbahçe: The production boosting effects of football”, Journal of Economic Psychology, 2005, vol. 26, no.6, pp. 842-861
- Coates, D., and Humphreys, B.R., “Novelty Effect of New Facilities on Attendance at Professional Sporting Events”, Contemporary Economic Policy, 2005, vol. 23, no. 3, pp.436-455.
- Çol, Z., “Boşlukta Yaşayan Futbol”, Vatan Gazetesi, 23,11,2006.
- Hair, J., Marketing Research, 8th ed., Singapore, McGraw-Hill Book Co, 2000.
- Kuypers, T., “The beautiful game? An econometric study of why people watch English football”, Discussion Paper in Economics, 1996, University College, London.
- Meleke, U., İlgili e-posta yazışmaları.

- Schofield, J. A. "Performance and Attendance at Professional Team Sports" 1983, pp. 196-206.
- Tekerek, T., "Futbol Ekonomisi 5 Milyar Dolar" Milliyet Gazetesi, 17,12,2006
- Welki, A.M., Zlatoper, T.J., "U.S. Professional Football Game-Day Attendance" AEJ:,1999, Vol. 27.
<http://www.tff.org.tr/kanun.htm>, Son Erişim: 07.12.2006.
- <http://portal.isiknowledge.com/portal.cgi?Init=Yes&SID=Z1bPeD1MOAjbF9B6icG>, Son Erişim: 07.01.2007.