

<input type="checkbox"/>	Kandidaatintutkielma
<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Taloustiede	Päivämäärä	9.3.2022
Tekijä(t)	Aleksi Köninki	Sivumäärä	58
Otsikko	Eurooppalaisen jalkapallon taloustiede		
Ohjaaja(t)			

Tutkielmassa selvitetään urheilun taloustieteen ja etenkin jalkapallon taloustieteen avainkysymyksiä ja asemaa taloustieteellisessä tutkimuksessa. Urheilua seurataan ympäri maailmaa todella laajasti ja etenkin Euroopassa jalkapallo on todella suosittua, mutta Suomessa tästä on tehty tutkimusta verrattain vähän. Jalkapallo ja urheilu tarjoaa laajoja teoria- ja mallikokonaisuuksia taloustieteen sovellettavaksi niin urheilu – kuin arkielämään.

Tutkielmassa pyritään kirjallisuuskatsauksen avulla selvittämään, mistä jalkapalloseurojen tulot muodostuvat ja millaisia päätöksentekijöitä ne ovat. Jalkapallossa liikkuvat rahat pyörivät miljardiluokassa, joten on luontevaa tarkastella, mistä nämä rahat tulevat ja mihin ne käytetään – sekä ovatko päätökset rationaalisia. Mistä koostuvat seurojen liikevaihto ja millainen merkitys on sarjan rakenteella tai kansainvälisillä otteluilla? Ovatko huippukallit pelaajasiirrot aina järkeviä? Tätä selvitetään kirjallisuuskatsauksen keinoin.

Aineistona toimii lukuisia tuoreita, 2010-luvulla julkaistuja arvostetuissa jurnaaleissa olleita papereita ja tutkimuksia. Urheilun taloustieteen tutkiminen on alkanut 1950-luvulla ja kasvanut tasaisesti 1970-luvulta, mutta nykyään artikkeleita ja tutkimuksia tulee jatkuvasti enenevässä määrin. Ajankohtaiset tiedot ovat tärkeitä, koska jalkapallomaailma on kokenut suuria mullistuksia viimeisten vuosikymmenien aikana.

Kirjallisuuskatsauksen arvion perusteella voidaan sanoa, että jalkapallomaailman päätöksenteko ei taloustieteellisestä näkökulmasta ole aina rationaalista. Päätöksentekoon vaikuttavat voimakkaasti tunteet – ja pitkä analysointi voi jäädä vähemmälle niin pelaajasiirroissa kuin johtamisessa. Jalkapalloseura voi tietyllä tavalla pitää enemmän hyödyn – kuin voitonmaksimoijina; budjetti on olemassa, mutta ei sen vuoksi, että sillä mahdollistettaisiin mahdollisimman suuret taloudelliset voitot.

Avainsanat	Urheilun taloustiede, jalkapallo, jalkapallon taloustiede
------------	---





**TURUN  
YLIOPISTO**  
Kauppakorkeakoulu

# **JALKAPALLOJOUKKUEEN TALOUDELLISEEN MENESTYKSEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT**

Taloustieteen  
pro gradu -tutkielma

Laatija(t):  
Aleksi Köninki

Ohjaaja(t):  
Prof. Hannu Salonen

9.3.2022  
Turku

Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

## SISÄLLYSLUETTELO

<b>1</b>	<b>JOHDANTO</b> .....	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>URHEILUN TALOUSTIEDE</b> .....	<b>10</b>
	2.1 Urheilun merkitys .....	10
	2.2 Historia.....	10
	2.3 Mahdollisuudet ja menetelmät .....	12
	2.4 Joukkueurheilun taloustieteen mallit.....	14
	2.4.1 Täydellisen kilpailun malli .....	14
	2.4.2 Urheilusarjan optimaalinen rakenne .....	15
	2.4.3 Urheilumarkkinan erikoisuudet .....	19
<b>3</b>	<b>EUROOPPALAINEN JALKAPALLO</b> .....	<b>20</b>
	3.1 Tulot ja menestys .....	20
	3.1.1 Kansainvälisten pelien merkitys .....	20
	3.1.2 Lisääntymismekanismit .....	22
	3.1.3 Statistiikka.....	24
	3.1.4 Paikallisottelut .....	27
	3.2 Eurooppalaisen jalkapalloilun siirtomarkkinat.....	30
	3.2.1 Työmarkkinat ja työvoiman liikkuvuus.....	30
	3.2.2 Siirtojen merkitys ja pelaajan arvon määrittäminen .....	32
	3.2.3 Siirtoihin käytetyn rahan ja menestyksen välinen suhde .....	34
<b>4</b>	<b>JALKAPALLOSEUROJEN TALOUDELLINEN KÄYTTÄYTYMINEN</b> .....	<b>37</b>
	4.1 Katsaus eliittiseurojen talouteen .....	37
	4.2 Listautumisen merkitys .....	39
	4.3 Liikevaihdon lähteet jalkapallossa .....	42
	4.3.1 Superliiga.....	45
	4.3.2 Televisiointioikeudet ja stadionyleisö .....	46
	4.3.3 Televisiolähetyksistä striimauspalveluihin.....	49

<b>5 JOHTOPÄÄTÖKSET.....</b>	<b>54</b>
<b>REFERENCES.....</b>	<b>56</b>

## KUVIOLUETTELO

Kuva 1. Polkuriippuvuusteoria Euroopan jalkapallossa (Barsch 2015) .....	22
Kuva 2. Hypoteesit (Barsch 2015).....	23
Kuva 3. Bundesliigan menestys (Barsch 2015) .....	24
Kuva 4. Bundesliigan ja UCL:n menestyksen korrelaatio (Barsch 2015) .....	25
Kuva 5. TOP5-sarjat Mestarien Liigassa (Barsch 2015) .....	26
Kuva 6. Alemman tason sarjojen menestys (Barsch 2015).....	27
Kuva 7. Derbyjen tilastoja (Bäker ym. 2012) .....	28
Kuva 8. Ulkomaalaisten pelaajien osuus sarjoittain (Sanchez ym. 2019) .....	31
Kuva 9. SOM-analyysi (Matesanz ym. 2018).....	35
Kuva 10. Korrelaatio siirtomenojen ja menestyksen välillä (Matesanz ym. 2018) .....	36
Kuva 11. Liikevaihdon ja taloudellisen kasvun välinen suhde (Breuer&Rohde 2016)..	38
Kuva 12. Liikevaihdon koostumus TOP5-sarjoissa (Sanchez ym. 2019).....	43
Kuva 13. Liikevaihto TOP5 vs. muut (Sanchez ym. 2019) .....	44
Kuva 14. UEFA:n sarjojen osuus liikevaihdosta (Sanchez ym. 2019) .....	45
Kuva 15. TV-oikeuksien osuus liikevaihdosta (Sanchez ym. 2019) .....	47
Kuva 16. Urheilun, fanien ja median suhde (Parganas ym. 2017).....	52





# 1 JOHDANTO

Tutkielma käsittelee urheilun taloustiedettä. Urheilun taloustiede on mainittu ensimmäisen kerran alan kansainvälisissä tutkimuksissa ja kirjallisuudessa 1950-luvulla, mutta suuremmissa määrin sen suosio akateemisesti on lähtenyt tasaiseen kasvuun 1970-luvulta. Suomessa se on toistaiseksi jäänyt verrattain pieneen rooliin. Urheilu on yhteiskunnallisesti varsin merkittävässä roolissa niin ihmisten arkielämässä sosiaalisesti kuin yritysten taloudellisissa ratkaisuissa. Pelkästään Suomessa noin puolet maan asukkaista käy vähintään kerran vuodessa katsomassa paikan päällä jotain täällä pelattavaa urheilulajia. Urheilulla on myös taloudellisesti merkittävä vaikutus; esimerkkinä jo vuonna 2017 Englannin jalkapallon korkeimman sarjatason Valioliigan televisiointioikeuksista maksettiin 2,7 miljardia puntaa. Pelkästään nämä tiedot antavat ison mielenkiinnon tutkia taloustiedettä urheilun kautta.

Tutkielman pääsuunnaksi on valittu kirjallisuuskatsaus eurooppalaiseen urheilun ja lähinnä eurooppalaiseen jalkapallon taloustieteeseen. Motivaatioita tähän suuntaan on monia; ensinnäkin jalkapallo on Euroopassa todella suosittua ja sitä niin pelataan, televisoidaan kuin kulutetaan valtavasti. Monia urheilun taloustieteen – ja ylipäätään taloustieteen – malleja on myös mahdollista sovittaa jalkapalloon; se on joukkuemuotoinen urheilulaji, jota mitä yleisemmin pelataan sarjamuotoisena. Se tarjoaa mahdollisuuksia tutkia aihetta esimerkiksi täydellisen kilpailun tai optimaalisen sarjarakenteen näkökulmasta. Jalkapalloon liittyy myös paljon oheistuotteita ja ulkoisvaikutuksia. Tällaisia ovat esimerkiksi otteluissa käyvä yleisö ja television välityksellä katsovat ihmiset. Jalkapalloon liittyy huomattava määrä erilaisia markkinointitoimenpiteitä niin perinteisessä kuin sosiaalisessa mediassa. Nämä kaikki luovat monisyisen keskinäisen symbioosin, joka tarjoaa taloustieteelliselle näkemykselle paljon tutkittavaa. Lisäksi Suomi on osa Eurooppaa, joten on luontevaa ja mielenkiintoista tutkia oman mantereen tapahtumia. Tieteenalalle aihe on tärkeä, koska Suomessa tutkimusta aiheesta ei liialti ole. On tärkeää ymmärtää ilmiöitä erilaisten tapahtumien taustalla – ja se pätee myös urheiluun ja tarkemmin jalkapalloon.

Tutkimuskysymyksenä haetaan vastausta laveaan ongelmaan: Ovatko eurooppalaiset jalkapalloseurat rationaalisia päätöksentekijöitä – ja mitkä tekijät vaikuttavat sen menestykseen niin kentällä kuin sen ulkopuolella? Aiheen voi jakaa pienempiin osakysymyksiin; millä tavalla toimii seurojen pelaajasiirtopoliittikka? Mikä on urheilusarjan optimaalinen rakenne joukkueiden kannalta? Millä tavalla kansainväliset

ottelut vaikuttavat joukkueiden menestykseen pidemmällä aikavälillä? Mistä koostuu jalkapalloseuran liikevaihto – ja miten sitä voi kasvattaa?

Jalkapallo on myös vuosien saatossa muuttunut yhä suuremmaksi bisnekseksi – ja sitä kautta puhtaasti rahan merkitys on kasvanut suuremmaksi ja suuremmaksi. Tästä esimerkkinä toimii kappaleessa 4.3.1 käsiteltävä Superliiga; koronapandemian aikana Euroopan suurimmat jalkapalloseurat halusivat muodostaa oman kansainvälisen sarjansa; Superliigan. Tähän liigaan osallistuville luvattiin muun muassa kullekin seuralle 3,5 miljardin euron arvoinen ”avausmaksu”, jolla oltaisiin voitu ehkäistä koronapandemian negatiivisia tulovaikutuksia. Idea kuitenkin tyrmättiin urheilu- ja jalkapallomaailmassa monelta taholta nopeasti – eikä liigaa ainakaan vielä ole päästy muodostamaan valtavista rahamääristä huolimatta.

Urheilun taloustiede on muutakin kuin vain numeroita. Urheilusta saatavan datan – ja sen avulla tehtävien mallien myötä voidaan arvioida ihmisten käyttäytymistä myös muissa tilanteissa kuin urheilusuorituksessa. Tästä puhutaan jo luvussa kaksi, kun Bar-Eli ym. (2020) kuvaavat paperissaan, kuinka urheilu tarjoaa laboratorion erilaisten käyttäytymismallien tutkimiselle. Samasta aiheesta puhutaan myös Fizelin (2017) paperissa. Fizel (2017) näkee, että urheilun taloustiede tarjoaa jopa uniikkeja mahdollisuuksia niin teoreettiseen kuin empiiriseen analyysiin. Hänen mukaansa urheilu luo tilanteen, jossa jokainen yksilö ajattelee omaa etuaan ja tekee siihen liittyviä parhaita mahdollisia päätöksiä. Samasta ajattelutavasta lähtee liikkeelle ihmisten taloudellisten päätösten analysointi; rationaalisuudesta. Urheilu siis luo siis ainutlaatuisia paikkoja analysoida ja tutkia ihmisten käyttäytymistä taloustieteellisestä näkökulmasta. Voisi sanoa, että urheilun taloustiede antaa ainakin mahdollisuuden päätellä ihmisten käyttäytymistä ja ratkaisuja niin psykologian kuin itse suorituksen puolelta. Se tarjoaa potentiaalia oivaltavalle tutkimukselle.

Tutkielma lähtee liikkeelle tutustumisella urheilun taloustieteen historiaan ja sen luomiin mahdollisuuksiin sekä menetelmiin. Näitä käsitellään luvussa kaksi, joka on myös tutkielman ensimmäinen varsinainen luku. Kappaleessa 2.4 pureudutaan joukkueurheilun taloustieteen malleihin. Tässä analysoidaan täydellisen kilpailun mallia, urheilusarjan optimaalista rakennetta sekä urheilumarkkinan erikoisuuksia. Etenkin urheilumarkkinan erikoisuudet ovat mielenkiintoista pohdintaa; voiko urheiluseura tai yksittäinen urheilija menestyä ilman kilpailijoita ja miten tämä vertautuu muihin taloustieteen aloihin?

Luku kolme käsittelee eurooppalaista jalkapalloa – ja sen mekanismeja. Kansainvälisten pelien merkitys on todella suuri – niistä saatavat tulot, yleisön kiinnostus ja sitä kautta paremmat pelaajat luovat lisää menestymismahdollisuuksia; tämä on pyörä, joka ei vauhtiin päästessään lakkaa pyörimästä. Kansainvälisten pelien lisäksi käsitellään paikallisotteluita eli derbyjä; niiden merkitystä yhteisölle, seuralle ja pelaajille sekä käyttäytymis- että taloustieteellisestä näkökulmasta.

Luvussa neljä käsitellään niin sanottujen eliittiseurojen taloutta ja laajemmin julkisesti listautumisen merkitystä. Eliittiseuroiksi lasketaan Deloitteen määritelmän mukaan noin 30 seuraa liikevaihdolla mitattuna. Monesti nämä seurat ovat myös menestykseltään Euroopan parhaimmista. Listautumista pohditaan Leachin ja Szymanskin vuonna 2015 kehitetyn mallin avulla; käytännössä tämä kuvaa siirtymää hyödynmaksimoinnista voitonmaksimointiin. Pohjois-Amerikkalaiset ekonomistit ajattelevat ammattilaisurheiluseurojen olevan voitonmaksimoijia, kun taas Euroopassa tähän suhtaudutaan skeptisesti ja urheiluseuroja pidetään lähinnä hyödynmaksimoijina, joilla on olemassa oleva budjettirajoite.

Lisäksi luvussa neljä tutkitaan mistä jalkapalloseurojen liikevaihto koostuu; pääsyliput, tv-oikeudet ja kaupalliset sekä mainokselliset sopimukset ovat tässä pääosassa. Liikevaihdon lähde on vuosien saatossa vaihtunut enenevässä määrin pääsylipuista kohti mainontaa ja sponsorointisopimuksia. Viimeisenä luvussa neljä on käsitellyssä, kuinka stadioneilta on siirrytty televisioon – ja viimeisimpänä televisiot ovat vaihtuneet ns. streemaupalveluiksi.

Lopuksi luvussa viisi mietitään mahdollisia johtopäätöksiä kasatusta kirjallisuuskatsauksesta; mihin suuntaan eurooppalainen jalkapalloilu on taloustieteen näkökulmasta menossa – ja mitä on jo tapahtunut.

Muutos on urheilumaailmassa jatkuvaa ja nopeaa, mikä tekee aiheen tutkimisesta todella mielenkiintoisen ja mukaansatempaavan kokonaisuuden. Urheilussa huomattuja käyttäytymismalleja voidaan soveltaa myös muuhun elämään ja se tarjoaa jopa ainutlaatuisen laboratorion erilaisten tapahtumien ja syy-seuraussuhteiden tutkimiseen.

## 2 URHEILUN TALOUSTIEDE

### 2.1 Urheilun merkitys

Vuonna 2017 lähes puolet suomalaisista kävi paikan päällä seuraamassa jotain urheilulajia. Tarkka prosenttiluku on 46% vähintään kymmenen vuotta täyttäneistä kotimaan kansalaisista. Tämä selviää Tilastokeskuksen tekemästä vuonna 2017 julkaistusta vapaa-ajantutkimuksesta. Eniten suomalaisia kävi katsomassa jääkiekkoa, 21,2%, ja toiseksi eniten jalkapalloa, 13,4%. (Stat.fi 27.5.2019). Maailmalla jalkapalloa pelaa 250 miljoonaa pelaajaa yli 200 maassa. Se on maailman suosituin urheilulaji. Jalkapallolla arvioidaan olevan maailmanlaajuisesti 3,5 miljardia seuraajaa – eli lähes puolet maailman väestöstä (Sportsshow.net 3.10.2020).

Taloudellisesti urheilua – ja etenkin ammattilaisurheilua – voi pitää erittäin merkityksellisenä. Esimerkkinä televisiointikeuksien arvon kehitystä: Vuonna 1948 Olympialaisten tv-oikeuksista maksettiin 27 000 puntaa, kun vuonna 2008 tämä summa oli jo 3,6 miljardia puntaa. Kehitys on ollut samansuuntaista kuin tv-oikeuksissa myös sponsoroinnissa ja pelaajien palkoissa (Downward & Dawson 2000, 2).

Urheilun ympärillä on laaja joukko erilaisia intressiryhmiä; kannattajat, mainostajat, sponsorit, media ja fanituoteyhtiöt. Tätä joukkoa eri toimijoita voisi kutsua monitahoiseksi markkinaksi. Nämä tahot eivät ole toistensa kanssa tekemisissä suoraan, vaan niiden voidaan katsoa aiheuttavan toisilleen ulkoisvaikutuksia. Nämä ulkoisvaikutukset vaikuttavat markkinoiden kysyntään ja hinnoitteluun. Joukkoa yhdistää se, että kaikki hyötyvät joukkueen sekä sarjan kilpailullisuudesta omalla tavallaan. (Dietl ym. 2012, 337).

### 2.2 Historia

Nykypäivänä urheilun taloustiede on vakiintunut taloustieteen erikoisala, johon on suurta kiinnostusta sekä akateemiselta että ammatinharjoittajien puolelta. Alalla on jo maineikkaita erikoisjulkaisuja, kuten ”Journal of Sports Economics (JSE)” ja ”International Journal of Sports Finance”. (Koning & Kesenne 2021, 1) Urheilun taloustiede vastaanotti ”teknisen sertifiointin” vuonna 2015, kun se lisättiin ”Journal of Economic Literature” -julkaisuun. Se on kuitenkin ollut olemassa jo pitkään sitä ennen;

jopa ennen kuin ensimmäinen numero JSE:stä ilmestyi vuonna 2000. (Koning & Kesenne 2021, 5)

Simon Rottenbergin urauurtava artikkeli vuonna 1956 ilmestyneessä *Journal of Political Economy*n numerossa on yleisesti hyväksytty urheilun taloustieteen kehityksen aloituspisteeksi. Artikkelissa hän käsittelee lopputuloksen epävarmuutta, urheilun työmarkkinoiden monopsonista rakennetta ja tuotteen sekä kysynnän luonnetta (yleisömäärät). Artikkelin käsitteli amerikkalaista baseballia ja siihen liittyviä taloustieteellisiä kysymyksiä. Toisena merkittävänä artikkelina alan alkuajoilta pidetään Walter C. Nealen kirjoittamaa ”The Peculiar Economics of Professional Sports” -paperia julkaisusta *The Quarterly Journal of Economics*. (Sloane 2006, 1-2) Nealen paperia käsitellään tässä luvussa kappaleessa 2.3.4.

Alan voidaan katsoa puhjenneen kukkaan 1970-luvulla ja kasvaneen tasaisesti siitä eteenpäin. Tällä hetkellä yli 100 korkeakoulua Yhdysvalloissa tarjoaa kursseja liittyen urheilun taloustieteeseen. Maailmanlaajuisesti alalla voidaan katsoa olevan ainakin kymmenen kirjaa, jotka ovat omistettu pelkästään urheilun taloustieteelle. (Rottenberg 2006, 17) Alan suotuisen kehityksen ei kuitenkaan voida katsoa johtuneen pelkästään sen taloudellisella tärkeydellä, koska sen osuus esimerkiksi USA:n arvonlisäyksestä ei ole merkittävän suuri. (Rottenberg 2006, 18) Syyt urheilun taloustieteen merkityksen kasvulle ovat kuitenkin läpinäkyviä: Rottenbergin (2006) mukaan ensinnäkin urheilulla on paljon suurempi sosiaalinen merkitys kuin pelkät työllisyys- ja myyntilukemat antaisivat ymmärtää. Jos jonkun alan merkittävyyttä mitataan medianäkyvyyden (lehdet, televisio) perusteella, on urheilu kahden tai kolmen suurimman alan joukossa. Toinen merkittävä asia on urheilun laajalle levinnyt kiinnostus; myös monet akateemiset taloustieteilijät ovat kiinnostuneita urheilusta ja se heijastuu suureen määrään tehtyä tutkimusta. (Rottenberg 2006, 19)

Toinen syy tutkia urheilua taloustieteellisestä näkökulmasta on sen tarjoamat mahdollisuudet teoreettiseen ja empiiriseen tutkimukseen. Näitä mahdollisuuksia voidaan käyttää hyväksi etenkin mikrotaloustieteessä. Suurten tieteellisten panosten merkitys alalle johtuu erityispiirteistä urheilun tuotantoprosessissa ja kysynnässä urheilutapahtumille. Yhteisölle työn tärkeys johtuu joukosta julkisen politiikan kysymyksiä; kilpailupolitiikka, televisiolähetysten säätely, työmarkkinasuhteet ja hallinnon mahdolliset tuet. (Rottenberg 2006, 19)

### 2.3 Mahdollisuudet ja menetelmät

Urheilun voidaan ajatella olevan ideaalinen testipaikka taloustieteen hypoteeseille; osallistujan tavoite on yleensä helposti näytettävissä – voittaminen ja palaute siihen liittyvien tekojen suhteen on nopeaa. Kannattajakysyntä mitattuna sillä ajalla, jota käytetään urheilun katsomiseen paikan päällä tai television välityksellä on suurta. Urheilukilpailun taustalla olevan tuotantoprosessin ymmärtäminen on tärkeä osa urheilun kulutusta. Kannattajat mittaavat hyötyä keskustelemalla joukkueiden laadusta, viimeisimmistä pelaajasiirroista, tuomarivirheistä, yksilöiden suorituksista ja erilaisten kilpailullisuusaspektien vertailuilla. (Koning & Kesenne 2021, 1)

Bar-Eli ym. (2020, 1) mukaan on kaksi tapaa tarkastella taloustieteen ja urheilun välistä suhdetta. Ensimmäinen on urheilun taloustiede, missä taloustiedettä käytetään urheiluteollisuuden ”palveluna”; analysoidaan seurojen kannattavuutta, kysyntää, kilpailullisuutta ja muuta vastaavaa. Toinen vaihtoehto on kääntää asetelmaa toisin päin; mitä urheilu voi tarjota taloustieteelle?

Syy jälkimmäisen vaihtoehdon houkuttelevuuteen on paperin mukaan selvä: luonto harvoin luo tilannetta, joka mahdollistaa selkeän kuvan erilaisista ilmiöistä todellisen maailman monimutkaisuuden vuoksi. Urheilusta saatava data antaa kuitenkin mahdollisuuden katsoa tällaisten esteiden yli ja tarjoaa erinomaisen laboratorion, jossa voi tutkia ihmisen käytöstä todella kilpailullisessa ympäristössä. Nobel-palkinnon voittanut Daniel Kahneman onkin osuvasti todennut: ”Urheilun opiskeleminen on loistava idea, koska ihmiset tekevät heille todella merkittäviä ratkaisuja standardisoiduissa olosuhteissa. Se on itse asiassa yksi parhaista paikoista tehdä tätä.” Samassa hengessä myös toinen Nobel-palkittu, Gary S. Becker viittasi jalkapalloon tärkeänä alustana, mikä antaa mahdollisuuden tarkastella taloudellista käyttäytymistä kuten markkinoiden tehokkuutta tai sosiaalisia vaikutteita. (Bar-Eli ym. 2020, 1)

Hyödyntämällä dataa ammattilaisurheilusta, jossa osallistujilla on vahva tahto voittaa, on monta etua. Ensimmäisenä se eliminoi mahdollisen ajatuksen siitä, etteikö niin sanottuja laboratorio-olosuhteita voisi soveltaa reaaliaikaisen maailman. Toisekseen urheilusta saatava data antaa uniikin mahdollisuuden tarkkailla ja mitata suorituskykyä erilaisten muuttujien funktiona, kuten kykyjen, kannustimien, sukupuolen ja niin edelleen. Viimeisenä ja kolmantena kohtana voidaan ajatella, että urheilukilpailussa jokaisella osanottajalla on joka hetki tiedossa heidän suhteelliset asemansa muihin nähden, mikä on

hyödyllistä strategisessa ponnistelujen kohdentamisessa. Tässä mielessä urheiludata onkin todella uniikkia; se tarjoaa suuren määrän yksityiskohtaista tietoa, jota voidaan käyttää tutkimukselliseen käyttöön. (Bar-Eli ym. 2020, 1)

Myös Fizel (2017, 1) puhuu paperissaan urheilun taloustieteeseen liitetystä uniikeista mahdollisuuksista niin teoreettisessa kuin empiirisissä analyysissä. Urheiluteollisuus vetää huomattavasti muita aloja enemmän mielenkiintoa puoleensa ja urheilun kysymykset ovat pysyvästi päivittäisissä reportaaseissa; niin medioissa kuin ihmisten keskinäisissä keskusteluissa. Urheilua käytetään myös paljon esimerkkinä kirjoissa, puheissa ja opetustilanteissa. Jälleen kerran esille nousee myös urheilun erityisluonne; urheilun tuotos syntyy yhteisestä tuotteesta, johon osallistuvat joukkueet ja sarja. Ilman näitä ei tuotos olisi mahdollinen.

Kolmanneksi Fizel (2017, 4) nostaa esille sen, että taloudellinen analyysi lähtee usein liikkeelle yksilön päätöksenteosta, jota motivoi oma etu. Tämä sopii täydellisesti urheiluteollisuuteen, koska urheilussa yksilöä ja joukkuetta sekä niiden päätöksiä on helpohko mitata ja päätellä kuinka päätöksenteko ja suoritus muuttuu, kun rakenteita on muutettu. Viimeisenä kohtana todetaan, että myös urheilumaailmassa työntekijöiden tuottavuuden, työvoiman suhteiden, markkinoinnin ja tuottavuuden taloudellinen analyysi menee samaan suuntaan kuin taloudellisissa aktiviteeteissa yleensäkin. Datan runsaus tekee alasta laboratorion, jossa voidaan havainnoida sellaisia taloudellisia ja käyttäytymiseen liittyviä teorioita, jotka eivät muilla aloilla ole mahdollista puutteellisen informaation vuoksi. (Fizel 2017, 4)

On kuitenkin huomioitava, ettei urheiludatakaan ole täydellistä. Siinä on ongelmansa, jotka saattavat nostaa kysymyksiä sen ulkoisesta pätevydestä. On mahdollista, että ammattilaisurheilijoilla on erilaisia preferenssejä ja ominaisuuksia. Tämä voi mahdollistaa sen, etteivät he ole niin sanotusti edustavia yleisessä väestössä ja heidän päätöksenteossaan, ainakaan kaikissa yhteyksissä. Urheilu monesti vaatii huippuluokan motorisia taitoja, tiivistä matkustamista, perheestä erossa olemista ja epätavallista ulkoista painetta. Kaikki edellä mainittu on harvinaista tavalliselle väestölle. (Bar-Eli ym. 2020, 4)

On myös mainittava, että suurin osa urheilulajeista on homogeenistä riippumatta sukupuolesta, mikä on epätavallista muissa konteksteissa – kuten työmarkkinoilla. Sen takia olisi syytä olla varovainen ennen kuin yleistää urheiludatasta saatavia löytöjä ja myös rehellinen sen suhteen, mitä osia datasta voi ja ei voi yleistää. (Bar-Eli ym. 2020, 4)

Mahdollisuus käyttää urheiludataa päätöksenteon yleisempään tutkimukseen tekevät tästä urheilun, psykologian ja taloustieteen risteyksestä hedelmällisen alueen. Se luo potentiaalia mielenkiintoiselle ja oivaltavalle tutkimukselle. (Bar-Eli ym. 2020, 4)

## 2.4 Joukkueurheilun taloustieteen mallit

### 2.4.1 Täydellisen kilpailun malli

Downward ja Dawson antavat kirjassaan (2000) esimerkin täydellisen kilpailun mallista. Tällaisessa yksittäinen jalkapallosarja koostuisi voittojaan maksivoivista seuroista, jotka tuottaisivat kaikki täysin samanlaista urheilutuotetta seuraajille, jotka pyrkivät maksimoimaan heidän hyötynsä tai nautintonsa. Joukkueilla on mahdollisia rahallisia tuloja ja nämä korreloivat kysynnän ja kustannuksien kanssa. Täydellisen kilpailun mallin keskeinen termi on marginaalikustannus; urheilun tapauksessa marginaalikustannuksena voidaan pitää sellaista lisäkustannusta, jota vaaditaan yhden ylimääräisen voiton saamiseen. Ajatellaan, että joukkueen tuotanto määritellään sen saavuttamien voittojen määrällä. Tällöin marginaalikustannus määrittää sen, kuinka monta ottelua joukkue voittaa sillä vallitsevalla hinnalla, jonka se veloittaa ottelulta. (Downward & Dawson 2000, 13-16)

Urheilujoukkueen tapauksessa esimerkkinä kiinteästä kustannuksesta voidaan pitää investointia uuteen stadioniin; kiinteänä kuluna on rakentamiseen otetusta lainasta maksettava lyhennys. Tällaiset kulut pitää maksaa, pelasi joukkue tai ei. Vastaavasti muuttuvana kulu voidaan esimerkiksi pitää pelaajia; jos seuran taloudellinen tilanne käy tukalaksi, voi seura myydä pelaajan ja näin pienentää palkkakulujaan sekä saada korvausta myymästään pelaajasta. (Downward & Dawson 2000, 16)

Esimerkkinä edellä käsitellyistä muuttuvista kustannuksista - ja etenkin niiden merkityksestä - voidaan pitää tämän hetkistä FC Barcelonan tilannetta. Seura on koronakriisin jäljiltä isoissa talousvaikeuksissa ja sitä voi uhata jopa konkurssi. Ongelmat juontavat juurensa paitsi koronakriisiin myös massiivisesti kasvaneisiin palkkakuluihin. Joukkueen tähtipelaajan Lionel Messin on raportoitu tienaavaan nelivuotisella sopimuksellaan yhteensä 555,2 miljoonaa euroa. Tämä on historian suurin yksittäiselle jalkapalloilijalle maksettu palkka. Samaan aikaan FC Barcelonan raportoidaan olevan velkakierteessä – velkaa sillä on jopa 1,17 miljardia euroa, joista 730 miljoonaa erääntyvät lyhyellä aikavälillä. Messin – sekä muiden pelaajien – sopimukset ovat merkittäviä, koska FC Barcelonalla menee palkkoihin jopa 74% kaikista sen saamista



tuloista. (forbes.com 31.1.2021). Downwardin ja Dawsonin (2000, 16) mainitsemat muuttuvat kustannukset sekä niiden sopeutus voivat olla elintärkeitä jopa koko seuran olemassaolon ja tulevaisuuden kannalta.

Urheilusarjoja voidaan Downwardin ja Dawsonin (2000, 17) mukaan pitää esimerkkeinä monopoleista. Tämän voisi myös omalla pohdinnalla todeta oikeansuuntaiseksi päätelmäksi; esimerkkinä kotimainen Veikkausliiga. Veikkausliiga on monopoliasemassa, koska se on Suomessa ainoa pääsarjajalkapalloa tarjoava taho. Periaatteessa olisi mahdollista, että jokin toinen järjestäjä voisi perustaa kilpailevan sarjan uusilla joukkueilla ja kertoa olevansa uusi suomalainen jalkapallon pääsarja. Todellisuudessa tällaisen olisi hankala nähdä menevän läpi, koska Suomen Palloliitolla ja Euroopan jalkapalloliitolla (UEFA) on tarkat kriteerit sarjojen järjestämiseen.

Täydellisen kilpailun mallissa on myös yleisesti käytössä käsite ulkoisvaikutukset. Ulkoisvaikutus voi usein johtaa markkinoiden epäonnistumiseen. Ammattilaisurheilussa positiivisena ulkoisvaikutuksena voidaan pitää sen myönteisiä vaikutuksia sitä seuraavaan mediaan. Monien tabloid-lehtien suosion kasvu on erottamattomasti yhteydessä urheiluun. Vaikka pelit voisivat pyöriä ilman median läsnäoloa, media ei voisi hyötyä urheilusarjasta, jos kyseistä sarjaa ei olisi olemassa. Tämän takia urheilusarjoilla on positiivinen ulkoisvaikutus mediaan. Toinen vastaava positiivinen ulkoisvaikutus on nähtävillä pelialalla. Voidaan perustellusti olettaa, että yleisön kiinnostus luo lisää mielenkiintoa eri pelikonsoleilla pelattaviin urheilupeleihin. (Downward & Dawson 2000, 19-20).

#### 2.4.2 Urheilusarjan optimaalinen rakenne

Ammattilaisurheilu on aivan uniikissa asemassa rakenteeltaan. Se on maailman ainoa ala, jossa tuotannon järjestävät sarjat. Voisi ajatella, että yksittäinen joukkue on yritys ja sitä voisi käsitellä tuotantoyhtiönä. Mutta näin ei kuitenkaan ole; jokainen joukkue tarvitsee vähintään yhden vastustajan, jotta se voi pelata ottelun. Tämäkään ei riitä, sillä yksittäinen ottelu ei yleensä ole sellaisenaan kiinnostava, vaan kiinnostuksen syntymiseen tarvitaan, että ottelussa on jonkinlainen panos. Panos saadaan siitä, että monta joukkuetta kilpailee keskenään mestaruuden voittamisesta – ja tähän tarvitaan kokonainen sarja. (Dietl ym. 2012, 336)

Urheilullisesta näkökulmasta jokainen joukkue haluaa voittaa niin monta peliä kuin mahdollista. Taloudellisesti joukkueet eivät tosin niinkään ole kilpailijoita – vaan enemmänkin komplementaarisia hyödykkeitä. Tämä tarkoittaa sitä, että urheilujoukkueet

haluavat myös kilpailijoidensa olevan vahvoja. Tiukka sarja tuo siihen mielenkiintoa – ja sitä kautta katsojia sekä rahaa. Eli mitä kilpailullisemmat joukkueet sarjassa on, sen tasaisempana pysyy sarjataulukko ja sen houkuttavuus kasvaa. Näin siitä tulee taloudellisesti arvokkaampi. (Dietl ym. 2012, 337)

Edellä mainitun voisi ajatella pitävän paikkansa myös omalla kokemuksella neutraalin sivustakatsojan roolissa. Onhan yksittäinen ottelu mielenkiintoisempi, jos vastakkain ovat kaksi tasaväkistä joukkuetta, jotka ratkaisevat mestaruuden verrattuna panoksettomaan ottelu, jossa mestaruus on jo ratkennut ja joukkueiden tasoero on suuri. Oman mausteensa kiinnostavuuskeskusteluun tuovat myös ns. derby-ottelut, eli paikalliskamppailut. Tätä aihetta käsitellään tarkemmin osioissa 3.2.4.

Empiiriset tutkimukset ovat kuitenkin osittain eri mieltä kuin edellä käydyt esimerkit. Rodriguezin ym. (2015, 85) keräämien tilastojen perusteella kannattajat tuntuisivat preferoivan voittavaa kotijoukkuetta, mutta samalla niin, että kilpailu on myös tiukkaa. Jos kilpailua ei ole ollenkaan ja paras joukkue on sarjassa täysin ylivoimainen, voi sarja käydä tylsäksi. Näin ollen optimaalisen voittoprosentin pitäisi joukkueilla olla 0,5 ja 1,0:n välillä. (Rodriguez ym. 2015, 85).

Rodriguez ym. (2015, 86) käsittelevät kirjassaan Nashin tasapainoon perustuvan mallin. Tässä mallissa pyritään optimoimaan edellä mainittua ongelmaa eri parametrien avulla. Oletetaan yksinkertainen kahden joukkueen sarja, missä  $x$  on suuren markkinan joukkue ja  $y$  pienen markkinan joukkue:

$$R_x = R(m_x, w_x) \quad \text{with } w_x = \frac{t_x}{t_x + t_y}$$

$$R_y = R(m_y, w_y) \quad \text{with } w_y = \frac{t_y}{t_x + t_y}$$

Tässä mallissa voittoprosentit määräytyvät joukkueiden suhteellisen lahjakkuuden ( $t$ ) avulla. Oletetaan voittoa maksimoiva Nashin tasapaino, jossa lahjakkuuden kustannus on ( $c$ ). Tästä saamme reaktiofunktiot:

$$\frac{\partial R_x \partial w_x}{\partial w_x \partial t_x} = c = \frac{\partial R_y \partial w_y}{\partial w_y \partial t_y} \Rightarrow \frac{\partial R_x}{\partial w_x} t_y = \frac{\partial R_y}{\partial w_y} t_x$$

Tästä saamme:

$$\frac{t_x}{t_y} = \frac{\frac{\partial R_x}{\partial w_x}}{\frac{\partial R_y}{\partial w_y}} \quad \text{ja jos}$$

$$t_x > t_y \quad \frac{\partial R_x}{\partial w_x} > \frac{\partial R_y}{\partial w_y}$$

Koska optimaalinen sarjan kokonaisvoitto saadaan vain, jos  $\frac{\partial R_x}{\partial w_x} = \frac{\partial R_y}{\partial w_y}$ , ei Nashin tasapaino ole tehokas. Sarjan voittoa voidaan kasvattaa tekemällä kilpailusta epätasapainoisempaa. (Rodriguez ym. 2015, 86)

Paperin mukaan voidaan päätellä, että kokonaishyvintointia maksivoivaan urheilusarjaan ei vaikuta vain markkinoiden suhteellinen koko tai pelkästään joukkueiden kannattajat, vaan myös passiiviset katsojat, jotka seuraavat pelejä televisiosta. Päätelmänä on, että mitä enemmän sarjaa televisioidaan ja mitä tärkeämpiä televisiointioikeudet ovat sen bisneksen kannalta, sitä tasaisempaa kilpailun pitäisi olla. Poikkeuksen tähän voivat tehdä ns. supersuosittu joukkueet, joiden kannattajille riittää, että joukkue voittaa. (Rodriguez ym. 2015, 91-92)

Vrooman (1995, 1) käsittelee paperissaan ammattilaisurheilun yleistä teoriaa. Hänen mukaansa ammattilaisurheilun taloustiedettä on usein käsitelty siitä näkökulmasta, että isomman markkina-alueen joukkue dominoi pienemmän markkina-alueen joukkuetta. Tämän perusteella ajatellaan, että joukkueiden välistä kilpailutasapainoa pitävät ulkopuoliset rakenteet olisivat näin melko tehottomia. Vrooman (1995, 1) haluaa kuitenkin paperissaan haastaa tätä näkemystä ja pohtia, voisiko suuren markkinan dominanssin kumota muut urheilusarjan taloudelliset ja institutionaaliset ominaisuudet. Tätä varten on luotu malli; se rakentuu urheilusarjasta, jossa on kaksi joukkuetta ja niillä molemmilla on tulo- ja kustannusfunktiot:

$$R_i = R_0 p_i^\alpha w_i^\beta$$

$R_i$  = Joukkueen  $i$  kokonaistulot

$R_0$  = Molempien joukkueiden eksogeeniset tulot

$\alpha$  = Markkina-alueen tulovaikutus

$\beta$  = Voittamisen (urheilullinen) tulojousto

$p_i$  = Kotimarkkinan koko joukkueelle  $i$

$w_i$  = Joukkueen  $i$  voittoprosentti

$$C_i = C_0 p_i^\gamma w_i^\delta$$

$C_i$  = Joukkueen  $i$  kokonaiskustannukset

$C_0$  = Molempien joukkueiden eksogeeniset kustannukset

$\gamma$  = Markkina-alueen negatiiviset ulkoiskustannukset

$\delta$  = Voittamisen (urheilullinen) kustannusjousto

$w_i$  = Joukkueen  $i$  voittoprosentti

Koska joukkueiden voittoprosenttien summaksi on tultava yksi, ovat ne nollasummapeliä:

$$\sum_{i=1}^n w_i = \frac{n}{2} = 1$$

Tästä saamme voittoa maksimoivien joukkueiden kilpailullisen tasapainon:

$$\frac{w_1}{w_2} = \left( \frac{p_1}{p_2} \right)^{\frac{\alpha-\gamma}{\delta-\beta}}$$

Mallia voisi tulkita parametreittäin seuraavasti:

$\alpha$ : Markkinan koko luo etua tuloihin, joka johtaa suuremman markkinan dominointiin pelikentällä, siten että  $\alpha > 0$ , kun  $p_1 > p_2$ .

$\beta$ : Marginaalitulojen on oletettu olevan kasvamaton voittamisen funktio ja kaikilla joukkueilla on oletettu olevan samanlaiset tulofunktiot siten että  $\beta \leq 1$ .

$\gamma$ : Lahjakkuuden yksikön hinnan on oletettu olevan sama kaikille, siten että  $\gamma = 0$ .

$\delta$ : Marginaalikustannusten on oletettu olevan ei-vähenevä funktio ja kaikilla joukkueilla on oletettu olevan samanlaiset kustannusfunktiot, siten että  $\delta \geq 1$ . (Vrooman 1995, 1-4)

### 2.4.3 Urheilumarkkinan erikoisuudet

Yksi tunnetuimmista urheilumarkkinoiden ja niiden erikoisuuksiin keskittyvistä papereista on Walter C. Nealen julkaisema *The Peculiar Economics of Professional Sports*, vapaasti käännettynä ammattilaisurheilun omaperäinen taloustiede. Artikkelin on julkaistu vuonna 1964. Neal mainitsee paperissaan, miten erityisessä asemassa urheilupromoottorit ja ammattilaisurheilujoukkueiden omistajat ovat. Hän käyttää yksilöurheilusta esimerkkinä nyrkkeilijää; hän haluaa maksimoida voittonsa tienaamalla mahdollisimman paljon rahaa. Normaalistihan yritys haluaisi monopoliasemaan tai mahdollisimman heikkoja kilpailijoita, jotta maksimaalinen tuotto ohjautuu heille. Nyrkkeilijä ei kuitenkaan tähän voi pyrkiä, koska otellakseen hän tarvitsee vastustajan. Vastustajan on myös oltava mahdollisimman hyvä, että ottelu kiinnostaa yleisöä ja näin tuo enemmän rahaa pöytään.

Samanlainen ongelma on myös joukkueurheilussa. Tässä Neal käyttää esimerkkinä yhdysvaltalaisesta baseball-joukkuetta New York Yankeesia. Kuvitellaan, että Yankees pystyisi ostamaan koko baseball-liigan ja hakeutuisi monopoliasemaan maksimoidakseen tuottonsa. Tämä ei kuitenkaan olisi kovinkaan optimaalinen tilanne, koska siinä vaiheessa Yankeesilta loppuisivat pelit ja tätä kautta tulot.

Sen sijaan pienen hetken ajan 1950-luvun lopulla Yankees ei menestynyt totutusti ja oli niin sanotussa urheilukriisissä. Tämä kuitenkin johti suurempiin yleisömääriin sinä aikana. Voidaankin ehkä todeta, että urheilujoukkueen on oltava hyvä, mutta ei liian hyvä. (Neale 1964, 1-2)

### 3 EUROOPPALAINEN JALKAPALLO

#### 3.1 Tulot ja menestys

##### 3.1.1 Kansainvälisten pelien merkitys

Eurooppalaisessa jalkapallossa pelataan avoimilla sarjajärjestelmillä. Tämä tarkoittaa sitä, että maan pääsarjasta voi pudota alempaan divisioonaan ja vastaavasti alemmasta divisioonasta voi nousta pääsarjaan. Tämä eroaa merkittävästä amerikkalaisista pääsarjoista, joissa tippuminen ja nouseminen ei ole mahdollista. Amerikan mallia kutsutaan ns. suljetuiksi sarjoiksi, kun Euroopassa puhutaan avoimista sarjoista.

Eurooppalaista jalkapalloa dominoivat suhteellisen pieni määrä eliittijoukkueita ja kuilu muihin kasvaa jatkuvasti. Tämän voidaan katsoa johtuvan yksinkertaistetusti rahasta; mitä enemmän seuralla on rahaa, sitä enemmän se myös menestyy. (Barsch 2015, 1-2). Tätä voidaan kuvata myös ns. polkuriippuvuusteoriolla, jota sovelletaan jalkapalloon. Polkuriippuvuus on ilmiö, jonka mukaan menneillä tapahtumilla voi olla vaikutusta tuleviin valintoihin. Se voi aiheuttaa talouteen epärationaalisia ilmiöitä ja nämä vaikuttavat käyttäytymiseen sekä innovaatioihin ja viime kädessä yritysten toimintaan. (Barsch 2015, 12-16). Barschin (2015, 15) mukaan edellä mainittua teoriaa voidaan soveltaa myös eurooppalaiseen jalkapalloon. Pääasiassa jalkapallossa tuloa syntyy ottelulippujen myynnistä, stadionpalveluista, seuran brändin kaupallistamisesta, mainoksista, mediaoikeuksista sekä pelaajien myynnistä. Kaikki mainitut keinot ovat ekonomisia ja siksi polkuriippuvuutta voidaan soveltaa. Jalkapallossa toimijan pitää kohdata kaikki kolme tekijää, jotka ovat alisteisia polkuriippuvuudelle: konventionaaliset markkinat, liiga tai sarja markkinapaikkana ja instituutiot; toisin sanoen raha, menestys ja vaikutusvalta. Polkuriippuvuutta voidaan Barschin mukaan lähteä tutkimaan seuraavista lähtökohdista; asiakas eli kannattaja, muut taloudelliset toimijat sekä itse seurat. Viimeksi mainittu pitää vielä jakaa kahteen eri kategoriaan; seuroihin liigan sisällä ja institutionaalsiin toimijoihin. (Barsch 2015, 16)

Voidaan katsoa, että lisääntyneiden kansainvälisten pelien määrä kasvattaa seuran tuloja. Kansainväliset pelit avaavat mainostajille sekä muille toimijoille uusia markkina-alueita. Se auttaa myös pienempiä toimijoita; pienemmät mainostajat saavat joukkueen

menestyksestä johtuen parempaa, positiivista imagoa, tämä kohentaa brändiä ja se johtaa kasvaviin tuloihin.

Yksinkertaistettuna joukkueen menestys johtaa mainostajien suurempiin investointeihin. Myös kannattajat voivat olla halukkaita käyttämään enemmän rahaa lippuihin sekä fanituotteisiin. Tällä rahalla seurat voivat investoida esimerkiksi uusiin harjoitus- tai stadiontiloihin; parempaan infrastruktuuriin. Jalkapallojoukkueen investoinnit pitää nähdä pyrkimyksenä kerätä parhaat mahdolliset elementit, jotta joukkue voisi menestyä. Joukkueen tärkein tehtävä on voittaa – ja keräämällään rahoilla heidän pitäisi rakentaa niin hyvä (voittava) joukkue kuin mahdollista. Mitä parempia pelaajia seura yrittää saada, sitä vähemmän heitä on markkinoilla, joten seurat ovat todella kilpailullisilla markkinoilla yrittäessään saada mahdollisimman lahjakkaat pelaajat itselleen. Joten mitä enemmän seuralla on rahaa, sitä paremmat pelaajat se voi saada verrattuna sellaisiin joukkueisiin, joilla rahaa on vähemmän. (Barsch 2015, 17)

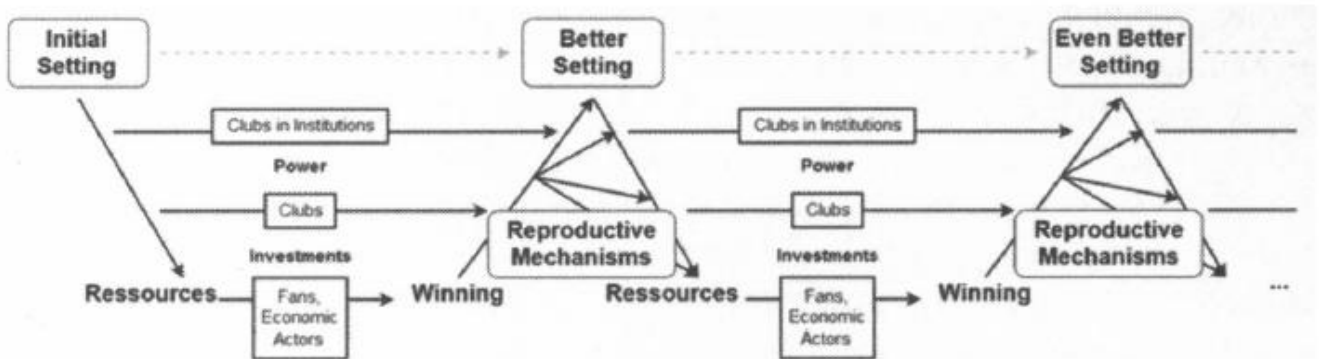
Seurat ovat institutionaalisia toimijoita. Tämä on tärkeää, koska Mestarien Liigassa sekä monissa kansallisissa sarjoissa tv-oikeuksien rahat jaetaan jalkapalloliittojen kautta – ja näin ollen yhden seuran merkityksellisyys ko. liiton sisällä vaikuttaa siihen, millä tavalla rahat jaetaan. Liitot ovat periaatteessa demokraattisia, mutta silti joillain seuroilla voi olla enemmän vaikutusvaltaa kuin toisilla. Tämä perustuu siihen, että liitosta voi potentiaalisesti aina myös lähteä pois ja perustaa muiden seurojen kanssa oman liittonsa. Tämä veisi tuloja pois alkuperäiseltä liitolta. Näin jotkut seurat voivat saada neuvotteluvallteja instituution sisällä ja ne valit ovat sitä suurempia, mitä tärkeämpi seura on liitolle taloudellisesti. Eli tässä palataan taas menestykseen; mitä paremmin seura on menestynyt, sen enemmän sillä on tuloja ja tätä kautta se on muita merkityksellisempi jalkapalloliitolle, eli kyseiselle instituutiolle. (Barsch 2015, 18) Tästä aiheesta lisää ja konkreettinen esimerkki kappaleessa 4.3.1, jossa käsitellään Euroopan Superliigaa.

Samanlaiseen institutionaaliseen kontekstiin voidaan laittaa esimerkiksi Mestarien Liiga – kansainvälinen cup-kilpailu, jossa pelaavat kansallisten sarjojen parhaat joukkueet. Myös tässä suosituimmat, eli käytännössä menestyvimmät joukkueet voivat muokata esimerkiksi kilpailuformaattia haluamaansa suuntaan uhkaamalla lähteä pois, jos vaatimuksiin ei suostuta. (Barsch 2015, 18)

Seuran tavoite on voittaa. Sen vuoksi se yrittää käyttää kaikki mahdolliset resurssinsa – rahan sekä vallan – tehdäkseen olosuhteista mahdollisimman hyvät, eli sellaiset, jossa voittaminen on mahdollisimman todennäköistä. Menestys, raha ja valta ovat näin yhteydessä polkuriippuvuuden mekanismien kautta. Tämän lisäksi

lisääntymismekanismit (reproductive mechanisms) kannattajien ja muiden talouden toimijoiden kanssa korostavat polkuriippuvuuden yhteyttä menestykseen vielä lisää.

Edellä mainitun perusteella menestyvän seuran mallia voisi havainnollistaa näin:



**Kuva 1. Polkuriippuvuusteoria Euroopan jalkapallossa (Barsch 2015)**

Mallista ilmenee, että menestyksen myötä lisääntymismekanismit tulevat käyttöön uudelleen ja uudelleen, jolloin menestyvästä seurasta voi tulla entistä menestyksekkäämpi ja voimavarat kasvavat lähtötilanteesta merkittävästi.

Barschin (2015, 19) mukaan tämän mallin voi rikkoa vain ulkoiset sokit. Tällainen voisi olla esimerkiksi lisääntyvä rahoitus yksittäiseltä sijoittajalta.

### 3.1.2 Lisääntymismekanismit

Barsch (2015, 19) käsittelee paperissaan tarkemmin jo mainittuja lisääntymismekanismeja Euroopan jalkapallossa. Niitä on hänen mukaansa neljä: tuottopotentiaali kansallisessa sarjassa, tuotantohyödykkeiden saavutettavuus, pääsy Mestarien Liigaan ja lisääntymismekanismien keskinäinen riippuvuus kansallisen ja kansainvälisen tason välillä. Hänen ensimmäinen hypoteesinsa on:

*Hypoteesi 1: ”Kansallisessa sarjassa menestyneet joukkueet tulevat yhä menestyneemmiksi ajan myötä”*

Samanlainen hypoteesi esitetään myös Mestarien Liigan, vaikka sitä pelataankin eri muodossa kuin kansallista liigaa:

*Hypoteesi 2: ”Mestarien Liigassa menestyvät joukkueet tulevat yhä menestyneemmiksi ajan myötä”*

Kaikki sarjat eivät kuitenkaan ole keskenään vertailukelpoisia. Esimerkiksi jos Belgia haluaisi saavuttaa saman määrän pelaajia korkeimmalla tasolla kuin Englanti, pitäisi sen pudottaa joukkueiden määrää neljään tai viiteen – tai nostaa maan

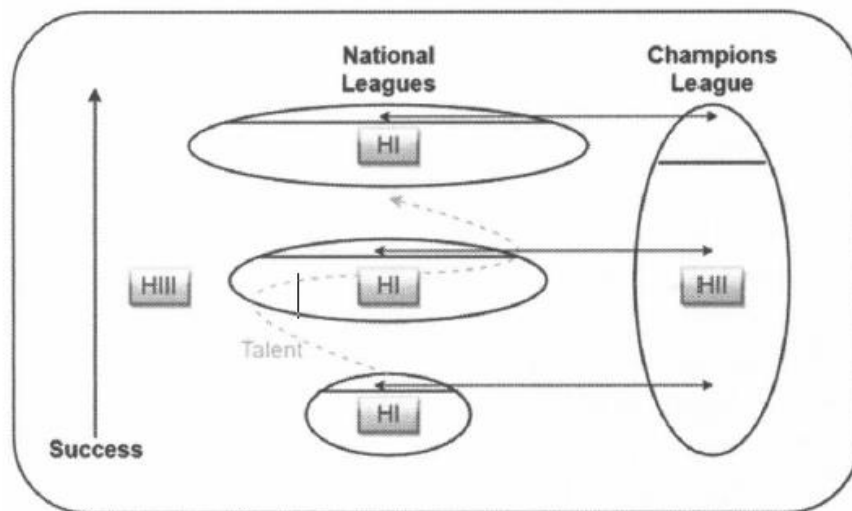


syntyvyysastetta huomattavasti. Nämä eivät ole realistisia vaihtoehtoja. (Barsch 2015, 19) Euroopassa pelaajamarkkinat – eli tuotantohyödykkeet – ovat kuitenkin vapaat. Tämä on fiksua jo siinä mielessä, että parhaat pelaajat luonnollisesti haluavat korkeatasoisimpiin ja suurimpiin sarjoihin. Tällä on kaksi seurausta polkuriippuvuuden kannalta: 1) Parhaiden pelaajien keskittyessä samaan sarjaan, tekee se sarjasta entistä kiinnostavamman ja vahvistaa taloudellisia lisääntymismekanismia. 2) Vaikka muiden sarjojen parhaiden pelaajien ostoa ei suhteellisesti auta kotimaan sarjassa, tuo se lisätulua kansainvälisissä peleissä kasvavien tulojen takia.

Mestarien Liigaan pääsyyn vaikuttaa merkittävästi vallan myötä kasvavat lisääntymismekanismit. Tällä tarkoitetaan sitä, että paljon valtaa omaavat joukkueet voivat vaikuttaa karsintasääntöihin niin, että siitä tulee heille suotuisampi – eli käytännössä suosivat systeemiä, missä suuria liigoja suositaan rakenteellisesti. Mainitut tekijät vahvistavat toisiaan toisistaan riippuvaisesti ja siitä saamme kolmannen hypoteesin:

*Hypoteesi 3: Eurooppalainen jalkapallo on altisteinen yhä kasvavalle kiihtymiselle maanosan kansallisten sarjojen välillä (Barsch 2015, 20).*

Seuraava kuvio havainnollistaa hypoteeseja sekä lisääntymismekanismia:

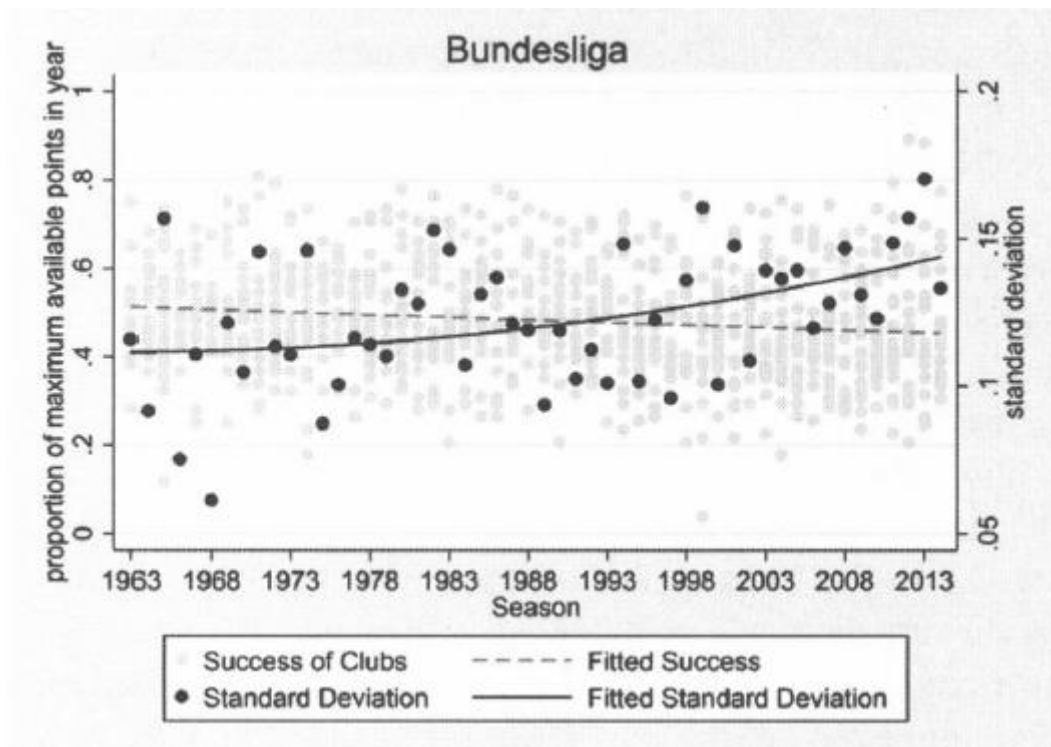


**Kuva 2. Hypoteesit (Barsch 2015)**

Sarjojen sisällä menestyvät seurat tulevat yhä menestyneemmiksi (hypoteesit 1 ja 2). Katsomalla eurooppalaista jalkapalloa kokonaisuutena, kaikki mekanismit osoittavat, että muutama menestynyt seura tulee dominoimaan koko lajia Euroopassa (hypoteesi 3). (Barsch 2015, 20)

### 3.1.3 Statistiikkaa

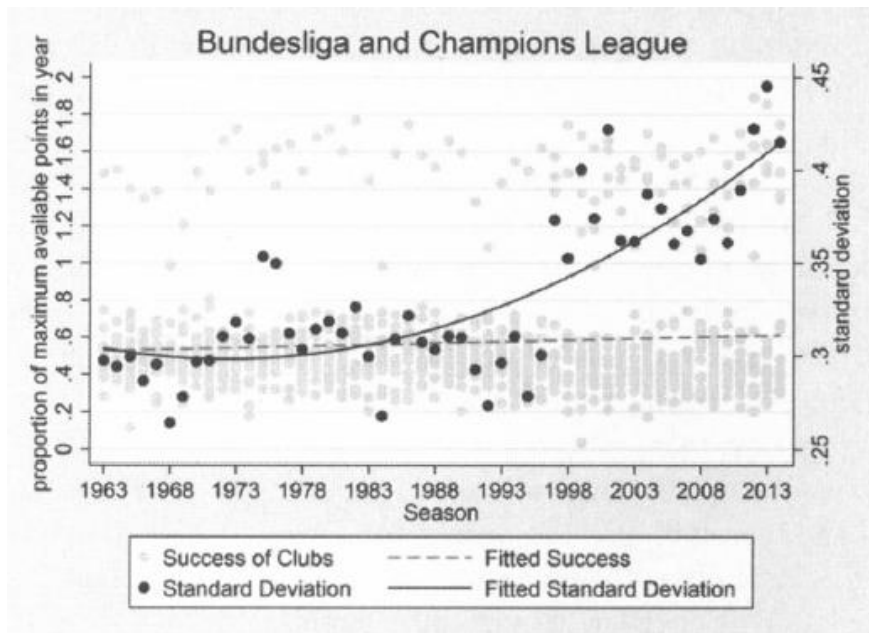
Seuraavassa lyhyt tilastokatsaus, jossa perustellaan kolmea hypoteesia. Esimerkkeinä käytetään Saksan Bundesliigaa sekä Mestarien Liigaa. Bundesliiga on Saksan korkein sarjataso. Tärkeä muuttuja on ”menestys”. Sitä on mitattu Bundesliigassa prosentiosuutena kerätyistä pisteistä kauden aikana. Eli kuinka monta pistettä joukkue on pystynyt keräämään kaikista jaossa olleista pisteistä. Mestarien Liigan menestystä on mitattu sillä perusteella, kuinka monta joukkuetta seura on onnistunut jättämään taakseen jaettuna joukkueiden osallistujamäärällä kyseisellä kaudella. Eli jos joukkue on päässyt esimerkiksi neljännesvälieriin, se on ollut parempi kuin ne, jotka ovat tippuneet jo heitä ennen. (Barsch 2015, 21)



**Kuva 3. Bundesliigan menestys (Barsch 2015)**

Grafiikka kuvaa seurojen menestystä Saksan Bundesliigassa kausittain. Vasemmassa akselissa on suhteellinen pisteisuus kausittain ja oikeassa pystyakselissa keskihajonta. ”Fitted success” indikoi, että jos seuran menestys näyttäisi olevan heikkoa, on sen yhä vaikeampi päästä mukaan paremmin menestyvien seurojen joukkoon. Keskihajontaa käytetään raakana mittarina kilpailullisuuteen (competitive balance). Menestyksen hajonta indikoi miten lähellä seurat ovat toisiaan menestyksellisesti.

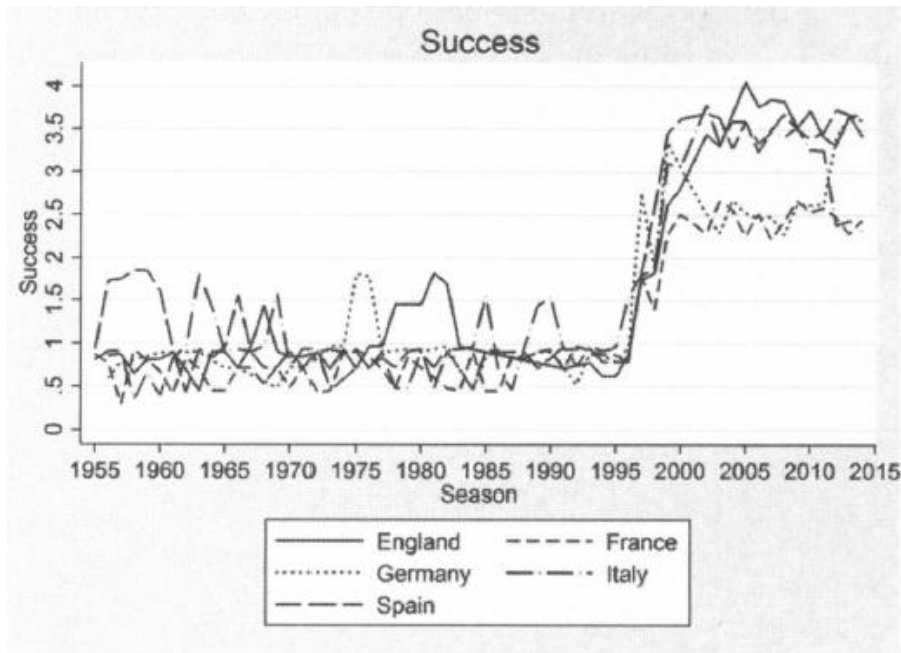
Täydellisessä tasapainossa olevassa sarjassa kaikki joukkueet pelaisivat keskenään vain tasapelejä ja keskihajonta olisi nolla. Mitä enemmän sarjan joukkueiden välillä on eroja, sitä suuremmaksi keskihajonta muodostuu. Keskihajonnan perusteella trendi vie sarjaa epätasaisemmaksi. Se tukee ensimmäistä hypoteesia (kts. [2.2.2](#)). Tätä pitää kuitenkin tarkastella vielä kriittisesti, koska ei ole selvää, että samat joukkueet muuttuvat koko ajan menestyneimmiksi. (Barsch 2015, 22)



**Kuva 4. Bundesliigan ja UCL:n menestyksen korrelaatio (Barsch 2015)**

Seuraavassa kuvassa Barsch (2015, 23) lisää grafiikkaan menestyksen Mestarien Liigassa. Se tekee keskihajonnan ilmaisemasta menestyksen trendistä vielä selkeämmän. Menestyneistä seuroista tulee yhä enemmän menestyneitä. Tähän toimii selityksenä se, että vuodesta 1995 vähintään kaksi joukkuetta Bundesliigasta osallistui Mestarien Liigaan. Se toi lisää ”poikkeamia” kohti aikasarjan loppua. Tämä on linjassa sen argumentin kanssa, että lisääntymismekanismi tuovat lisää menestystä myös kilpailu eri tasoilla.

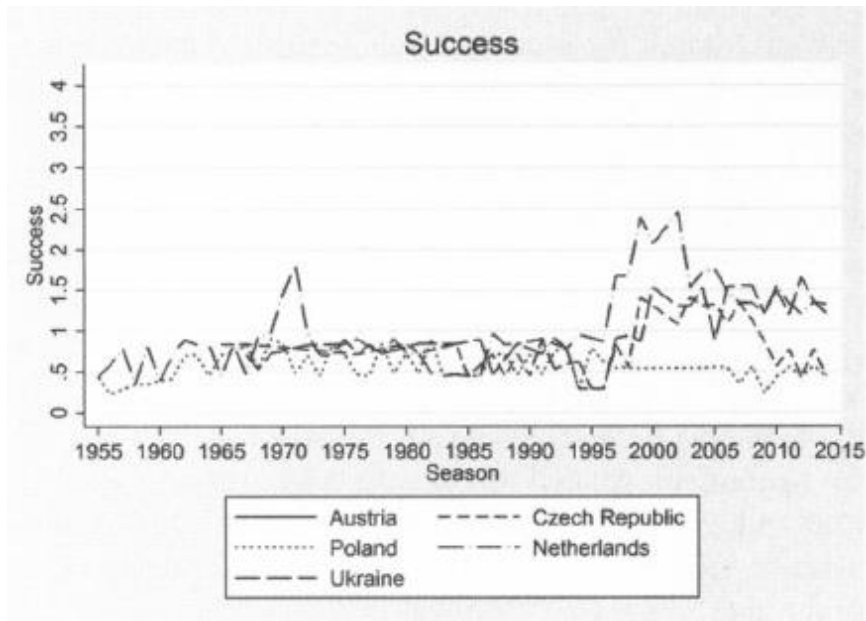
Viimeisenä Barsch (2015, 27) tutkii datan avulla hypoteesia kolme (kts. 2.2.2). Sen mukaan eurooppalainen jalkapallo on altistainen kuilun kasvamiselle maanosan sarjojen välillä:



**Kuva 5. TOP5-sarjat Mestarien Liigassa (Barsch 2015)**

Kuvio 5 näyttää viiden menestyneimmän liigan saman kansallisuuden joukkueiden yhteenlasketun menestyksen Mestarien Liigassa. Huomio kiinnittyy vuoteen 1995, jonka jälkeen menestys kasvaa huomattavasti. Tämä selittyy Mestarien Liigassa vuonna 1995 tehdyillä muutoksilla. Kyseisen vuoden jälkeen jokaisesta kansallisesta sarjasta sai turnaukseen osallistua enemmän kuin yksi joukkue – maksimimäärä oli neljä. Tämä vahvisti Euroopan suurimpien ja vahvimpien sarjojen menestystä. (Barsch 2015, 28)

Kuvio 6 kuvaa samaan tapaan Mestarien Liigassa menestymistä kuin kuvio 5. Tässä on esimerkinomaisesti otettu mukaan viisi eurooppalaista sarjaa, jotka eivät hyötäneet Mestarien Liigan turnausmuodon muuttumisesta:



**Kuva 6. Alemman tason sarjojen menestys (Barsch 2015)**

Muutos vuonna 1995 on huomattavasti pienempää kuin Euroopan vahvojen sarjojen kohdalla. Heikommista sarjoista ei niin moni joukkue päässyt osallistumaan Mestarien Liigaan kuin vahvemmista. Tämä tukee hypoteesia 3; kuilu eurooppalaisten sarjojen välillä kasvaa menestyksellä mitattuna.

Statistiikan voidaan sanoa tukevan jokaista esitettyä hypoteesia. Kansallisessa sarjassa menestyneet joukkueet tulevat yhä menestyneemmiksi ajan myötä (hypoteesi I), Mestarien Liigassa menestyvät joukkueet tulevat yhä menestyneemmiksi ajan myötä (hypoteesi II) ja eurooppalainen jalkapallo on altisteinen yhä kasvavalle kuilulle maanosan kansallisten sarjojen välillä (hypoteesi III). (Barsch 2015, 28)

#### 3.1.4 Paikallisottelut

Paikallisottelulla eli derbyllä tarkoitetaan kahden saman kaupungin tai alueen joukkueen välistä ottelua. Se kerää enemmän huomiota kuin normaali jalkapallo-ottelu. Tällaisia kohtaamisia ovat esimerkiksi Glasgow:n paikallispelejä Celtic vs. Rangers tai Liverpoolin

kaupungin joukkueiden välinen ottelu Liverpool FC vs. Everton FC. Bäker ym. (2012) tutkivat paperissaan dataa Saksan Bundesliigasta vuodesta 1999 vuoteen 2009. He pyrkivät selvittämään millä tavoin, jos mitenkään, paikallispelit eroavat tavallisesta jalkapallo-ottelusta. Paperissa asiaa on tutkittu monesta näkökulmasta; näkykö derbyn vaikutus joukkueiden esityksissä ja ottelun kulussa, yleisömäärissä, yksittäisten pelaajien otteissa ja otteluiden lopputuloksissa.

Tutkimiseen on valittu empiirinen lähestymistapa, mikä koostuu kahdesta osasta: Ensin paperissa on käytetty Poissonia mallien estimoimiseksi. Siihen on sisällytetty derby-dummy-muuttuja ja derby ”interaction terms”, jotta voidaan testata eroavatko selittävät tekijät derbyissä. Toiseksi käytetään Blinder-Oaxaca hajotelmamentelmää, jolla pyritään selvittämään, johtuuko erot paikallisottelujen ja normaalien ottelujen välillä kontrollimuuttujien ominaisuuksista vai arvioidun mallin kertoimien eroilla. (Bäker ym. 2012, 1-2)

	Total	Derby	Non-derby
Sold-out matches (share)	32.52 %	57.63 %	30.42 %
Stadium occupancy (share)	83.6 %	94.08 %	82.73 %
Home victories (share)	48.17 %	45.34 %	48.41 %
Draws (share)	25.07 %	27.97 %	24.82 %
Away victories (share)	26.76 %	26.69 %	26.77 %
Goals (total)	2.85	2.77	2.86
Attempts (total)	11.37	11.41	11.37

**Kuva 7. Derbyjen tilastoja (Bäker ym. 2012)**

Taulukossa keskitytään erityisesti paikallisotteluiden ja ei-paikallisotteluiden eroon. Taulukosta voi havainnoida, että derbyt myydään normaalia ottelua todennäköisemmin loppuun. Sen sijaan itse peliin liittyvissä kategorioissa eroja tulee esiin vähän. Maalintekoyrityksiä on derbyissä ja normaaliotteluissa lähes saman verran (11,41 vs. 11,37). Sama pätee myös kokonaismaalimääriin (2,77 vs. 2,86). Ottelun lopputuloksissa on pieniä eroja paikallisotteluiden ja normaalien otteluiden välillä. Derbyissä kotivoittoa tuli 45,34%, kun muissa otteluissa näitä tuli 48,41%. Samanlaisia pieniä eroavaisuuksia on myös vierasvoitoissa sekä tasapeleissä. (Bäker ym. 2012, 5)

Paperin empiirinen tutkimus lähtee liikkeelle perusmallin spesifioimisesta. Ns. derbydummy-muuttuja antaa arvon yksi (1) kaikille otteluille, jotka luokitellaan paikallioitteluiksi. Voidaksemme testata eroavatko derbyt muista otteluista

kontrollimuuttujien erilaisen vaikutuksen takia, sisällyttää tutkijat interaktiotermejä kontrollimuuttujiin derbydummy-muuttujan kanssa. Merkittävät vuorovaikutukset kontrollien kanssa voitaisiin silloin tulkita ns. derby-vaikutuksiksi. (Bäker ym. 2012, 7)

$$\text{depvar}_{is} = \beta_0 + \beta_1 \text{derby}_{is} + \beta \text{controls}_{is} + \gamma \text{controls}_{is} \cdot \text{derby}_{is} + \varepsilon_{is}, \quad (1)$$

Depvar tarkoittaa yhtä kolmesta riippuvasta muuttujasta ottelussa  $i$  kaudella  $s$ . Kontrollimuuttujat sisältävät ottelun yleisömäärän, suhteellisen paremmuseron koti- ja vierasjoukkueen välillä sekä mittarin kotijoukkueen kotiedusta. Vieraskannattajien määrä on paikallisotteluissa suurempi ja tämän takia yleisömäärämuuttujaa mitataan kannattajien määrässä tuhansissa. Suurempi määrä vieraskannattajia saattaa johtaa yleisön erilaiseen vaikutukseen ottelun lopputuloksen kannalta.

Missä tahansa ottelussa joukkueiden keskinäiset voimasuhteet ovat relevantteja lopputuloksen kannalta. Tämän vuoksi tässäkin on muuttujana joukkueiden keskinäinen suhteellinen vahvuus. Tätä mitataan koti- ja vierasjoukkueiden piste-erolla, joka katsotaan koko kauden päätteeksi sarjataulukosta. Kotiedun muuttujan mittarina käytetään seuraavaa; verrataan joukkueen maaliero kotona ja vieraisissa joukkueen keskimääräiseen maalieroon kotona. Tästä lasketaan joukkueen kotietu. (Bäker ym. 2012, 7-8)

Blinder-Oaxaca hajontamenetelmällä tutkitaan tässä tapauksessa sitä, että onko sillä, että ottelu on paikallispelejä vaikutusta muuttujan lopputulemaan (Bäker ym. 2012, 8). Perinteisesti menetelmää käytetään tarkastellessa työmarkkinoiden eroavaisuuksia ryhmittäin. Tällaisia ryhmiä voivat olla esimerkiksi sukupuoli tai ihonväri. Menetelmä jakaa tienesteissä olevat eroavaisuudet kahteen ryhmään; toinen ryhmä on ”selitetty” ryhmän eroavaisuuksilla tuottavuudessa tai esimerkiksi koulutuksessa, mutta toinen on ”selittämätön” ja sitä ryhmää pidetään usein mittarina esimerkiksi diskriminaatiolle. (Jann 2008, 1) Paikallispeleiden tutkimuksessa ryhmät ovat derbyt ja ottelut, jotka eivät ole derbyjä. Tässä vaiheessa yhtälö näyttää seuraavalta:

$$\text{depvar}_{is} = \beta_0 + \beta \text{controls}_{is} + \varepsilon_{is}, \quad (2)$$

Depvar viittaa yhteen kolmesta riippuvuusmuuttujasta ottelussa  $i$  kaudella  $s$ . Blinder-Oaxaca hajontamenetelmämallin perusideana tämän analyysin kohdalla on ajaa malli 2:n estimaatit erikseen paikallisotteluista ja ei-paikallisotteluista. Perustuen näiden ryhmien arvioituihin kertoimiin, ovat lopputulokset ennustettu ja keskiarvoinen ero derbyjen ja ei-derbyjen oletettujen lopputulosten välillä mahdollista laskea. Siten on mahdollista

testata, eroaako äsken mainittu laskelma merkittävästi nollassa; eli onko ns. derby-vaikutusta. Hajontamenetelmän avulla voidaan mahdollinen derby-vaikutus selittää ryhmien avulla; erot kontrollimuuttujissa ovat ”selitettyjä” ja erot kertoimissa ovat ”selittämättömiä”. (Bäker ym. 2012, 9)

Bäker ym. (2012) tutkivat paperissaan edellä kuvatun mallinnuksen mukaisesti millaisia eroja, jos minkäänlaisia, paikallisotteluilla on normaaleista peleistä. He päätyivät paperissaan siihen, että vaikka seuroille ja etenkin kannattajille derbyt ovat todella tärkeitä, eivät ne pelillisesti eroa normaaleista otteluista. Tutkimuksissa ei havaittu merkityksellistä ”derby-efektiä”, kun selittäviä muuttujia laskettiin logit-estimaateilla ja Poissonin estimaateilla. Myös Blinder-Oaxaca hajontamenetelmämallin tulokset tukivat tätä johtopäätöstä; ne eivät osoittaneet tilastollisesti merkitseviä eroja derbyjen ja ei-derbyjen välillä.

Tästä voi Bäkerin ym. (2012) mukaan tehdä päätelmän, että vaikka kannattajille paikallisottelut ovat todella tärkeitä, pelaajille ne ovat ainakin jollain tasolla peli muiden joukossa.

## **3.2 Eurooppalaisen jalkapalloilun siirtomarkkinat**

### **3.2.1 Työmarkkinat ja työvoiman liikkuvuus**

Suurimmassa osassa maailman jalkapallosarjoista jalkapalloilijat työllistyvät siirtomarkkinoiden avulla. Tyypillisesti ostava seura on velvoitettu maksamaan siirtorahan myyvälle seuralle voidakseen rekisteröidä ostettavan pelaajan oikeudet itselleen. Ennen kautta 1995/1996 siirtomarkkinat toimivat kahdella peruseriaatteella: 1) Siirtoraha oli maksettava, vaikka pelaajan sopimus seuran kanssa oli jo loppunut ja hän halusi vaihtaa seuraa. 2) Jalkapallosarjat toimivat tiukkojen, protektionististen sääntöjen alla; vain tietty määrä ulkomaalaisia pelaajia sai edustaa samaa joukkuetta.

Kauden 1995/1996 asiat muuttuivat Euroopan sarjoissa merkittävästi. Belgialainen jalkapalloilija Jean-Marc Bosman haastoi nämä edellisessä luvussa mainitut vakiintuneet pariaatteet. Bosman edusti vuonna 1995 RFC Liegeä ja hänen sopimuksensa päättyi. Hän halusi siirtyä edustamaan ranskalaista USL Dunkerquehenia, mutta Liege ei suostunut luopumaan Bosmanista Dunkerquen tarjottua liian matalaa siirtokorvausta.. Bosman vei asian EU-tuomioistuimeen perusteenaan vapaan kaupan rajoittaminen. EU-tuomioistuin päätti joulukuussa 1995, että sopimuksettomista pelaajista maksettava siirtokorvaus ei ollut artiklan 48 (”Rooman sopimus”) mukainen. Rooman sopimus viittaa työvoiman

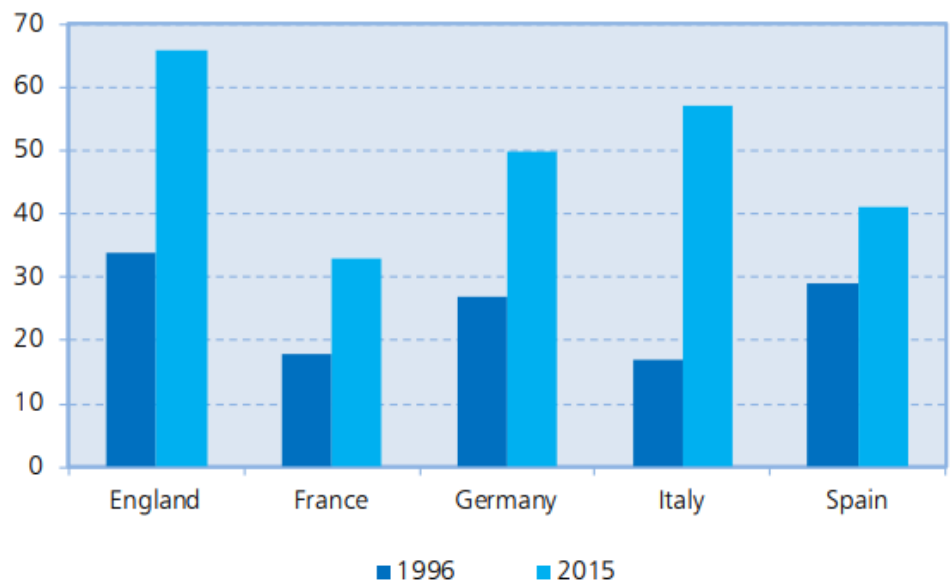


vapaaseen liikkuvuuteen EU-alueella. Niin sanotun ”Bosman-säännön” myötä sopimuksesta vapaat urheilijat saivat siis vaihtaa seuraa ilmaiseksi. Lisäksi tuomioistuim katsoi, että EU-kansalaisia on kohdeltava samalla tavalla yhtenäisesti. Tämän seurauksena ulkomaalaiskiintiöiden käyttö loppui EU-pelaajien osalta.

Jalkapallopiireissä päätös aiheutti jopa paniikkia. Huolet olivat valtavia; pelaajien arvo jouduttaisiin pyyhkimään seuran taseesta, tärkeä pienempien seurojen rahanlähteen katoaminen uhkasi heidän olemassaoloaan, tähtipelaajat keskittyisivät entistä enemmän rikkaimpiin seuroihin ja kansallisista sarjoista täyttyisivät halvoista ulkomaalaisista pelaajista (Simmons 2007, 1).

Bosman-säännön vaikutus on nähtävissä taulukossa, jossa vertaillaan ulkomaalaispelaajien määrää Euroopan sarjoissa vuosien 1996 ja 2015 välillä:

#### PERCENTAGE OF FOREIGN PLAYERS IN EUROPEAN LEAGUES



**Kuva 8. Ulkomaalaisten pelaajien osuus sarjoittain (Sanchez ym. 2019)**

Taulukossa on otettu esimerkeiksi Englannin, Ranskan, Saksan, Italian ja Espanjan pääsarjat ennen Bosman-säännön vaikutuksia (1996) ja sen selvästi sen jälkeen (2015). Vuotta 1996 on kuvattu tummansinisellä pystypalkilla ja vuotta 2015 vaaleansinisellä pystypalkilla. Espanjaa lukuun ottamatta kaikissa TOP5 -sarjoissa ulkomaalaispelaajien määrä on käytännössä tuplaantunut liikkuvuuden vapauduttua. Espanjassa muutos on ollut jopa yllättävän pieni. (Sanchez ym. 2019, 332)

### 3.2.2 Siirtojen merkitys ja pelaajan arvon määrittäminen

Lahjakkuuden uskotaan olevan yksi tärkeimmistä voimavaroista missä tahansa organisaatiossa. Oli kyseessä ylempi johto julkisella sektorilla tai aivan tavallinen työntekijä, lahjakkuuksien hankkimisen on tutkittu olevan merkittävästi yhteydessä yhtiöiden ja jopa kansantalouden menestykseen. (Liu ym. 2016, 1) Joukkueen muodostaminen on yksi seuramanagerin kriittisimmistä päätöksistä. Jalkapalloseuran suurimmat kulut tulevat pelaajien hinnoista, joihin lasketaan palkat sekä maksettu siirtokorvaus. Joka tapauksessa Kuperin ja Szymanskin (2018) analyysi osoittaa, että managerien tekemät siirtopäätökset perustuvat usein lyhytnäköisiin tavoitteisiin ja impulsiivisiin reaktioihin. Näiden lisäksi ylisuuren merkityksen saavat viimeaikaiset suoritukset etenkin suurissa kansainvälisissä turnauksissa. (Pantuso & Hvattum 2020, 1)

Muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta ovat jalkapalloseurat huonoa bisnestä; ne tekevät harvoin voittoa ja useat ovat huomattavan velkaantuneita. Selitystä seurojen huonoon johtoon haetaan usein siitä, että niiden annetaan todella harvoin mennä konkurssiin. Lainanantajat harvoin perivät lainojaan loppuun asti, koska kukaan ei halua vuosisatoja vanhan perinteisen seuran toiminnan loppuvan. Käytännössä aina seurat lopulta löytävät jonkun, joka maksaa heidät ulos veloistaan. Tämä taho usein vaihtaa johdon, kaventaa budjettia ja pakottaa seuran kilpailemaan alemmilla standardeilla – esimerkiksi alemmissa sarjoissa pienemmän budjetin vuoksi. (Pantuso & Hvattum 2020, 2)

UEFA:n (Euroopan jalkapalloliitto) mukaan edellä mainittu skenaario on kuitenkin kääntymässä parempaan suuntaan. UEFA (2018) julkaisi raportin ”Club Lisencing Benchmarking Report” talousvuodesta 2016. Heidän mukaan Euroopan parhaiden sarjojen yhteisvelka laski vuoden 2010 60%:sta 35 prosenttiin vuoteen 2016. Nämä velkaluvut ovat siis velan osuus liikevaihdosta. Samassa raportissa UEFA mainitsee seurojen taloudellisten voittojen kasvavan; se luo investointeja, joita voidaan käyttää esimerkiksi joukkueen vahvistamiseen. (Pantuso & Hvattum 2020, 2)

Kuperin ja Szymanskin (2018, 19) mukaan tasainen kasvu joukkueen arvosta on kestäväntä. Tasaista ja kestävästä kasvua saadaan aikaiseksi tekemällä vähän pelaajasiirtoja, myymällä vanhemmat, usein yliarvostetut, pelaajat oikeaan aikaan sekä investoimalla nuoriin pelaajiin. Tehoton markkina on myös aina mahdollisuus joillekin. Jos suurin osa seuroista tuhlaa suurimman osan siirtorahoistaan, on viisaasti rahoja käyttävällä organisaatiolla mahdollisuus ylisuoriutua resursseihinsa nähden.

Luvussa 2.2.2 käsiteltiin eurooppalaisen jalkapallon lisääntymismekanismia. UEFA:n havainto pienentyneen velkasuhteen kautta lisääntyneistä investoinneista joukkueen rakentamiseen tukee Barschin (2015) havaintoja. Kaava vaikuttaisi olevan suhteellisen sama myös UEFA:n mielestä. Kun joukkue tekee fiksumpia siirtoja, he eivät joudu ottamaan niin paljon velkaa. Tällöin he ovat ostaneet järkevämpiä ja paremmin suorittavia pelaajia, jonka ansiosta joukkue menestyy. Menestyminen -etenkin kansainvälisesti- tuo joukkueelle lisää rahaa ja näin he voivat investoida rahansa uudelleen joukkueen parantamiseen.

Data-analyysit pelaajan arvon määrittämisessä ovat lähteneet liikkeelle baseballista. Jalkapalloon tarkempi data-analyysi on siirtynyt myöhemmässä vaiheessa, johtuen siitä, että jalkapalldataa on tilastollisesti hankalampaa selittää. Lähinnä jalkapallossa dataa on käytetty voittajan ennakoimiseen. Siirtomarkkinoiden taloudellisen merkityksen vuoksi tarkempaa data-analyysiä pitäisi myös tuoda pelaajasiirtojen ennakoarviointiin. Vuonna 2012 kallein pelaajasiirto oli Thiago Silvan siirto Milanista Paris Saint-Germainiin; siirto maksoi PSG:lle 50 miljoonaa euroa. Vuonna 2018 Neymar siirtyi FC Barcelonasta PSG:hen; siirto maksoi PSG:lle 222 miljoonaa euroa ja pelaajan vuosipalkka on 36,4 miljoonaa euroa. (Yunhu ym. 2019, 1-2) Vuonna 2015 Euroopan huippusarjat käyttivät siirtomarkkinoilla rahaa yhteensä 4.38 miljardia euroa (Matesanz ym. 2018, 2).

Data-analyysia pelaajasta voisi Yunhun ym. (2019) mukaan lähteä tekemään seuraavasti:

- 1) Kerätään tilastot pelipaikoittain Whoscored-palvelusta
  - Jalkapallossa pelipaikat jaetaan seuraaviin neljään kategoriaan: *Supporting Forwad (FW)*; pelaaja pelaa lähellä vastustajan maalia ja tekee maalin paikan tullessa. *Defender (DF)*; pelaaja yrittää estää vastustajaa tekemästä *maalia*. *Midfielder (MF)*; pelaa FW:n ja DF:n välissä keskikentällä. *Goalkeeper (GK)*; kentän ainut pelaaja, joka saa koskea kädellään palloon ja yrittää estää vastustajaa tekemistä maalia. Kaikki edellä mainitut roolit voidaan vielä avata tarkemmin riippuen joukkueen taktiikasta.
- 2) Tehdään regressioanalyysi, jonka perusteena on tilastot ennen pelaajasiirtoa. Tämän jälkeen lasketaan ennustettu arvo sille suoritukselle, johon pelaaja kykenee siirron jälkeen.
- 3) Tehdään jokaiselle pelipaikalle ”feature selection” käyttämällä Boruta algoritmia. Tämän jälkeen k-means klusteroinnin avulla arvioidaan maksettavaa

siirtosummaa käyttämällä vain valittuja muuttujia. On mahdollista selittää pelaajan arvo käyttämällä jokaisen klusterin ominaisuuksia. (Yunhu ym. 2019, 4)

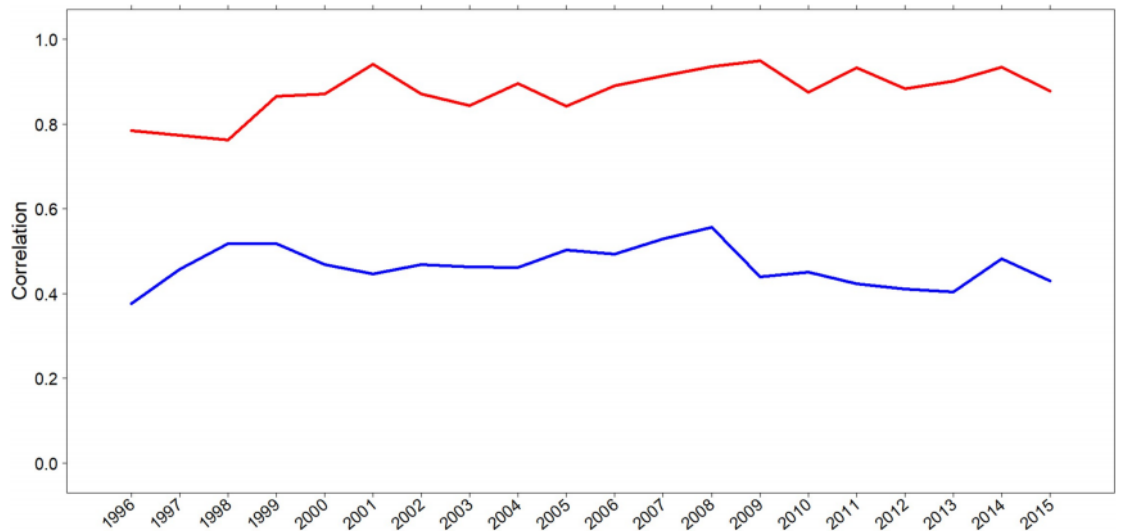
Analyysin perusteella voitaisiin mahdollisesti pystyä päättämään pelipaikkojensa parhaat pelaajat suhteessa heistä maksettavaan hintaan. Jokaisella pelipaikalla tärkeimmät ominaisuudet ovat erilaisia, joten tärkeää on klusteroida vain ”feature selectionin” kautta saadut muuttujat.

Paperia voidaan pitää myös puutteellisina; pelaajan siirtoarvo ei ole pelkästään riippuvainen tämän taidoista. Se on riippuvainen myös pelaajan suosiosta, siirtomarkkinoiden inflaatiosta sekä mahdollisista rajoitteista koskien pelaajan kansalaisuutta. Yksi tällainen rajoite on esimerkiksi niin sanottu ”omien kasvattien sääntö”, joka tarkoittaa sitä, että tietty määrä joukkueen pelaajista pitää olla seuran omia kasvatteja. Lisäksi myös perinteiset markkinatalouden säännöt pätevät; jos moni seura kilpailee samasta pelaajasta, voi hinta nousta merkittävän paljon. Joka tapauksessa paperin ajattelumaailmasta ja analyysistä voi olla hyötyä tuomaan rationaalisuutta pelaajien siirtomarkkinoille. (Yunhu ym. 2019, 8)

### 3.2.3 Siirtoihin käytetyn rahan ja menestyksen välinen suhde

Luvussa 2.3.2 todettiin, että siirtomarkkinoilla käytettävät rahasummat ovat erittäin suuria. Euroopassa vuonna 2015 seurat käyttivät siirtoihin rahaa useita miljardeja euroja ja yksittäisen pelaajan arvo voi nykyisillä markkinoilla olla monta sataa miljoonaa. Siitä syystä on mielekästä yrittää selvittää, onko suurilla rahasummilla ja joukkueen menestyksellä minkälainen suhde; ts. voiko rahalla ostaa menestystä?

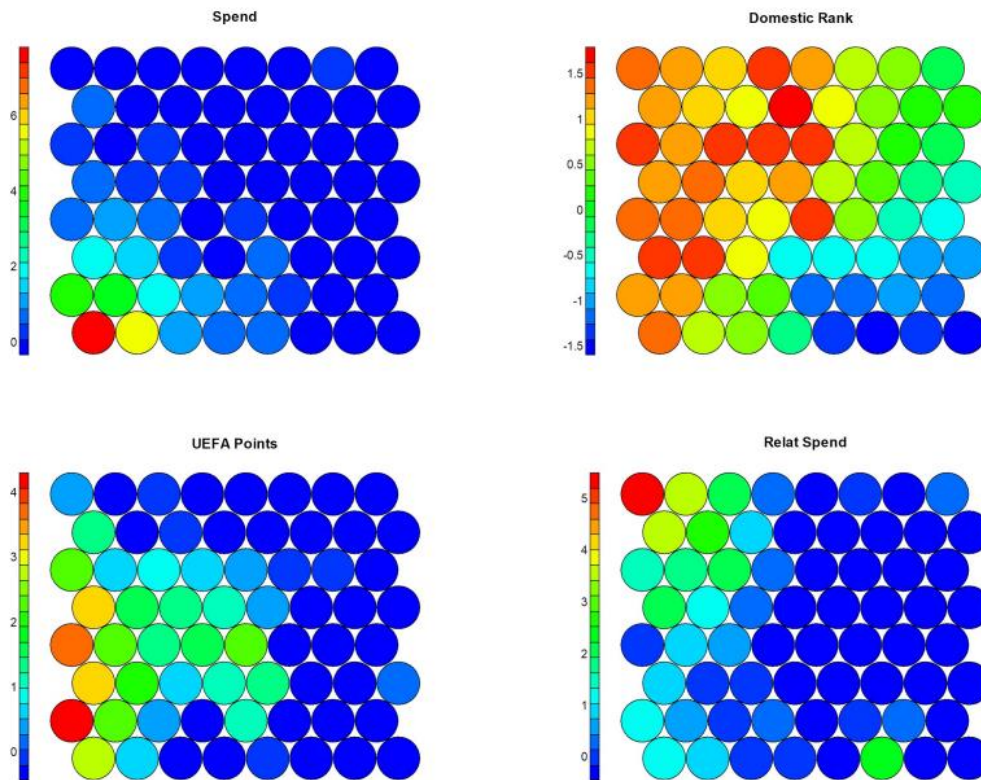
Matesanz ym. (2018) tutkivat paperissaan Euroopan siirtomarkkinoihin kausien 1996/1997 ja 2015/2016 välistä aikaan. Luvussa 2.3.1 kerrottiin Bosman-säännön merkityksestä Euroopan siirtomarkkinoille vuoden 1995 jälkeen, joten lienee mielekästä, että Matesanz ym. (2018) keskittyivät analyysissään suuren muutoksen jälkeisiin vuosiin. Analyysi keskittyy 21 maan pääsarjoihin, joka sisältää myös kotimaisen Veikkausliigan. Paperissa luodaan kuvailevia mittareita siirtoverkoston rakenteeseen ja sen ominaispiirteiden kehittymiseen ajan myötä. Tarkoituksena olisi havaita millainen suhde seuran siirtomarkkinoiden aktiviteettien ja urheilullisen menestymisen välillä on. Aihetta tutkitaan UEFA-pisteiden avulla. Näitä pisteitä saa sen mukaan, kuinka hyvin menestyy kansainvälisissä otteluissa.



**Kuva 9. SOM-analyysi (Matesanz ym. 2018)**

Taulukossa punainen viiva kuvaa korrelaatiota seurojen siirtomenojen ja ansaittujen UEFA-pisteiden välillä. Tässä korrelaatiokertoimet saavuttavat arvot 0,80 ja 0,95:n välillä, mikä osoittaa selkeämmin, että kansainvälisissä kilpailuissa menestyminen edellyttää rahan käyttämistä siirtomarkkinoilla. (Matesanz ym. 2018, 7-9)

Kuvio 9 näyttää Kohonen SOM (Self-Organizing Maps) -tekniikalla tehdyn multivariaantti-analyysin tulokset. Alueet jaettiin neljään ominaisuuteen; siirtomenot (*Spend*), kotimainen sijoitus (*Domestic Rank*), UEFA-pisteet (*UEFA-points*) ja suhteellinen kulutus (*Relat Spend*). Näistä tehtiin SOM-kartat jokaiselle kaudelle ja kuvioon on valittu kausi 2001/2002. Jokaisessa paneelissa on esitetty solujen jakauma niiden samankaltaisuuden mukaan suhteessa kunkin muuttujan arvoon. SOM-solut keräävät seurat samanlaisilla arvoilla ja jokainen paneeli näyttää muuttujien arvojen jakauman solujen välillä. Tämän seurauksena riippuvuus muuttujien välillä voidaan huomata.



**Kuva 10. Korrelaatio siirtomenojen ja menestyksen välillä (Matesanz ym. 2018)**

Matesanzin ym. (2018, 8) mukaan on ilmeistä, että seuran siirtomenojen ja UEFA-pisteiden välillä on korrelaatiota. Lisäksi on mielenkiintoista huomata, että suhteellisten siirtomenojen maksimiarvot (Relat Spend-kartan vasen yläkulma) eroavat siirtomenojen ja UEFA-pisteiden maksimiarvoista (vasen alakulma Spend ja UEFA Points-kartoilla), mutta on kuitenkin samankaltaisempi kotimaisen rankingin (Domestic Rank-kartan vasen yläkulma) kanssa. On huomioitava, että samanlaiset kotimaiset sijoitusarvot saadaan eri seuroille eri kansallisissa sarjoissa ja tämä selittää suuren määrän soluja maksimiarvoilla (punaiset värit). Matesanzin ym. (2018, 8) mukaan näistä voimme päätellä suuren korrelaation kotimaisen menestyksen ja suhteellisten siirtomenojen välillä.

## 4 JALKAPALLOSEUROJEN TALOUDELLINEN KÄYTTÄYTYMINEN

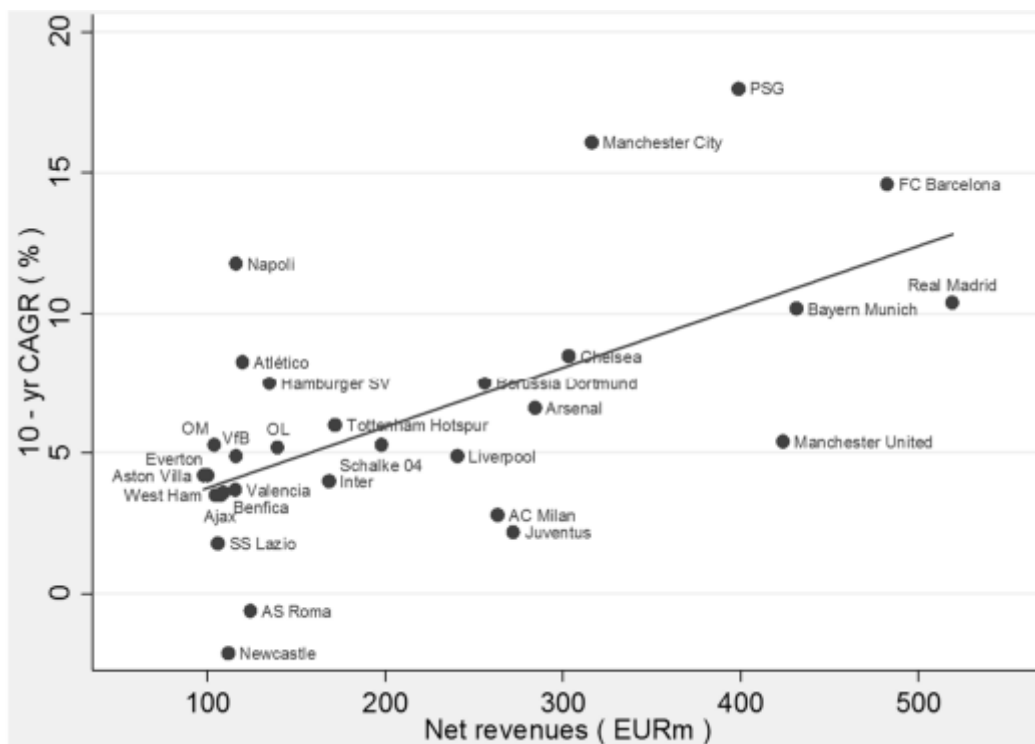
### 4.1 Katsaus eliittiseurojen talouteen

Euroopan eliittiseuroiksi voidaan Deloitteen määrittelyn mukaan laskea noin 30 joukkuetta. Joukkueet pelaavat niin sanotuissa ”Big Five” -liigoissa, eli Englannin, Italian, Espanjan, Saksan ja Ranskan pääsarjoissa. Tutkielmassa käytetään jatkossa termiä ”TOP5 -sarjat”. Määrittely on tehty seuran liikevaihdon mukaan, mutta nämä seurat myös voittavat suuren osan heidän kansallisista sarjoistaan sekä kansainvälisistä peleistään. Nämä 30 joukkuetta ovat voittaneet yli 90% kaikista TOP 5 -sarjojen pokaaleista vuosien 2004-2013 välisenä aikana. Mestarien Liigassa nämä 30 joukkuetta ovat olleet neljän parhaan joukossa 88% todennäköisyydellä samana ajanjaksona. (Breuer & Rohde 2016, 4) Voidaan siis käytännössä puhua eliittisarjojen eliittijoukkueista.

Edellisen kahden vuosikymmenen aikana Euroopan jalkapalloilussa on nähty suuri rakenteellinen muutos. Se käsittää muutokset omistajuudessa ja taloudellisissa kannustuksissa sekä tavoitteissa. Ensimmäinen suuri joukko yksityisiä sijoittajia ovat tehneen suuria investointeja eurooppalaisiin joukkueisiin. Näillä investoijilla on yleensä todella isot resurssit ja he voivat usein olla tärkeimpiä rahanlähteitä seuroille. Toisekseen Mestarien Liigan sekä yhden sitä alemman kansainvälisen seurajoukkuekilpailun - Eurooppa Liigan- perustaminen ovat lisänneet eliittiseurojen tuloja. Näiden tekijöiden lisäksi brändipääoman kasvattamisen on nähty olevan tärkeää kannatustuotteita ja lippuja myytäessä. (Breuer & Rohde 2016, 1)

Jalkapalloseuroja voidaan pitää erikoistapauksina niiden suurten liikevaihtojen vuoksi, mutta niiden katsotaan myös ottavan vaikutteita rahaa syytäviltä yksityissijoittajilta. Nämä suursijoittajat haluavat hyötyä siitä, että heidän brändinsä saavuttaa maailmanlaajuisen markkina-alueen. Kaudella 2012/13 Euroopan johtavat jalkapalloseurat loivat liikevaihtoa keskimäärin 100 miljoonaa euroa. Real Madridin liikevaihto oli 519 miljoonaa euroa – ja se on Euroopan suurin tulos. Toisena oli FC Barcelona 483 miljoonalla eurolla. Keskiarvallisesti Euroopan TOP30 -seurat loivat liikevaihtoa 215 miljoonaa euroa vuonna 2013, kun muut samojen TOP5-sarjojen joukkueet loivat sitä 100 miljoonaa euroa. Ero on siis yli kaksinkertainen ja se on jatkuvassa kasvussa. (Breuer & Rohde 2016, 2)

Kun mitataan Euroopan eliittiseurojen taloudellista kasvua, on se keskiarvillisesti ollut 6% vuodessa vuodesta 2004 vuoteen 2013. Pariisilainen PSG on kasvanut kovimmalla vauhdilla; sen vuosilukema on 18%. Toisena on englantilainen Manchester City 16,1%:lla p.a. Sekä PSG että City ovat yksityisessä -arabialaisessa- omistuksessa. PSG:n omistaa ”Qatar Sport Investments” ja Cityn Sheikh Mansour. Tämä selittää paljon, miksi heidän vuosittainen kasvuprosenttinsa on ollut todella korkea – arabirahaa on virrannut sissään. Kaksi kolmasosaa seuroista on yksityisten sijoittajien omistuksessa ja hieman yli 50%:n brändiarvon odotetaan ylittävän 100 miljoonaa euroa. (Breuer & Rohde 2016, 2-3)



**Kuva 11. Liikevaihdon ja taloudellisen kasvun välinen suhde (Breuer&Rohde 2016)**

Kuvio 11 näyttää liikevaihdon ja taloudellisen kasvun välisen suhteen. Liikevaihto on kuviossa alhaalla sivuakselilla ja vuosittainen liikevaihdon kasvu prosentteina vasemmalla pystyakselilla. Kuvion perusteella voisi päätellä kasvavaa kuilua Euroopan johtavien seurojen ja muiden välillä, mikä tarkoittaa epäsymmetristä kasvua jopa ”Big Five” -sarjojen sisällä. Breuerin ja Rohden (2016) keräämä data näyttäisi siltä, että ilmiö on eskaloitunut TOP30 -joukkueiden keskuudessa. Liikevaihdot kaudella 2012/13 ja 10-vuoden kasvuarvot korreloivat vahvasti ( $r=0,613$ ). TOP 30 -joukkueet ovat keskiarvillisesti kasvaneet 6,0% vuodessa, TOP 15 -joukkueet 7,9% vuodessa, TOP 10 -



joukkueet 9,5% vuodessa ja TOP 5 -joukkueet 11,7% vuodessa. Samaan aikaan huonoimmat 15 joukkuetta ovat kasvaneet vain 4,3% vuodessa ja huonoimmat viisi joukkuetta 3,8% vuodessa. (Breuer & Rochde 2016, 2-3)

Brändiarvoltaan Euroopan suurimmat seurat ovat merkittäviä. Vuonna 2013 arvokkain näistä oli Bayern München, jonka brändiarvoksi arvioitiin 668 miljoonaa euroa. Manchester Unitedin brändiarvo oli 650 miljoonaa euroa ja Real Madridin 483 miljoonaa euroa. Niin sanottujen ”sugar daddyen” eli todella varakkaiden omistajien vaikutukset voidaan nähdä monella tapaa. Voidaan katsoa, että heidän houkuttelemisensa on menestyksenkäs rahoitusstrategia ja tämä onkin dominoiva rahoitustapa Englannissa, Italiassa, Ranskassa, Espanjassa, Venäjällä ja Itä-Euroopassa. Saksassa niin sanottu ”50+1 -sääntö” käytännössä estää yksityisomistajan valinnan, kun seurat ovat kannattajien omistuksessa. Yksityissijoittajan omistuksen hyödyllisyys seuran kannalta riippuu kahdesta tekijästä; 1) sijoittajan varallisuus ja 2) halukkuus käyttää tätä varallisuutta joukkueeseen. (Breuer & Rochde 2016, 6)

#### 4.2 Listautumisen merkitys

Pohjois-Amerikassa ekonomistit ajattelevat ammattilaisurheiluseurojen omistajien olevan voitonmaksimoijia. Euroopassa tähän on suhtauduttu skeptisesti ja omistajia on enemmän pidetty hyödynmaksimoijina; budjettirajoite on olemassa, mutta hyödyn määrä mitataan suurelta osin menestyksenä kentällä. Syy tällaiseen näkemykseen on melko yksinkertainen; jalkapalloseurat eivät usein ole kannattavia. Joissain maissa seurat ovat organisoitu, niin että ne ovat niin sanottuja ”urheiluyhdistyksiä”, eli ne eivät käytännössä edes tavoittele voittoa. Sen sijaan Englannissa kaikki ammattilaisseurat ovat osakeyhtiöitä. (Leach & Szymanski 2015, 1)

Leach ja Szymanski (2015) tutkivat paperissaan kuuttatoista englantilaista jalkapalloseuraa, jotka olivat listattuina Lontoon Pörssiin 1990-luvun puolivälissä. Kyseiset seurat tekivät paljon osakeanteja ja niistä vastaavasti tehtiin paljon ostotarjouksia, joissa 100% osakekannasta olisi vaihtanut omistajaa. Paperissa tutkitaan seuraavaa hypoteesia; jos seurojen johtajat käyttäytyisivät kuin hyödyn maksimoijat ennen listautumistaan (flotation), pitäisi listautumisen tuoda merkittävä muutos seuran tavoitteisiin olettaen, että julkisesti noteerattuihin yrityksiin sijoittajat ovat kiinnostuneita ensisijaisesti taloudellisista tuotoista. Hypoteesia testatakseen, vertaillaan paperissa useita eri suorituksen osia ennen ja jälkeen listautumisen. (Leach & Szymanski 2015, 2)

Leach ja Szymanski (2015) ovat kehittäneet mallin, joka on suunniteltu kuvaamaan edellisessä kappaleessa kerrotun hypoteesin vaikutuksia; siirtymää hyödynmaksimoinnista voitonmaksimointiin. Oletuksena on, että jalkapalloseuran omistajan tavoitteena on maksimoida painotettu keskiarvo voittojen ja joukkueen menestyksen välillä. Analyysin yksinkertaistamiseksi ajatellaan sarjan koostuvan kahdesta joukkueesta, missä joukkueen investointia lahjakkuuteen kuvataan symbolilla  $t$  ja tuotettuja voittoja symbolilla  $w$ . (Leach & Szymanski 2015, 4)

Yhtälö yksi on ”kilpailussa menestymisen funktio”, joka muuntaa koko sarjan lahjakkuuteen käyttämät kokonaiskustannukset joukkueiden voittoprosenteiksi:

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

Seuraavaksi oletetaan, että tuottokäyrä on konkaavi, joka kasvaa voittojen kanssa johonkin pisteeseen asti ja sen jälkeen vähenee heijastellen mahdollisuutta, että kannattajat välittävät enemmän kilpailullisesta tasapainosta. Olettaen epäsymmetrisyyden, joita joukkueet voivat tuottaa voitoista, tuottofunktiot joukkueille ovat seuraavat:

$$\pi_1 = (\sigma - w_1)w_1 - ct_1; \quad (2)$$

ja

$$\pi_2 = (1 - w_2)w_2 - ct_2 \quad (3)$$

Kaavoissa (2) ja (3)  $\sigma$  on epäsymmetrisyyden mittari ja  $c$  on (muuttumaton) lahjakkuuden palkkaamisen marginaalikustannus. Marginaalikustannus tarkoittaa yhden lisäyksikön tuotannosta aiheutuvaa kokonaiskustannusten muutosta. Oletetaan  $\sigma > 1$ , jolloin joukkueella 1 on suurempi tuottojenluomispotentialiaali kuin joukkueella kaksi. Tämä olisi tapaus, jos joukkue 1 olisi suuremman markkinan joukkue.

Koska omistajat haluavat luoda sekä taloudellista tuloa että urheilullista menestystä, voimme antaa tavoitefunktion taloudellisten voittojen ja joukkueen menestyksen painotettuna keskiarvona; joukkue 1: (Leach & Szymanski 2015, 5)

$$\Omega_1 = \alpha_1 \pi_1 + (1 - \alpha_1)w_1 = [\alpha_1(\sigma - w_1) + 1 - \alpha_1]w_1 - \alpha_1 ct_1, \quad (4)$$

Kaavassa  $\alpha_1 \leq 1$ . Kun ottelujen voittojen paino kasvaa  $(1-\alpha_1)$ , taloudellisten voittojen on lopulta pakko vähentyä, koska ottelujen voittaminen maksaa rahaa lahjakkuuden palkkaamisen kautta ja tämä lopulta vähentää tuloja.

Määritellään  $\Omega_2$  eli joukkueen kaksi taloudellisten voittojen ja joukkueen menestyksen painotetun keskiarvon tavoitefunktio vastaavasti; tällöin ensimmäisen asteen ehdot seurojen omistajille ovat:

$$\frac{\partial \Omega_1}{\partial t_1} = [\alpha_1(\sigma - 2w_1) + 1 - \alpha_1] \frac{t_2}{(t_1 + t_2)^2} - \alpha_1 c = 0, \quad (5)$$

ja

$$\frac{\partial \Omega_2}{\partial t_2} = [\alpha_2(1 - 2w_2) + 1 - \alpha_2] \frac{t_1}{(t_1 + t_2)^2} - \alpha_2 c = 0 \quad (6)$$

Kaavoista (5) ja (6) seuraa Nashin tasapainon voittoprosentin osalta joukkueelle yksi:

$$w_1 = \frac{\alpha_1 \alpha_2 (\sigma - 1) + \alpha_2}{\alpha_1 \alpha_2 (\sigma - 1) + \alpha_1 + \alpha_2} \quad (7)$$

Tasapainosta (7) voidaan suoraviivaisesti nähdä, että joukkueen yksi voittoprosentin kasvaessa joukkue kaksi joutuu kaventamaan voittojaan.

$$\frac{\partial w_1}{\partial \alpha_1} = \frac{-\alpha_2}{(\alpha_1 \alpha_2 (\sigma - 1) + \alpha_1 + \alpha_2)^2}. \quad (8)$$

Omistaja, joka tulee kiinnostuneemmaksi taloudellisista voitoista, investoi vähemmän lahjakkuuteen saavuttaakseen optimoidun voittoprosentin. Vähäisempi investointi lahjakkuuteen johtaa kohonneisiin taloudellisiin voittoihin. Tämä on siis ennustettu tapahtumaketju julkiseen pörssiin listatutuvalla seuralla.

On myös mahdollista tutkia mitä tapahtuu toiselle joukkueelle, jos toisen joukkueen johdon tavoitteet muuttuvat; tarkastellaan voittoprosenttien suhdetta, joka tässä mallissa on yhtä suuri kuin lahjakkuuden suhde. Tasapainossa sen yhtälö on seuraava:

$$\frac{w_1}{w_2} = \frac{t_1}{t_2} = \frac{\alpha_1 \alpha_2 (\sigma - 1) + \alpha_2}{\alpha_1} \quad (9)$$

Tästä voidaan nähdä, että pudotus investoinneissa lahjakkuuteen joukkueessa kaksi johtaa vastaavaan pudotukseen joukkueessa yksi. Koska joukkue kaksi käyttää vähemmän rahaa lahjakkuuteen ja sillä on korkeampi voittoprosentti, sen tulojen on noustava ja täten muutoksen tavoitteissa joukkueella yksi pitäisi nostaa sen kilpailijoiden kannattavuutta. (Leach & Szymanski 2015, 5-6)

Leachin ja Szymanskin (2015) tutkimuksen tulokset eivät kuitenkaan vastaa edellä mainittua teoreettista mallinnusta. Tulosten perusteella ei löydetty todisteita johdon ja organisaation käytöksen muuttumisesta, kun seuran osakkeista tulee julkisesti noteerattuja; johto ei alkanut käyttäytyä taloudellinen tulos edellä (Leach & Szymanski 2015, 1-2). Selitystä tähän haettiin erilaisilla hypoteeseilla. Ne yrittivät selittää, minkä takia teorian mukaista muutosta ei ollut todistetusti nähtävillä. Syitä on paljon; ajateltiin, että seurat olivat taloudellisen voiton maksimoijia jo ennen listautumista tai kirjanpidolliset voitot osoittivat huonosti ”todelliset” taloudelliset voitot, joten numerot eivät anna todellista kuvaa taloudellisesta suoriutumisesta. Perusteltiin myös, että osakkeita oli niin vähän saatavilla, etteivät ammattisijoittajat päässeet niihin käsiksi – tai ammattisijoittajat eivät olleet edes kiinnostuneita, vaan vain seuran kannattajat ostivat niitä. (Leach & Szymanski 2015, 23)

On epätodennäköistä, että yksikään mainituista selityksistä antaa täyttä ja ymmärrettävää selitystä sille, miksi seurojen käytös ei muuttunut odotetulla tavalla. Joka tapauksessa tilastot näyttivät sen, että jalkapalloseurat Englannissa tosiaan ovat enemmän hyödyn – kuin voitonmaksimoijia. Jos hyötyämaksimoiva seura listautuu, olisi teorian mukainen seuraus se, että urheilullinen tulos heikkenee ja taloudellinen tulos paranee; tulosten perusteella tässä käy kuitenkin täysin päinvastoin. Ekonometrinen todistusaineisto osoittaa, että listautuvat seurat käyttivät siitä saadut rahat pelaajiin eikä taloudellisten realiteettien parantamiseen. (Leach & Szymanski 2015, 25)

### **4.3 Liikevaihdon lähteet jalkapallossa**

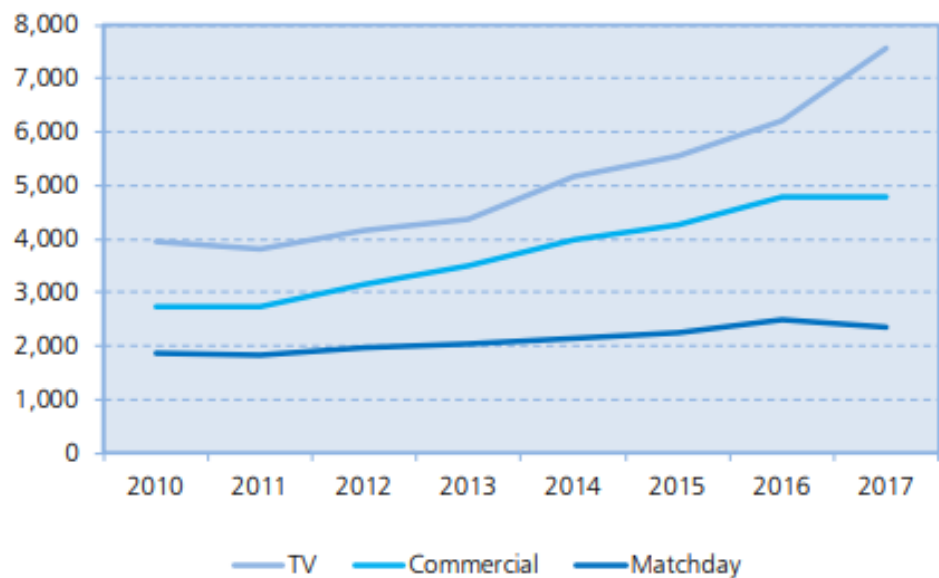
Ammattilaisjoukkueiden liikevaihto koostuu pääsylipuista, televisiointioikeuksista ja kaupallisista sekä mainoksellisista sopimuksista. Viime vuosiin asti suurin tulonlähde olivat pääsyliput; tämän takia esimerkiksi Real Madrid kasvatti kotistadioninsa kapasiteettia 25 000 ihmisestä 100 000 ihmiseen asti.

1970-luvulta alkaen mainonta ja sponsorointisopimukset ovat muuttuneet entistä merkittävimmiksi. Yhtiöt ymmärsivät, että sponsorointi tarkoittaa enemmän kuin myynnin kasvattamista; brändi-imago saattaa hyötyä siitä, että se yhdistetään

positiivisesti urheiluun. Myös seurat ymmärsivät, että paitojen lisäksi he voisivat myydä erilaisia tuotteita, jotka yhdistetään heidän väreihin ja tunnuksiinsa. Lisäksi seurojen stadionien nimioikeudet laitettiin vapaasti ostettavaksi ulkopuolisille yhtiöille; myös tämä lisäsi seurojen liikevaihtoa merkittävästi. (Sanchez ym. 2019, 333-334)

Kuvio havainnollistaa liikevaihdon lähteiden kehitystä Euroopan TOP5 -sarjojen yhteenvedossa (Espanja, Saksa, Englanti, Ranska, Italia):

**EVOLUTION OF TURNOVER SOURCES IN THE BIG5 LEAGUES  
(millions of euros)**



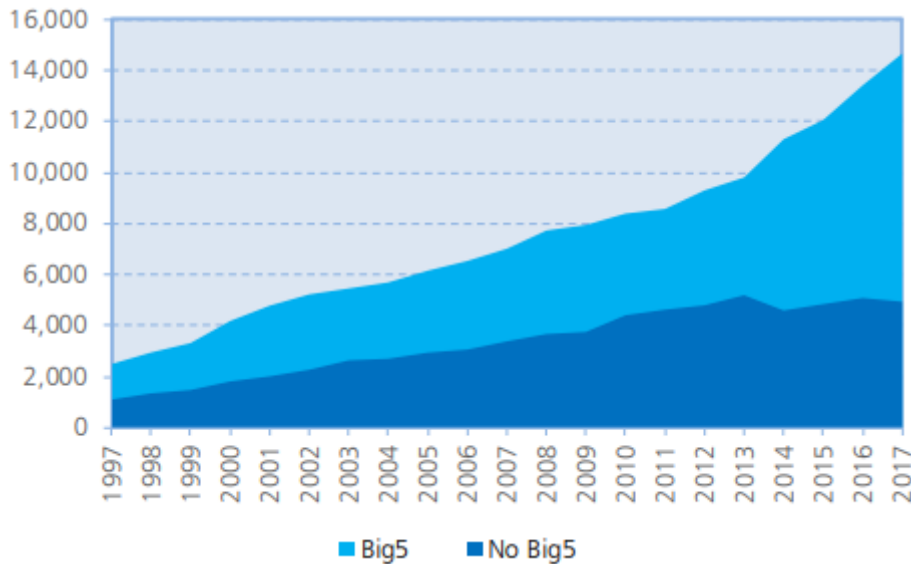
**Kuva 12. Liikevaihdon koostumus TOP5-sarjoissa (Sanchez ym. 2019)**

Kuvasta 12 on selkeästi nähtävillä muutos 2010-luvulla; ”matchdayn” eli niin sanotun ottelupäivän osuus liikevaihdon kehityksestä on jäänyt junaamaan paikolleen, kun mainonnan ja sponsoroinnin osuus on kehittynyt selkeästi. Ottelupäivän tulot ovat pääosin jo mainittuja pääsylipputulot. Suurinta kehitystä on ollut TV-oikeuksien kohdalla, jonka käyrä osoittaa edelleen vahvasti ylöspäin. (Sanchez ym. 2019, 335)

Ottelupäivän merkitys on suhteellisesti vähentynyt 2010-luvulla. Tämän voisi ajatella johtuvan sen tulopotentialin rajallisuudesta; stadioneista on ympäri Eurooppaa tehty jo niin isoja, että niitä on hankala enää kasvattaa ja se johtaa rajalliseen määrään rahaa pääsylipputulosta. Pääsylippujen hintoja ei myöskään voida loputtomiin nostaa, koska suurin osa paikan päälle tulevista ihmisistä ovat niin sanotusti yksityiskannattajia, joiden maksukyky on rajallinen.

Eurooppalaisen jalkapallon liikevaihdoksi arvioitiin yli 25 000 miljoonaa euroa vuonna 2017. Liikevaihto ei jakaudu tasaisesti seurojen tai edes sarjojen välillä. TOP5 -liigat ovat saaneet kokea huomattavasti vauhdikkaampaa kasvua kuin muut Euroopan

sarjat. Ne ovat kasvaneet 437% vuodesta 1997, kun TOP5 -sarjojen ulkopuoliset liigat ovat kasvaneet 360%. Lisäksi kuilu edellä mainitun jaottelun välillä on kasvanut vuodesta 2014 huomattavan paljon, minkä voimme seuraavasta kuvasta havaita: (Sanchez ym. 2019, 337).



**Kuva 13. Liikevaihto TOP5 vs. muut (Sanchez ym. 2019)**

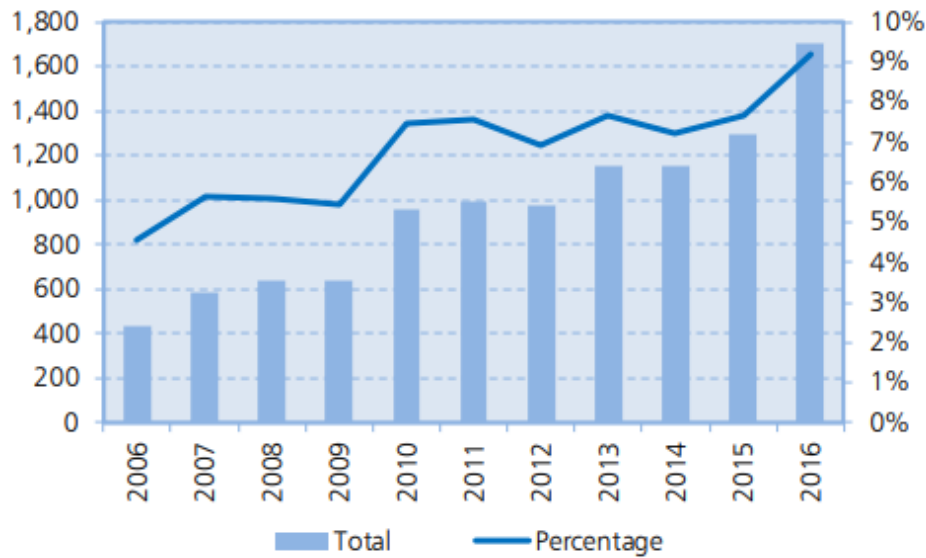
Liikevaihdon kasvu oli vuoteen 2015 melko tasaista TOP5 -sarjojen ja muiden välillä, mutta vuodesta 2014 muutos on ollut valtavaa; TOP5 on lähtenyt jyrkästi kovempaan kasvuun, kun muiden sarjojen liikevaihto on pysynyt lähes paikallaan.

Liikevaihdon kehitys on ollut kaikissa viidessä isossa sarjassa (Espanja, Englanti, Italia, Ranska, Saksa) samansuuntaista kuin kuvassa 13; ainoastaan Englannin Valioliiga on ottanut hieman eroa ylöspäin jopa TOP5 -sarjojen kesken (Sanchez ym. 2019, 338).

Luvussa 2.2.2 käsiteltiin lisääntymismekanismia ja niiden vaikutuksia Euroopan seuroille. Luvussa käsiteltyjen tutkimusten perusteella voidaan arvioida, että lopulta menestys keskittyy tietyille joukkueille eliittiseuroja ja näiden seurojen menestys jatkaa paranemistaan.

Mestarien Liiga ja Eurooppa Liiga ovat muuttaneet suuresti jalkapalloteollisuutta. Kilpailuista saadut rahat ovat aiheuttaneet eksponentiaalista kasvua, kun tätä verrataan näiden kilpailuiden edeltäjiin. Tällä hetkellä noin 9% eurooppalaisten joukkueiden liikevaihtoista tulee UEFA:n järjestämistä kilpailuista. Alla oleva kuva 14 havainnollistaa kilpailujen merkitystä seurojen liikevaihdolle. Vasemmassa pystypalkissa on liikevaihto tuhansina miljoonina euroina ja oikeassa pystypalkissa prosenttiosuus koko

liikevaihdosta. Kuvassa on laskettu mukaan Euroopan kaikki seurat – ei vain TOP5. (Sanchez ym. 2019, 342)



**Kuva 14. UEFA:n sarjojen osuus liikevaihdosta (Sanchez ym. 2019)**

#### 4.3.1 Superliiga

Luvussa 3.3 käsiteltiin seurojen liikevaihtoa ja sen kehittymiseen vaikuttavia tekijöitä. Luvussa 2.2 aiheena olivat eurooppalainen jalkapalloilu ja siihen liittyvät perusperiaatteet. Molemmista luvuista kävi kohtalaisen hyvin ilmi kansainvälisten pelien merkitys etenkin suurseurojen taloudelle. Niin sanotut ”europelit” ovat kiinnostavampia, suurempimarkkinaisia ja tätä kautta tuottavat seuroille eniten liikevaihtoa. Vuonna 2016 eurooppalaisseurojen liikevaihdosta 9% tulee UEFA:n järjestämistä kansainvälisistä kilpailusta ja suunta näyttäisi jatkavan samana; ylöspäin.

Ei siis voi pitää ihmeenä, että Euroopan eliittiseurat ovat jo pidempään yrittäneet käynnistää niin sanottua Superliigaa, jossa pelaisivat Euroopan menestyneimmät ja suosituimmat jalkapallojoukkueet. Sarja olisi Pohjois-Amerikkalaiseen tyyliin suljettu kilpailu. Se koostuisi 15 perustajajäsenestä ja viidestä vaihtuvasta joukkueesta. Nämä perustajajäsenet ovat Italian, Espanjan ja Englannin suurimpia joukkueita. Joukkueet pelaisivat kahdessa kymmenen joukkueen lohossa, joista neljä parasta pääsisi mukaan pudotuspeleihin ja lopulta voittaja ratkaistaisiin yksiosaisessa finaalissa (thesuperleague.com 4/2021).

Kilpailu tulisi siis käytännössä korvaamaan nykyisen UEFA:n alaisen Mestarien Liigan; motivaationa toimii raha. Seurat saisivat käytännössä keskenään jakaa osallistumis- ja palkintorahat, eikä kattojärjestö ottaisi välistä mitään. Superliigan seuroille luvattiin 3,5 miljardin euron avausmaksu. Perusteluksi tälle kerrottiin esimerkiksi ”koronapandemian vaikutukset”. Tämän lisäksi seurat saisivat jo pelkästä osallistumisesta 400 miljoonaa dollaria kaudessa; se on neljä kertaa enemmän kuin Bayern München sai vuonna 2020 voitettuaan Mestarien Liigan (yle.fi 19.4.2021).

Projekti sai todella nopeasti osakseen erittäin rajua kritiikkiä. Kannattajat arvostelivat seurojen rahanhimoa ja perimänsä unohtamista. Liigan julkistamisesta vain kahden päivän jälkeen jokainen sarjaan osallistumassa ollut englantilaisjoukkue tiedotti tahollaan, että he vetäytyvät koko hankkeesta (iltalehti.fi 21.4.2021). Tämä käytännössä tarkoitti sitä, että hanke kaatuu, koska ilman englantilaisjoukkueita eivät kiinnostus ja rahamäärät tule olemaan riittäviä. Myös UEFA reagoi uhkaan todella nopeasti ja voimakkaasti; se ilmoitti, että Superliigaan osallistuvat pelaajat eivät saa osallistua pelata kotimaisissa sarjoissa tai arvokisaturnauksissa eikä myöskään edustaa maajoukkueitaan (theguardian.com 19.4.2021).

UEFA:n aggressiivinen vastaus kertoo paljon myös heidän vallastaan. Pelikielto-uhkauksella olisi todella massiivisia vaikutuksia, jos ja kun ajatellaan, että Superliigan joukkueissa pelaisivat lähtökohtaisesti maailman parhaat pelaajat. Samat pelaajat eivät saisi enää pelata kotimaan sarjoja tai maaotteluita, mikä on uhkauksena raju ja varmasti yksi seuraus, miksi ainakin kirjoitushetkellä Superliiga-projektia ei pystytä viemään eteenpäin. Niin sanottua monopolitilanteen tyyppistä asemaa käsiteltiin tutkielman luvussa 2.1.4 ja Superliiga-projektin tarina ja uhat näyttäisivät ainakin jollain tavalla tukevan tätä väittämää. Rahan merkitys jalkapallossa on silti niin iso, että tarina tuskin on vielä saanut lopullista päätöstä.

#### 4.3.2 Televisiointioikeudet ja stadionyleisö

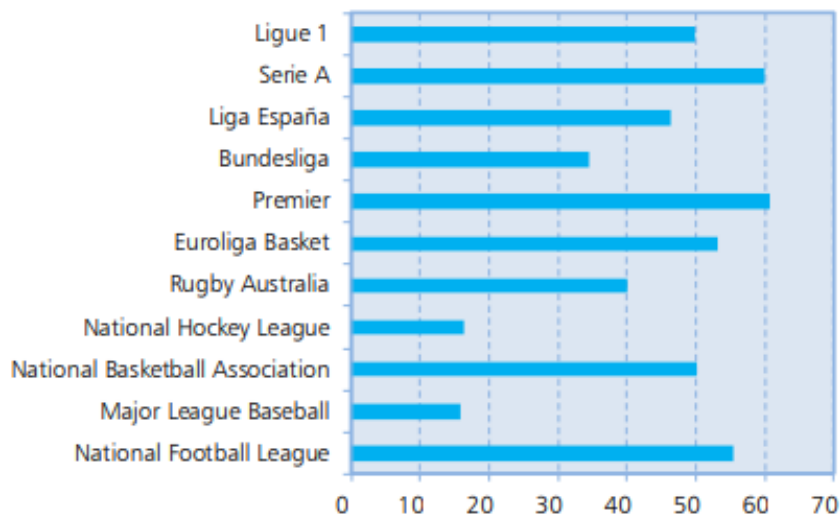
Urheilukilpailuista – ja erityisesti jalkapallostä – on tullut yksi tärkeimmistä sisällöistä maksullisille tv-palveluille. Suuri osa etenkin kasvaneista tilausmääristä on urheilun ansiota – ihmiset ovat valmiita maksamaan sen näkemisestä. (Alcolea-Diaz & García-Santamaría 2019, 2)

Yksinkertaisinta selvittää televisiointioikeuksien rahallinen merkitys on antaa numeerinen esimerkki: Vuonna 1983 tv-yhtiöt maksoivat Englannin Valioliigan



lähetysoikeuksista 2,6 miljoonaa puntaa ja kansainvälisiä lähetysoikeuksia ei edes ajateltu. Vuonna 2017 Valioliigan tv-oikeuksista maksettiin n. 2,7 miljardia puntaa (2700 miljoonaa). 2,7 miljardista punnasta n. miljardi puntaa tuli kansainvälisistä lähetysoikeuksista. Televisiorahojen merkitystä kuvaa myös havainnollistavasti kuva 12 – ja siinäkin suunta on jyrkästi ylöspäin.

Kuva 15 näyttää kuinka suuri osuus liike vaihdosta tulee televisiointioikeuksista. Kaikissa muissa Euroopan jalkapallosarjoissa paitsi Saksan Bundesliigassa ja Espanjan liigassa osuus on vähintään 50%; Englannin Valioliigassa (Premier) ja Italian Seria A:ssa jopa 60%:



**Kuva 15. TV-oikeuksien osuus liikevaihdosta (Sanchez ym. 2019)**

On myös mielenkiintoista pohtia, miten televisiointilähetysten massiivinen kasvu on vaikuttanut paikan päällä käyvään yleisöön. Tätä ovat tutkineet muun muassa Koning & Kesenne (2021) kirjassaan *A Modern Guide to Sports Economics*. Kirjassa tutkitaan, kuinka Englannin toiseksi, kolmanneksi ja neljänneksi ylimmän sarjatason yleisömäärät käyttäytyvät, kun samaan aikaan pelataan Mestarien Liiga tai Valioliiga -kierros – eli ihmisillä on vaihtoehtoina joko mennä katsomaan oman joukkueensa ottelua stadionille, tai katsoa televisiosta absoluuttisia huippusarjoja. Kirjassa löydetään negatiivisia vaikutuksia alempien sarjojen yleisömääriin Mestarien Liigan ja Valioliigan televisioinnilla. Tutkimuksessa päädyttiin seuraavaanlaisiin päätelmiin:

- 1) Mestarien Liigan televisiointi aiheuttaa paljon suurempia haittavaikutuksia yleisömääriin kuin Valioliigan televisiointi.

2) Haittavaikutukset ovat suurempia alempien sarjatasojen joukkueille kuin korkeamman sarjatason seuroille. (Koning & Kesenne 2021, 153-154)

Sekä tässä tutkielmassa että monissa muissa papereissa on keskitytty paljon tutkimaan TOP5 -sarjoja niiden merkityksellisyyden vuoksi. On myös mielenkiintoista tehdä katsaus Euroopan pienempiin sarjoihin. Kringstad ym. (2019) tutkivat paperissaan, miten Euroopan pienissä sarjoissa paikalle tulevan yleisön määrään vaikuttavat sekä kotimaisen että TOP5 -sarjojen televisiointi. Case-esimerkkinä toimii Norjan pääsarja (Kringstad ym. 2019, 2)

Vaikka yleisömääriä ei voida enää pitää seuran rahallisesti tärkeimpänä tulonlähteenä, on se silti tärkeä; yleisö on iso osa myytävää tuotetta. Kasvaneet TV-lähetykset ovat vaihtoehto sille, että ihminen menee paikan päälle katsomaan ottelua. TV-lähetykset eivät käsitä vain kyseisestä ottelusta tulevaa live-lähetystä, vaan myös muut saman sarjan ottelut sekä samaan aikaan pelattavat kansainväliset ottelut. Yksilö tekee vapaa-ajankäytön urheilun suhteen suuresta joukosta. (Kringstad ym. 2019, 3)

Kun TOP5 -sarjoissa 30-60% liikevaihdosta tulee mediaoikeuksista, on vastaava luku Norjan pääsarjan 12% ja 35 muun pienen liigan keskiarvo tälle oli alle 10%. Näihin lukuihin perustettuna voitaisiin ajatella, että suuret sarjat saavat positiivisen taloudellisen efektin televisio-oikeuksista, kun pienemmille sarjoille se saattaa olla negatiivinen; substituutiovaikutus vie kiinnostusta pienestä kotimaisesta sarjasta suureen ulkomaiseen sarjaan (Kringstad ym. 2019, 4).

Vuonna 2011 lipunmyynnistä saatavat tulot olivat suurimmillaan Norjan pääsarjassa; noin 20% koko liikevaihdosta. Ne kasvoivat tasaisesti vuodesta 1996 vuoteen 2007, jonka jälkeen lipputulot kääntyivät selvään laskuun. Potentiaalisia syitä laskulle olivat live-lähetysten määrän kasvu ja muutokset otteluohjelmassa. Paperi keskittyy tarkastelemaan kahden aiheen vaikutuksia Norjan pääsarjan yleisömääriin; kotimaisen sarjan TV-lähetysä sekä Euroopan TOP5 -sarjojen TV-lähetysä (Kringstad ym. 2019, 4, 17).

Paperin mukaan tilastot tuntuivat näyttävän, että ehkä hieman vastoin odotuksia, on kotimaisen sarjan TV-tuotannolla vahva positiivinen korrelaatio yleisömäärien kanssa. Sen sijaan toinen tutkittava aihe eli TOP 5-sarjojen näyttäminen Norjan televisiossa yhtäaikaaisesti kotimaansarjan otteluiden kanssa tuntuisi vähentävän yleisömäärää paikan päällä. Sillä näyttäisi olevan ns. substituutioefekti; ihmiset valitsevat kotimaan sarjan sijaan ”tuontiotellun” TV:ssä. Yksi selitys tälle voi olla marginaalikustannuksissa; televisiosta katsottu yksittäinen ottelu ei tuo juuri mitään kustannusta kuluttajalle ja marginaalikustannus on lähellä nollaa. Kiinteänä kuluna on toki tv-yhtiön

kuukausimaksu, mutta yhdestä lisää katsotusta ottelusta kustannusta ei tule. Sen sijaan paikan päälle meneminen tuo erilaisia kustannuksia; matkakustannukset, ajalliset kustannukset sekä stadionilla käytetty raha (Kringstad ym. 2019, 17-18).

Edellä mainitun substituutiovaikutuksen voidaan ajatella aiheuttavan lisää kuilua kotimaisen sarjan (Norja) ja TOP 5 -sarjojen välille. Raha siirtyy pois kotimaisesta tuotteesta ulkomaiseen, kun ihmiset maksavat TV-yhtiöiden kuukausimaksuja nähdäkseen ulkomaalaisia pelejä. Näin raha kotimaisesta sarjasta siirtyy tätä kautta ulkomaalaisten TOP 5 -sarjojen käytettäväksi. (Kringstad ym. 2019, 20).

Kringstadin ym. (2019) kolmas johtopäätös oli, että arkipäivien otteluilla on vähemmän paikan päällä olevaa yleisöä kuin viikonloppuna pelattavilla otteluilla.

#### 4.3.3 Televisiolähetyksistä striimauspalveluihin

Urheilu on pitkään ollut televisioalan kulmakivi – yhtenä tärkeimmistä syistä hankkia televisio on pidetty mahdollisuus katsoa siitä urheilua. Kansallisista televisiolähetyksistä siirryttiin maksullisiin kanaviin; tässä on yhtenä pääsyynä pidetty urheilun luonnetta. Siinä on elävyyttä, tunteita ja se vetoaa identiteettiin – monet ovat olleet valmiita maksamaan sen katsomisesta. Urheilusta onkin tullut lisääntyvän tärkeä taloudellinen resurssi molemmille – mainostajille sekä maksutelevisioyhtiöille. (Budzinski ym. 2019, 2)

Muutos televisio-oikeuksien hintojen kasvussa on ollut nopeaa – ja se kerää edelleen lisää nopeutta. Se on tarjonnut mahdollisuuksia niille, jotka asettivat live-urheilun eturintamaan omassa portfoliossaan. Ehkä jopa odottamaton seuraus tämän tekniikan, kulttuurin ja mediakäytännön välisestä risteyksestä on ollut lähetysoikeuksien vahvistaminen urheilun toimittamisessa älypuhelimiin, tabletteihin, tietokoneisiin ja televisionäytöille. Voidaan puhua niin sanotusta ”more television” -termistä; eli lähetyssisältöä on tarjolla enemmän kuin koskaan ennen. Tämä kehityskulku on väitettävästi nostanut liveurheilun tärkeimmäksi ”premium-sisällön” tuottajaksi. Esimerkkinä tällaisesta sisällöstä voidaan pitää jalkapallon MM-kilpailuja. (Budzinski ym. 2019, 2) Streemausten – eli laitteilla (tabletti, älypuhelin, tietokone) katsottujen ottelujen – merkityksestä kertoo luvut vuoden 2018 jalkapallon MM-kisoista. BBC:n palvelussa iPlayerissa kolme miljoonaa ihmistä katsoi alkulohkon ottelua Englanti-Tunisia, kun perinteisestä televisiosta ottelua katsoi 18 miljoonaa ihmistä. Vaikka television osuus on toki isompi, voidaan myös iPlayerin osuuden perusteella ymmärtää, miksi streemauspalvelut keräävät nopeasti isoja investointeja. (Budzinski ym. 2019, 3)

Television historian aikana muutoksia on nähty useita; mustavalkoisesta väritelevisioon, maanpäällisestä verkosta kaapelitelevisioon ja jatkuvasti korkealaatuisempaan kuvaan. Nykypäivänä televisio on muuttumassa yhä enemmän perinteisestä televisiolaitteesta kohti erilaisia portaaleja, joista lähetyksiä voi katsella. Katselu ei siis ole vähenemässä – lähinnä päinvastoin. Tapa katseluun on vain muuttumassa. Urheilu on yksi hinnoitelluimmista ja adaptoituvimmista televisiosisällöistä. Urheilu ei ole kallista tuottaa ja sitä voidaan jaella samaan tapaan kuin muitakin lähetyksiä ja sisältöjä. Tässä on myös uhkia; piratismiin tapaan myös urheilulähetyksiä voidaan jakaa laittomasti eteenpäin, jolloin ihmiset internetin välityksellä pystyvät seuraamaan näitä lähetyksiä ilman maksuja. Tämä tuo haasteita yhtiöille, jotka ovat maksaneet lähetysoikeuksista paljon rahaa. (Budzinski ym. 2019, 15-16)

Alcolea-Diaz ja García-Santamaría (2019) tutkivat paperissaan jalkapallon televisiointioikeuksia Espanjassa digiajalla; kuinka ne jakautuvat maksutelevision ja streemauspalveluiden välille. Espanjalaisessa televisiomarkkinassa maksutelevisioyrietykset ovat ottaneet yllötteen perinteisistä mediayhtiöistä. (Alcolea-Diaz & García-Santamaría 2019, 1). Perinteiset mediayhtiöt välittävät jalkapallon sijaan enemmän pienempiä urheilulajia sekä maajoukkueiden otteluita. Internet-yhtiöt sen sijaan ovat lisänneet otettaan jalkapallon näyttämässä.

Tehtyjen analyysien perusteella vaikuttaisi kuitenkin siltä, että ainakin lyhyellä ja keskipitkällä aikavälillä jalkapalloa voidaan pitää yhtenä avaintekijöistä, kun perinteiset jakelualustat haluavat hankkia lisää tilaajia. Toisaalta nykyistä tilaa ei voida Alcolea-Diaz & García-Santamaría (2019) mukaan pitää kestäväenä. Joka tapauksessa kaikki on lähinnä siitä kiinni, kuinka televisioyhtiö pystyy kaupallistamaan hankkimansa oikeudet, jotta tulot ylittävät hankkimismenot. Tämä kaikki johtaa siihen, että pitää hankkia mahdollisimman paljon tilaajia pelaamalla hintamuuttujalla niin, että keskihinta pysyy vähintään samana. (Alcolea-Diaz & García-Santamaría 2019, 12)

Budzinkin ym. (2019) mainitsevat muutokset televisiolähetyksissä on helppo ymmärtää. Empiiristen havaintojen mukaan nuoret tuntuvat yhä enenevässä määrin katsovan urheilulähetyksiä muualta kuin televisiosta – tai ainakin muualta kuin perinteisiltä kanavilta. Suurella Pohjoismaisella televisioyhtiö MTG:llä on Suomessa oikeudet muun muassa Englannin Valioliigaan. Heidän lanseeraamansa Viaplay-palvelu on vaihtoehto yhtiön omille tv-kanaville – ja käyttö on todella helppoa. Viaplayn voi ladata kännykkään tai tabletille ja näin lähetykset ovat aina mukana missä ikinä ihminen

liikkuu. Tarvittaessa lähetyksen saa siirrettyä Chromecastin avulla myös televisioon, jolloin normaaleja televisiokanavia ei tarvitse ollenkaan. Voisi siis olla mahdollista, että televisiopalvelut ovat menossa yhä enemmän tähän suuntaan.

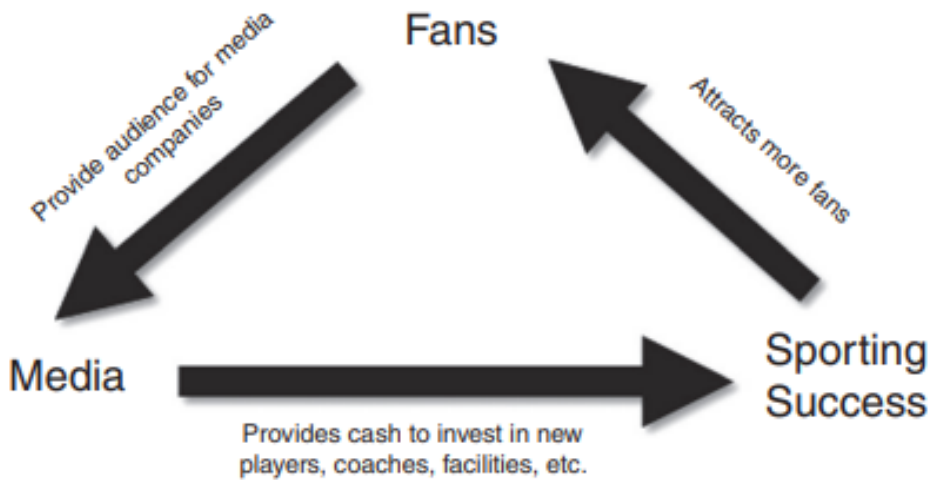
Alcolea-Diaz & García-Santamaría (2019) mukaan tilaajia on oltava riittäväsi ja hinnalla on kilpailtava – mutta niin, ettei keskihinta kärsi. Vaikka tämä on sinänsä yksinkertainen ajattelumalli, voi se olla televisio- tai internetyhtiöille helpommin sanottu kuin tehty. Etenkin pienemmillä markkinoilla kiinnostuneita kotimaisen jalkapallon tilaajia on vain rajattu määrä ja moni heistä saattaisi ajatella tilaavansa tuotteen, jotta näkee oman suosikkijoukkueensa ottelut. Tässä tullaan kappalleensa 3.3.2 mainittuun Kringstadin ym. (2019) tutkimuksiin pienemmän jalkapallosarjan tv-oikeuksista ja siitä, kuinka ulkomaalaiset sarjat vaikuttavat kotimaan sarjan televisiokysyntään. On helppo luoda myös Suomeen ajatus, että tilaajia saadaan enemmän, kun tarjontaan otetaan mukaan supersuosittuja ulkomaalaisia sarjoja. Oikeudet toki maksavat, mutta nyt tarjonnan laajentuessa keskihintaa voi nostaa ja potentiaalisia tilaajia tulee lisää.

Tämä voi aiheuttaa kotimaisen sarjan kannalta huonoja asioita. Kalliimpaa – ja ehkä suositumpaa – ulkomaalaista sarjaa näytetään kotimaisen sarjan sijaan tai se voi viedä paikan päällä olevaa yleisöä kotimaisen sarjan ottelusta pois. Tätä kautta tulot keskittyvät jo supersuosittuihin sarjoihin ja niiden parhaisiin joukkueisiin. Tämän voisi ajatella aiheuttavan luvussa 2.2.2 mainittuja lisääntymismekanismeja – käytännössä raha tulee rahan luo ja parhaat vahvistuvat entisestään.

#### 4.3.4 Sosiaalinen media

Ammattilaisurheiluseurat operoivat kaupallisessa ympäristössä tavoitellen kahta tärkeää, mutta vaikeaa asiaa; toisaalta he haluavat olla mahdollisimman menestyviä urheilullisesti, mutta samanaikaisesti myös taloudellisesti. Taloudellista menestymistä voidaan pitää ehtona sille, että urheiluseura menestyy urheilullisesti. Tällaisessa bisnesympäristössä urheilun ja median suhdetta on aina pidetty symbioottisena; vaikutusta urheilullisen ja taloudellisen menestyksen välillä on kuvattu tulojen kerryttämisen kierteenä.

Symbioosia havainnollistaa kuva 16:



**Kuva 16. Urheilun, fanien ja median suhde (Parganas ym. 2017)**

Urheilun mediakenttä on muuttunut fundamentaalisesti viimeisen vuosikymmenen aikana, kun erot televisiotuottajien, urheiluorganisaatioiden ja digitaalisten alustojen välillä ovat hämärtyneet. Viimeisten vuosien aikana urheiluseurat ovat alkaneet ohittaa perinteistä mediaa ja lähettää itse ottelutapahtumia sosiaalisen median kanavien kautta. Seurat myös pyrkivät kyseistä reittiä olemaan myös suoraan yhteydessä kannattajiinsa – ja tämän avulla monet jalkapalloseurat ovat onnistuneet kasvattamaan kannattajakuntaansa useisiin miljooniin ihmisiin maailmanlaajuisesti. (Parganas ym. 2017, 1)

Sosiaalinen media tarjoaa ainutlaatuisen ympäristön, missä kannattajat voivat vahvistaa heidän kokemuksiaan ja kasvattaa yhteisöllisyyttään. Toiseen suuntaan ajateltuna tämä taas luo seuroille mahdollisuuden vahvistaa suhdetta kannattajiin entisestään. Jalkapalloseurat etsivät jatkuvasti tapoja muuttaa korkeat seuraajamäärät tuloiksi. Kuten kappaleessa 4.3 todettiin, tulevat yhä suurempi osa jalkapallojoukkueen tuloista televisiointioikeuksista ja sponsorointisopimuksista. Pääasiassa nämä rahat sijoitetaan inhimilliseen pääomaan (= pelaajiin) ja tämän toivotaan näkyvän urheilullisena menestyksenä. Näin myös usein on; enemmän rahaa pelaajiin tarkoittaa parempaa menestystä. (Parganas ym. 2017, 2) Parganas ym. (2017) tutkii paperissaan sosiaalisen median seuraajamäärän, seuran liikevaihdon sekä urheilullisen menestyksen suhdetta tilastollisen mallinnuksen avulla.

Paperin perusteella voi olla mahdollista tehdä erilaisia johtopäätöksiä seurojen sosiaalisen median käytön seurauksista. Vaikuttaisi siltä, että korkean liikevaihdon joukkueilla on myös suuri määrä seuraajia Facebookissa. Tämä johtuu siitä, että lisääntynyt televisioaika lisää näkyvyyttä – ja tätä kautta ihmiset kiinnostuvat joukkueesta enemmän. Sama pätee joukkueisiin, joilla on paljon kansainvälistä näkyvyyttä; myös niillä on paljon seuraajia Facebookissa. Toki usein kansainvälinen näkyvyys ja suuri televisioaika kulkee käsi kädessä. Tämä myös johtaa siihen, että uusia sponsoreita on helpompi houkuttaa. Uudet sopimukset luovat lisää kassavirtaa seuralle, mikä televisiointioikeuksien lisäksi mahdollistaa suuremmat investoinnit pelaajiin ja täten joukkueen menestykseen kentällä – menestyksellä on jälleen positiivinen vaikutus joukkueen kiinnostavuuteen kannattajien ja täten sponsorien sekä televisiotuottajien silmissä. Kuvio 16 havainnollistaa tätä hienosti. (Parganas ym. 2017, 13)

Parganasin ym. (2017, 14) mukaan merkittävin tutkimuksen johtopäätös on, että ottelupäivän, mainosten ja televisiointilähetysten mukana tuleva liikevaihto korreloi positiivisesti Facebook-seuraajien määrän kanssa. Tämän vuoksi suurimmat eurooppalaiset joukkueet Facebook-seuraajien perusteella ovat myös suurimpia liikevaihdolla mitattuna.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkielman tarkoituksena oli kirjallisuuskatsauksen avulla tarkastella urheilun taloustieteen asemaa taloustieteen kentässä – ja etenkin keskittyä eurooppalaisen jalkapallon taloustieteeseen. Pääteemana oli pyrkiä selvittämään ovatko eurooppalaiset jalkapalloseurat rationaalisia päätöksentekijöitä? Tähän pyrittiin hakemaan vastauksia erilaisista aiheita koskevista teorioista. Käydään viimeisessä luvussa hieman läpi mahdollisia vastauksia ja tulkintoja jo johdannossa esiteltyihin pienempiin aihekysymyksiin.

Urheilusarjan optimaalisen rakenteen voidaan ajatella ainakin osittain olevan sellainen, jossa suosituin joukkue voittaa paljon pelejä. Näin se ei kuitenkaan aivan näyttäisi menevän; optimaalisen sarjarakenteeseen ei vaikuta vain markkinoiden koko tai joukkueiden kannattajat, vaan myös neutraalit katsojat, jotka seuraavat pelejä muualla kuin paikan päällä. Suuntaa-antavana päätelmänä voidaan pitää sitä, että mitä enemmän sarjaa seurataan televisiosta, sen tärkeämpää sarjan tasaisuus on, koska sitä seuraa enemmän neutraaleja katsojia, jotka hakevat jännitystä peleistä. On myös huomioitava, että urheilumarkkina eroaa monella tapaa perinteisistä markkinoista; yksittäisen seuran ei kannata tavoitella monopoliasemaa, vaan mahdollisimman tasaista kilpailua, josta se kuitenkin itse selviää voittajana.

Kansainvälisten otteluiden merkitys on eurooppalaisessa jalkapallossa suuri. Barsch (2015) on tutkinut tätä laajasti paperissaan ja päätyntä soveltamaan polkuriippuvusteoriaa jalkapalloon. Päätelmien perusteella näyttäisi siltä, että seurat lisääntymismekanismien avulla kasvavat yhtä suuremmiksi ja menestyneimmiksi, kun sekä heidän valtansa että rahallinen arvonsa kasvaa kansainvälisen menestyksen mukana. Tämä voisi johtaa johtaa seuraavaan kuvioon; sarjojen sisällä menestyvät seurat tulevat yhä menestyvimmiiksi ja menestys kansainvälisissä peleissä lisää menestystä entisestään.

Kansainvälisen jalkapallon pelaajasiirrot kokivat ison murroksen vuonna 1995 niin sanotun Bosman-säännön myötä. Euroopan Unionin alueella luovuttiin pelaajasiirtokielloista ja sopimuksettomat pelaajat saivat siirtyä vapaasti uuteen seuraan. Tämä lisäsi kansallisissa sarjoissa ulkomaalaisten pelaajien määrää. Edellä mainitut muutokset ovat kuitenkin jollain tasolla johtaneet siihen, ettei siirtopolitiikka ole aina kovin rationaalista. Päätöksentekoa saattavat ohjata yksittäisen managerin tunteet, tai pelaajan yhden ison arvoturnauksen hyvät otteet pitkän aikavälin tarkkailun sijaan. Myös



muut kuin lahjakkuustekijät saattavat vaikuttaa siirtoon; pelaajan suosio kannattajien keskuudessa tai potentiaalinen korkea jatkosiirtoarvo.

Eurooppalaisten jalkapalloseurojen liikevaihto koostuu pääasiassa pääsylipuista, tv-oikeuksista ja kaupallisista sekä mainoksellisista sopimuksista. Pääsyliput olivat pitkään suurin tulonlähde, mutta vähitellen muut tekijät ovat vieneet isomman osuuden jo pelkästään stadioneiden rajallisten kapasiteettien vuoksi. Kuten muu maailma, myös jalkapallo on yhä kansainvälisempää – ja Euroopan joukkueiden otteita voidaan seurata internetin ja television välityksellä mistä päin maailmaa tahansa. Tämä luonnollisesti muuttaa myös rahanlähteiden suhteita.

Viimeisen vuosikymmenen aikana sosiaalinen media on näytellyt yhä suurempaa roolia etenkin nuorempien ikäluokkien elämässä. Tämä heijastuu selvästi myös urheilumaailmaan ja jalkapalloon; sosiaalinen media on paikka luoda näkyvyyttä, tunnettuutta ja sitä kautta liikevaihtoa sekä tuloja. Vaikuttaisi siltä, että myös sosiaalinen media noudattaa urheilumaailmassa jo pitkään ollutta perinteistä kaavaa; urheilullinen menestys luo lisää näkyvyyttä, joka tuo lisää sponsori- ja televisiointituloja ja tämä taas johtaa parempaan menestykseen. Asian voisi nähdä niin, että tässä tietyllä tavalla kuljetaan kehää, joka saa lisää kierroksia mitä paremmin seuralla menee. Samanlaisen johtopäätöksen voisi vetää myös kansainvälisten pelien merkityksestä; menestys luo menestystä niin kentällä kuin sen ulkopuolella.

Vaikka jalkapallossa liikkuu isot rahat, voidaan ainakin jollain tavalla päätöksentekijöiden rationaalisuutta kyseenalaista. Vaikuttaisi siltä, että päätöksissä painavat muut syyt; kuten tunteet, kannattajien miellyttäminen, menestyksenhalu ja omat – usein merkittävien omistajien – arvot ja mielipiteet rationaalisen analyysin edelle. Viime vuosikymmenen aikana eurooppalaiseen jalkapalloon virrannut ulkomaalainen yksityisijoittajien raha on myös mullistanut markkinaa omalla tavallaan. Sosiaalinen media luo houkutusia kasvattaa kannattajakuntaa panostamalla isoja rahoja nopeaan menestymiseen, mutta todellisuus on monesti vaikeampaa kuin sitä alussa voisi ajatella. Tuoreimpana esimerkkinä Superliiga, jonka suuri motivaatio osallistujille on korkeat rahapalkkiot jo pelkästä osallistumisesta. Voisi silti edelleen sanoa, että eurooppalaisia jalkapalloseuroja voi pitää enemmän hyödyn – kuin voitonmaksimoijina. Näyttäisi siltä, että menestystä haetaan taloudellisten voittojen kustannuksella – vaikka menestyksen tarkoituksena näyttäisi olevan suuremmat rahapalkkiot.

## REFERENCES

- Bar-Eli Michael, Krumer Alex, Morgulev Elia (2020) Ask not what economics can do for sports - Ask what sports can do for economics. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, Vol. (89).
- Bäker, Agnes, Mechter Mario, Vetter Karin (2012) Beating the Neighbor: Derby Effects in German Professional Soccer. *Teoksessa Sports Economics: Present and Future Impact on General Economics*, toim. Ruud H. Koning – Wolfgang Maennig, 224-247. Berliini, Saksa.
- Barsch, Katharina (2015) The Path of European Football. A Level Playing Field for only 90 Minutes. *Historical Social Research*, Vol 40, (154), 221-254.
- Breuer Christoph - Rohde Marc (2016) Europe's Elite Football: Financial Growth, Sporting Success, Transfer Investment, and Private Majority Investors. *International Journal of Financial Studies*, Vol 4 (2), 1-20.
- Budzinski, Oliver and Gaenssle, Sophia and Kunz-Kaltenhäuser, Philipp (2019) How Does Online Streaming Affect Antitrust Remedies to Centralized Marketing? The Case of European Football Broadcasting Rights. *Ilmenau Economics Discussion Papers* Vol. 25 (128).
- Downwar, P. – Dawson, A. (2000) *The Economics of Professional Team Sports*. Routledge, Lontoo.
- Fizel, J. (2017). *Handbook of sports economics research*. Routledge.
- G Alcolea-Díaz, J V García-Santamaría (2019) Football broadcasting rights in Spain in the digital age: between pay television and streaming services. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 418-433.
- Gürler Eren – Saarinen Markku (2021) Seurat luikkivat Superliigasta häntä koipien välissä – kapinapomo myönsi tappionsa: ”Rehellisesti sanottuna ei” <https://www.iltalehti.fi/jalkapallo/a/44dbe50e-a47e-4328-a2e5-1a03c1f223ff> ,haettu 7.5.2021

- Helmut Dietl, Duschl, Tobias, Franck Egon, Lang Markus (2012) A Contest Model of a Professional Sports League with Two-Sided Markets. *Teoksessa: Sports Economics: Present and Future Impact on General Economics*, toim. Ruud H. Koning – Wolfgang Maenning, 336-360. Berliini, Saksa.
- Ingle, Sean (2021) Super League players face World Cup and Euros ban, warns furious Uefa chief <https://www.theguardian.com/football/2021/apr/19/super-league-players-face-world-cup-and-euros-ban-warns-furious-uefa-chief> , haettu 7.5.2021.
- Jann, Ben (2008) The Blinder-Oaxaca decomposition for linear regression models. *The Stata Journal*, Number 4, 453-479.
- Kidd, Robert (2021) Report Reveals FC Barcelona Star Lionel Messi's Record-Breaking Contract <<https://www.forbes.com/sites/robertkidd/2021/01/31/report-reveals-fc-barcelona-star-lionel-messis-record-breaking-contract/?sh=10c15caa5bcc>>, haettu 15.3.2021.
- Kringstad, M., Solberg, H.A. and Jakobsen, T.G. (2018), Does live broadcasting reduce stadium attendance? The case of Norwegian football, *Sport, Business and Management*. Vol. 8 (1), 67-81.
- Kuper, Simon – Szymanski. Stefan. (2016) *Soccernomics*. Nation Books, New York.
- Leach, S. and Szymanski, S. (2015), Making Money Out of Football. *Scottish Journal of Political Economy*, Vol 62 (1), 25-50.
- Liu XF, Liu Y-L, Lu X-H, Wang Q-X, Wang T-X (2016) The Anatomy of the Global Football Player Transfer Network: Club Functionalities versus Network Properties. *PLoS ONE* 11(6).
- Matesanz David, Holzmayer Florian, Torgler Benno, Schmidt Sascha L, Ortega Guillermo J. (2018) Transfer market activities and sportive performance in European first football leagues: A dynamic network approach. *PLoS ONE* 13(12)
- Neale, Walter. C. (1964) The Peculiar Economics of Professional Sports: A Contribution to the Theory of the Firm in Sporting Competition and in Market Competition. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol 78 (1), 1-14.
- Pantuso, G – Hvattum, L.M (2020) Maximizing performance with an eye on the finances: a chance-constrained model for football transfer market decisions. *TOP 2020*.
- Parganas, P., Liasko, R., & Anagnostopoulos, C. (2017) Scoring goals in multiple fields: Social media presence, on-field performance and commercial success in European professional football. *Sport, Business and Management: An International Journal*, Vol 7 (2), 197-215.

- Rodriguez Placido, Kesenne Stefan ja Koning Ruud (2015) *The Economics of Competitive Sports*. Edward Elgar Publishing, Inc, Gheltenham.
- Rottenberg, Simon (2006) *Sports economics after fifty years: essays in honour of Simon Rottenberg*. Universidad de Oviedo.
- Ruud H. Koning - Stefan Kesenne (2021) *A Modern Guide to Sports Economics*. Edward Elgar Publishing Limite, Cheltenham.
- Ruuskanen, Timo (2019) Liki puolet suomalaisista kävi katsomassa urheilua paikan päällä vuonna 2017 <<https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2019/liki-puolet-suomalaisista-kavi-katsomassa-urheilua-paikan-paalla-vuonna-2017/>>, haettu 11.3.2021.
- Sanchez Luis Carlos, Barajas Angel, Sanchez-Fernandez Patricio (2019) Sports Finance: Revenue sources and financial regulations in European Football. Teoksessa: *Sports (And) Finance*, toim. Jaume Garcia, 327-366.
- Simmons, Robert (1997) The Implications of the Bosman Ruling for Football Transfer Markets. *Economic affairs*, Vol. 17 (3), 13-18.
- Sloane, Peter J. (2006) Rottenberg and the Economics of Sport after 50 Years: An Evaluation. *IZA Discussion Paper* Vol (2175).
- Sportsshow 3.10.2020 Top 10 Most Watched Sports in The World <<https://sportsshow.net/top-10-most-popular-sports-in-the-world/>>, haettu 11.3.2021
- The Super League (2020) <<https://thesuperleague.com/press.html>>, haettu 7.5.2021.
- UEFA (2018) Club Licensing Benchmarking Report Financial Year 2016 <[https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/OfficialDocument/uefaorg/Clublicensing/02/53/00/22/2530022\\_DOWNLOAD.pdf](https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/OfficialDocument/uefaorg/Clublicensing/02/53/00/22/2530022_DOWNLOAD.pdf)>, haettu 8.4.2021.
- Vainikka, Jussi (2021) Mikä ihmeen Superliiga? Nämä asiat kohusuunnitelmasta tiedetään – englantilaislegenda raivostui ja vaatii radikaalia rangaistusta Manchester Unitedille ja muille seuroille <<https://yle.fi/urheilu/3-11890561>>, haettu 7.5.2021.
- Vrooman, John (1995) A General Theory of Professional Sports Leagues. *Southern Economic Journal*, Vol 61 (4), 971-990.
- Yunhu, Kim, Khach-Hoai Nam, Bui, J. Jung, Jason (2019) Data-driven exploratory approach on player valuation in football transfer market. *Concurrency and Computation Practice And Experience*, Vol 33 (3), 156-756.

