

PANNON EGYETEM
GAZDÁLKODÁSI KAR ZALAEGERSZEG

**Futball és ami mögötte van – Fókuszban az
átigazolási összegek alakulása**

Témavezető: Dr. Palányi Ildikó PhD

Külső konzulens: Gulyás József

Tóbi Bálint

Alapképzés

Nappali tagozat

**Gazdálkodási- és
menedzsment
alapszak**

Logisztika szakirány

2023

PANNON EGYETEM
GAZDÁLKODÁSI KAR ZALAEGRSZEG

SZERZŐI NYILATKOZAT A DOLGOZAT BENYÚJTÁSÁHOZ*

Hallgató neve:	Tóbi Bálint		
Képzési szint:	alapképzés		
Szak:	Gazdálkodási- és menedzsment		
Szakirány (ha van):	Logisztika		
Neptun kód:	DBHG9C	Védés éve:	2023
Dolgozat címe:	Futball és ami mögötte van – Fókuszban az átigazolási összegek alakulása		
Egyetemi témavezető:	Dr. Palányi Ildikó PhD		
Gyakorlóhelyi konzulens:	Gulyás József		
Öt kulcsszó a dolgozatról:	Labdarúgás, játékospiac, átigazolások, Bosman-Szabály, Covid-19		

Hozzájárulok / nem járulok hozzá, hogy szakdolgozatomat/zárdolgozatomat az Egyetem az interneten a nyilvánosság számára repozitóriumában közzétegye.

A hozzájárulás szerzői feltételei:

- a dolgozat magáncélra letölthető, a forrás megjelölésével szabadon idézhető, de az idézés szokásos terjedelmét meghaladó felhasználás (átvétel) tilos,
 - hozzájárulásom időtartamra nem korlátozott és bármikor visszavonható.
- (Hozzájárulás hiányában a dolgozat csak az Egyetem arra kijelölt számítógépein, képernyős megtekintéssel kutatható. Egyéb hozzáférés, többszörözés nem engedélyezett.)

Büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom az alábbiakról:

- dolgozatom mindenben eleget tesz a vonatkozó és hatályos intézményi előírásoknak,
- a dolgozatban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, a leírtak saját, önálló munkám eredményei,
- a dolgozatban felhasznált adatokat, forrásokat a szerzői jog figyelembevételével alkalmaztam,
- a dolgozat nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén felsőoktatási szakképzés, diplomaszerezés vagy szakirányú továbbképzés során.
-

Tudomásul veszem az alábbiakat:

- a dolgozat szerzői jogtisztaságának ellenőrzésére az Egyetem szoftveres ellenőrzést (plágiumszűrést) végezhet és eredményét a dolgozat értékelésében felhasználhatja,
- a dolgozat elektronikus formában, az Egyetem repozitóriumában kerül elhelyezésre és a hatályos jogszabályok, intézményi szabályzatok szerint, valamint fentebbi szerzői rendelkezéseimnek megfelelően biztosítható a kutatási célú hozzáférése,
- a dolgozat metaadatai és szerzői összefoglalója online nyilvánosak.

Zalaegerszeg, 2022.12.27.

Tóbi Bálint s. k.

hallgató aláírása

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
2. Sportmarketing	2
2.1 A sportmarketing fogalmi meghatározása	2
2.2 A sportmarketing jellemzői	5
3. A játékospiac	7
3.1 Hivatásos sportvállalat, mint fogalom	7
3.2 A fogyasztói piac	8
3.3 A játékospiac bemutatása	10
3.4 Változások a játékospiac történetében	13
3.4.1 Bosman Szabály	13
3.4.2 Financial Fair Play	15
3.4.3 Third Party Ownership (Havran Zs. 2017. felhasználva)	16
4. A labdarúgók értékét befolyásoló tényezők	17
4.1 Életkor	17
4.2 Sérülékenység	17
4.3 Poszt	18
4.4 Nemzetiség	18
4.5 Válogatottban nyújtott teljesítmény	19
4.6 Közösségi médiaszereplés	20
5. Covid-19 hatása az átigazolási összegek alakulására	21
5.1 Top átigazolások a Covid előtt és után	23
5.1.1 2018/19-es szezon Top 10 átigazolása	23
5.1.2 A 2019/2020-as szezon Top 10 átigazolása	25
5.1.3 A 2020/21-es szezon Top10 átigazolása	27
5.2 A három szezon eredménye	29
5.3 A járvány hatása a Ferencvárosi TC átigazolására	29
5.3.1 A 2018/19-es szezon Top5 érkezője	30
5.3.2 A 2019/2020-as szezon Top5 érkezője	31
5.3.3 A 2020/21-es szezon Top5 érkezője	32
6. Mélyinterjú Makrai Márkkal	34
6.1 Mi is az a scout? Melyek a feladatai?	34
6.2 Interjú	36

6.3	Az interjú elemzése	38
7.	Összefoglalás	41
8.	Irodalomjegyzék.....	43
9.	Ábrajegyzék	47

1. Bevezetés

Már kiskorom óta fontos szerepet játszik az életemben a futball, 6 éves korom óta fociztam versenyszerűen, követtem a mérkőzéseket a TV-ben. Ahogy teltek az évek egyre inkább kezdtem belelátni a meccsek mögötti dolgokba is. Játszottam futball, illetve manager játékokkal, ahol egy csapat pénzügyeit kellett kezelni. Ezekben a játékokban kedvre lehetett igazolni, eladni játékosokat azonban ügyelni kellett arra, hogy a csapat pénzügyi helyzete pozitív maradjon, Érdeklődési köröm találkozott az egyetemi évek során tanult pénzügyi és menedzsment ismeretekkel is, így elhatároztam, hogy a futball háttérébe tartozó kérdéseket alaposabban megismerem, elemzem. Az utóbbi időben azonban szomorúan kellett konstatálnom, hogy az általam hően szeretett sport megváltozott. Kedvenc csapatomat, az FC Barcelonát tudnám példának hozni. A csapat mentalitása negatív irányúvá vált, ennek következtében az eredmények is. A klub becsődölt, köszönhetően a rossz vezetői és pénzügyi döntéseknek, valamint a hatalmas fizetéseknek, ami sajnos nincsen összhangban a játékosok teljesítményével. Az utóbbi években ugrásszerűen növekedtek az átigazolási összegek nemzetközi és hazai vonatkozásban is. A legnagyobb értékkel vagy épp potenciállal rendelkező futballisták, magukat, csapatukat és ezeken kívül szurkolóikat meghazudtolva sétálgatnak, színészkednek a pályán. Vannak, akik nem vesznek részt az edzéseken, nem teszik oda magukat a munkájukban. Hatalmas, szinte belegondolni is nehéz mennyi pénzt képes kiadni egy-két klub egy-egy ilyen labdarúgóért. Több tíz, sőt több száz milliós összegek röpködnek a klubok között. Sokan feltehetnék a kérdést, honnan van ez a sok pénz, illetve, hogy megér-e egy játékos, ekkora befektetést?

Jelen kutatás középpontjában tehát ezekből kiindulva az átigazolások háttérében álló tényezők mélyreható elemzése áll.

Kutatásomban a következő kérdések megválaszolására fókuszálok:

- Milyen kihívások előtt áll napjainkban az átigazolási tevékenység a futballban?
- Milyen tényezők befolyásolhatják egy játékos „értékét” az átigazolásoknál?
- Volt-e/van-e hatása a Covid-19 járványnak az átigazolási összegek változására?

Kutatási módszerként a szekunder adatok vizsgálata mellett mélyinterjú készítését alkalmazom a Zalaegerszegi Torna Egyesület (röviden ZTE) vezető scoutjával Makrai Márkkal. A ZTE egy

stabilan NB1¹-ben játszó csapat, a 2022/23-as szezonban nagyon jól kezdték a bajnokságot, hiszen az élmezőnyben vannak. Az interjú elkészítése következtében bepillantást szeretnék kapni az átigazolási összegek rohamszerű növekedésére egy szakmabeli szemszögéből. Hiszen teljesen mást tapasztalunk mi, „egyszerű futballkedvelők” mint azok, akik napi szinten találkoznak ezzel a problémával. Az interjúban kitérek arra a kérdésre, hogy miként hat az átigazolások növekedése egy magyar klubra valamint arra is, hogy miként zajlik egy játékos leigazolása hazánkban.

Célom, hogy a kutatás végére átlátható legyen a sportmarketing ezen része és válaszokat kapjak a kutatási kérdésekre.

Mielőtt a kutatás körülményeit, módszereit, illetve eredményeit ismertetem, bemutatom a sportmarketinget, mint témakört, amelybe kutatásom témája is illeszkedik.

2. Sportmarketing

2.1 A sportmarketing fogalmi meghatározása

Az elmúlt évszázadban a közgazdaságtudomány egyik, ha nem legrohamosabban fejlődő területe volt a marketing. *„A marketingnek számos meghatározása létezik, melyek egy része elméleti megközelítésű, kevésbé hangsúlyozva a terület szükségszerűen gyakorlati hasznosságát. Ugyanakkor a vállalati működés és a vevő-, valamint piaci orientáció megköveteli az egymással szimbiózisban élő megközelítés együttes kezelését. Az Amerikai Marketing Szövetség meghatározása szerint a marketing „a tervezésnek és a végrehajtásnak az a folyamata, amelynek során elképzelések, eszmék, termékek és szolgáltatások teremtése, árazása, ösztönzése, elosztása megy végbe az egyéni és szervezeti célok kielégítése végett.”* (Kassay L. Sportmarketing tananyag. 20. old.)

„A marketingnek három, egymással szorosan összeforrott oldalával találkozunk a gyakorlatban. A marketing (1) a már idézett meghatározásnak megfelelően egy olyan szakmai terület, amely tervezésen és végrehajtáson keresztül támogatja a vállalat piaci jelenlétét. Ugyanez a marketing tevékenység a szervezet életében (2) egy funkcionális szervezeti egységként képviseli és menedzseli – más szervezeti egységekkel együttműködve – a marketing folyamatokat. A marketing a vállalat egészét (3) tekintve is jelen van, amikor a piacorientált

¹ NB1=Magyar Nemzeti Bajnokság első osztálya

szervezet belső működése számára is integráló szemléletként elfogadottá válik.” (Kassay L. Sportmarketing tananyag. 20. old.)

„A marketing a vállalat funkcionális egységeként mind elméleti és elemző háttérmunkájával, mind pedig konkrét, gyakorlati piacbefolyásolási tevékenységével hozzájárul a vevő- és piacorientált szervezetek rövid és hosszú távú alkalmazkodásához, lehetőségeinek felismeréséhez és kiaknázásához.” (Kassay L. Sportmarketing tananyag, 11. old.)

„A profitorientált vállalatok piaci szerepvállalásának alapja a vevőben való gondolkodás, hisz az ő igényük kiszolgálása teremti meg az alapot és a lehetőséget a fenntartható működés bevételi oldalának biztosítására. Ezt a működést a vállalat különböző funkcionális egységei a közös célrendszer mentén összehangolva szakmai területenként támogatják. Ebben a működésben a marketingnek szakmai és egyben integráló szerepe van. A vevő elérésében és kiszolgálásában érdekelt szervezetek értik és szervezik a piacorientáltságból fakadó tennivalókat, elfogadták a marketing létjogosultságát. A sport területén működő szervezetek piaci szerepe, szerepvállalása az egyes piacok struktúrájától, működésétől (is) függően eltérő.” (Kassay L. Sportmarketing tananyag. 5. old.)

Profitorientált vállalatok vagy közösségi célok megvalósítására létrejövő vállalatok esetében azonos célról beszélünk, azért jönnek létre, hogy más emberek számára értéket teremtsenek. A profitorientált szervezetek nagyon szoros kapcsolatban állnak a vevőkkel, hiszen a vevők által szereznek bevételt. A közösségi célok megvalósítására létrejövő vállalatok esetében közvetett a kapcsolat a vevőkkel. Az ilyen cégek pályázatokkal, állami támogatásokkal szerezhetnek bevételt. (Kassay L. Sportmarketing)

Sportszervezetek esetében szintén hasonló módon választjuk külön egymástól a gazdasági társasági formában lévő sportszervezeteket, illetve a civil szervezetként működő sportszervezeteket. *„Elméletben kialakítjuk a sportszervezetek két csoportját, a gyakorlatban azonban vannak olyan sportpiaci szegmensek, ahol a két különválasztott csoport tagjai (egyébként egyazon sportág ugyanazon versenyrendszerének szereplőjeként) akarják a pályán egymással összemérni az erejüket – noha alapjaiban különbözik a tulajdonosi, finanszírozási hátterük, az adottságaik és működésük.” (Kassay L. Sportmarketing tananyag. 7. old.)*

A sportpiac kettős értékteremtése egyértelműen észrevehető a szabadidősport területén. Azok a sportszervezeteknek, amelyek gazdasági társasági formában működnek egyértelműen az a célja hogy megismerjék és kielemezzék a fogyasztói igényeket, illetve ezeket felhasználva profitot generáljanak. Ezek a sportszervezetek így próbálják kielégíteni a sokszor pénzbeli

tulajdonosi igényeket. Ha ezeknek a szervezeteknek ezt nem sikerül teljesíteni akkor rendszerint tönkremennek. (Kassay L. Sportmarketing tananyag)

„A hivatásos csapatsportok piacai az európai üzleti modell szerinti működésben még mindig nem érzékeny a fenntartható működésre. Annak ellenére nem, hogy a mintául szolgáló nemzetközi klublabdarúgásban nagyon erőteljesek és felgyorsult folyamatok mutatnak az amerikai major league-ák üzleti modelljének kialakítása irányába.” (Kassay L. Sportmarketing tananyag. 8. old.)

A hivatásos csapatsportok esetében ezért nagyon fontos szerepe van a marketingnek a vevőmegszólításban. Itt a fogyasztók nagyon nagy szerepet játszanak abban, hogy a szervezet jól működik-e. Ezzel szemben a hivatásos egyéni sportoknál a fogyasztó réteg rendkívül alacsony. Vegyünk példának egy vívást, amelyben hazánk a világ elit részéhez tartozik. Véleményem szerint egy ilyen sport sokkal kevesebb nézőt vonz, mint mondjuk egy válogatott futball mérkőzés a Puskás-Arénában közel 70000 néző előtt. Kassay szerint amíg egy futball vagy kézilabdacsapatnak hetente, de legritkábban kéthetente van hazai közönség előtt mérkőzése addig egy vívásnál az első olyan szint amire már fel-felkapja fejét egy sportszerető, az a nemzetközi szint. Egy ilyen esemény is csak évente esetleg két évente egyszer kerül megrendezésre és az is maximum párszáz vagy pár ezer néző előtt. (Kassay L. Sportmarketing tananyag,)

A marketing a tudomány és a társadalom minden területén jelen van, így ez alól a sport sem lehetett kivétel. Mivel a 21. századra a sport világméretűvé nőtte ki magát, így a cégek is elkezdtek lehetőséget látni benne. A cégek kezdetben 2 sportágra kezdtek el komolyabban figyelni és támogatni, ez nem más volt, mint a lóverseny és a golf. Később azonban a futball térnyerésével ez lett az egyik legelterjedtebb sportág a sportmarketing körében (Elek Á. 2013).

„A sportmarketing olyan tevékenységek összessége, amelyek a sportfogyasztó szükségleteinek és igényeinek kielégítésére irányulnak cserefolyamatokon keresztül. A sportmarketingnek két fő területe fejlődött ki: a sporttermékek és sportszolgáltatások marketingje közvetlenül a sportot fogyasztóknak, és az egyéb fogyasztói és ipari termékek vagy szolgáltatások marketingje a sportot promóciós eszközként használva.”

(Mullin, Hardy, Sutton: Sport Marketing, Human Kinetics, 2007, 11. oldal)

A sportmarketing célja az, hogy hirdetési akciók végrehajtásával vonzzon ügyfeleket, illetve az, hogy javítsa a vállalat arculatát. Mivel rengeteg sportfajta van, ezért számos lehetőséget kínál. A

sportmarketingben lévő reklám rendkívül érdekes. Véleményem szerint a mai világban az átlagfogyasztók, mint például a TV nézők, nem igazán szeretik a reklámokat. Képzeljünk el egy vasárnap esti családi filmnézést a TV előtt! Beleéljük magunkat az eseményekbe, jól érezzük magunkat családjunk körében, azonban a legjelentősebb történések, fordulatok előtt beraknak egy reklámot. Ezek élvezhetetlenné teszik a filmet. Azonban a sportmarketingnél a fogyasztó nem érzékeli pozitívnak vagy negatívnak a reklámot. Az ügyfél közel fog állni az adott céghez, mivel az a cég támogatja hűn szeretett csapatát.

2.2 A sportmarketing jellemzői

Az alábbiakban ismertetem a sportmarketing legfőbb ismérveit:

- *„Célja, hogy üzleti tevékenységet generáljon a sportágazatban.*
- *Különböző területei vannak a cselekvésnek, a vállalat igényeinek megfelelően.*
- *A vállalat imázsa kapcsolódik azokhoz az értékekhez, amelyeket a sport képvisel.*
- *Javítja a vállalat imázsát a fogyasztók előtt. Észreveszik, hogy a szervezet együttműködik, hogy élvezhessenek valamit, amiért rajonganak.*
- *Lehetővé teszi a versenyhez vagy a szponzorált sportolóhoz kapcsolódó speciális termékek létrehozását”*

([Sportmarketing - mi ez, meghatározása és fogalma - 2021 - Economy-Wiki.com \(economy-pedia.com\)](https://www.economy-wiki.com/economy-pedia.com) 2022.10.17.)



1. ábra <https://www.fcbarcelona.com/en/news/1064464/fc-barcelona-and-qatar-airways-extend-sponsorship-agreement>

A sportmarketingnek 3 nagy területe van. Az első ilyen a reklám. Ide tartozik a sportolók, sportcsapatok, sportrendezvények általi szponzoráció. Ide sorolunk minden olyan terméket, céget, akiket sportolók támogatnak. Biztos mindenki látott már futballmezt. Ezekon a mezeken a csapatok szponzorai láthatók, illetve ezek a cégek jól látható helyeken, nagy méretben vannak feltüntetve. Ilyenek lehetnek légitársaságok, különböző környezetvédelmi szervezetek stb. Példának okáért itt látható az FC Barcelona meze, amin jól látható a Qatar Airways légitársaság, amely szponzorálja a csapatot.



2. ábra <https://frontofficesports.com/gatorade-g-league/>

A sportmarketing második nagy területét az jelenti, hogy különböző cégek támogatják a sportolók teljesítményét. Ide sorolhatók a különböző étrendkiegészítőket gyártó cégek. Ilyenek például a BiotechUSA, a Scitec Nutrition vagy a képen látható Gatorade.



3. ábra
<https://www.futas.net/hungary/running/>

A harmadik kategória nem más, mint a sportszerető közösség támogatása programokkal és rendezvényekkel. Ide sorolhatók a különböző futóversenyek, maratonok, sportnapok.

([Mi is az a sportmarketing? by Seregély Ildikó \(prezi.com\)](#) 2022.10.17. felhasználva)

Az utóbbi évtizedben, azon belül is az utóbbi néhány évben jelentősen átalakult a nemzetközi labdarúgás. Régen, az előző században még Puskásék és az Aranycsapat idejében vagy akár a



4. ábra
https://sport55.blog.hu/2017/11/17/5_olyan_puskas_rekord_amit_talan_soha_senki_sem_dont_meg

21. század első éveiben Zidane, Ronaldinho korában teljesen más volt a futball, mint manapság. Egy-egy focimeccs tényleg vérre ment, a játékosok amint felvették magukra csapatuk, s hova tovább válogatottjuk nemzeti mezét egyből megváltozott bennük „valami”. Küzdöttek, hajtottak, „meghaltak a pályán” a csapatukért, hazájukért. Ezekben az időkben a futball nem szólt másról, csak a futballról. Nem voltak ekkor előre megbeszélte végkimenetelű meccsek, nem voltak pályákon lézengő és sétálgató focisták, csakis izgalmas, szemet gyönyörködtető futball. Puskással készült egy interjú 1990-ben a TV Kispest jóvoltából, ebből idézek a következőkben:

„-Volt annak idején, az Aranycsapat idejében, a nagy Honvéd idejében megegyezésem mérkőzés?

-Nézd, az én időmben, én játszottam 34 évet, futballt, mondjuk 32 évet, futballt, sose volt megegyezés. Nekünk a futball az egy szent tét volt, azért mentük ki a pályára, hogy nyerjünk. Nem tudtak annyi pénzt ígérni még akkor se, amikor egy se volt, hogy ezt a meccset el kell veszteni, mert mi jobban szerettük a labdát, mint a pénzt.”

(Puskás Ferenc interjú TV Kispest 1990, [Puskás Ferenc interjú 1990 - YouTube](#))

Ebből a nyilatkozatból is látszik, hogy a régi futballban mindent a sport és a szórakoztatás jelentett. Manapság azonban ez már másképp van. A hirtelen bekövetkezett változás okát szeretném a következő pontokban keresni és bemutatni. Dolgozatom első nagyobb témájaként a játékospiacot mutatom be, annak működését, illetve évek alatt bekövetkezett változásait.

3. A játékospiac

3.1 Hivatásos sportvállalat, mint fogalom

„Sportvállalkozásnak minősül az a gazdasági társaság, amelynek a cégnyilvántartásról, a cégnyilvánosságról és a bírósági cégeljárásról szóló törvény alapján a cégjegyzékbe bejegyzett tevékenysége sporttevékenység, továbbá a gazdasági társaság célja sporttevékenység szervezése, valamint a sporttevékenység feltételeinek megteremtése egy vagy több sportágban.”

(2004. évi I. törvény a Sportról, 18. § (1))

„Sportvállalkozás korlátolt felelősségű társasági, illetve részvénytársasági formában alapítható, illetve működhet a gazdasági társaságokról szóló törvény szabályai szerint.”

(2004. évi I. törvény a Sportról 18. § (1))

Az emberi erőforrás Chikán (2008, 289) szerint: *„a vállalatnál alkalmazott munkavállalóknak a munkavégzéshez szükséges képességeik, szakismeretük és a munkamegosztásban elfoglalt helyük szerint strukturált összessége.”* Természetesen a humán erőforrás nagyon fontos része mind az egyéni mind pedig a csapatsportoknak. (Havran Zs. 2017)

3.2 A fogyasztói piac

„A hivatásos sportban nézőként, közönségként vagy szurkolóként definiálható fogyasztók a kereslet egyik meghatározó tényezői. A nézők, akik „globálissá” váltak hisz a helyszínről kilátogatón túl ma már a labdarúgó-vállalatnak az elektronikus médiumok által közvetített események fogyasztóit is ki kell szolgálnia. A sportesemény számukra elsősorban szórakoztatás jelent, amelyben fontos szerep jut a látványosságnak, küzdelemnek, a társasági élménynek. ”
(Berkes, 2008, 21. o.)

A termék (csere tárgya)	labdarúgó sportesemény
A csere tárgyának legfőbb jellemzője	hozzá kapcsolódó élmény, szórakozás
A termék értékére ható tényezők	<ul style="list-style-type: none"> - sportteljesítmény minősége -helyszínen nézve: kiegészítő szolgáltatások, sportteljesítmény minősége - médián keresztül fogyasztva: közvetítés minősége, és kapcsolódó szolgáltatások (elemzések)
A piac szereplői	<ul style="list-style-type: none"> - sportszolgáltató - sportfogyasztók: helyszíni fogyasztók (nézők, szurkolók) és a médiafogyasztók - médiafogyasztónak a média
- Eladó	
- Vevő	
- Közvetítő	
Magatartást befolyásoló tényezők	- a megtekintés közvetlen és közvetett költségei

5. ábra A fogyasztói piacok jellemzői

(Forrás: Chikán 1995. alapján, András)

Természetesen, mint minden más szolgáltató szektorban, a futballban is vannak fogyasztók. A fogyasztókat ebben a sportban és ebben az esetben szurkolóknak nevezzük. A fogyasztók viselkedését különböző dolgok befolyásolhatják. (Berkes 2008.56.o alapján)

Ilyenek például:

- a csapat teljesítménye
- a csapat eredményessége
- szép futballt játszik-e a csapat

- a szurkolók hűsége
- a játékvezetők sportszerű bíraskodása

A szurkolókat aszerint is csoportosíthatjuk, hogy mennyire szeretik a kedvenc klubjukat.

- 1. csoport: A „keménymag” Ide tartoznak azok a szurkolók, akik teljesen elköteleződtek szeretett klubjukhoz, rendszeresen ott vannak a meccseiken, szurkolnak, buzdítják csapatukat. Ezek a fogyasztók úgymond függői csapatuknak, mindenük a foci.
- 2. csoport: Disztingvált csoport, azok a szurkolók tartoznak ide, akik, ha tudnak, ott vannak csapatuk minden mérkőzésén azonban, ha ezt nem tudják megtenni, akkor a tv képernyők előtt, buzdítják csapatukat. Általában ilyenek lehetnek a már kiöregedett szurkolók.
- 3. csoport: Lojálisak, azok az emberek tartoznak ide, akik nem tudnak elmenni a mérkőzésekre de, elvannak köteleződve egy klub mellett. Én magam is ide sorolnám, aki nem tud elmenni egy Barcelona meccsre földrajzi okok miatt, azonban rendszeresen követem a csapat teljesítményét.
- 4. csoport: Ébredzők, más néven divatszurkolók. Ide azokat a futbalszeretőket sorolnám, akik szeretnek egy csapatot azonban, ha a csapatnak épp nem megy, akkor elbújnak, majd egy esetleges sikerszériánál újra előtérbe kerülnek.
- 5. csoport: Közömbösek. Ide sorolhatók azok az emberek, akik nem néznek focit, de egy-egy nagyobb mérkőzést azért figyelemmel követnek.
- 6. csoport: Szezonálisak, akik nem követik a futballt, de a nagyobb világversenyeket, pl: Európa-bajnokság, Világbajnokság figyelemmel követnek.
- 7. csoport: Teljes passzivitás, ide azok sorolhatók, akik teljesen elzárkóznak a labdarúgás bármely formájától.

(Forrás: Csontos P. 2014)

Ha a labdarúgás fogyasztóit, illetve azok viselkedését vizsgáljuk, akkor nem hagyhatjuk szó nélkül a futbalszurkolás egyik, ha nem legsötétebb pontját sem. Ez a pont nem más, mint a futballhuliganizmus. Ide azok a futbalszurkolók, illetve szurkolócsoportok tartoznak, akik fanatikusan buzdítják csapatukat, illetve trágár rigmusokkal degradálják ellenfelüket. A másik csapat mellett sokszor a játékvezetőre is szokásuk trágár megnyilvánulásokat tenni. Azonban a futballhuliganizmus nem csak ennyiben merül ki, A szurkolók sokszor egymás testi épséget

sem kímélve csapnak össze más csoportokkal rongálva közben mindent, ami a kezükbe kerül. (Csontos P, 2014)

Az utóbbi évtizedben a futballhuliganizmus ugyan háttérbe szorult azonban ígyis számos esetről hallani a nagyvilágban. Mindenhol olvasni tűzijátékokat a nézőtérről fellövő, illetve másokra görögtüzet dobáló huligánokról.

A futballhuliganizmus egy labdarúgó klub számára jelentős bevételkiesést, illetve kiadásnövekedést tud okozni. Vegyük példaként a mérkőzések alatt történő rendbontásokat. Egy átlagos futballszurkoló nem azért megy ki hön szeretett csapatának mérkőzéseire, hogy félelemben, rettegésben kövese végig a mérkőzést, hanem mert jól akarja magát érezni, szórakozni szeretne. A félelemkeltés miatt kevesebben látogathatnak ki a stadionba, csökkentve ezzel a klub meccsnapi bevételeit. Mivel kevesebb ember megy ki a mérkőzésre így a szponzori bevételek és támogatások is csökkenhetnek mivel egy szponzor nem fog úgy támogatni egy klubot, ahol kevesebb embert tud elérni a hirdetéseivel. A futballhuliganizmus másik negatív hatása a brandépítésre történő negatív hatás. Senki sem szeret egy olyan klubot, amelynek ilyen agresszív szurkolói vannak, emiatt negatív hírek, reklámok jöhetnek le az adott csapatról, emellett meg is bélyegezhetik őket a médiában. (Csontos P, 2014)

A futballkluboknak egyik, ha nem legfontosabb értékmérő tényezője a szurkolói klubok mérete és összetétele. A futball üzletiesedésével a merchandising bevétel az egyik legnagyobb bevételforrás egy futballklub számára. Ha egy klubnak sok szurkolója van, sok mezt adnak el, több a meccsnapi bevétel is. Emiatt a klub vezetésének összhangban kell lenni a szurkolóikkal is, nem bízhatnak olyan döntéseket, amelyet a szurkolók nem támogatnak. Ilyen lehet például egy szurkolók által nehezményezett stadionátalakítás, címváltoztatás. (Csontos P, 2014)

3.3 A játékospiac bemutatása

Természetesen a labdarúgás területén is van munkaerőpiac, ezt nevezzük játékospiacnak. Itt a játékosokhoz tartozó játékos jog birtoklását ruházzák át egymásra a futballklubok. (András 2003, 46.) A hivatásos sportnak az a különlegessége, hogy a munkavállalók igazolásával a vállalat nem csak szimpla munkaszerződést köt, hanem vagyoni értékű jogként hozzákerül a játékos használatának joga is. (András 2003.) Ez azt jelenti, hogy egy játékos vásárlása nem csak egy szimpla vásárlás, hanem egy komoly befektetés. A játékos jog tulajdonképpen egy „*olyan személyhez kötődő vagyoni értékű jog, amely a sportoló sporttevékenységéhez fűződő fizikai és szellemi képességeinek 31 összességét fejezi ki, mint ilyen át nem ruházható, el nem adható,*

csak a szerződés idejére a használati joga átruházható. Ez csak a szerződés időtartamára történik, és ennek lejártát követően a használati jog ellenérték nélkül visszazáll a sportolóra” (András 2003, 46).

A futball játékospiacának vannak különböző sajátosságai. Először is a játékospiac nem folyamatosan nyitott, (András 2003, 48.) egy naptári évben kétszer nyit ki, télen és nyáron. Ekkor van lehetőségük a kluboknak játékosokat vásárolni, illetve kölcsön venni más csapatoktól. Igazolásra máskor is van lehetőség akkor, ha a játékos szabadúszó státuszban van, vagyis nem sikerül klubot találnia az átigazolási időszakban. Ilyenkor a játékos ingyen igazolható, hiszen nincs klubja, akinek fizetni kéne.

A nemzetközi futball átigazolási rendszer szabályai szerint egy üzletet, átigazolást csak az a klub kezdeményezhet, aki a játékos jogára igényt szeretne tartani. Ilyenkor megkezdődnek a pénzügyi tárgyalások a két klub között. (Havran Zs. 2017, 31.) Amikor egy klub egy játékosal szerződést köt, akkor megszabja a futballista kivásárlási árát. Ez egy olyan, általában rendkívül magas összeg, amit ki kell fizetni az adott klubnak, ha szerződése lejárt előtt szeretné a játékost leigazolni. Sok csapat ilyenkor eszméletlen magas árat szab ki, mostanában ezek akár 1 milliárd eurós összegek is lehetnek, hiszen a csapat nem szeretne megválni idő előtt szeretett játékosától. Ha az új csapat kifizeti a kivásárlási árát, vagy megegyezik a jelenlegi klubbal egy átigazolási összegben akkor megkezdődnek a tárgyalások az új csapat és a játékos közt. Itt megegyeznek a fizetés összegéről, a csapatban betöltött szerepről, esetleges bónuszokról, illetve arról, hogy hány évre szeretnék a játékost csapatukban tudni.



6. ábra <https://focijava.hu/szoboszlai-dominik-egy-siker-es-palyafutas-kapujaban/>

Egy játékos értéke más-és más minden klub számára. Ezt számos tényező befolyásolhatja. Vegyük példának Szoboszlai Dominik friss igazolását a Salzburgtól a német Lipcse csapatába. Szoboszlai rendkívül jó szezont zárt Ausztriában, a legtöbb gólpasszért járó trófea, valamint a liga MVP cím (liga legjobb játékosa) is az Ő kezében landolt. Ekkor leigazolta Őt a Lipcse. Ugyan még nem igazán sikerült azt a teljesítményt

nyújtani, mint eddig mégis Dominik bekerült többször is a hét csapatába. Várhatóan Dominik értéke rohamosan növekedni fog, hiszen a német Bundesligát a világ szinte minden táján

közvetítik és követik, illetve több klub, több szakértő is követi a meccseket, így jobban magára tudja vonni itt a figyelmet, mint a nem épp ismert Osztrák első osztályban.

	Negatív transzferegyenleg	Pozitív transzferegyenleg
Magas transfervolumen	“Felvásárlók” Anglia, Spanyolország, Németország Olaszország ← Oroszország ↑	“Kereskedők” Portugália, Hollandia Franciaország ←
Alacsony transfervolumen	↑ “Kisfogyasztók” Törökország, Ukrajna, Görögország	“Szállítók” Skandináv országok, volt szocialista országok

7. ábra Európai országok csoportosítása transzferstratégia szerint

(Forrás: Szabados, 2012.)

A 7. ábrát Szabados dolgozta ki még 2012-ben. Ezen az ábrán az Európai futballnemzeteket hasonlította össze és rendezte 4 csoportba aszerint, hogy miként viselkednek transzferstratégiát illetően.

Ahogy minden más munkaerőpiacon, illetve versenyszférában, a labdarúgásban is vannak egymástól hierarchikusan elkülönülő területek játékos igazolás szempontjából. Első helyre azokat az országokat tenném, akik hazájában a nemzeti bajnokság nem egészen kiemelkedő, azonban utánpótlás nevelésük rendkívül magas színvonalú. Ez alatt azt értem, hogy az akadémián kiskoruktól kezdve kinevelt tehetségek magas számban megtalálhatók, azonban mivel hazájuk bajnoksága nem épp magas szintű ezért ezek a játékosok még fiatalabb korokban külföldre, valamelyik nagyobb bajnokságba szerződnek. Ilyen ország például Horvátország, Portugália vagy épp hazánk Magyarország is. Az itt született, és focizni tanult fiatalok még tinédzser korokban, körülbelül 16-17 éves korukban eligazolnak egy nagyobb bajnokság egyik csapatának akadémiájára, ahol aztán kisebb klubokban kezdenek focizni és felhívni magukra a figyelmet. Második csoportba azokat az országokat sorolnám, akik kis felvásárló státuszban vannak. Ide azok az országok és bajnokságaik vannak, akik nem épp a top ligák közé sorolhatók azonban egy átmenetet képeznek. Egy-két csapatuk jelen van az Európai bajnokságokban is. Ide azok a játékosok igazolnak, akik jobbak, mint hazájuk gyengébb bajnoksága, hiszen egy Török vagy épp holland bajnokság sokkal jobb, mint egy Horvát például, azonban még

nincsenek azon a szinten, hogy egy top csapatban játszhasanak. Harmadik és egyben legnagyobb csoportnak a nagy felvásárlók nevet lehet adni. Ide tartoznak azok a ligák, akik a világ legjobb bajnokságai, mindenki figyeli őket, a legjobb játékosok és legnagyobb sztárok játszanak itt, illetve itt vannak a legnagyobb szponzori szerződések is. Ide sorolnám a spanyol, a német, az angol, illetve utóbbi években a PSG nagy pénzösszegek költése miatt a francia bajnokságot is. Ezek a ligák és ezeknek a ligáknak a klubjai igyekeznek felvásárolni a jövő tehetségeit még alacsony áron, hogy aztán azon játékosok teljesítményének javulásával nagyobb összegért tudják őket tovább passzolni. (Havran Zs. 2017)

Ha egy liga magas színvonalon működik, sokan figyelik és követik, illetve csapataik élen járnak a futball ligákban akkor ezen bajnokságok működése magas transzfermértékkel jár együtt. Az ilyen élenjáró klubok mindig a legszélesebb igazolási palettából válogatnak, gyakorlatilag bárkit megvehetnek (Havran Zs. 2017). András (2003, 53) ezt magas transzferpiaci aktivitásnak nevezi. *„A piacok hatnak egymásra, a négy másik piac által generált gazdasági bázis a futballvállalatok működésén túl jelentheti a játékospiacra zajló adás-vételek forrását, melyek hatékony üzleti döntések esetében további gazdasági háttérként szolgálhatnak a futballtársaságok működésében”* (András 2003, 70).

3.4 Változások a játékospiac történetében

Ahogy szépen lassan elhagytuk a 20. századot úgy kezdett folyamatosan üzletiesedni és nemzetközibbé válni a világ labdarúgása. Ez az üzletiesedés rendkívül megnehezítette olyan nagy szervezetek működését, akik a világ futballját akarták egybevonni. Ilyen például az UEFA és a FIFA.

Dolgozatomban ezen fejezetemben bemutatom azt a három tényezőt, amelyek befolyásolták és megváltoztatták a játékospiac működését. Ez a három tényező a Bosman-szabály, a Financial Fair Play (Pénzügyi Fair Play) illetve a Third Party Ownership (Harmadik Fél Tulajdonlás).

Sokáig az Európai Unió szabályaival ellentétes volt a játékospiac működése, ugyanis az eladó klub lejárt szerződésű játékosokért is kérhetett pénzt. (Havran Zs. 2017)

3.4.1 Bosman Szabály

Mielőtt a Bosman-Szabály életbe lépett volna az Európai Bíróság C-415/93-as törvényével, addig az átigazolási piacot teljesen máshogy lehetett meghatározni, mint napjainkban. Ennek

hatására bizonyos futballklubok, amelyek nagy múlttal rendelkeznek, (vegyük ide a Benficát vagy az Ajax-ot) háttérbe szorultak, míg gyorsan fejlődő gazdag klubok kerültek helyükre. Ilyenek az utóbbi években a Manchester City vagy éppen a francia PSG.

A Bosman-eset 1990-ben kezdődött. A személy, aki miatt az egész folyamat és botrány kiobbant bizonyos Jean-Marc Bosman. A 25 éves belga futballista világszinten nem volt híres, egyesek szerint közepes képességekkel rendelkezett.

Pályafutását a Standard Liège-ben kezdte ifiként, innen igazolt már felnőttbe az RFC Liège-hez 3 millió belga frank fejében. A szerződő felek egy két évig tartó megállapodást kötöttek, amely 1990. június 30-ig volt érvényes. Az akkor aktuális szabályokat betartva a klub 1990 áprilisában egy egyéves szerződés hosszabbítást kínált Bosman-nak, aki ezt nem fogadta el bércsökkenésre hivatkozva. Bosman így kikerült az igazolhatók listájára, vagyis bármely klub leigazolhatta bizonyos összeg fejében. Ezt az összeget az eladó klub határozta meg 11 millióbelga frank értékben. Ez az összeg egy Bosman kaliberű játékosért szürreálisan magas volt, így az elején a játékos megvásárlását fontolgató FC Dunkerque visszalépett. Mivel nem volt csapat, aki ennyi pénzt adott volna a belga labdarúgóért így felfüggesztették Bosman játékjogát 1990 júliusában.

Bosman ebből felindulva 1990. augusztus 8.-án pert indított a Liège-i bíróságon azért, hogy vonják vissza a játékjog felfüggesztését. Bosman álláspontja az volt, hogy a hatalmas kért összeg miatt nem valósulhatott meg Dunkerque-be költözése, illetve kérte azt, hogy ügyében az Európai Bíróság hozzon ítéletet illetve hogy a Belga Labdarúgó Szövetség (BLSZ) illetve az RFC Liège havonta 100.000. belga frankot adjon neki addig, amíg nem talál magának új csapatot. Bosman úgy vélte, hogy mint játékos és munkavállaló, a mozgásának szabad joga megcsorbult.

„A Bíróság a döntésében kimondta, hogy a Római Szerződés 48. cikkének rendelkezései alapján nem lehet alkalmazni olyan szabályokat, amelyek szerint a hivatásos labdarúgót új klubja addig nem alkalmazhatja, amíg az a volt klub részére átigazolási (képzési) díjat nem fizetett.”

([A Bosman-szabály története \(acmilan.hu\)](http://acmilan.hu) 2022.10.18)

A fent említett mellett egy másik probléma is felvetődött, amivel szintén foglalkozni kellett. Ez a problémakör nem volt más, mint az állampolgársági kérdés. Itt arra a kérdésre keresték a választ, hogy a 48-as cikkel összeegyeztethető az a szabály, amely korlátozza, hogy milyen és mennyi állampolgárságú játékos léphet pályára az adott csapatban.

Az Európai Bíróság úgy döntött, hogy „*ellentétes a közösségi joggal, ha a szövetségek által szervezett versenyeken a labdarúgó klubok színeiben csak korlátozott, meghatározott számú más tagállam állampolgárságával rendelkező labdarúgók léphetnek pályára.*”

([A Bosman-szabály története \(acmilan.hu\)](#) 2022.10.18)

A döntés és a szabály elfogadása után az UEFA és a FIFA s ellenkezett, próbálták elkerülni, hogy szabályzatba lépjen a Bosman-Szabály. Azonban az Európai Unió Bizottsága perrel fenyegette meg a szervezeteket, amelyet elkerülve 1996 márciusában hatályba léphetett a szabály.

Forrás: [A Bosman-szabály története \(acmilan.hu\)](#)

3.4.2 Financial Fair Play

A Bosman-Szabály után a második nagyobb, játékospiac működését megváltoztató intézkedés az UEFA-tól érkezett. Ez az intézkedés 2010-ben látott napvilágot és Financial Fair Play nevet kapott.

A Financial Fair Play alapjai a 2000-es évek elején kezdődtek. Ezekben az években számos Európai klub költekezte túl magát, ennek következtében pénzügyi helyzetük negatívba váltott, csőd következett be náluk. Az UEFA ezt látván intézkedésekbe kezdett, hogy a többi klub ne jusson erre a sorsra. Céljuk az volt, hogy csökkentsék a futballklubok pazarlását, illetve biztosítsák a csapatok versenyképességét.

([Pénzügyi Fair Play - mi ez, meghatározása és fogalma - 2021 - Economy-Wiki.com \(economy-pedia.com\)](#) 2022.10.18.)

„Az FFP tulajdonképpen egy könyvelésben használt mérleg. Van egy bevétel és egy kiadás oldala, amiből végül kijön az egyenleg.”

([Financial Fair Play \(FFP\) Mi is az? Eszik vagy iszák? \(keresztlabda.hu\)](#) 2022.10.18.)

A Financial Fair Play-nek az a különlegessége, hogy nem egy szezont vizsgál. Ehelyett egy három éves szakaszt vesz alapul. Példának okáért az idei 2022/23-as szezon pénzügyi adatait háromszor is meg kell vizsgálni.

-2020/21,2021/22,2022/23

-2021/22,2022/23,2023/24

-2022/23,2023/24,2024/25

A három időszakban mindegyikre elkészítik a mérlegeket egyesével évről-évre, majd ezeket egyesítik. Hogyha az adott időszakra túl negatív az eredmény, akkor lép életbe az UEFA és szankciókat oszt ki.

A Financial Fair Play szabály szerint a csapatoknak a három évre vetítve maximum 30 millió eurós vesztesége lehet úgy, hogy ebből 25 milliót saját tőkéből fizet ki. Ennek következtében maximálisan 5 millió euró lehet a veszteség.

Kezdjük a bevételekkel, hiszen minden csapat addig költekezhet, amíg van még pénze. Az FFP számítás csak a labdarúgásból származó bevételeket számítja, tehát hiába van egy nagyon gazdag tulajdonos, attól még nem lehet szórni a pénzt minden fajta sztárokra.

Bevételek közé sorolhatjuk az eladott szezonos vagy félszezonos bérleteket, a meccsjegyeket, a meccsnapi bevételeket. Ide sorolható a meccs közben a büfében vásárolt étel és ital bevétele, valamint a Merchandising shopokban eladott ruhák, sapkák sálak eladásából származó bevételeket. Ide sorolhatók még a reklámszerződések, illetve a szponzorációs bevételek is. Ezek mellett ide tartoznak természetesen a játékosok eladásából származó összegek, a jogdíjak, illetve a szövetségektől kapott pénzdíjak, legyen ez bajnoki címért járó bónusz vagy épp a Bajnokok Ligájában való részvételért származó bevétel. Ide tartozik utolsó sorban a felvett hitel is, hiszen ez is kiegyenlítheti a kiadásokat.

Kiadások közé sorolhatók a fizetések (nem csak a játékosoké), az átigazolási díjak, az ügynöki díjak, a törlesztőrészletek, illetve az osztalék. Fontos feljegyezni, hogy nem számít kiadásnak az ifi játékosokra, valamint az infrastruktúra, a stadionfejlesztésre szánt pénz.

[\(Financial Fair Play \(FFP\) Mi is az? Eszik vagy iszák? \(keresztlabda.hu\) 2022.12.18.\)](#)

3.4.3 Third Party Ownership (Havran Zs. 2017. felhasználva)

A játékosok átigazoltatásakor és szerződtetésekor sokszor fordult elő az, hogy az adott klub, amely a játékost szerződtetni akarta, az bizonyos cégtől kért befektetést ahhoz, hogy meglegyen a kellő pénz, ezért cserébe az adott cég kapott egy bizonyos százalékot a játékos játékjogából. Emiatt ha később a játékos eladására került sor, akkor az adott cég is részesedett az eladásból származó összegből. Ezek mellett a cég úgy viselkedik, mintha egy kis menedzsere lenne az adott játékosnak. Tovább szponzorálhatják, marketing lehetőségeket ajánlanak fel neki, ezekért

cserébe részesednek a bevételéből is. Ezt nevezik harmadik fél tulajdonlásnak vagyis Third Party Ownership-nek. A köztudatban sokszor rövidített formában azaz TPO-ként használják. Ezzel az a probléma, hogy egy esetleges adás-vételnél nem csak a két szerződő klub vesz részt és van jelen, hanem a támogató cég is. Ezzel bármikor keresztbe húzhatja a felek számításait és átírhatja a folyamatokat. Ennek a lehetőségnek a pozitív használata segítheti a klubot, de csak is a pozitív használata. A világ vezető futbalszervezetei, ezen belül is az UEFA nem tiltja ezt a lehetőséget, azonban csak akkor használható, ha a harmadik felek nem befolyásolják a labdarúgók függetlenségét, politikáját, valamint csapatuk teljesítményét (Rippel-Szabó 2013).

4. A labdarúgók értékét befolyásoló tényezők

Természetesen, mint minden vagyoni értékű jognak, így a futballban szereplő labdarúgóknak is van értéke. Minden játékos különböző értékkel rendelkezik. Ezek lehetnek akár a Magyar Megyei Bajnokságokban játszó futballisták pár tízezres értékétől kezdve a világelitbe tartozó futballisták több tíz-, sőt több százmillió eurós értékeiig. Ha egy vagyontárgyat és annak az értékét nézzük, ott is fellelhetők olyan, befolyásoló tényezők, amelyek csökkenthetik, egyes esetekben azonban növelhetik a vagyontárgy értékét. Ez a futballisták esetében sincs másképp.

4.1 Életkor

Azon sportközgazdászok között, akik a játékos értékét befolyásoló tényezőket kutatják, egyöntetűen elfogadott tény az, hogy a játékosok életkora nagyban befolyásolja az értéküket. (Frick 2007.) A fiatalabb játékosok gyorsabbak, fürgébbek, pillanatok alatt képesek gondolkodni és eldönteni kulcshelyzeteket. Ezzel szemben az idősebb labdarúgók reflexei lassabbak, a már megszokott elveket követik a futballban.

4.2 Sérülékenység

A kor mellett számos kutatás foglalkozott azzal, hogy a játékosok sérülékenysége befolyásolja-e az értéküket. Azonban mivel kevés bizonyított eredmény és kutatás van, ezért nehéz ennek a tényezőnek a vizsgálata (Patai-Popper, 2014).

Van den Berg (2011) egy új, eddigi ismeretlen megközelítésben próbálta keresni a sérülékenységet, mint befolyásoló tényezőt, azonban az eredmények miatt nem volt szignifikáns ez a kutatás (Zombai-Kovács M.-Havran Zs. 2020).

4.3 Poszt

Az, hogy a különböző posztokon játszó futballisták között értékbéli különbségek bizonyíthatók, vitatott a sportközgazdászok körében (Zombai-Kovács M.-Havran Zs. 2020). Reilly és Witt egy 1995-ös kutatásban leírták, hogy igenis van befolyásoló értéke a különböző játékposztoknak. Kutatásukban azt mutatták ki, hogy a csatár poszton játszó futballisták jóval keresettebbek, nagyobb reflektorfényt kapnak, ebből következően drágábbak, mint a kapus, védő vagy középpályás poszton játszó labdarúgók. Emellett Eschweiler és Vieth a 2004-es kutatásukban szintén bizonyították ezt a felvetést, azonban egy kicsit másik szemszögből nézve. Ők azt mutatták be a német Bundesliga játékosainak értékét alapul véve, hogy a mezőnyjátékosok nagyobb értékkel rendelkeznek, mint a kapusok (Zombai-Kovács M.-Havran Zs. 2020).

4.4 Nemzetiség

A 21. századi modern futballban, az utóbbi években divatba jött, illetve egész világot meghódító rasszizmus és megkülönböztetés ellenes kampánnyal szemben még mindig fellelhető, hogy hátrányból indul egy olyan labdarúgó, aki ismeretlenebb országból származik. Azt, hogy a nemzetiségnek is van-e hatása egy játékos értékére, azt a kutatók különféle módokon véleményezik. Van den Berg 2011-ben egy olyan kutatást folytatott le, amelyben a Premier League-ben játszó játékosok értékét hasonlította össze egyéb Európai és Európán kívüli ország labdarúgóinak értékével. Kutatás szerint a Premier League-ből érkező játékosok magasabb átigazolási értékkel rendelkeznek, ezzel mutatva arra, hogy nem mindenki bírja az angol élvonal tempóját és komolyságát (Zombai-Kovács M.-Havran Zs. 2020). Balázs illetve Péter (2015) egy olyan kutatást végeztek, amelyben a nemzetiség mellett a szociális és társadalmi helyzetet is megpróbálták értéket befolyásoló tényezőként betudni. A kutatás során enyhén is, de bizonyítani tudták igazukat, hogy ezek is befolyásoló tényezők (Havran Zs. 2017).

4.5 Válogatottban nyújtott teljesítmény

A hivatásos labdarúgók értékét nagymértékben befolyásolja az, hogy játszik-e országának nemzeti csapatában. A válogatottba mindig az aktuálisan legjobb formában lévő adott országban született játékosokat hívja be a szövetségi kapitány. Egy nemzeti válogatott meccset sokan követnek, emiatt könnyű berobbanni a köztudatba. Vegyük példának hazánkat, Magyarországot. Talán nincs még egy ilyen ország a világban ahol a népeesség nagyságához mérten ennyien követnék a focit. Szokták is viccesen mondani: „*Tíz millió szövetségi kapitány országa vagyunk.*”

Az hogy valaki bekerül a válogatottba, még nem elég arra, hogy rohamosan növekedjen az értéke. Ahhoz a válogatottban stabil jó teljesítményt kell nyújtani, különösképpen bizonyos világversenyeken. Ilyen lehet Európabajnokság, Világbajnokság. Ezeket a rendezvényeket a világ minden táján egyaránt követik, könnyű egy jó teljesítménnyel felhívni magára a figyelmet a játékosnak.

Kiefer (2012) egy olyan tanulmányt adott ki a nagy sikerű 2012-es Európa Bajnokság után, amelyben a jól teljesítő játékosok értéknövekedését vizsgálta. Kiefer (2012) elsősorban azt vizsgálta, hogy milyen média-figyelem kísérte ezeket a játékosokat. A kutatás olyan eredménnyel zárult, hogy a játékosok értékét jelentősen növelte mind saját mind pedig nemzeti csapatuk sikeres részvétele a tornán, a lőtt gólok és gólpasszok száma, illetve a tornán játszott percek száma. Negatív értékvesztés lépett fel azoknál a játékosoknál, akik kezdenek kiöregedni azonban a fiataloknál nagyobbab nőtt az érték. (Havran Zs. 2017)

A 2012-es EB-n résztvevő játékosok értéke átlagosan félmillió euróval emelkedett, az összes emelkedés pedig 170 millió euró értékre tehető (Havran 2014).

A magyar válogatott játékosai számára az igazi áttörést a 2020-as részben hazai rendezésű Európa-Bajnokság hozta meg. Ez az EB arról volt híres, hogy Európa szerte számos országban zajlottak a küzdelmek, köztük Budapesten is. A magyar válogatott a halálcsoportba került, A portugálokkal, a németekkel és a franciákkal. Nagy meglepetésre a válogatott helyt állt és ez a játékosaink értékének fejlődésében is meglátszott. A Transfermarkt.com nyilatkozott miszerint Európa szerte 31 játékosnak nvekedett az értéke. Ezek közül magyar vonatkozása Sallai Rolandnak van, a Freiburg támadójának értéke 13 millió euróról 16 millióra növekedett. A Horvátországban futballozó középpályásnak, Kleinheisler Lászlónak is növekedett az értéke, 2 millió euróról a másfélszeresre, 3 millióra. Emellett egy másik középpályás Schäfer András

értéke is nőtt, 800 ezer euróról másfél millióra. A magyar középpályás az EB után csapatot is váltott, Dunaszerdahelyről az Union Berlinhez igazolt.

([Magyar labdarúgók piaci értéke is növekedett az Eb után \(szekelyhon.ro\)](https://szekelyhon.ro) letöltés dátuma: 2022.11.08.)

4.6 Közösségi médiaszereplés

Korunk meghatározó eszköze a közösségi média és annak különböző felületei. A Facebook az Instagram már több éve meghatározó tényezője a világnak azonban az utóbbi években ezek mellé megérkezett a TikTok mint videómegosztó portál. Számos futballistát látni, hogy vicces videókat, bejelentkezéseket posztolnak erre a felületre. Minél több videót, képet posztolnak, annál nagyobb követőbázissal rendelkeznek, ezzel is növelve reputációjukat és piaci értéküket is. A mai modern világban sokszor egy klub nem is mindig figyeli, hogy mekkora összeget fizet ki egy játékosért pontosan a közösségi média szereplése miatt. Sok esetben egy 100 millió fölötti igazolás már 1 hét alatt visszahozhatja a kifizetett összeget, hála a közösségi média szponzorációknak, illetve a mezeladásoknak. Számos nagy ruhagyártó cég is keresi az ilyen



elismert közösségi sztárokat, hiszen az Ő nevükkel tudják a legnagyobb követőbázist megszólítani. Nem is kell régre visszagondolni az utóbbi évek egyik, ha nem legnagyobb futballhoz kötődő marketingfogására, amelyet a Louis Vuitton készített el. A ruhagyártó luxuscég az egyik legújabb táskájukat promózta nem mással, mint a valaha volt két legnagyobb labdarúgóval Lionel Messivel és Cristiano Roanaldoval. A kép, amin a két sztár sakkozik a táskán az Instagram felületre került fel, amelyet mindkét játékos is megosztott és hamar szenzációvá vált a futballkedvelők körében.

8. ábra <https://www.sn124.com/soccerladuma/fan-park/manchester-uniteds-cristiano-ronaldo-psgs-lionel-messi-stun-in-new-picture-for-louis-vuitton-20221121>

5. Covid-19 hatása az átigazolási összegek alakulására

Nem kell sportközgazdásznak lenni, elég egyszerűen követni a világjárvány híreit, hogy tudjuk a Covid-19 járvány erősen befolyásol mindent, vele együtt ezzel az átigazolási piacot is. Azonban a játékos piac 2019/20 előtt nem igazán volt egységes, illetve stabil. Rengeteg olyan, még nem bizonyított vagy esetleg túlsztárolt játékos kelt el a piacon embertelen összegekért, amik megbolygatták az átigazolási rendszert. Amikor 2017-ben a PSG kifizette a Barcelonának a rekordot jelentő 222 millió eurós kivásárlási árát - ezzel megkötve minden idők legdrágább átigazolását - a futball világa teljesen és végérvényesen megváltozott. A Neymar-transzfer óta egy 70 milliós átigazolás korántsem kavar akkora port, mint ezelőtt. Olyan futballistákért fizetnek ekkora összeget, mint Alvaro Morata vagy épp Harry Maguire, akik bár ugyan hazájuk kiválóságai és a nemzeti csapatukat stabilan erősítik, mégsem tartoznak a világ top legjobb játékosai közé.

([| Goal.com Magyarország](#) letöltés dátuma: 2022.10.19.)

Az azóta már híres újságíróvá avanzsált Marcelo Bechler volt az, aki 2017 júliusában tweetelt egy információmorzsát, ami a fülébe jutott. Ez a morzsa nem volt más, mint hogy Neymar elhagyja a Barcelonát. Az emberek beszéltek róla, találgattak azonban legbelül racionálisan gondolkodva elvetették az átigazolás lehetőségét. Azonban az átigazolás megtörtént. Bechler a sikeres predikció után így nyilatkozott 2018-ban a Bleacher Reportnak:

„Pedig csak tweeteltem egyet, semmi több. Azóta mindenki arra vár, hogy egy újabb nagy igazolást jelentsek be Twitteren, holott ez csak egy egyszeri eset volt a részemről. Ha megfigyeljük, a piacot láthatjuk, hogy azóta milyen pénzek forognak a futballban. Mai szemmel már nem is tűnik olyan örültnek a Real Madrid 95 millió eurója Ronaldóért, illetve a Bale-ért kifizetett 100 millió euró sem”

([| Goal.com Magyarország](#) letöltés dátuma: 2022.10.19.)

Ahhoz, hogy a piac normalizálódjon egy olyan világjárvány kellett, mint a világot jelentősen megrázó koronavírus járvány. Amikor a járvány és a járvány miatt bekövetkezett intézkedések megérkeztek, senki sem tudott pontos információt adni arról, hogy hogyan fog folytatódni a labdarúgó szezon. Mivel a távolságtartás volt a legfőbb védekezési lehetőség, így a nemzetközi futbalszervezetek úgy döntöttek, hogy folytatódhatnak a bajnokságok, azonban a mérkőzések nézőközönség nélkül kerülnek megrendezésre. Ezek az intézkedések annak ellenére súlytottak minden klubot, hogy a mai világban már nem annyira támaszkodnak a klubok a meccsnapi

bevételekre, köszönhetően a hatalmas közvetítési díjaknak. A futballkluboknak azonban így is hatalmas megszorításokat kellett végezniük. Számos olyan stábtagnál váltak meg akiket nélkülözhetőnek vélték, illetve meg kellett egyezni a játékosokkal a fizetésesökkentésről, már ahol ez sikerült. A legnagyobb kiadáscsökkentés azonban az átigazolási összegek csökkentésével jelent meg.

(Forrás: <https://www.goal.com/hu/h%C3%ADrek/igy-szabta-at-a-covid-az-atigazolasi-piacot/e6fzduihrkb1t17o9hhq2191> letöltés dátuma: 2022.12.19.)

2019	2020	
Premier League	1,7 milliárd euró	1,3 milliárd euró
Bundesliga	943 millió euró	323 millió euró
Serie A	1,4 milliárd euró	762,7 millió euró
La Liga	1,5 milliárd euró	410 millió euró
Ligue 1	842 millió euró	433 millió euró

9. ábra <https://www.goal.com/hu/h%C3%ADrek/igy-szabta-at-a-covid-az-atigazolasi-piacot/e6fzduihrkb1t17o9hhq2191>

Ha a fenti táblázatra pillantunk akkor jól látható, hogy mind az öt, európai top bajnokságban jelentősen csökkentek az átigazolásokra fordított összegek. A 2019-es szezonban három bajnokságban is meghaladta az összköltség az 1 milliárd eurót. Azonban ahogy a táblázatból látható, a 2020-as szezonban már csak az angol Premier League tudta tartani ezt a határt. Az olasz Serie A, illetve a spanyol La Liga csapatainak költsége messze eltörpül az 1 milliárdhoz képest. Ennek oka az, hogy a Premier League hatalmas TV-s bevételekkel rendelkezik, illetve a mezzszponzori bevételek is itt a legmagasabbak. A Premier League átigazolási költsége azért is érdekes mivel a Chelsea több mint 200 millió eurót költött transferekre. Ennek oka az volt, hogy az előző szezonban kizárták őket az átigazolási piacról, illetve eladták Eden Hazardot a Real Madridnak, amelyből hatalmas bevételt tettek zsebre.

Érdekes megnézni azt, hogy a német Bundesliga, illetve az olasz Serie A csapatai mennyire megfontoltan és odafigyelve költöttek pénzt játékosokra, hiszen ezen bajnokságoknál, különösen a németnél a harmadára esett vissza a kifizetett összeg. Ennek oka az volt, hogy ezek a csapatok megpróbálták inkább rutinosabb ám de olcsóbb játékosokat szerződtetni, illetve megpróbálták kölcsönszerződéssel játékosokat igazolni.

Ezzel el is érkeztünk a Covid időszak első évének slágeréhez, a kölcsönszerződésekhez. A kölcsönszerződéses átigazolási forma nem a Covid bekövetkeztében jelent meg, azonban most vált igazán aktuálissá és kelendővé. Korábban az olasz Serie A-ban fordult leginkább elő, hogy kölcsönvettek játékosokat vételi opcióval, azonban a világjárvány beköszöntésével olyan

játékosok is csapatot válthatnak ezzel a módszerrel akikről elképzelni sem gondoltuk, hogy kölcsön mennek más csapathoz.

Chiesa, Tonali az olasz bajnokság két topcsapatához a Juventushoz, illetve a Milanhoz került, Gareth Bale visszatért a Spursbe, illetve Douglas Costa a Bayern Münchenhez került. Mindannyian top játékosok, mindannyian kölcsönszerződéssel váltottak klubot.

(<https://www.goal.com/hu/h%C3%ADrek/igy-szabta-at-a-covid-az-atigazolasi-piacot/e6fzduhrkb1t17o9hhq2191> letöltés dátuma: 2022.12.19.)

5.1 Top átigazolások a Covid előtt és után

Mint ismeretes 2020 márciusa egy meghatározó időszak kezdete, amely mindannyiunk életét befolyásolta. Elkezdődtek a koronavírusjárvány miatti lezárások, korlátozások. Ezek az intézkedések a labdarúgást is súlytották. Zárt kapus mérkőzések voltak, csökkentek a meccsnapi bevételek, növekedtek a televíziós közvetítési bevételek.

Mi sem lenne léletszerűbb, ha konkrét példákkal mutatnám be a koronavírusjárvány hatását az átigazolási összegekre. Szeretném a 2018/19, 2019/20 és a 2020/21-es szezon top 10 átigazolását alapul venni. Ezen belül is szeretnék kitérni a játékos valódi értékére, hogy az mennyire tér el az átigazolási összegtől. Ezeket az adatokat a német Transfermarkt ([transfermarkt.de](https://www.transfermarkt.de)) használatával mutatom be. Itt adják meg a játékosok értékét, amelyet 3 fő szempont szerint becsülnék meg. Ez a három szempont a játékosok jellemzői, népszerűsége és teljesítménye. (Müller et.al. 2017)

5.1.1 2018/19-es szezon Top 10 átigazolása

A Transfermarkt adatait felhasználva a 2018/2019-es szezon top10 átigazolása egy kettészakadt piacot mutat. Az első 10 helyre 4 támadó játékos (Kylian Mbappe, Cristiano Ronaldo, Riyad Mahrez, Christian Pulisic), 3 középpályás (Thomas Lemar, Naby Keita, Fred) és 3 kapus (Kepa Arrizabalaga, Thibaut Courtois, Alisson) került. Érdekességnek számít, hogy védekező játékos nem került bele a 10-es listába.

Az érkező klubok vizsgálata során azt figyelhetjük meg, hogy a 10 játékos közül 6 fő az Angol Premier League-be érkezett. 2 játékost ad a Spanyol La Liga, illetve 1-1-et a francia és az olasz első osztály.

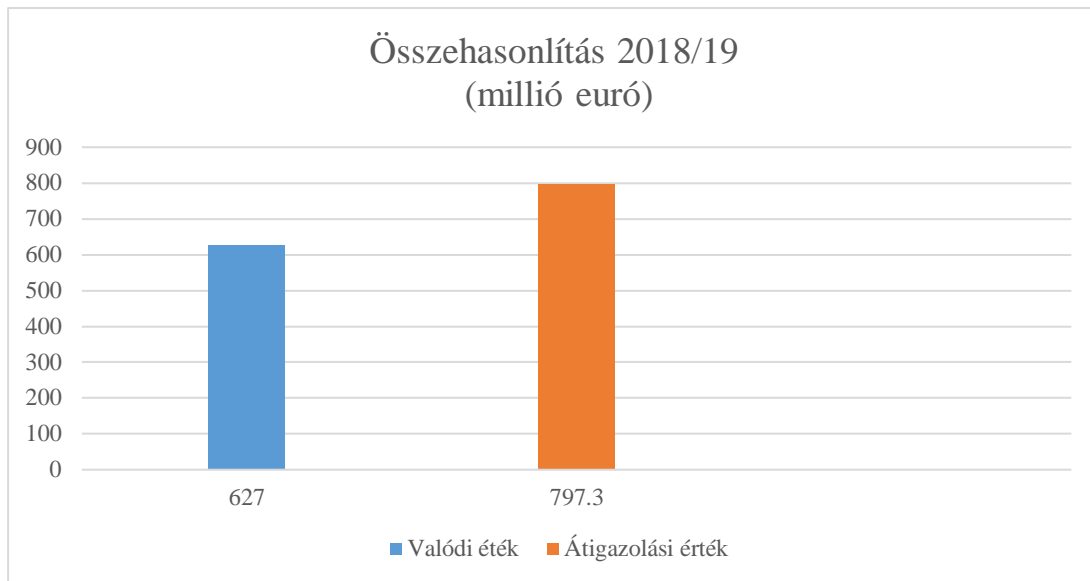
Név	Poszt	Valódi Érték	Átigazo lási összeg	Különbözet		Átadó klub	Átvevő klub
Kylian Mbappe	Támadó	120	180	60	33,3%	Monaco	PSG
Cristiano Ronaldo	Támadó	100	117	17	17%	Real Madrid	Juventus
Kepa Arrizabalaga	Kapus	20	80	60	75%	Athletic Bilbao	Chelsea
Thomas Lemar	Középpályás	65	72	7	9,7%	Monaco	Atletico Madrid
Riyad Mahrez	Támadó	50	67,8	17,8	26,3%	Leicester	Manchester City
Naby Keita	Középpályás	65	60	-5	-7,7%	RB Leipzig	Liverpool
Thibaut Courtois	Kapus	65	35	-30	-46,2%	Chelsea	Real Madrid
Christian Pulisic	Támadó	50	64	14	21,8%	Borussia Dortmund	Chelsea
Alisson	Kapus	60	62,5	2,5	4%	AS Roma	Liverpool
Fred	Középpályás	32	59	27	45,8%	Shakhtar D.	Manchester United

10. ábra A 2018/2019-es szezon 10 legrágább átigazolása, azok valódi értéke és a különbözetük. (millió euróban)

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján 2019

A táblázat eredményeit vizsgálva szembevetendő a támadó játékosok kiugró átigazolási összege. Látható, hogy a 4 támadóért bőven zsebükhöz nyúltak a klubok, akár 60 millió euróval is képesek voltak többet adni Kylian Mbappe-ért, mint a valódi értéke.

Itt is fellelhető a Neymar-transzfer által elindított lavina, amely a hatalmas átigazolási összegeket indította el magával.



11. ábra Top 10 átigazolás összesített összege összehasonlítva a valódi értékek összesítésével (millió euróban)

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján

Ahogy a 11. ábrán is látható az átigazolási összegek nagyban meghaladták a valódi átigazolási értékeket ebben a szezonban.

5.1.2 A 2019/2020-as szezon Top 10 átigazolása

A Transfermarkt adatai szerint a 2019/2020-as szezon nagyobb befektetéseket tartalmazott, mint az előző. Bár Mbappe 180 millió eurós összegét senki sem tudta megközelíteni, többen is 100 millió fölötti összeggel vagy akörüli összeggel keltek el. A top 10 igazolás között 5 darab támadó játékos (Eden Hazard, Antoine Griezmann, Joao Felix, Philippe Coutinho, Nicolas Pépé), 2 darab középpályás (Christian Eriksen, Frenkie De Jong) illetve 3 darab védő játékos (Harry Maguire, Matthijs De Ligt, Lucas Hernandez) található. Érdekesség, hogy az előző szezonhoz képest egyetlen egy kapus sem került be a top10-be.

Az érkező klubokat megvizsgálva észre vehetjük, hogy 4 darab igazolás a spanyol élvonalba, 2 az olasz élvonalba, 2 a német élvonalba, 2 pedig az angol élvonalba került.

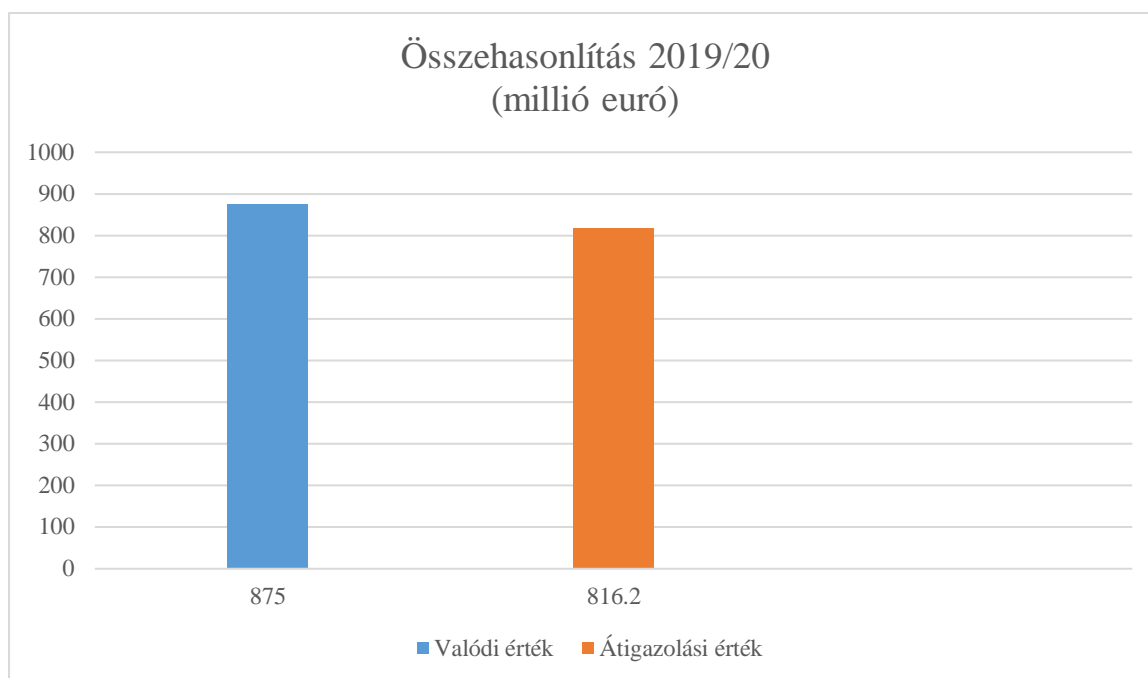
Név	Poszt	Valódi érték	Átigazolási összeg	Különbözet		Átadó klub	Átvevő klub
Eden Hazard	Támadó	150	115	-35	-23,3%	Chelsea	Real Madrid
Antoine Griezmann	Támadó	130	120	-10	7,7%	Atletico Madrid	Barcelona
Joao Felix	Támadó	70	127,2	57,2	45%	Benfica	Atletico Madrid
Christian Eriksen	Középpályás	90	27	-63	-70%	Spurs	Inter
Philippe Coutinho	Támadó	90	Kölcsön (8,5)	-80,5	-90,5%	Barcelona	Bayern München
Harry Maguire	Védő	50	87	37	42,5%	Leicester	Manchester United
Frenkie De Jong	Középpályás	85	86	1	1,2%	Ajax	Barcelona
Matthijs De Ligt	Védő	75	85,5	10,5	12,3%	Ajax	Juventus
Nicolas Pépé	Támadó	65	80	15	18,7%	Lille	Arsenal
Lucas Hernandez	Védő	70	80	10	12,5%	Atletico Madrid	Bayern München

12. ábra Top 10 átigazolás összesített összege összehasonlítva a valódi értékek összesítésével (millió euróban)

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján

A táblázatot megnézve szembetűnő, hogy a támadókért ebben a szezonban sem sajnálták a pénzt a klubok. Elsősorban a spanyol élvonal három nagy csapata tárazott be támadókból. Érdekes látni, hogy Christian Eriksen esetében egy jóval érték alatti transferről beszélünk. Az Inter Milan nagyot húzott ezzel az igazolással, 27 millió egy ilyen kaliberű labdarúgóért egészen csekély a többi listán szereplő játékoskal szemben. Eriksenen kívül Coutinho eladási ára lehet érdekes, itt meg kell jegyezni, hogy a játékos továbbra is a Barcelona játékosa azonban a játékjogot kölcsönbe adták a német Bayern Münchennek. A németeknek csak egy kölcsön összeget kellett kifizetni, ezért cserébe a játékos egy évig az ő csapatukat erősítheti.

Míg az előző szezonban csak 3 esetben láthatunk 80 millió vagy afölötti összeget ezzel szemben itt, 2 kivétellel mindenki eléri ezt a határt. Ebből látható, hogy korántsem tartozik nagy összegek közé már a 80 millió egy játékosért, amelyből többen nem is a világ leg-legjébe tartoznak.



13. ábra 2019/20-as idény Top10 átigazolásának összege, hasonlítva az eredeti értékek összegével.

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján

A 13. ábrán látható, hogy ebben az évben bár jócskán növekedtek a megmozgatott pénzek és értékek, ennek ellenére az átigazolási értékek elmaradtak az eredeti értékektől. Bár ehhez hozzá kell tenni Coutinho kölcsönszerződését.

5.1.3 A 2020/21-es szezon Top10 átigazolása

2 előzetes szezon bemutatása során elérkezett a Covid-19 járvány beköszöntése utáni első teljes szezon. Itt a klubok nagy bevételektől estek el, ez a legnagyobb átigazolások összegénél is szembetűnő változást mutat. Az első 10 helyre 4 támadó (Leroy Sane, Victor Osimhen, Timo Werner Mauro Icardi), 4 darab középpályás (Kai Havertz, Arthur Melo, Miralem Pjanic, Thomas Partey) illetve 2 darab védő játékos (Achraf Hakimi, Ben Chilwell) került. Az előző évhez képest kapus itt sem került be a top 10-be inkább a támadó szellemű játékosok illetve a középpályások dominálnak.

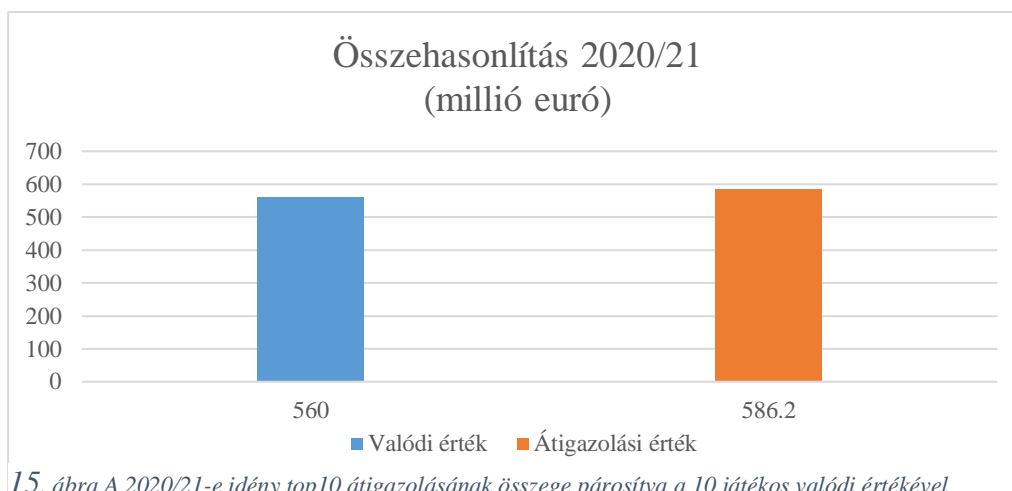
Az átvevő klubok közül 4 az angol Premier League-be, 3 az olasz Seria A-ba, míg 1-1-1 játékos a német Bundesligába, a spanyol La Liga-ba és a francia League 1-be került.

Név	Poszt	Valódi érték	Átigazolási összeg	Különbözet		Átadó klub	Átvevő klub
Kai Havertz	Középpályás	81	80	-1	-1,3%	Bayer Leverkusen	Chelsea
Leroy Sane	Támadó	80	49	-31	-38,8%	Manchester City	Bayern München
Arthur Melo	Középpályás	56	76	20	26,4%	Barcelona	Juventus
Victor Osimhen	Támadó	40	75	35	46,7%	Lille	Napoli
Timo Werner	Támadó	64	53	-11	-17,9%	RB Leipzig	Chelsea
Miralem Pjanic	Középpályás	45	60	15	25%	Juventus	Barcelona
Mauro Icardi	Támadó	60	50	-10	-16,7%	Inter	PSG
Achraf Hakimi	Védő	54	43	-11	-20,4%	Real Madrid	Inter
Ben Chilwell	Védő	40	50,2	10,2	20,3%	Leicester	Chelsea
Thomas Partey	Középpályás	40	50	10	20%	Atletico Madrid	Arsenal

14. ábra A 2020/21-es szezon Top10 átigazolása, valódi értékük és különbözetük. (millió euróban)

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján

A 14. ábra adatait nézve egyből látszik, hogy a világot súlytó járvány nagyban csökkentette az átigazolási összegeket. Csak egyetlen játékos éri el a 80 milliót, mindenki más e határ alatt helyezkedik el. A klubok a bevételkiesés miatt nem kockáztattak nagy befektetésekkel, inkább kisebb igazolásokkal próbáltak meg erősíteni. Legnagyobb értékkel itt is a támadók és a középpályások rendelkeznek, jóval elmaradnak mögöttük a védekező játékosok.

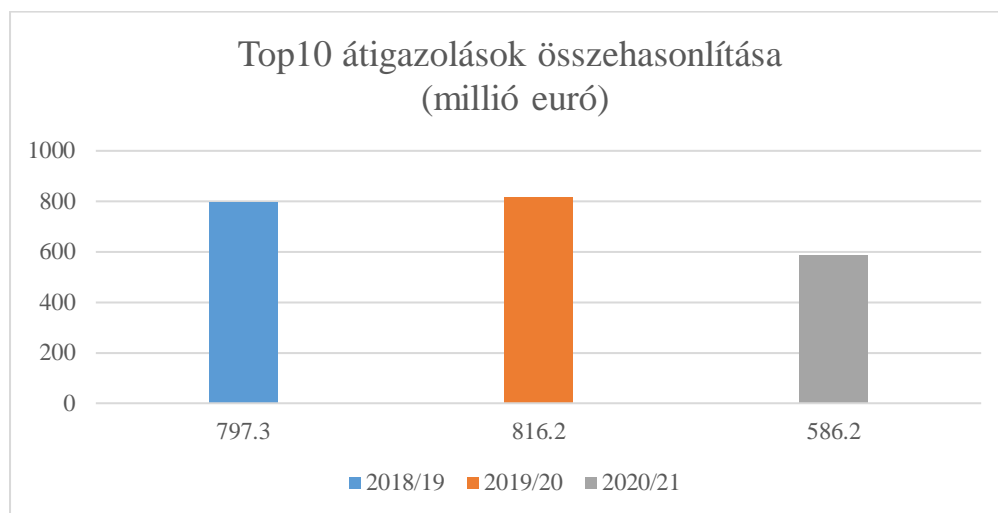


15. ábra A 2020/21-e idény top10 átigazolásának összege párosítva a 10 játékos valódi értékével

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján

Ahogy a 15. ábra is mutatja, az átigazolási értékek jelentősen csökkentek az előző évhez képest, azonban a klubok bátrabbak voltak, hiszen a játékosok valódi értékét meghaladja az átigazolási érték.

5.2 A három szezon eredménye



16. ábra A három szezon igazolásainak összehasonlítása (millió euróban)

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján

Ahogy a 16. ábra is mutatja, a Covid-19 járványig folyamatosan növekedtek az átigazolási összegek, azonban a világjárvány ezt nagymértékben befolyásolta. Az, hogy a játékospiac normalizálódjon, egy világjárvány kellett. A nagy bevételkieséseket minden klub próbálta különböző módokon kompenzálni. Egyes csapatoknál stábtagekat rúgtak ki, máshol fizetéseket csökkentettek.

5.3 A járvány hatása a Ferencvárosi TC átigazolására

A világ évenkénti legjobb 10 átigazolása után magyar vizekre szeretnék térni dolgozatomban. Ezt az előbb bemutatott 3 szezonnal szeretném elvégezni. Ezt a kutatást a Ferencvárosi Torna Club átigazolásaival (röviden FTC vagy Fradi) szeretném elvégezni. A Fradi a magyar rekordbajnok, az utóbbi 10 évben teljesen uralta a magyar labdarúgást. Az egyetlen magyar csapat, amely már-már stabilra mondható résztvevője az európai klubfutballnak. Bár nem a Bajnokok Ligájának, azonban az Európa Ligában már több éve résztvevője, illetve idén esélye is van a csoporttól való továbbjutásra. Természetesen ahhoz, hogy egy ilyen klubot létre

lehesen hozni és fent lehesen tartani, ahhoz komoly átigazolások kellene, amelyben a Fradi élen áll Magyarországon. A legtöbb pénzzel ez a klub rendelkezik és ezt kamatoztatja is.

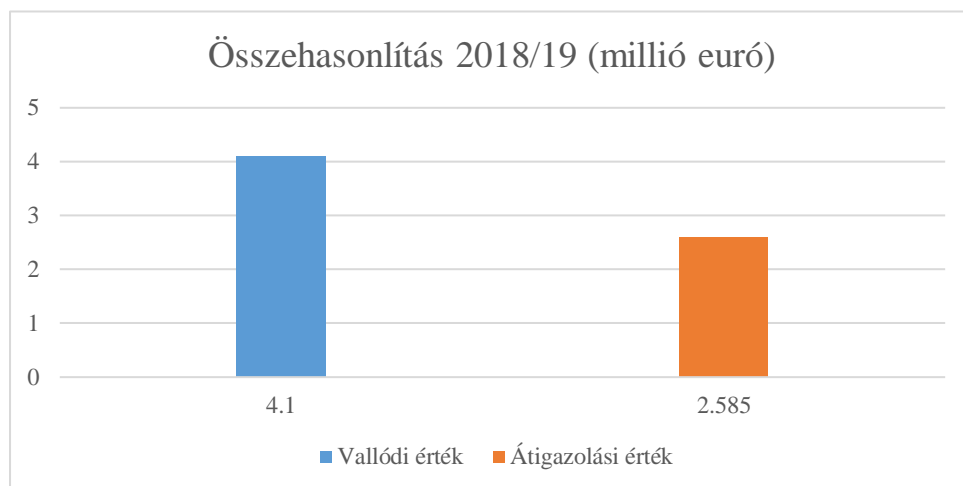
5.3.1 A 2018/19-es szezon Top5 érkezője

Az FTC a 2018/19-es szezonban visszaült a Magyar Bajnokság trónjára, hiszen sikerült elhódítani a bajnoki címért járó trófeát. A szezonban számos átigazolás érkezett ebből az első 5-öt választottam ki. Az első 5 játékos posztok szerint jól eloszlik, 2 támadó játékosra (Davide Lanzafame, Tokmac Chol Nguen), 2 középpályásra (Igor Kharatin, Matías Rodriguez) és egy védő játékosra (Lasha Dvali).

Név	Poszt	Valódi érték	Átigazolási összeg	Különbözet		Átadó csapat
Davide Lanzafame	Támadó	1,500.000	700.000	-800.000.	-53,3%	Honvéd
Igor Kharatin	Középpályás	1.000.000	600.000	-400.000.	-40%	Zorya Lugansk
Lasha Dvali	Védő	500.000	500.000	0	0%	Pogon Szczecin
Tokmac Chol Nguen	Támadó	800.000	400.000	-400.000.	-50%	Stromsgodset
Matías Rodriguez	Középpályás	300.000	385.000	85.000.	22,1%	Chacarita Jrs.

17. ábra FTC top5 átigazolása és különbségük 2018/19-es szezon (Árak euróban értendők)

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján



18. ábra Valódi érték összehasonlítása átigazolási értékkel 2018/19

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján

Ahogy a 17. ábra és a 18. ábra is mutatja a Ferencváros kevesebbet költött játékosokra, mint azok valódi értéke. Ennek oka a Fradi jó scoutjai és a keresett játékospiac alapos vizsgálata.

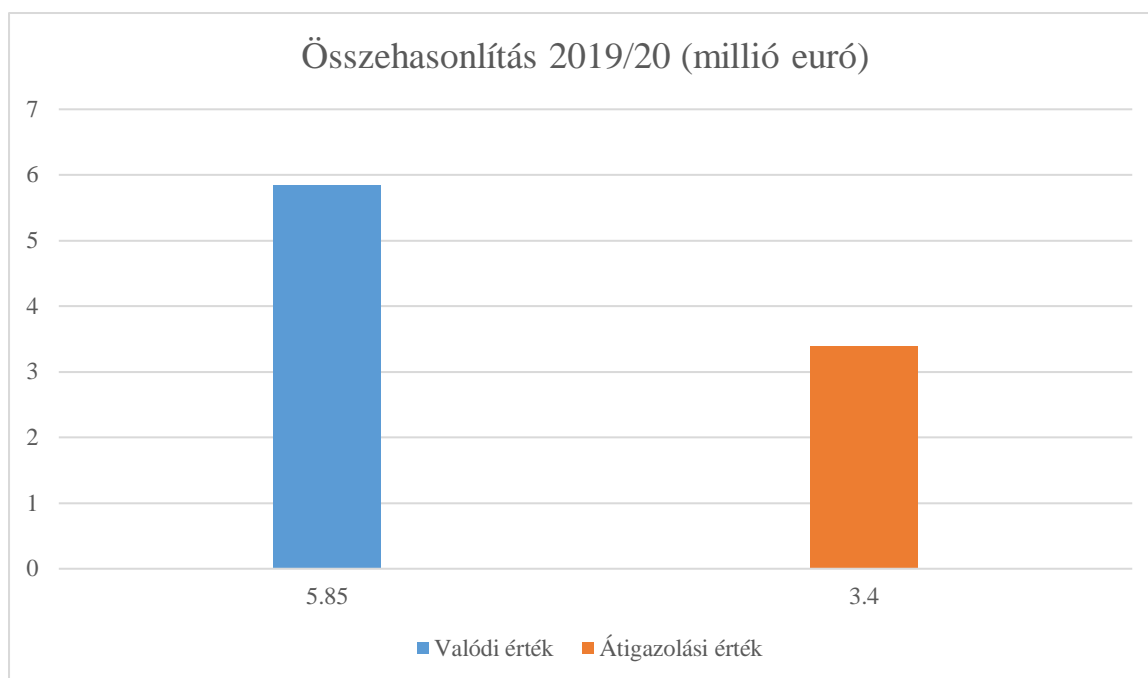
5.3.2 A 2019/2020-as szezon Top5 érkezője

A Fradi az előző szezon bajnoki címe után ott folytatta szereplését itthon, ahogy azt abbahagyta. Sikerült a klub által hön áhított címvédés és hosszú idő után újra sikerült az Európai porondra kerülni az Európa Liga részvétellel. Bár az EL-ben nem sikerült tovább jutni, a csoportban azért mégis szereztek 2 győzelmet, ami bizakodásra adhatott okot a szurkolók számára. Az átigazolási szezonban 2 játékos is meghaladta az 1 millió eurós vételi árat. A legjobb 5 érkező aránya ebben a szezonban nem oszlott meg annyira, 1 csatár (Franck Boli), 3 darab középpályás (Gastón Lodico, Michal Skvarka, Somália) és 1 darab védő (Eldar Civic).

Név	Poszt	Valódi érték	Átigazolási összeg	Különbözet		Átadó klub
Franck Boli	Támadó	700.000.	2.000.000.	1.300.000.	65%	Stabaek Football
Eldar Civic	Védő	1.000.000.	1.000.000.	0	0%	Sparta Prague
Gastón Lodico	Középpályás	1.500.000.	Kölcsön (200.000.)	-1.300.000.	-86,7%	Lanús
Michal Skvarka	Középpályás	650.000.	200.000.	-450.000.	-69,3%	MSK Zilina
Somália	Középpályás	2.000.000.	Ingyen	-2.000.000.	-100%	Al-Shabab

19. ábra FTC top5 átigazolása és különbözetük 2019/20-as szezon (Árak euróban értendők)

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján



20. ábra Valódi érték összehasonlítása átigazolási értékekkel 2019/20

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján

Ahogy a 19. ábrán és a 20. ábrán látható a Fradi továbbra is folytatta a magasabb értékű játékosok olcsóbb szerződtetését. Bár érdekes lehet megjegyezni, hogy Gastón Lodico kölcsönbe érkezett a csapathoz, így az Ő teljes értéke nem lett beszámolva az összegzésben. Érdekes az is, hogy a csapat a középpályát kívánta nagyobb igazolásokkal erősíteni azonban mégis egy csatár lett a legdrágább igazolás.

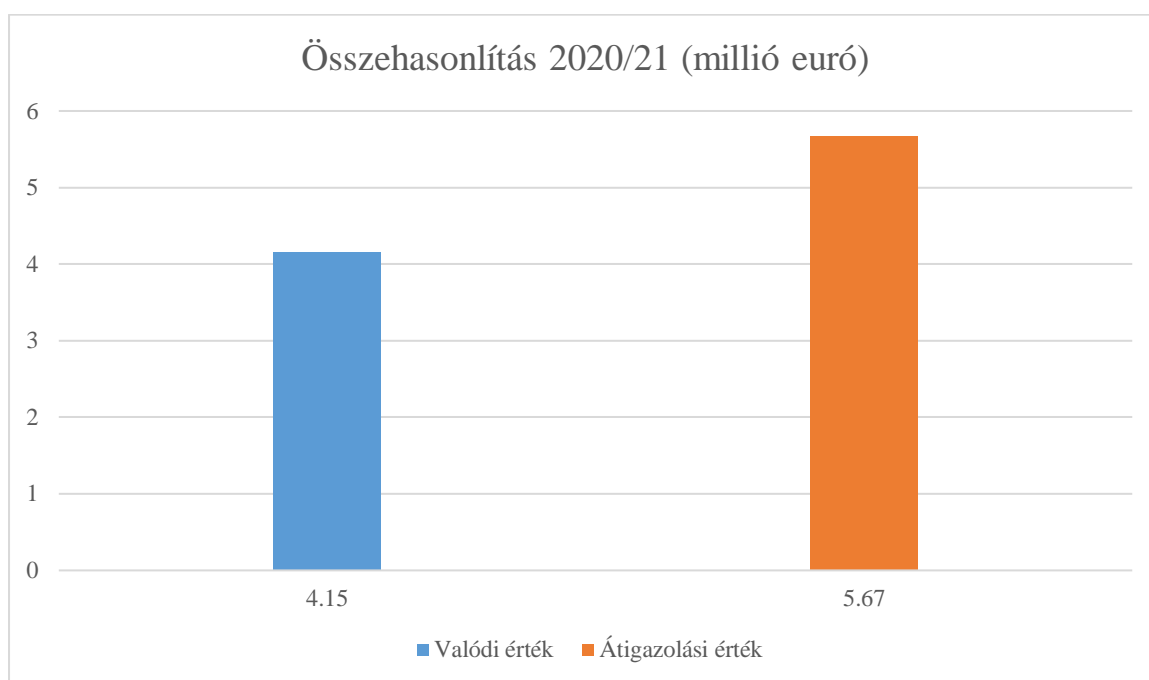
5.3.3 A 2020/21-es szezon Top5 érkezője

Az előző két győztes szezon után a Fradi jó esélyekkel várta az első Covid-19 alatti szezont is. A várakozásoknak megfelelően megvédték címüket és zsinórban harmadszor lettek bajnokok ebben a szezonban. Az FTC a 2020-2021-es szezonban hosszú idő után először a Bajnokok Ligájában tudott szerepelni. Bár itt a csoport utolsó helyén végeztek, mégis nagy örömet okoztak ezzel a szerepléssel minden magyarnak. Újra volt magyar BL résztvevő, ezzel pedig stabillá kezdett válni a Fradi európai kupaszereplése. Ez a szereplés az első 5 átigazolás megoszlásán is játszik. A Fradi átállt támadófocira, az 5 igazolásból 3 támadó (Myrto Uzuni, Oleksandr Zubkov, Roko Baturina) lett. A maradék két helyre egy-egy középpályás és védő került Giorgi Kharaisvili és Henry Wingo személyében. Az 5 átigazolásból kettő itt is meghaladta a másfél millió eurós határt.

Név	Poszt	Valódi érték	Átigazolási összeg	Különbség		Átadó klub
Myrto Uzuni	Támadó	1.800.000	1.800.000.	0	0%	NK Lokomotiva
Oleksandr Zubkov	Támadó	950.000.	1.500.000.	550.000.	36,7%	Shakhtar D.
Giorgi Kharaisvili	Középpályás	600.000.	900.000.	300.000.	33,3%	IFK Göteborg
Henry Wingo	Védő	400.000.	770.000.	370.000.	48,1%	Molde
Roko Baturina	Támadó	400.000.	700.000.	300.000.	42,9%	Din. Zagreb II

21. ábra FTC Top5 átigazolása és különbözetük 2020/21-es szezon (Árak euróban értendők)

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján



22. ábra Valódi érték összehasonlítása átigazolási értékkel 2020/21

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján

A 21. ábra és a 22. ábra alapján látható, hogy az Európai topklubokkal ellentétben a Fradi többet költött átigazolásokra, mint korábban. Ennek oka a BL szereplés, amely miatt hatalmas bónuszok illették meg a klubot. A klub stratégiája megváltozott a Covid miatt, a többi klubhoz hasonlóan. A járvány mindent átformált a futball átigazolások környékén. Ez nem volt máshogy

a scoutok körében és munkavégzésében sem. Az ESPN FC-nek nyilatkozott névtelenül egy scout, amely egy stabilan Bajnokok Ligája résztvevő csapatnál dolgozik. A nyilatkozatban elhangzik az, hogy hiába a modern technológia és fejlődés a lehetőségekben, sokkal nehezebb a munka, mint a világjárvány előtt.

(Forrás: [|Goal.com Magyarország](#))

„Az, hogy egy fiatal játékosal nem tudok személyesen találkozni, beszélgetni, óriási hátrányt jelent számunkra. És persze nem csak a játékosal lépünk kapcsolatba a helyszínen, hanem a hozzátartozóival, a környezetével is, hogy minél pontosabb képet kapjunk a játékosról. Arról nem is beszélve, hogy sokkal nehezebb őket telefonon meggyőzni, arról hogy igazoljanak hozzánk, mint személyesen.”

„Amikor véget ér egy Zoom beszélgetés a játékosal, nincs arról megérzésem, hogy sikerült-e rávennem arra, hogy jöjjön hozzánk vagy sem. Ellenben amikor ott ül velem szemben, már sejtem, hogy miképp fog dönteni. Ez most nincs meg”

(Idézet a névtelen nyilatkozó interjújából, forrás: [|Goal.com Magyarország](#))

A scoutok az átigazolási rendszer egyik, ha nem legfontosabb mozgatórugói. A továbbiakban egy általam készített interjút szeretnék bemutatni Makrai Márkkal, A ZTE FC vezető scoutjával 2022. október 21-én Zalaegerszegen.

6. Mélyinterjú Makrai Márkkal

Mielőtt az interjút ismertetem nézzük át az alábbi kérdést!

6.1 Mi is az a scout? Melyek a feladatai?

Az átigazolásoknál mi, egyszerű futballrajongók csak találgatásokat hallunk, illetve ha sikeresen megkötetik a szerződés, akkor a hivatalos bejelentésekből tájékozódhatunk. Azonban egy átigazolás és annak a folyamata sokkal szerte ágazóbb folyamat. Nagy része az emberek háta mögött zajlik.

A scout egy játékosmegfigyelő. Ahhoz hogy valaki scout legyen, nem feltétlen kell előképzettség, de egy teljeskörű szakma. Másodállásként, hobbiként semmiképp sem lehet folytatni. A klubok, legyenek itt a legkisebb alsóbb ligás csapatoktól kezdve a világ legnagyobb klubjaiig, alkalmaznak scoutokat. Ezeknek az embereknek rendes, néhol helyen egész magas

fizetéseket adnak, ezért nem is szeretnék, ha valaki másodállásban dolgozna. Főállású scoutokat keresnek mindenhol.

Scout igazából bárki lehet, leggyakrabban azonban játékosok vagy korábbi edzők képezik át magukat. Elvégre is ők a szakmabeliek, többet értenek egy játékoshoz, mint egy átlagember. Azonban a kivétel erősíti a szabályt, ahogyan nem minden játékosból lesz jó edző, úgy nem mindenki lehet jó scout sem.

A scoutok munkájától függ az egész csapat sikere. Ebbe beletartozik az edző sikere is. Egy adás-vétel akár pár nap alatt lebonyolódhat, ezt hónapokig kell előkészíteni. Az edző és a scoutok erős kapcsolatban állnak elvégre is egy jól felépített scout-hálózattal minimalizálni lehet a balul elsült átigazolásokot. Ezzel növelve az esélyt a sikerekre. Általában, ha menesztik a vezetőedzőt, vele küldik a scoutokat is. A scoutok segítségére van a bizonyos Wyscout nevezetű platform.

A Wyscout egy olasz cég, amely már világszerte több száz csapattal dolgozik együtt. Ez az oldal egy internetes játékoselemző oldal. Nem csak futball tartozik a profiljába, hanem számos más sportág is.

Egy scout feladatai rendkívül szerteágazók. Nem elég egyszer-kétszer elutazni egy-egy mérkőzésre és ott megfigyelni az aktuálisan jól teljesítő játékosokat. Egyes esetekben több 10 mérkőzést megtekintenek, elemzik a mutatott játékot, mérlegelik, hogy szükség van-e az adott játékosra. A scoutokba a klubok rengeteg pénzt ölnek bele, hiszen egy-egy jó fiatal igazolással hatalmas milliókat lehet kaszálni.

(Forrás: [Az átigazolás - a felderítéstől a szerződés aláírásáig \(fogadas-sport.com\)](https://fogadas-sport.com) letöltés dátuma: 2022.10.26.)

6.2 Interjú

Az alábbiakban ismertetem az interjút.

1. „Milyen átigazolási stratégiát folytatnak, azaz mennyire építenek a hazai játékosokra, az átigazolásokra és mennyire az utánpótlásnevelésre?

- A klub a 8-8-8 mintát követi a felnőtt keretet illetően, azaz nyolc magyar felnőtt – nyolc magyar fiatal – nyolc külföldi légiós. A klub transzfer stratégiát kíván folytatni (játékosértékesítésből profitot generálni), igyekszünk minél hamarabb integrálni a tehetségeket, először a klub rendszerébe, majd a felnőtt futballba.

A legideálisabb az lenne minden klub számára, ha a saját UP neveléséből megoldaná a keret összetételét. Ez sajnos nem reális, de törekszünk arra, hogy minél több akadémista megmutathassa magát az első csapatnál és a legjobbak általában élni is tudnak a lehetőséggel.

2. Mi a klub filozófiája, ezek közül melyiket tartják a legfontosabbnak?

- A sportszervezet a „jövő klubjaként” hivatkozik magára és ez sok téren meg is mutatkozik.

Az OTP Bank Ligában a legfiatalabb átlagéletkorú együttessel rendelkezünk, ezáltal lehetőséget adva a tehetségeknek, hogy fejlődjenek és megmutathassák képességeiket.

A legfontosabb elem, a fiatalokba vetett hit és bizalom.

3. Milyen lehetőségek közül választhat egy magyar klub, ha játékosokat szeretne vásárolni?

- A hazai klubok tekintetében 4-5 engedheti meg magának, hogy rendszeresen (minden ablakban, akár több) átigazolási összeget fizessen. Itt komoly eltérések vannak a pénzügyi lehetőségekben. A többi sportszervezet általában a lejáró szerződésű, szabadon igazolható játékosokat keresi, bár ebben is megvan a rizikófaktor.

4. Hogyan zajlik a ZTE-nél egy átigazolási folyamat? Hogyan nézik ki a játékosokat, figyelik meg, választják ki?

- Ligák adataalapú feltérképezése – monitorozása (wyscout; instat) – riportok a scouting csapat részéről – személyes megtekintések élőben – információ gyűjtés (ügynök, szerződés, kiskapuk, igények, személyes tudnivalók stb.) – listák prezentálása a

sportigazgatónak – konzultálás az stábbal – döntés – személyes megismerkedés az edzővel és sportigazgatóval – sikeres megállapodás

A másik mód lehet a játékosügynökök által ajánlott játékosok, melyek illeszkednek az igényeinkhez. Itt is megtörténik a riportálás és a prezentálás a scouting részéről.

5. Mely játékospiac releváns egy magyar klubnak?

- Klubja válogatja, de a Balkánról érkező játékosok a legáltalánosabbak.

6. Melyek azok a tényezők, amiket figyelembe kell vennie a klubnak egy átigazolás során?

- Finanziális igények és lehetőségek, potenciál, információ, motiváció, karakter.

7. Milyen mértékben változtak az átigazolási összegek az utóbbi években? Milyen okok állnak e mögött? Milyen hatása van ennek a klubra?

- Eddig mind az átigazolási mind az ügynöki díjak lassan, de növekedtek. Szubjektív véleményem, hogy hazai viszonylatban főleg az utóbbit tekintve stagnálás következik. Ahol ezeket az összegeket nem akarják, vagy nem tudják kifizetni, nagyobb teret kaphatnak az alacsonyabb bérezésért futballozó külföldiek, vagy a fiatal játékosok.

8. Milyen hatással volt a Covid-19 járvány a ZTE átigazolásaira/átigazolásokra költött összegekre?

- Természetesen senkinek sem jött jól a sport berkein belül. A ZTE FC ritkán vásárol játékost, így nem lehet releváns következtetést levonni.

9. A nyáron sikerült egy eddig beválnak tűnő csatárt igazolni. A jövőben lehet nagyobb átigazolásokra is számítani?

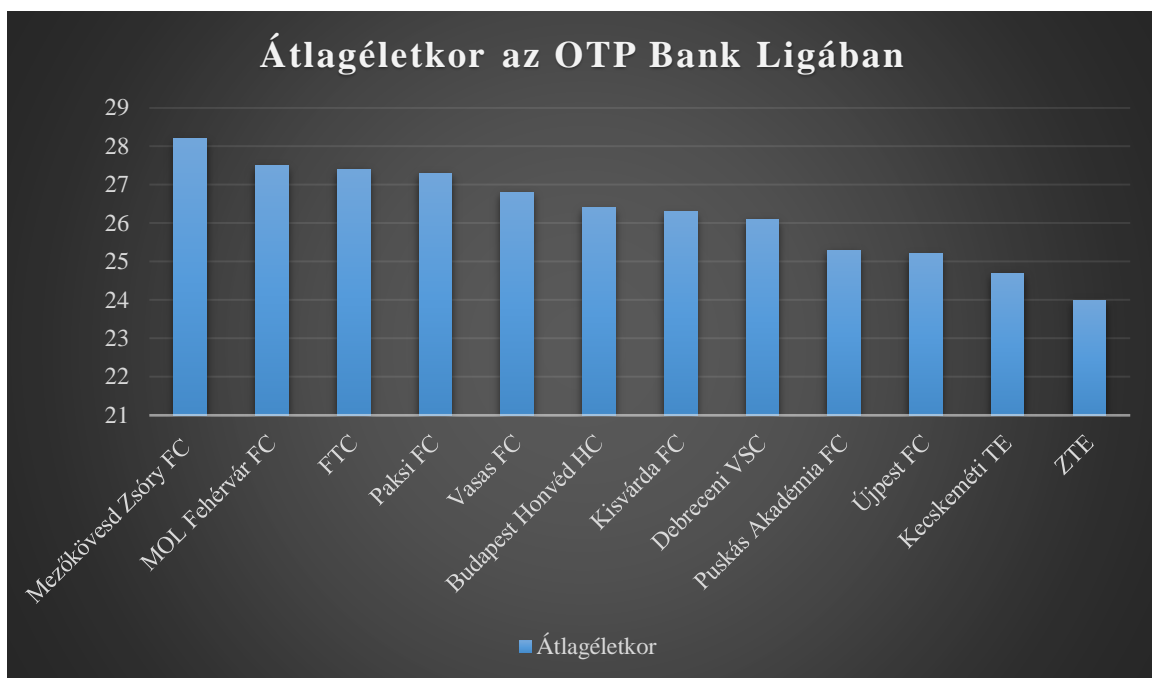
- Nem feltétlenül az a klubmodell, de fontos, hogy meglegyenek azok a meghatározó játékosok, akik tehermentesítik a fiatalokat és akiktől tanulhatnak is. „

(forrás: primer kutatás)

6.3 Az interjú elemzése

Ahogy interjúalanyom Makrai Márk válaszából látszik a ZTE egy 8-8-8 stratégiát követ. Ez egy balance-olt vagyis kiegyenlített stratégiát jelent. Nem dől el a mérleg egyik irányba sem de látható, hogy a hazai játékosokra építenek. A klub játékosállományának csak egy harmada külföldi ugyanannyi, mint ahány utánpótlásból érkezett. A válaszból látható, hogy a klub nagymértékben épít a fiatalokra. Ezt jól is teszik, hiszen utánpótlás csapataik az ország legjobbjai közé tartoznak. Sok győzelmet és sikert érnek el a korosztályos csapatok, amelyből többen a felnőtt csapatban folytatják karrierjüket.

Ahogy Makrai Márk elmondta, a ZTE a „jövő klubjaként” hivatkozik magára. Egy ilyen csapat, aki hazai, saját nevelésű tehetségekre támaszkodik mindig üde színfolt egy bajnokságban. Az OTP Bank Ligában (Magyar Első Osztály) a legfiatalabb átlagéletkorú csapat a Zalaegerszegi. Ehhez készítettem egy ábrát (19. ábra), amelyen jól látható, hogy a ZTE a maga 24 éves átlagéletkorával élen áll a magyar labdarúgásban.



23. ábra Magyar csapatok átlagéletkora az első osztályban

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján

Makrai Márk szerint a hazai bajnokságban csak 4-5 csapat képes arra, hogy minden átigazolási időszakban vásároljon játékosokat. Itt egy vagy akár több játékos vásárlására gondolt. A választ olvasva utánanéztem a Transfermarkt-on a legtöbbet átigazolásokra költött klubok listájára.



24. ábra OTP Bank Liga csapatainak játékosokra költött összegei millió euróban

Forrás: Saját szerkesztés, Transfermarkt.de alapján

Ahogy azt a 24. ábra is megmutatja 5 csapat éri el az 1 millió euró feletti költést. Ez az 5 csapat a Ferencváros, a Puskás Akadémia, a Videoton, a Vasas és a Honvéd. Ez is alátámasztja az interjúban elhangzottakat. Érdekeség, hogy a ZTE a legkevesebbet költő csapatok között van, ez is bizonyítja azt, hogy a Zalaegerszegi csapat hazai játékosokra és utánpótlásnevelésekre épül.

A mélyinterjúból kiderült, hogy a ZTE csapatánál is használnak különböző online játékosmegfigyelő rendszereket. Ebből egyik, a már korábban említett wyscout. Az a feltevés is igaznak bizonyult miszerint egy játékos leigazolása nem csak egy egyszerű szerződtetéssel jár. Már csak addig a pontig, hogy a klub eldönti, megveszik az adott játékost, számos folyamat zajlik le. A másik módszer egy játékos igazolására az, hogy játékosügynökök érkeznek a klubhoz. Az ügynökök ajánlják játékosokat a klubnak, törekednek minél jobban bemutatni, minél jobban eladhatóbban feltüntetni. Makrai Márk szerint a scouting csapat ilyenkor is részletesen utánanéző és kielemezi a játékost, ugyanis biztosra akarnak menni azzal, hogy az igazolás bevált legyen.

A játékosigazolás menete után az interjúból kiderült, hogy a magyar csapatoknál nem a nyugatról érkező, nagyobb futballországok szülöttjei a kiszemeltek, hanem az országunktól délebbre elhelyezkedő, Balkáni országok futballistái. Ez bebizonyítja a dolgozatban kutatót

dolgokat, miszerint egy játékos értékét befolyásolja nemzetisége. A Balkánról érkező játékosok olcsóbbak mint mondjuk egy német, francia vagy angol játékos, emiatt számos ilyen futballista játszik hazánkban. A Transfermarkt.de adatai alapján a magyar első osztályban 195 magyar játékos játszik, ezt követi Ukrajna 20 játékosal majd Szerbia 14-el és Bosznia-Hercegovina 10 játékosal. Ezek mellett számos futballistát ad még Horvátország, Románia, Észak-Macedónia és Montenegró is. Ebből is látható az, amit Makrai Márk is mondott miszerint a Balkán régió játékospiaca az a játékospiac, amely egy magyar klub számára releváns tud lenni.

Amikor egy futballklub egy játékosnak szerződésajánlatot kíván tenni, számos olyan tényezőt kell megvizsgálni amely befolyásolhatja az átigazolás végkimenetelét. Először is meg kell vizsgálni, hogy a szerződést kívánt játékosnak milyen pénzügyi igényei vannak és ezt a klub mennyire és milyen mértékben tudja kiszolgálni. A klubnak emellett meg kell vizsgálni azt, hogy az adott játékos mekkora potenciállal rendelkezik. Fiatal-e, ha igen be tudja-e váltani a hozzá fűzött reményeket és fejlődni tud-e, ha nem akkor állapota és teljesítménye romlani fog-e. Egy fiatal játékos mindig többet ér egy klubnak a potenciál miatt azonban egy korosabb, de tapasztaltabb labdarúgóról több információja lehet egy klubnak. Azt is figyelembe kell venni, hogy az adott játékos motivált-e, szeretne-e a csapatban játszani és segíteni azt legjobb tudás szerint vagy csak a pénz motiválja. Egy futballklubnak azt is meg kell vizsgálnia, hogy milyen az adott játékos karaktere, személyisége és ez egyezik-e a klub értékrendjével.

Az interjúban látható az, hogy az utóbbi években, hazánkban is növekedtek az átigazolási és ügynöki díjak. Ez bebizonyítja a korábban Ferencváros átigazolásai által bemutatott képet. A ZTE vezető scoutja elmondta, hogy szerinte véget fog érni az emelkedés az összegekben és egy stagnálás fog bekövetkezni. Makrai Márk elmondta, hogy azoknál a kluboknál, akik nem tudják kifizetni ezeket a magas átigazolási összegeket, előkerülnek azok a külföldiek, akik alacsonyabb bérezésért jönnek hazánkba játszani.

Interjúmban kitértem arra is, hogy hatással volt-e a Covid-19 járvány a ZTE átigazolásaira. A vezető scout elmondta, hogy persze nem jött jól, de mivel a hazai játékosokra építenek így nagy veszteséget nem szenvedtek. Ez alátámasztja a Ferencvárosi Torna Club legnagyobb átigazolásaiból készített kutatásomat, hiszen a ZTE-nél sem számottevőek az átlagos nézőszámok így a meccsnapi bevételecsökkenést nem érezte meg annyira a klub, mint egy külföldi élcsapat.

Az utolsó kérdésben kitértem a nyáron érkezett csatárra, Ikobára, aki a 2022/23-as szezonban ontja a gólokat és aki jelenleg vezeti az OTP Bank Liga góllövőlistáját, annak ellenére, hogy a

ZTE a középmezőny tetején helyezkedik el. Ikoba értéke meg sem közelíti nem, hogy a külföldi top csapatok játékosainak értékét, de még Magyarországi viszonylatban is olcsóak mondható játékos. Makrai Márkot arról kérdeztem, hogy terveznek-e a jövőben hasonló igazolásokat. A válaszból kiderült, hogy akármennyire is jó igazolás volt ez, nem terveznek ezen az utón haladni tovább folytatják a jövő klubja projektet.

7. Összefoglalás

Dolgozatom végén megválaszolom a kutatási kérdéseimet. Kutatásomat az alábbi kutatási kérdések köré építettem fel:

- Milyen kihívások előtt áll napjainkban az átigazolási tevékenység a futballban?
- Milyen tényezők befolyásolhatják egy játékos „értékét” átigazolásoknál?
- Volt-e/van-e hatása a Covid-19 járványnak az átigazolási összegek változására?

Dolgozatomban kifejtettem azt, hogy napjaink fejlődő, rohanó világában egy átigazolás nem egy egyszerű folyamat. Hosszasan ismertettem azt a piacot, amely a futball világot behálózza, ami nem más, mint a játékospiac. A játékospiac ismertetése mellett bepillantást nyerhettem a marketing alapjaiba azon belül is a sportmarketing alapfogalmaiba, amelyek egyszerűbb rálátást biztosítottak számomra a dolgozat írásához. Kassay Lili Sportmarketing című tananyaga nagyon jó rálátást biztosított számomra a sportmarketing elméleti megközelítéséhez. A sportmarketing mellett a futballszurkolókat mint fogyasztókat is vizsgáltam, klubjukhoz való hűségük szerint. A játékospiac ismertetése mellett egy átigazolás folyamatát is megismerhettem részletesen. Érdekes volt számomra, hogy ami egy egyszerű futballkedvelőknek csak egy-egy felröppenő kósza hír vagy egy hivatalos bejelentés az egyik közösségi médiafelületen, az a szakma belső tagjainak hetek, sőt hónapokig tartó munka. Dolgozatom első részében bemutattam a jelenleg hatályban lévő legnagyobb 3 intézkedést, amely a történelem során létrejött és befolyásolhatja az átigazolás menetét. Ez a három kihívást jelentő tényező a Bosman-Szabály, a Financial Fair Play és a Third Party Ownership. Ezeket a szabályokat minden klubnak, minden szervezetnek be kell tartani. Érdekes és informatív volt számomra a három szabály bemutatása, hiszen a legtöbb szabállyal egy átlag futballkedvelő ember nem találkozott, vagy ha találkozott is, akkor nem ilyen részletességgel.

Kutatásom második kérdésénél a játékosok értékét befolyásoló tényezőket vizsgáltam. Dolgozatomban bemutattam, hogy egy labdarúgó piaci értékét számos tényező befolyásolhatja, legyen ez a kora vagy teljesítménye. A 21. század elfogadó világában érdekes tény, hogy nemzetiség és származás is befolyásoló tényezőként hathat egy labdarúgó értékére annak

ellenére, hogy mindenhol az elfogadásra és esélyegyenlőségre törekednek az emberek. Makrai Márkkal készült mélyinterjúmból kiderült, hogy a játékos motivációja és személyisége is befolyásolhatja az értékét. Én ezt úgy látom, hogy a legnagyobb befolyásoló tényező a kor, illetve a poszt, ahogy az a dolgozatomban szemléltetett ábrákon is látható. Ezek ellenére nem elhanyagolható a közösségi médiaszereplés is, hiszen ma már minden digitálisan történik körülöttünk és a közösségi média napjaink egyik ha nem legfontosabb mozgatórugójává vált.

A ZTE vezető scoutjával készített interjúban a világot sújtó koronavírusjárványra is kitértem. Érdekes volt látni azt, hogy a magyar futball, azon belül is egy magyar középcsapat működése mennyivel ellentétes a világ vezető nagy klubjaival. Míg a világ legnagyobb csapatait megrendítette a járvány és nagymértékben estek az átigazolási összegek addig a ZTE-nél és a magyar bajnokságban növekedtek. Ez látható a Ferencvárosról készített kutatásomban is, amelyben 3 évre vetítve mutattam be a Fradi 5-5-5 legnagyobb érkezőjét.

Kutatásomban 3 évre levetítve a világ legdrágább 10 igazolását alapul véve mutattam be azt, hogy miként is hatott a világjárvány az átigazolási összegekre. Ebből választ kaptam arra a kérdésre, hogy hatással volt-e a koronavírusjárvány az átigazolási összegek alakulására. A válasz egyértelműen igen, hiszen csökkentek az átigazolási összegek, normalizálódott a piac. Véleményem szerint hamarosan ismét növekedés várható az átigazolási összegeknél, hiszen Világbajnokság kezdődik télen. Érdekesség volt számomra az, hogy míg a világban az átigazolási összegek csökkentek a Covid-19 járvány megérkezésével, úgy ezzel ellentétesen hazánkban növekedtek az összegek. Ennek oka egyszerű, hiszen a Covid miatt a nagyvilágban is és itthon is megszűntek a meccsnapi bevételek a kluboknál. Azonban hazánkban, ahol nem akkora létszámú egy bajnoki meccs látogatottsága, itt nem volt hatása ezen bevételkieséseknél.

A Makrai Márkkal készített interjú következtében bepillantást nyerhettem azokba a háttérfolyamatokba is, amelyekre kutatási kérdéseimet megfogalmaztam.

A dolgozat elkészítése nagyon informatív és könnyed volt számomra, hiszen egy olyan témában végezhettem kutatást, amely kiskorom óta az életem része és amely rendkívül érdekes számomra. Hiszem, hogy ha egy hozzám hasonló egyszerű futbalszerető ember elolvassa ez a dolgozatot akkor nagyobb rálátást fog kapni a hirtelen bekövetkezett átigazolási összegek alakulására.

A jövőben szeretném dolgozatomat, illetve ismereteimet továbbfejleszteni a témában és további kutatásokat végezni a sportmarketing ezen területén.

8. Irodalomjegyzék

András, K. (2003): Üzleti elemek a sportban, a labdarúgás példáján. Doktori disszertáció. Budapest: BKÁE, Gazdálkodástani PhD-program

András, K.(2004): A hivatalos labdarúgás piacai 53. sz. műhelytanulmány. Budapest: BKÁE, pp.21. [Microsoft Word - Andr.s53.doc \(uni-corvinus.hu\)](#)

letöltés dátuma 2022.10.25.

Chikán, A. (2008): Vállalatgazdaságtan, 4. kiadás. AULA Kiadó, Budapest

Csontos P. (2014): Labdarúgó klubok üzleti modelljének marketing aspektusai. Szakdolgozat. Miskolc. <http://midra.uni-miskolc.hu/document/18589/12163.pdf>

letöltés dátuma: 2022.12.19.

Elek, Á. (2013): A magyar sportmarketing fejlesztésének szükségessége és lehetőségei. TDK Dolgozat. Budapest [Microsoft Word - ELEK ÁDÁM TDK DOLGOZAT Különdíj \(ektf.hu\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.25.

Kassay Lili. Sportmarketing tananyag. 5-20. old, Társadalmi innovációk – Új módszerek kidolgozása a Testnevelési Egyetem megvalósításában, EFOP-5.2.5-2018-00012, 1. sz. melléklet.

Frick, B. (2007). The Football Player's labor market: Empirical Evidence From The Major European Leagues. Scottish Journal of Political Economy, 54 (3), 422-446. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9485.2007.00423.x>

Havran, Zs. (2014), Effects of the UEFA European Football Championship 2012 on Transfers and Evaluation of Professional Football Players, Economic Questions, Issues and Problems, ISBN 978-80-89691-07-4, [46HavranZsolt \(irisro.org\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.25.

Havran, Zs. (2017), A játékosok vásárlásának és képzésének jelentősége a hivatásos labdarúgásban. Doktori értekezés. Budapest: BCE-GDI [Havran Zsolt dhu.pdf \(uni-corvinus.hu\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.25.

Kiefer, S. (2012): The Impact of the Euro 2012 on Popularity and Market Values of Football Player. Discussion Paper of the Institute of Organisational Economics [The impact of the Euro 2012 on popularity and market value of football players \(repec.org\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.25.

Mullin, Hardy, Sutton: Sport Marketing, Human Kinetics,2007,11. oldal

Patai Cs. Popper D. (2014), Mennyit ér egy EB-gól? A 2012-es labdarúgó Európa bajnokság hatásainak kvantitatív elemzése. TDK dolgozat, BCE, Vállalatgazdaságtan Szekció

Rippel-Szabó, P. (2013): Neymar Barcelonához igazolása – miért részesülhettek harmadik személyek is az átigazolási díjból [Neymar Barcelonához igazolása – miért részesülhettek harmadik személyek is az átigazolási díjból? / Neymar' s transfer to Barcelona and third party ownership | SPORTJOG / SPORTS LAW Rippel-Szabó Péter \(wordpress.com\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.25.

Zombai-Kovács, M- Havran, Zs. (2020), Játék vagy valóság? Alternatív adatbázis használata a hivatásos labdarúgók értékeléséhez kapcsolódó statisztikai-ökonometriai számítások során. Közgazdaság 2020/3 [1242-Article Text-4644-1-10-20201206.pdf \(uni-corvinus.hu\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.25.

2004.évi I. törvény a Sportról 18. § (1,2)

letöltés dátuma:2022.10.08.

[Mi is az a sportmarketing? by Seregély Ildikó \(prezi.com\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.17.

Puskás Ferenc interjú TV Kispest 1990, [Puskás Ferenc interjú 1990 - YouTube](#)

letöltés dátuma: 2022.10.17.

[A Bosman-szabály története \(acmilan.hu\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.18.

[Pénzügyi Fair Play - mi ez, meghatározása és fogalma - 2021 - Economy-Wiki.com \(economy-pedia.com\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.18.

[| Goal.com Magyarország](#)

letöltés dátuma: 2022.10.19.

Transfermarkt (2022). [Football transfers, rumours, market values and news | Transfermarkt](#)

letöltés dátuma: 2022.10.24.

[Financial Fair Play \(FFP\) Mi is az? Eszik vagy iszák? \(keresztlabda.hu\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.18.

[Sportmarketing - mi ez, meghatározása és fogalma - 2021 - Economy-Wiki.com \(economy-pedia.com\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.17.

[FC Barcelona and Qatar Airways extend sponsorship agreement](#)

letöltés dátuma: 2022.10.17.

[Gatorade Focuses on G League As A Pathway for Innovation \(frontofficesports.com\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.17.

<https://www.futas.net/hungary/running/>

letöltés dátuma: 2022.10.17.

[5 OLYAN PUSKÁS REKORD, AMIT TALÁN SOHA SENKI SEM DÖNT MEG - Sport55 \(blog.hu\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.17.

[Az átigazolás - a felderítéstől a szerződés aláírásáig \(fogadas-sport.com\)](#)

letöltés dátuma: 2022.10.26.

[Magyar labdarúgók piaci értéke is növekedett az Eb után \(szekelyhon.ro\)](#)

letöltés dátuma: 2022: 11.08.

<https://www.sn124.com/soccerladuma/fan-park/manchester-uniteds-cristiano-ronaldo-psgs-lionel-messi-stun-in-new-picture-for-louis-vuitton-20221121>

letöltés dátuma: 2022.12.19.

9. Ábrajegyzék

1. ábra https://www.fcbarcelona.com/en/news/1064464/fc-barcelona-and-qatar-airways-extend-sponsorship-agreement	5
2. ábra https://frontofficesports.com/gatorade-g-league/	6
3. ábra https://www.futas.net/hungary/running/	6
4. ábra https://sport55.blog.hu/2017/11/17/5_olyan_puskas_rekord_amit_talan_soha_senki_sem_dont_meg ..	6
5. ábra A fogyasztói piacok jellemzői.....	8
6. ábra https://focijava.hu/szoboszlai-dominik-egy-sikeres-palyafutas-kapujaban/	11
7. ábra Európai országok csoportosítása transzferstratégia szerint	12
8. ábra https://www.sn124.com/soccerladuma/fan-park/manchester-uniteds-cristiano-ronaldo-psgs-lionel-messi-stun-in-new-picture-for-louis-vuitton-20221121	20
9. ábra https://www.goal.com/hu/h%C3%ADrek/igy-szabta-at-a-covid-az-atigazolasi-piacot/e6fzduhrkb1t17o9hhq2191	22
10. ábra A 2018/2019-es szezon 10 legdrágább átigazolása, azok valódi értéke és a különbözetük. (millió euróban)	24
11. ábra Top 10 átigazolás összesített összege összehasonlítva a valódi értékek összesítésével (millió euróban)	25
12. ábra Top 10 átigazolás összesített összege összehasonlítva a valódi értékek összesítésével (millió euróban)	26
13. ábra 2019/20-as idény Top10 átigazolásának összege, hasonlítva az eredeti értékek összegével. ..	27
14. ábra A 2020/21-es szezon Top10 átigazolása, valódi értékük és különbözetük. (millió euróban) ..	28
15. ábra A 2020/21-e idény top10 átigazolásának összege párosítva a 10 játékos valódi értékével.....	28
16. ábra A három szezon igazolásainak összehasonlítása (millió euróban)	29
17. ábra FTC top5 átigazolása és különbözetük 2018/19-es szezon (Árak euróban értendők)	30
18. ábra Valódi érték összehasonlítása átigazolási értékkel 2018/19	30
19. ábra FTC top5 átigazolása és különbözetük 2019/20-as szezon (Árak euróban értendők)	31
20. ábra Valódi érték összehasonlítása átigazolási értékekkel 2019/20	32
21. ábra FTC Top5 átigazolása és különbözetük 2020/21-es szezon (Árak euróban értendők)	33
22. ábra Valódi érték összehasonlítása átigazolási értékkel 2020/21	33
23. ábra Magyar csapatok átlagéletkora az első osztályban.....	38
24. ábra OTP Bank Liga csapatainak játékosokra költött összegei millió euróban	39

PANNON EGYETEM
GAZDÁLKODÁSI KAR ZALAEGRSZEG

SZERZŐI ÖSSZEFOGLALÁS

A dolgozat címe: Futball és ami mögötte van – Fókuszban az átigazolási összegek alakulása	
Hallgató neve: Tóbi Bálint	NEPTUN kód: DBHG9C
Képzési szint: alapképzés	
Szak: Gazdálkodási és menedzsment	Szakirány: Logisztika
Témavezető neve: Dr. Palányi Ildikó PhD	Beosztása: mb. dékán, tanszékvezető, egyetemi docens
Tanszék: Logisztika és Menedzsment Informatika Tanszék	

Labdarúgás, ennek a szónak a hallatán mindenkinek beugrik valami. Akár legyen az egy sportesemény, legyen az egy kedvenc csapat, vagy egy kellemes emlék ismerőseinkkel, barátainkkal. Számomra a futball több, mint egy átlagos sport. Kiskorom óta az életem legfontosabb részei közé tartozik, régen sportolóként tekintettem rá, ma már csak futballkedvelőként. Szomorúan kellett konstatálnom, hogy az utóbbi évtizedekben megváltozott a futball. Ahogy elkezdett ez a sport üzletiesedni úgy változott meg minden a labdarúgásban. Az utóbbi években rohamosan növekedtek az átigazolási összegek a futballban. De mi lehet ennek az oka, mi állhat a háttérben? Dolgozatom fő témája a sportmarketing, azon belül is az átigazolási összegek alakulásának kutatása. Dolgozatom során három kutatási kérdést fogalmaztam meg, ezekre keresem a választ. Kutatásom során szekunder adatokat vizsgálva ismerem meg a témát, amelyet primer kutatással egészíték ki. A primer kutatásom egy mélyinterjú, amelyet Makrai Márkkal készítettem, a Zalaegerszegi Torna Egyesület vezető játékosmegfigyelőjével.

Első kutatási kérdésként azt fogalmaztam meg, hogy milyen kihívások előtt áll napjainkban az átigazolási tevékenység a futballban. A kérdésre való kutatás során nem mehettem el a sportmarketing mint témakör alapszintű bemutatása mellett, ahol egyes alapfogalmakra tértem ki, mint a sportvállalkozás fogalma, illetve a sportmarketing fogalma és csoportjai. Az alapfogalmak mellett a sportfogyasztókat, jelen esetben a futballszurkolókat csoportosítottam viselkedési típusaik szerint. A rövid bevezető után részletesen mutattam be a Bosman-szabályt, amelynek következtében már nem lehet egy lejárt szerződésű játékosnak kivásárlási árat megszabni. A Bosman-szabály azt is meghatározta, hogy nincs korlátozva a külföldi játékosok száma egy klubban. A következő aktív jogszabály kutatásomban a Financial Fair Play volt, amelyből megtudhatjuk, hogy egy klubnak mennyire lehet túlköltekeznie, illetve mennyire kell összehangolnia a bevétel és kiadás oldalát a pénzügyi mérlegének. Első kutatási kérdésem zárásaként a Third Party Ownership-et mutatom be, amelyből megtudható, hogy egy külső cég is befektethet egy átigazolásra azonban ez komoly gondot jelenthet a költséget kérő klub számára.

Második kutatási kérdésként a játékosok értékét befolyásoló tényezőket vizsgáltam. Itt számos kutatás elolvasása után arra a következtetésre jutottam, hogy egy futballista értékét számtalan dolog befolyásolhatja. Egy fiatalabb játékos sokkal fürgébb, sokkal mozgékonyabb, több benne a potenciál, mint egy idősebb játékosban. Az életkora mellett befolyásoló tényező még a posztja is hiszen egy csatár sokkal többet ér, mint egy kapus. A kutatásból kiderült, hogy a nemzetisége és a válogatottban nyújtott teljesítménye is sokat dobhat a játékos értékén. Az utóbbi években a közösségi média térnyerésével fontos értéknövelő tényező a közösségi médiában történő szereplés is.

Harmadik kutatási kérdésként arra kerestem a választ, hogy hatással volt-e a Covid-19 járvány az átigazolási összegekre és ha igen, akkor milyen hatása volt rájuk. A kérdés megválaszolásához párhuzamosan 2 kutatást végeztem el. A 2018/19, a 2019/20 és a 2020/21-es szezonok legnagyobb átigazolásait vizsgáltam a Transfermarkt.de adatai alapján. Ahogy ismert a Covid 2020. márciusában érkezett, így 2 Covid előtti és egy Covid utáni szezont vizsgáltam. A kutatás során a világ 10 legnagyobb átigazolását hasonlítottam össze a Ferencváros legnagyobb 5 átigazolásával minden szezonban. A kutatásból kiderült, hogy míg külföldön csökkentek az átigazolási összegek a világjárvány hatására, úgy hazánkban csökkentek.

Ezt a kutatási eredményt a Makrai Márkkal készített interjú is alátámasztja. Az interjúból megismerkedhetünk az átigazolások háttérfolyamataival, illetve egy magyar középcsapat utánpótlásnevelési stratégiájával és átigazolási stratégiájával.