

بسمه تعالی

کسب و کار (تجارت) فوتبال

(چطور بازارها، بازی زیبا را نقض می کنند)

اثر:

تی اسجیل وان در برگ

مترجمان:

میرابراهیم حسینی

(کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه تهران)

سید امین دهقان بنادکی

(کارشناس تربیت بدنی)

صفر نجفی

(کارشناس ارشد فیزیولوژی ورزشی)

انتشارات ارسطو

(چاپ و نشر ایران)

۱۳۹۷

سرشناسه : بورگک، تیاله وان در

Burg, Tjalle van der

عنوان و نام پدیدآورندگان : کسب و کار (تجارت) فوتبال (چطور بازارها، بازی زیبا را نقض می کنند)/ اثر تی اسجیل وان دربرگک؛ مترجمان میرابراهیم حسینی، سید امین دهقان بنادکی، صفر نجفی.

مشخصات نشر : مشهد: ارسطو، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری : ۱۷۰ ص. : مصور، جدول، نمودار.

شابک : ۰-۲۴۳-۴۳۲-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی : فیپا

یادداشت : عنوان اصلی: Football business : how markets are breaking the beautiful game,c2014.

موضوع : فوتبال -- جنبه های اقتصادی

Soccer -- Economic aspects : موضوع

موضوع : فوتبال

Soccer : موضوع

شناسه افزوده : حسینی، میرابراهیم، ۱۳۷۱ -، مترجم

شناسه افزوده : دهقان بنادکی، سید امین، ۱۳۷۵ -، مترجم

شناسه افزوده : نجفی، صفر، ۱۳۶۳ -، مترجم

رده بندی کنگره : ۱۳۹۷ ۵ک ۳/ GV۹۴۳

رده بندی دیویی : ۷۹۶/۳۳۴

شماره کتابشناسی ملی : ۵۱۸۲۳۶۴

نام کتاب : کسب و کار (تجارت) فوتبال (چطور بازارها، بازی زیبا را نقض می کنند)

نویسنده : تی اسجیل وان دربرگک

مترجمان : میرابراهیم حسینی - سید امین دهقان بنادکی - صفر نجفی

ناشر : ارسطو

صفحه آرای، تنظیم و طرح جلد : پروانه مهاجر

تیراژ : ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ : اول - ۱۳۹۷

چاپ : مدیران

قیمت : ۱۴۰۰۰ تومان

شابک : ۰-۲۴۳-۴۳۲-۶۰۰-۹۷۸

تلفن های مرکز پخش : ۳۵۰۹۶۱۴۵ - ۳۵۰۹۶۱۴۶ - ۵۱

www.chaponashr.ir



انتشارات ارسطو



چاپ و نشر ایران

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۷	پیشگفتار
۹	مقدمه
۱۱	فصل ۱: ساخته شده در گذشته
۱۳	سازمانهای غیرانتفاعی اروپایی
۱۶	کارآفرینان آمریکایی
۱۹	سری جهانی ورزشی سال ۱۹۶۰
۲۱	نیمه سوم
۲۴	سربازان قدیمی هیچوقت نمی میرند
۲۷	قوانین بازی
۳۱	فصل ۲: پول
۳۳	آیا پول بیشتر برابر با بازی جذاب است؟
۳۶	کُت خود را با توجه به پارچه خود برش دهید
۳۹	میشل پلاتینی و بازی عادلانه مالی
۴۱	پول بیشتر از آنچه که مورد نیاز است
۴۵	مالیات فوتبال؟
۴۷	ترس‌های طرفدار آژاکس
۴۸	ونگر و مورینیو

جورج بست یا روبین ون پرسى؟	۵۰
آزادى سلطنتى	۵۲
رئال مادريد، سلطنتى واقعى؟	۵۴
به سوى پايان كمك مالى	۵۷
هيچ بهانه‌اى آقاى پلاتينى	۵۹
به سادگى بهترين	۶۱
برادر والفريد و حقوق اجتماعى	۶۴
ممنوعيت پرداخت براى تلويزيون	۶۷
مالكان جديد	۷۱
در جستجوى يك روح	۷۴
سود و عدالت	۷۷
پرداخت منصفانه براى بازيكنان	۷۹
پول - لعنت يا برکت؟	۸۲
فصل ۳: روباها	۸۵
ارزشمندترين چيز در زندگى	۸۷
بايد روى چه چيزى به بيشتريين ميزان حساب كنيم؟	۹۰
بيل ويك	۹۲
روز مديران حاضر در جاىگاه سرپوشيده	۹۴
فصل ۴: هيچ فرصت برابر	۹۷
فرصت‌هاى بيشتريه براى بزرگ شدن	۹۹
ديويد و گلياس	۱۰۲
دروغ، دروغ محض يا آمار خوب؟	۱۰۵

انتخاب کردن	۱۰۷
بازی ساده سخت‌ترین است	۱۰۹
سیستم انتقال	۱۱۱
یک قانون بیگانه	۱۱۴
درس‌هایی از آمریکا	۱۱۷
حرکت آمریکایی بزرگ	۱۲۰
چگونگی انجام کارها	۱۲۲
اروپایی‌ها اکنون کمتر اجتماعی هستند	۱۲۵
محدودیت حقوق بازیکنان آمریکایی برای بایرن مونیخ؟	۱۲۷
راه خودت را برو	۱۲۹
یک پیش پرداخت اجتماعی	۱۳۰
غمگین تر ولی عاقل تر	۱۳۳
فصل ۵: سیستم لیگ	۱۳۷
سیلویو برلوسکونی و روبرت موردوک	۱۳۹
یک لیگ برتر واقعی	۱۴۲
طرفداران چه چیزی می‌خواهند	۱۴۵
باشگاه‌های مختلف	۱۴۸
باشگاه‌های مختلف چه می‌خواهند	۱۵۰
پول در مقابل علاقه	۱۵۲
از هم جدا کردن	۱۵۳
فصل ۶: چالش‌ها	۱۵۷
بزرگ‌ترین جهان تا به کنون	۱۵۹

۱۶۱ اتحادیه اروپا
۱۶۲ یک مشکل عمده دموکراسی
۱۶۵ همه راه از بروکسل تا سلتیک پارک
۱۶۷ آیا شما به تنهایی ادامه خواهید داد؟

پیشگفتار

شاید کسی در این باره که فوتبال یکی از ورزشهای محبوب و پرطرفدار تمامی جوامع است هیچ گونه شکی نداشته باشد. امروزه اگر به هر نقطه این کره خاکی قدم بگذاریم به ندرت می‌توان گوشه‌ای را پیدا کرد که در آن تعدادی هر چند برای تفریح، در یک مستطیل دنبال یک توپ گرد ندوند. فوتبال بقدری دارای جذابیت و مفرح است که به جرات می‌توان گفت همه اقشار جامعه را می‌تواند درگیر کند. فوتبال یک ورزش و در عین حال یک تجارت پرسود است و از آن جهت به تجارت پرسود تبدیل شده که جهان به آن نیاز دارد. البته صاحبان باشگاههای بزرگ فوتبال سود فراوان از تجارت ورزش می‌برند، اما تجارت فوتبال برای آنها چیز دیگری است، به عبارت دیگر محاسن و معایب این تجارت با تجارتهای دیگر تفاوت دارد ولی در نهایت اصل حساب سود و زیان بر آن حکومت می‌کند.

به دلیل درآمدهای بسیار زیاد و توجه جهانی به بالای فوتبال، صنعتی عظیم و اقتصادی پیرامون آن را گرفته است. درآمد ناشی از نقل و انتقالات، حق پخش تلویزیونی و به دنبال آن، تبلیغات و آگهی‌هایی که رسانه‌ها می‌گیرند، همه اینها اجزای صنعتی است که بر دایره فوتبال و حساسیت‌هایش پدید آمده است، به نوعی می‌توان گفت حرف اول و آخر را در فوتبال، پول می‌زند. اما یک نکته بسیار مهم وجود دارد، همه این حرفها در مورد فوتبال و اینکه صنعت پردرآمدی هست یک طرف و حضور تماشاگران و مردم در صحنه‌های ورزشی یک طرف دیگر. اگر تماشاگری در یک مسابقه فوتبال در ورزشگاه حضور نداشته باشد، نه بازی جذابیت دارد و نه پول و درآمدی وجود خواهد داشت، بنابراین می‌توان گفت یکی

از وظایف مهم هم مدیران ورزشی و هم ورزشکاران بویژه فوتبالیستها، احترام گذاشتن به طرفداران فوتبال و افرادی هست که نبود آن به زیبایی فوتبال لطمه خواهد زد، بنابراین هدف اصلی این کتاب یادآوری این نکته هست که هیچ عامل و انگیزه‌ای نباید به حضور تماشاگر در استادیوم فوتبال و در پی آن بازی زیبای فوتبال لطمه وارد کند، هر چند که در فوتبال داد و ستدهای مالی چشمگیری وجود داشته باشد.

مقدمه

"برو بیرون و از بازی لذت ببر". اینها کلماتی بود که بیل شنکلی^۱ افسانه‌ای وقتی که تیمش را به زمین می‌فرستاد، می‌گفت. او این کلمات را به علت نگرانی در مورد اینکه بازیکنانش اوقات خوبی در بعدازظهر یکشنبه داشته باشند، نمی‌گفت، بلکه به این دلیل می‌گفت که می‌دانست اگر بازیکنانش از کارشان در زمین بازی لذت ببرند، بهتر بازی می‌کنند.

افراد زیادی می‌گویند که علم اقتصاد را دوست ندارند و می‌گویند که خیلی سخت است. من در گفتگو با طرفداران فوتبال که در مورد مشکلات مالی باشگاهشان یا دیگر مشکلات در فوتبال نگران بودند، توجه کرده‌ام، که افراد می‌توانند همه انواع اصول علم اقتصاد را وقتی که واقعا علاقه‌مند هستند، درک کنند. بنابراین من فکر می‌کنم، طرفداران فوتبال، قادر خواهند بود این کتاب را درک کنند. حداقل اگر من داستانم را درست بگویم، کارم را به بهترین شکل انجام داده‌ام.

این کتاب در مورد مشکلات اقتصادی است که اخیرا در فوتبال باشگاهی اروپا وجود دارد یا ممکن است در آینده پدیدار شود و امکانات برای حل کردن و جلوگیری کردن از آنها را مورد بحث قرار می‌دهد. کتاب خودش این موضوع را به روش ساده‌ای بحث می‌کند، همچنین یک بخش تکمیلی وجود دارد که برای خوانندگانی که وقت بیشتر و پیش زمینه

1. Bill Shankly

علمی کاملی دارند. خوانندگانی که فقط می‌خواهند ایده اصلی را درک کنند، نیاز به مراجعه به قسمت تکمیلی ندارند.

ما نیاز داریم تا قبل از تغییر حالت به موضوع اصلی، برای آن آماده شویم. بنابراین ما با بعضی داستان‌ها در مورد تاریخچه فوتبال شروع می‌کنیم. این داستان‌ها، بعدها به بحث ما ارتباطاتی پیدا می‌کنند، ولی موضوع اصلی، آرام بودن است. دست گرمی با برخی ملاحظات در مورد "قوانین بازی" استفاده شده در این کتاب پایان می‌پذیرد و سپس ما آماده‌ایم تا بیرون برویم و با مشکلات فوتبال مدرن امروز روبه‌رو شویم. من امیدوارم، شما از بازی لذت ببرید.

* قسمت تکمیلی را در www.infideas.com/football-business-supplement

ببینید.

فصل ۱:

ساخته شده در گذشته

سازمانهای غیر انتفاعی اروپایی

آنها مانند دانشجویانِ بلندپرواز و مدرن که رؤیای خودشان را در مورد تاسیسِ شرکتِ چند میلیونی، قبل از اینکه تشنه شوند دارند، نبودند، نه، آنها نبودند. ناتانیل کرسویک^۲ و ویلیام پرست^۳، متفاوت بودند. وقتی دو مرد جوان اولین باشگاه فوتبال را در ۲۴ اکتبر ۱۸۵۷ تاسیس کردند، در مورد پول فکر نمی کردند. هدفِ باشگاه شفیلد یونایتد، سرگرمی بود.

باشگاه، یک موفقیت فوری بود. در سالهای قبل، بازیهایی که خیلی شبیه فوتبال بودند، در خیابانها، میدانها و زمینهای بازی مدرسه، بازی می شدند. بنابراین، باشگاه فوتبال، به چیز بزرگی تغییر پیدا کرد. باشگاههای دیگر خیلی زود، همانطوری که انجمن فوتبال ملی یک مسابقه جامی را برای انگلستان در ۱۸۷۱ تورنومنت FA Cup را راه اندازی کرد، تبعیت کردند. همچنین ورزش جدید تماشاگران زیادی را جذب کرد. برای مثال در ۱۸۹۲، ۲۵۰۰۰ نفر برد ۳-۰ وست برومویچ آلبیون^۴ در برابر استون ویلا^۵ را در بازی فینال، تماشا کردند. تا آن زمان، به بعضی از بازیکنان که به صورت رسمی اجازه داشتند، پول پرداخت شد.

در ابتدا باشگاههای فوتبال سازمانهای داوطلبانه‌ای بودند که از اعضای رای گیری تشکیل شده و توسط کمیته‌ها اداره می شدند. ولی ثابت شد این حالت برای باشگاههای

2. Nathaniel Creswick

3. William Prest

4. West Bromwich Albion

5. Aston Villa

بزرگتر، رضایتمندانه نیست. آنها نیاز به قرض گرفتن مقدار زیادی پول به منظور ساخت سکوهای بزرگ تماشاگران داشتند. مدیران باشگاه، مجبور به وثیقه گذاشتن برای آن قرض‌ها شدند که این امر این معنی را می‌داد که اگر باشگاه قادر به برگرداندن قرض نبود، آنها مجبور بودند که خودشان پول را برگردانند. آن کار خطر بزرگی داشت. به این دلیل، در دوره‌ای تا سال ۱۹۲۰، تقریباً همه باشگاه‌ها در بخش‌های بالاتر به شرکت‌های محدود با سهامداران تبدیل شدند، زیرا اگر شرکت ورشکست می‌شد، سهامداران، مسئول قرض‌های شرکت نبودند. سهامداران ابتدا، پول باشگاه را پرداخت کردند، در عوض باشگاه بتواند برای سهام آنها سرمایه‌گذاری کند. این سهام‌ها بعداً آنها را به سود سهمشان می‌رساند. ولی باشگاه‌های فوتبال، قانون ناشناخته‌ای را به شرکت‌های دیگر، معرفی کردند: بیشینه‌ای برای سود سهام وجود داشت و آن بیشینه تا حدی کم بود. و سودهای سهام حقیقی، هنوز به طور متوسط در موارد زیادی، پائین‌تر بودند؛ در موارد زیادی، هیچ سود سهامی پرداخت نشد. کسی سهامدار نشد تا از سود شرکت دیگر، ثروتمند شود. به این ترتیب، تا حدود ۱۹۸۰، تقریباً همه باشگاه‌ها اساساً، سازمان‌های غیراتفاعی، باقی ماندند.

انگیزه‌های اعضای هیئت مدیره چه بودند؟ تعداد زیادی از علاقه‌مندان به فوتبال بودند که می‌خواستند برنده شدن تیمشان را ببینند و دوست داشتند که به شادی طرفداران کمک کنند. همچنین بعضی‌ها با این ایده که به طور کلی باشگاه تاثیر مثبتی بر روی جامعه دارد، انگیزه گرفتند. و البته، هیچ رهبری وقتی اعتبارش در ارتباط با باشگاه بالا رفت، اعتراض نکرد. همچنین مطمئناً، رهبرانی وجود داشتند که از یک باشگاه برای ترویج منافع تجاری خود، استفاده می‌کردند. در نهایت، ساختن یک استادیوم، تجارت خوبی بود و شرکت‌های خصوصی نیز توانستند، با روشهای مختلف دیگر نیز از طریق باشگاه‌ها پول بدست بیاورند. با این حال، برای اکثر اعضای هیئت مدیره، چنین انگیزه بدست آوردن سود غیرمستقیم، وجود نداشت یا در هر مورد، غالب و برجسته نبود.

در سایر نقاط اروپا، پیشرفت‌های قابل مقایسه، اگرچه در سرعت آهسته‌تر، اتفاق افتاد. برای مثال، فوتبال حرفه‌ای در فرانسه در سال ۱۹۳۲ و در هلند در اواخر ۱۹۵۴، آغاز شد. هر کشور، سیستم قانونی خودش را داشت که منجر به تفاوت‌ها در شکل‌های سازمانی

شد. برای مثال، بعضی از باشگاه‌های هلندی بعد از ظهور فوتبال حرفه‌ای، به بنیادهایی تبدیل شدند. در فرانسه، باشگاه‌ها برای دهه‌های زیادی به صورت انجمن شهروندان با دولت محلی که در مسائل و مدیریت باشگاه‌ها درگیر می‌شد، باقی ماندند. این امر اغلب شامل مالکیت شهرداریِ استادیوم بود. در تعداد زیادی از کشورهای دیگر، چنین اشکالی از درگیری دولت، اهمیت کمتری داشت یا اصلاً وجود نداشت. اما یک چیز در همه‌جای اروپا یکسان بود: تا ۱۹۸۰ تقریباً هیچ باشگاهی، به صورت مقدماتی، تمایل به سود نداشت. مهم‌ترین هدف، ارائه شکل لذت بخشی از تفریح و سرگرمی به مردم بود.

به این ترتیب، سازمانهای غیرانتفاعی بودند که نه تنها فوتبال غیرحرفه‌ای و آماتور را ساختند بلکه فوتبال حرفه‌ای را نیز به وجود آوردند. لذتی که از فوتبال سطح بالا به وسیله دهها میلیون تماشاچی تلویزیون و تماشاگر قبل از ۱۹۸۰منتج می‌شد، به صورت اساسی به بخش غیرانتفاعی کاهش یافت. این بخش، مشارکت خارق‌العاده‌ای را برای جامعه به وجود آورد.

در حدود ۱۹۸۰، صحنه شروع به قدری تغییر کرد. از آن به بعد، تعداد کمی از باشگاه‌های اروپایی، به دست صاحبان جدید وارد شدند که حق قانونی استفاده از باشگاه را به منظور سود برای خودشان، داشتند.

اینکه چه میزان آنها از این فرصت استفاده می‌کنند، سؤالی برای بعد است.

یک سؤال برای اکنون این است: اگر در سال ۱۹۸۰، مقامات اروپائی، مشروط می‌کردند که همه باشگاه‌های فوتبال باید به صورت اساسی ساختارهای مالکیت سنتی‌شان را حفظ کنند، چه اتفاقی می‌افتاد؟ بخشی از پاسخ می‌تواند اینجا داده شود. حتی بدون انواع جدید صاحبان، جایگاهها به خوبی پر می‌شود و مسابقه فینال جام برتر اروپا میلیونها تماشاچی را جذب می‌کند. قطعاً باشگاه‌هایی که اکنون صاحبین ثروتمند دارند، مثل چلسی، شانس خوبی در رسیدن به فینال یا حتی برنده شدن در آن را ندارند. این امر برای طرفدارن چلسی شرم‌آور است ولی برای دیگر اسپانسرها و پشتیبانها، یک خبر عالی است. در نهایت، یک جام و فینال همیشه بین دو باشگاه است و فقط یکی از آنها می‌تواند برنده باشد. آن

امر در سال ۱۸۷۲، صحیح بود و امروزه نیز هنوز صحیح است.

کار آفرینان آمریکایی

در حالی که اروپا، ترقی فوتبال در قرن نوزده را تجربه کرد، در ایالات متحده آمریکا، بیسبال بود که محبوب شد. بیسبال شروع زود هنگامی داشت. گفته شده که نیویورک، روچستر، از پیش یک باشگاه بیسبال در ۱۸۲۵ داشتند. پنجاه عضو داشت که بین ۱۸ و ۴۰ سال سن داشتند که در طول بعدازظهر بازی می‌کردند. در طول چهل سال بعد، تعداد زیادی از باشگاههای دیگر پدیدار شدند. همانند فوتبال اروپایی، این باشگاههای اولیه، انجمن‌هایی بودند که به وسیله داوطلبان اداره می‌شدند.

به هر حال در حدود ۱۸۶۷، صاحبان شرکتها و کارآفرینان بر روی صحنه ظاهر شدند. خیلی سریع، اکثر تیمهای خوب، اگر سود منظمی نداشتند، در اختیار افرادی قرار گرفتند، که از تیم برای فراهم کردن و ساختن زندگی استفاده می‌کردند. دیگر تیمهای برتر، به وسیله شرکتهای تجاری، تصاحب شدند. مدل کارآفرینی، در افزایش توجه، موفق بود. همانند سال ۱۸۹۶، سربازان انقلابی سینسیناتی جلوی ۱۰۰۰۰ تماشاچی که برای بازی پول پرداخت کرده بودند، بازی کردند. همچنین باشگاه در آن سال به همه بازیکنانش، حقوقی پرداخت کرد. هیچ باشگاه فوتبال انگلیسی هنوز به آن نقطه نرسیده بود. در ۱۸۷۱، یک لیگ ملی بیسبال، در ایالات متحده آمریکا برپا شد.

یک مالک برجسته، saloon-keeper Chris von der Ahe از St Louis بود. در سال ۱۸۸۱، او توجه کرد که با توجه به اینکه تآسیسات نوشیدنی در نزدیک به زمین تیم بیسبال محلی بود، جورابههای ساق بلند قهوه‌ای، آبجو زیادی در روزهای مسابقه فروخت. آن امر، به او الهام داد. او باشگاه بیسبال را خرید و یک شهربازی با موسیقی، محل مسابقه اسب‌سواری و یک باغچه آبجو نزدیک به زمین ساخت. روح کارآفرینی‌اش، به صاحبان باشگاههای دیگر الهام داد و از آن به بعد، سرگرمی‌های زیاد و متنوع آماده برای عرضه در

اطراف بازیهای بیسبال تابستانه وجود دارد.

از آنجایی که در آن روزها، مالکان باشگاههای زیادی وجود داشتند که به وسیله فراهم کردن فرصت سود بردن از باشگاههایشان، انگیزه گرفته بودند، گاهی اوقات، یک مالک باشگاه، تجارت دیگری مثل شرکت پخش تلویزیونی را نیز در اختیار داشت، که از قرارداد سودآور ارائه شده به وسیله باشگاه سود می برد. با این حال، انگیزه‌های غیرمالی نیز نقش مهمی را بازی می کنند. تعدادی از صاحبان باشگاه، ورزشکارانی بودند که فقط تمایل به برنده شدن داشتند. بقیه، فقط از اینکه مورد توجه باشند خوشحال بودند. در ارتباط با چنین انگیزه‌هایی، تعداد زیادی از صاحبان، بازیکنان برتر را به میزان بیشتر از آنچه که حقیقتاً برای سود و منفیعت خوب بود، خریداری کردند. همچنین افرادی وجود داشتند که مالکیت تیم محلی را به عنوان یک وظیفه شهری مورد توجه قرار دادند و به مسائل گسترده‌تر علاقه‌مند بودند. برای مثال، مالک باشگاه شیکاگو، فیل وریگلی^۷، اجازه بازی شبانه در پارک خود را تا ۱۹۸۸ نداد، به علت اینکه صدای شبانه و ترافیک را در همسایگی نمی خواست. به هر حال، برای بیشتر صاحبان، سودها، در ابتدا ایجاد انگیزه می کنند و تعداد زیادی، از لحاظ مالی به خوبی کار انجام دادند، اگرچه، همانند هر کسب و کاری، گاهی اوقات ضرر نیز وجود داشت.

یک باشگاه بیسبال نیاز به رقیب دارد تا در برابرش بازی کند. ولی، یک صاحب شرکت ترجیح می دهد که تا حد امکان رقیبان کمی داشته باشد، زیرا این امر بر فروش بیشتر در قیمت‌های بالاتر و همچنین، رقابت کمتر برای بازیکنان بهتر، دلالت می کند. بنابراین در ۱۸۷۶، تعداد کمی از باشگاهها، یک لیگ ملی را تشکیل دادند، با این قانون که یک باشگاه جدید، تنها در صورت موافقت شرکت کنندگان فعلی و موجود لیگ می تواند به آن بپیوندد. به عنوان نتیجه، چند تیم دیگر، بعداً به لیگ ملی پیوستند. آنها همچنین توافق کردند که تنزل رتبه‌ای وجود ندارد. در نهایت، یک کارآفرین، خطر از دست دادن درآمد را به علت چیزی که به همان اندازه غیرقابل پیش‌بینی است، قبول نمی کند.

این مدل قدیمی، هنوز هم وجود دارد. مسابقه لیگ ملی، لیگ برتر بیسبال، اخیراً شامل سی باشگاه می‌شود. یک سازمان چتری و محافظ مسابقه لیگ را اداره می‌کند و حقوق پخش در تلویزیون را به ایستگاههای تلویزیون ملی، می‌فروشد. این امر پول زیادی تولید می‌کند که باشگاهها بین آنها تقسیم می‌کنند. به استثنای نیویورک، هیچ شهری، بیشتر از یک باشگاه در لیگ اصلی ندارد. این امر به هر باشگاه یک امتیاز انحصاری در شهر خودش و فراتر از آن را می‌دهد. به عنوان نتیجه، باشگاه می‌تواند، قیمت‌های بالاتر برای بلیط‌ها، کالا و حقوق تلویزیون برای پخش‌های تلویزیونی را تقاضا کند. مدل‌های شبیه در ورزشهایی که بعداً محبوب شدند مثل فوتبال و بسکتبال آمریکایی وجود داشت.

یک باشگاه در بالاترین لیگ می‌تواند شهرها را به حرکت وادارد که اکنون و مجدد اتفاق می‌افتد. یک شهر که کمکهای مالی بزرگ برای یک استادیوم جدید ارائه می‌کند، شانس خوبی برای گرفتن باشگاه یا حفظ باشگاه‌هایی که آنها دارند، ایجاد می‌کند. این امر می‌تواند، برای شهر صدها میلیون دلار هزینه داشته باشد. مالکان برنده می‌شوند و مالیات دهنده، بازنده است، مخصوصاً اگر او ورزش حرفه‌ای را دوست نداشته باشد.

ولی طرفداران ورزشها می‌توانند مانند طرفداران بالتیمور کولتز، نیز رنج را تحمل کنند. کولتز در بالتیمور برای سالها بازی کرد و افتخارات زیادی را برنده شد. آنها حتی، جام برتر را برنده شدند. این باشگاه خیلی به ندرت دوست داشته می‌شد، بنابراین آمریکاییها می‌گویند، آیا ارتباطی بین یک باشگاه و حامیان مثل آنچه که بین کولتز و مردم بالتیمور، می‌باشد، وجود دارد. همه اینها در یک شب غمگین در مارچ ۱۹۸۴ به پایان می‌رسد.

در آن شب، به ندرت کسی می‌دانست چه اتفاقی قرار است بیفتد. در نیمه‌های شب، طبق دستورالعمل Bob Irsay مالک، کامیون‌های تخلیه، مقادیری از استادیوم را برداشتند و آنها را به ایندیاناپولیس که در آن تیم تحت نام متفاوت بازی می‌کند، حرکت دادند. وقتی که بالتیمور، صبح بعد بیدار شد، دیگر باشگاه فوتبالی نداشت. با رسیدن اعضای کارکنان استادیوم، آنها با حالت گیج دیدند که تقریباً همه چیز، از مبلمان دفتر تا دمبل‌ها از دست رفته است. سالها بعد، بالتیمور، هنوز از آن ضربه بهبود نیافته بود. شما در خیابان بنرهایی

را می‌بینید که درخواست می‌کنند، ”توپ را به Baltimore بدهید.“
 بله، کارآفرینی دارای مزایایی هست، ولی دارای معایبی نیز دارد.

سری جهانی ورزشی سال ۱۹۶۰

لحظه ۱۱۳ اکتبر ۱۹۶۰ در زمین بازی فوربز^۸ در پترزبورگ^۹، فرا رسید. در طول بازی هفتم سری جهانی بین پترزبورگ پایرتز^{۱۰} و نیویورک یانکیز^{۱۱}، بیل مازروسکی^{۱۲}، مقام نهم در اجرای خانگی را برنده شد، بازی را برابر پایرتز با نتیجه ۹-۱۰ برنده شد و این اولین قهرمانی آنها از سال ۱۹۲۵ بود. جمعیت ۳۷۰۰۰ نفری در یک جشن جهانی در حالی که یانکی‌های معروف، باور نداشتند، منفجر شد. بیش از پنجاه سال بعد، طرفداران هنوز به صورت سالیانه در بقایای پارک بال قدیمی برای جشن گرفتن سالگرد آن اجرای خانگی افسانه‌ای، جمع می‌شوند. و آمریکایی‌های زیادی، بازی مازروسکی را به عنوان بزرگترین بازی همه زمانها، در نظر می‌گیرند. آیا آنها درست می‌گویند؟

در ۱۸ می همان سال، ۱۲۸۰۰۰ نفر در گلاسکوی همپتن پارک^{۱۳} دیدند که اینتراخت فرانکفورت، جام نهایی اروپایی را در برابر رئال مادرید، برنده شد. اما بعد از ۳۰ دقیقه از بازی، زمان آن برای فرانس پوشکاش^{۱۴} و آلفردو دی استفانو^{۱۵} فرا رسید تا شهرت‌های عالی‌شان را در یکی از بهترین نمایشهای تا به امروز، نشان دهند. پوشکاش چهار گل را به ثمر رساند و دی استفانو، سه گل را به ثمر رساند که منجر شد تا رئال، بازی را با نتیجه

8. *Forbes*

9. *Pittsburgh*.

10. *Pittsburgh Pirates*

11. *New York Yankees*,

12. *Bill Mazerowski*

13. *Glasgow's Hampden Park*

14. *Ferenc Puskas*

15. *Alfredo Di Stéfano*

۳-۷ ببرد. در طول کل تاریخ جام اروپائی و فینالهای لیگ قهرمانی، فقط چهار هت تریک، ثبت شد و دو تا از آنها، در آن شب فوق العاده در پارک همپتن، دیده شد. روزنامه معمولا محتاط تایمز، نظر داد: «رئال مادرید با اجرای درخشان در خاک اسکاتلند، نظر این که این تیم بهترین تیم جهان است را حفظ کرد». ولی آیا تایمز، به اندازه کافی، محتاط بود؟

خوب می‌شد اگر در آن سال طلایی، رئال مادرید، با پترزبورگ پایرتز در سری جهانی آل اسپورت، بازی می‌کرد، ولی به علت برخی از تفاوت‌های آزار دهنده در قوانین، این امر امکان‌پذیر نبود. حالا ما هرگز نخواهیم دانست کدام تیم حقیقتا، بهترین بود.

خوشبختانه، هنوز امکان رقابت بین بیسبال آمریکایی و فوتبال اروپایی در زمینه اقتصاد، وجود دارد. سال طلایی ورزشها در ۱۹۶۰، مثال خوبی برای چنین رقابتی است. هر دو ورزش، برای یک قرن وجود داشته‌اند، بنابراین سؤال استعداد جوان در برابر حرفه‌ای‌های باتجربه در اینجا مطرح نیست. بنابراین کدام ورزش، به بهترین شکل اجرا می‌شد؟

اولین بخش انگلیسی، که در آن زمان شامل بیست و دو باشگاه بود، نزدیک به ۱۴ میلیون تماشاگر را در فصل ۱۹۵۹ تا ۱۹۶۰، جذب کرد. این امر با میانگین ۳۱۰۰۰ تماشاگر برای هر مسابقه مطابقت داشت. هفتاد باشگاه، در سه بخش زیر بازی کردند و ۱۸ میلیون نفر از طریق دروازه‌هایی که به صورت همزمان اجازه عبور می‌دهند، برای تماشای آنها آمدند. به طور کلی چهار بخش برتر در انگلستان، ۳۲ میلیون تماشاگر را جذب کردند، که شامل بازیهای جامی محبوب نمی‌شدند. در جاهای دیگر در اروپا، زمینها نیز به صورت آبرومندانهای، پر بودند.

در ایالات متحده آمریکا، لیگ بیسبال اصلی، که در آن زمان شانزده باشگاه داشت، نزدیک به ۲۰ میلیون تماشاچی را در فصل ۱۹۶۰ که به بیان دیگر بیشتر از اولین بخش انگلیسی بود، جذب کرد. ولی میانگین تعداد تماشاچیان برای هر مسابقه، کمتر بود: ۱۶۰۰۰. این امر این حقیقت را بازتاب داد که باشگاه بیسبال بیش از ۱۵۰ مسابقه در هر سال بازی می‌کند. در لیگ کوچک بیسبال، به طور کلی ۱۵۵ باشگاه وجود داشت و مجموع ۱۱ میلیون نفر برای تماشای آنها پول پرداخت کردند. به طور مجموع، لیگ اصلی