

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**FUTBOL SEKTÖRÜNDE BİR
KARAR DESTEK MODELİ UYGULAMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
Sevgin RÜSTEMOĞLU**

Anabilim Dalı : Endüstri Mühendisliği

Programı : Mühendislik Yönetimi

HAZİRAN 2009

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**FUTBOL SEKTÖRÜNDE BİR
KARAR DESTEK MODELİ UYGULAMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
Sevgin RÜSTEMOĞLU
(507061223)**

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 04 Mayıs 2009

Tezin Savunulduğu Tarih : 01 Haziran 2009

**Tez Danışmanı : Doç. Dr. Y. İlker TOPÇU (İTÜ)
Diğer Jüri Üyeleri : Yrd. Doç. Dr. Murat BASKAK (İTÜ)
Doç. Dr. Şebnem BURNAZ (İTÜ)**

HAZİRAN 2009

Aileme ve dostlarıma,

ÖNSÖZ

Tüm çalışma boyunca yanımda olan, verdiği her türlü akademik desteğin yanında zaman zaman bir arkadaş gibi tavsiyelerde bulunan ve tez yazım süreci boyunca motivasyonumu yüksek düzeyde tutmaya gayret gösteren danışman hocam Sayın Doç. Dr., Y. İlker TOPÇU'ya teşekkürlerimi öncelikli olarak iletmek istiyorum. Bundan sonraki süreçlerde de kendisinin bilgi ve deneyimlerinden yararlanmayı ve birlikte yeni çalışmalarda bulunmayı dilerim.

Yüksek lisans öğrenciliğimin sponsoru olan sevgili kuzenim İsmail ÖZGÜR'e ayrı bir noktada teşekkür etmek istiyorum. O olmasaydı belki de bu çalışma bir hayal olacaktı. Maddi olarak verdiği desteğin yanında manevi olarak da yanımda olduğunu bilmek bu çalışmaların tamamlanmasındaki en önemli etkidir.

Çok sevgili dostlarım ve meslektaşlarım Serkan ÇİFTLİKLİ ve Ünal ERKASLAN'a tüm bu süreç boyunca yapmış oldukları her türlü yardımdan, en önemlisi de manevi olarak yanımda olmalarından ve her ne olursa olsun onlara güvenebileceğimi bilmemi sağlayarak bana huzurlu bir çalışma ortamı sağladıklarından dolayı sonsuz teşekkürler.

Yaptığım çalışmanın önemine inanarak beni sürekli olarak motive eden ve her zaman beni destekleyen, çalışma içerisinde zaman zaman yardımları ile beni rahatlatan sevgili dostlarım Cihan SÖNMEZ ve Metin ŞEN'e,

Bütün bu süreçte yaşadığım her türlü sıkıntıda ve sevincimde karşılıksız bir biçimde yanımda olan ve en olumsuz durumda bile de yanımda olacaklarını bildiğim sevgili AİLEME,

Burada ismini tek tek yazamayacağım ancak benimle birlikte bu zamanı paylaşan tüm sevdiklerime ve dostlarıma,

Ayrıca tabii ki sağlamış olduğu burs ile Yüksek Lisans programımı ve bitirme tezimi rahat bir ortamda tamamlamama olanak sağlayan TÜBİTAK'a,

Teşekkürler,

Haziran 2009

Sevgin Rüstemoğlu

Endüstri Mühendisi

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGE LİSTESİ.....	ix
ŞEKİL LİSTESİ.....	xiii
ÖZET.....	xv
SUMMARY	xvii
1. GİRİŞ	1
1.1 Tezin Amacı	4
1.2 Tezin İçeriği	4
2. FUTBOLLA İLGİLİ YAZIN TARAMASI.....	5
2.1 Futbolun Talebi Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin İncelendiği Çalışmalar.....	6
2.2 Futbol Maçlarına Katılacak Seyirci Sayısının Tahminine Yönelik Çalışmalar	11
2.3 Futbol Kurallarında Yapılan Değişikliklerin Etkilerinin İncelendiği Çalışmalar	12
2.4 Futbol Endüstrisinin Ekonomik Değeri ve Çekiciliği Üzerine Yapılan Çalışmalar	14
2.5 Futbol Maçlarına Katılacak Seyirci Sayısının Tahminine Yönelik Çalışmalar	16
3. FUTBOL SEKTÖRÜ İÇİN BİR KARAR DESTEK MODELİ	17
3.1 Analitik Ağ Süreci.....	17
3.1.1 AAS'nin sistematığı.....	18
3.1.2 Standart bir AAS modelinin elemanları.....	20
3.1.3 İkili karşılaştırma ölçeği.....	22
3.2 AAS Yönteminin Kullanıldığı Çalışmalar	23
4. ÖNERİLEN MODEL	25
4.1 Kaynak Tarama ve Kriter Havuzu Oluşturma.....	25
4.2 Kriter Listesinin Son Halinin Verilmesi.....	25
4.3 Kriterlerin Gruplandırılması.....	32
4.4 Kriterlerin Birbirleriyle İlişkilerinin Belirlenmesi	33
4.5 Analitik Ağ Modelinin Oluşturulması.....	34
4.6 Anketin Hazırlanması.....	35
4.7 Anketlerin Yanıtlanması	36
4.8 Anket Verilerinin Kullanılması	37
4.9 Verilerin Yazılıma Girilmesi.....	39
4.10 Sonuçların Yazılımdan Alınması ve Hesaplamalar	40
4.11 Sonuçlar ve Karşılaştırmalar	43
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	49
5.1 Futbolun Yöneticileri ve Karar Vericilerine Yönelik Öneriler	50
5.2 İleride Yapılacak Çalışmalar	53
KAYNAKLAR	55
EKLER.....	59

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 3.1	: Süpermatris gösterimi.	21
Çizelge 3.2	: İkili karşılaştırma ölçeği.	22
Çizelge 4.1	: İkili karşılaştırma anketinin bir bölümü.	35
Çizelge 4.2	: Anketin doldurulması, örnek: iki faktör eşit öneme sahip.	36
Çizelge 4.3	: Anketin doldurulması, örnek: sol taraftaki faktör daha önemli.....	36
Çizelge 4.4	: Anketin doldurulması, örnek: sağ taraftaki faktör daha önemli.....	36
Çizelge 4.5	: Anket katılımcılarına ait veriler.	37
Çizelge 4.6	: İkili karşılaştırma matrisi.....	38
Çizelge 4.7	: Anketin sonuçları.	38
Çizelge 4.8	: Verilerin geometrik ortalamasının hesaplanması.	39
Çizelge 4.9	: Genel sonuçlar – ana kriterlerin önemleri.	43
Çizelge 4.10	: Genel sonuçlar – A grubu kriterlerinin önemlerinin hesaplanması...	43
Çizelge 4.11	: Ana kriterlerin normalize edilmiş önemleri.	43
Çizelge 4.12	: A grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.....	44
Çizelge 4.13	: B grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.....	45
Çizelge 4.14	: C grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.....	46
Çizelge 4.15	: D grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.....	47
Çizelge 4.16	: E grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.	47
Çizelge 4.17	: F grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.	47
Çizelge 4.18	: G grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.....	48
Çizelge A.1	: Genel katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	75
Çizelge A.2	: Genel katılımcı sonuçları – ana kriterlerin önemleri.	76
Çizelge A.3	: Genel katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	76
Çizelge A.4	: Genel katılımcı sonuçları - D, E, F ve G grubu kriter önemleri.....	77
Çizelge A.5	: Kadın katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	79
Çizelge A.6	: Kadın katılımcı sonuçları – ana kriterlerin önemleri.....	80
Çizelge A.7	: Kadın katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	80
Çizelge A.8	: Kadın katılımcı sonuçları - D, E, F ve G grubu kriter önemleri.....	81
Çizelge A.9	: Erkek katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	83
Çizelge A.10	: Erkek katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.	84
Çizelge A.11	: Erkek katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	84
Çizelge A.12	: Erkek katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.	85
Çizelge A.13	: Futbol seyretmeyi seven katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi....	87
Çizelge A.14	: Futbol seyretmeyi seven katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri...	88
Çizelge A.15	: Futbol seyretmeyi seven katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	88
Çizelge A.16	: Futbol seyretmeyi seven katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.	89
Çizelge A.17	: Futbol seyretmeyi sevmeyen katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	91

Çizelge A.18 : Futbol seyretmeyi sevmeyen katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.	92
Çizelge A.19 : Futbol seyretmeyi sevmeyen katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	92
Çizelge A.20 : Futbol seyretmeyi sevmeyen katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.	93
Çizelge A.21 : Futbol seyretmeyi seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – ana kriterler, A, B ve C grubu kriterleri.	95
Çizelge A.22 : Futbol seyretmeyi seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – D, E, F ve G grubu kriterleri.	96
Çizelge A.23 : Futbol oynamayı seven katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	97
Çizelge A.24 : Futbol oynamayı seven katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.	98
Çizelge A.25 : Futbol oynamayı seven katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	98
Çizelge A.26 : Futbol oynamayı seven katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.	99
Çizelge A.27 : Futbol oynamayı sevmeyen katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	101
Çizelge A.28 : Futbol oynamayı sevmeyen katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.	102
Çizelge A.29 : Futbol oynamayı sevmeyen katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	102
Çizelge A.30 : Futbol oynamayı sevmeyen katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.	103
Çizelge A.31 : Futbol oynamayı seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – ana kriterler, A, B ve C grubu kriterleri.	105
Çizelge A.32 : Futbolu seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – D, E, F ve G grubu kriterleri.	106
Çizelge A.33 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	107
Çizelge A.34 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.	108
Çizelge A.35 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	108
Çizelge A.36 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.	109
Çizelge A.37 : Futbolun kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	111
Çizelge A.38 : Futbolun kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.	112
Çizelge A.39 : Futbolun kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	112
Çizelge A.40 : Futbolun kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.	113
Çizelge A.41 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen ve düşünmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – ana kriterler, A, B ve C grubu kriterleri.	115
Çizelge A.42 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen ve düşünmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – D, E, F ve G grubu kriterleri.	116

Çizelge A.43 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	117
Çizelge A.44 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan katılımcı sonuçları– ana kriter önemleri.	118
Çizelge A.45 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	118
Çizelge A.46 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.	119
Çizelge A.47 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulmayan katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	121
Çizelge A.48 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulmayan katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.	122
Çizelge A.49 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulmayan katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	122
Çizelge A.50 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulmayan katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.	123
Çizelge A.51 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan ve yeterli bulmayan katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – ana kriterler, A, B ve C grubu kriterleri.	125
Çizelge A.52 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan ve yeterli bulmayan katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – D, E, F ve G grubu kriterleri.	126
Çizelge A.53 : Futbol ürününü değerli bulan katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	127
Çizelge A.54 : Futbol ürününü değerli bulan katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.	128
Çizelge A.55 : Futbol ürününü değerli bulan katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	128
Çizelge A.56 : Futbol ürününü değerli bulan katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.	129
Çizelge A.57 : Futbol ürününü değerli bulmayan katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.	131
Çizelge A.58 : Futbol ürününü değerli bulmayan katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.	132
Çizelge A.59 : Futbol ürününü değerli bulmayan katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.	132
Çizelge A.60 : Futbol ürününü değerli bulmayan katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.	133
Çizelge A.61 : Futbol ürününü değerli bulan ve bulmayan katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – ana kriterler, A, B ve C grubu kriterleri.	135
Çizelge A.62 : Futbol ürününü değerli bulan ve bulmayan katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – D, E, F ve G grubu kriterleri.	136

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 3.1 : Hiyerarşi süreci.....	19
Şekil 3.2 : Ağ süreci.	19
Şekil 4.1 : Kriter ilişkileri grafiği.	33
Şekil 4.2 : Analitik ağ modeli.	34

FUTBOL SEKTÖRÜNDE BİR KARAR DESTEK MODELİ UYGULAMASI

ÖZET

İlk defa nerede ve ne zaman ortaya çıktığı bilinmeyen ve tarihi araştırmalara göre ortaya çıkışı Sümerler'e kadar uzanan futbol, 19.yy'da modern futbol olarak bilinen halini almış ve Büyük Britanya'dan tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır. Bugün tarihi çok eskilere dayanan bu oyun milyarlarca dolarlık bir endüstri haline gelmiştir.

Futbol oyununun popülerliği ve yakalamış olduğu ticari başarısına rağmen, ya da belki de sadece bu nedenle, zaman zaman çekiciliği üzerinde endişe duyulmaktadır. Dünya futbolunun yönetiminden sorumlu olan FIFA'nın görevlerinden biri de futbol ürününün futbolu talep edenlere en iyi şekilde sunulmasının sağlanması ve beklentilerinin karşılanmasıdır. FIFA, futbol oyununu geliştirme adına yaptığı çalışmalarda bu endüstrinin getirisini en yüksek seviyede tutan bir bakış açısıyla hareket etmektedir. Ancak, basit bir oyun olan futbol, insanlar üzerindeki sıradışı etkisi dolayısıyla aslında bir o kadar da karmaşıktır ve dolayısıyla da futbolun yöneticileri karar vermede zorluklar yaşamaktadırlar. Birbirleriyle yüksek düzeyde etkileşim halinde bulunan ancak tanımlanması çok zor olan değişkenleri içinde barındırmaktadır. Belki de bu nedenle futbolun yönetimi içerisinde yer alanlar çoğu zaman sezgisel yöntemlerle, kendilerine özgü fikirleri ile kararlar vermektedirler.

Yapılan uygulamada futbolun yöneticileri / karar vericileri için “Futbolun Çekiciliği” üzerine etki edebilecek çok sayıda ve birbiriyle ilişkisi olabilecek faktörün birbirlerine göre önemlerinin sistematik ve bilimsel bir yaklaşımla belirlenmesinin metodu sunulmuştur. Bağımlılık ve geribildirimleri de içerisinde barındıran bir çok ölçütlü karar verme yöntemi Analitik Ağ Süreci yaklaşımı ile futbolun yöneticilerinin karşı karşıya oldukları bu probleme bir çözüm getirilmiştir.

Futbolla ilgili kapsamlı bir yazın taraması sonucunda “Futbolun Çekiciliği” üzerinde etkisi olabileceği düşünülen 100'e yakın kriter ortaya konmuş ve bu kriterlere uzman görüşleriyle birlikte son halleri verilmiştir. 57 kriter, 5 ana kriter ve bunların arasındaki ilişkilerin tanımlanması ile birlikte Analitik Ağ Süreci yaklaşımına göre bir model kurulmuştur. Kurulan modele veri oluşturma amacıyla bir ikili karşılaştırma anketi hazırlanmıştır ve 185 anket sonucu elde edilmiştir. Söz konusu model “Genel Katılımcı Sonuçları”, “Kadın Katılımcı Sonuçları”, “Erkek Katılımcı Sonuçları”, “Futbolu Seyretmeyi Seven Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Seyretmeyi Sevmeyen Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Oynamayı Seven Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Oynamayı Sevmeyen Katılımcı Sonuçları”, “Futbolun Kolay Ulaşılabilir Olduğunu Düşünen Katılımcı Sonuçları”, “Futbolun Kolay Ulaşılabilir Olduğunu Düşünmeyen Katılımcı Sonuçları”, “Futbolla İlgili Organizasyonların Tanıtımını Yeterli Bulan Katılımcı Sonuçları”, “Futbolla İlgili Organizasyonların Tanıtımını Yeterli Bulmayan Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Ürünü Değerli Bulan Katılımcı Sonuçları” ve “Futbol Ürünü Değerli Bulmayan Katılımcı Sonuçları”na ulaşılması adına 13 defa çalıştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara ve karşılaştırmalara yer verilmiştir.

Yapılan çalışmada futbolun yöneticilerinin sürekli olarak karşılaştıkları karar verme problemleri için sistematik bir çözüm yöntemi sunulmuştur. İş dünyası, sosyal konular, üretim sorunları, ekonomi vb. konularda başarı ile uygulanmış bir metod olan AAS'nin futbolla ilgili çok önemli bir karar verme problemi olan ve çok sayıda soyut ve somut değişkenden etkilenen "Futbolun Çekiciliği"ne etki eden faktörlerin önemlerinin belirlenmesinde nasıl kullanılabileceğinin bir uygulaması ortaya konmuştur.

A DECISION SUPPORT MODEL FOR FOOTBALL INDUSTRY

SUMMARY

It is still not obvious where the football is played at first. According to the historical researches football's history goes back to Sumerians. In the 19th century, modern football was founded in Great Britain and evolved through the world. Today, this old game became to a billion dollar industry.

Despite of the popularity and the commercial success of the football, or just because of it, the attractiveness of football is a concerning issue for the managing foundations of football, FIFA. One of the responsibilities of FIFA is supplying the football product to the demandants of football and satisfying the demands. During the studies of developing football game, FIFA's aim is to maximize the profit of this industry. However, football, which is actually a simple game, is also very complex because of its effects on people. This is the difficulty of managing football. Football includes so much dependant variables, which can not be defined either. Most likely the managers of football give decisions intuitively.

In this study a methodology is given for the football managers / decision makers. By this methodology the importances of the criteria, which may effect on "Football Attractiveness" and have dependencies, are stated with a systematic method. By having dependences and feedbacks Analytic Network Process can handle the complexities of this type of problems.

According to a comprehensive literature review study, at least 100 criteria which are related with the "Attractiveness of Football" were determined. These criteria were finalized by the reviews of experts in football. After determining 57 criteria, 5 main criteria and all the relations of criteria a model was build up by Analytic Network Process methodology. A questionnaire was prepared for getting data to the model and 185 questionnaire feedbacks were taken. The model was runned 13 times for the results; "General Attendees Results", "Women Attendees Results", "Men Attendees Results", "Results of attendees that like to watch football", "Results of attendees that do not like to watch football", "Results of attendees that like to play football", "Results of attendees that do not like to play football", "Results of attendees that think the availability of football is sufficient", "Results of attendees that think the availability of football is not sufficient", "Results of attendees that think the awareness of football is sufficient", "Results of attendees that think the awareness of football is not sufficient", "Results of attendees that thinks the product of football is valuable" and "Results of attendees that thinl the product of football is not valuable". All these results, comparisons and findings are given in this study.

A systematic approach for the decision makers and the managers of football is given in this study for their decision making problems. Analytic Network Process, which is applied successfully in business world, social topics, production issues, economics, etc., is presented in an application for determining and prioritizing criteria for the "Attractiveness of Football".

1. GİRİŞ

Futbol, tarihi oldukça eskilere uzanan bir spordur. Modern futbolun 19. yüzyılda Britanya’da ortaya çıkışı ile birlikte futbol uluslararası bir yapıya sahip olmuştur. Futbolun popülerlik serüvenini başlatan ilk adım 23 Ekim 1863’te Londra’daki Mason Derneği’nde Futbol Birliği’nin kurulmasıyla atılmıştır. O zamana kadar futbol sadece Büyük Britanya’da aktif olarak oynanmaktaydı, ancak sonrasında sanayinin dışarıya açılması ve insanların da farklı ülkelerde çalışmaya teşvik edilmesiyle birlikte, kişiler gittikleri bölgelere futbolu da beraberlerinde götürmüşlerdir. Britanya’dayken futbol oynama alışkanlıkları olanlar, askerler, denizciler, çalışanlar gittikleri yerlerdeki yerel halka da bu oyunu öğretmişlerdir. Bu durum sürekli benzer şekilde gelişmiştir; bir top yapılır, kişi oynamaya başlar ve çevresindekileri de oyuna davet eder. Futbolun Avrupa’da popüler olmaya başlaması bu şekilde gerçekleşmiştir.

Özellikle 20. yüzyılda teknolojinin ve televizyon yayıncılığının gelişimiyle futbol, tüm dünyayı etkisi altına alan bir spora dönüşmüştür. Futbolun dünya genelindeki yönetiminden sorumlu olan FIFA’ya (Federation International de Football Association – Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği) göre dünyada ikiyüz milyondan fazla aktif futbol oyuncusu yer almaktadır. Futbol sektörü global olarak milyar dolarlarla ifade edilmeye başlanan bir sektör haline gelmiştir. Futbolcular, kulüpler, televizyon kanalları, sponsorluklar, ulusal ve uluslararası organizasyonlar futboldan oldukça yüksek miktarlarda gelirler elde etmektedirler. Dünya ticaret hacminin %3’ü futbol endüstrisinden gelmektedir (Szymanski, 2001).

Futbol endüstrisine yapılan yatırımlar, yalnızca kulüpler ve futbolcularla sınırlı değildir. Medya sektörü, eğlence sektörü, müşterek bahis sektörü, spor malzemeleri sektörü, ulaşım sektörü, turizm sektörü, dolaylı ve doğrudan futbol endüstrisindeki gelişmeleri izlemekte ve yararlanmaktadır. Yine dünyada pek çok medya kuruluşu futbol endüstrisi ile yakından ilgilenmeye başlamıştır.

Toplum bilimi açısından beş kıtada olağanüstü boyutlara ulaşan ticari bir etkinlik durumunda olan futbolun aktif yapılan bir spor olmasının yanında, büyük kitleler tarafından seyredilen bir oyun olarak önemi de ortadadır. Yalnızca stadyumlarda artan seyirci sayısı açısından değil, televizyonu başında milyonlarca kişinin aynı anda bir maçı seyretmesi düşünülecek olursa, medya endüstrisi bakımından ne kadar önemli bir yer tutmaya başladığı da görülmektedir. Çağdaş toplumsal yaşam futbolun şahsında sportif ilgilerin benimsenmesi çerçevesinde belirginleşmektedir. O nedenle giderek artan ilgi futbolun başlı başına bir sektör haline gelmesinde etkili olmuştur.

Bugünkü anlamda futbol oyununun spora dönüşmesinin en belirgin özelliklerinden biri de eğlence tarzında bir toplumsal olay iken, günümüzde büyük kitleleri peşinden koşturan bir sektör durumuna da gelmiş olmasıdır. Toplumların futbola olan ilgisi bu spor dalına bütün kurumlarıyla ve kuruluşlarıyla endüstri düşüncesini geliştirmek amacıyla hareket eden özellikle profesyonel lig müsabakalarının milyonlarca kişinin dikkatini çekmesinden kaynaklanmaktadır (Doğan, 1999). İnsanların hayatlarında adını koyamadıkları pek çok unsurun yansıması futbol oyunu içinde yoğunlaştırılmış bir halde bulunmaktadır (Talimciler, 2008).

Futbol açık arayla dünyada en fazla ilgi gören spordur. Dünya Kupası ve Avrupa Şampiyonlar Ligi milyonlarca izleyicinin ilgisini çekmektedir. Para ve medyanın etkisinin futbol üzerinde olumsuz etkilerinin olduğu konuşulmaktadır. Bahis oranları inanılmaz seviyelere ulaşmış durumdadır.

Futbol, dünyadaki en popüler spor olmasına rağmen diğer sporlarla ve diğer eğlence türleri ile de sürekli bir rekabet halindedir. Bu rekabette futbolun öne geçmesini sağlayacak olan UEFA ve FIFA gibi dünya futbolunu yöneten birliklerdir

Futbola katılımın artırılması için UEFA ve FIFA çeşitli çalışmalar yürütmektedirler. Farklı kurallar geliştirerek veya kurallar üzerinde değişiklikler yaparak seyircinin ilgisini sürekli tutmaya çalışmak bu çalışmalardandır. Bu durum sadece futbol için geçerli değildir. NHL’de (The National Hockey League – Amerikan Ulusal Hokey Ligi) kalecinin hareket alanı, sertliklerle ilgili kurallar vb. üzerinde denemeler yapılmaktadır. NFL’de (Natioan Football League – Amerikan Ulusual Futbol Ligi) de oyunun hızını artırmak için kural değişiklikleri yapmıştır. NBA (The National Basketball Association – Amerkian Ulusal Basketball Birliği) oyunun akışını ve hızını artırmak için buna benzer çalışmalar yapmaktadır (Markovich, 2008).

1990 yılında düzenlenen FIFA Dünya Kupası İtalya’da gerçekleştirilmiştir. Dünya kupasını gerek televizyonlarından seyreden gerekse de stadyumdaki seyirci koltuklarında yerini alanların organizasyon sonucunda ortak bir olumsuz eleştirileri vardı; seyretmekten keyif almıyorlardı. Kupada yer alan takımların büyük çoğunluğu, kendi hücum güçleri üzerine yoğunlaşmaktan çok rakip takımların hücum güçlerini azaltmak üzerine yoğunlaşmıştı. Bu durum seyirciler tarafından yoğun eleştirilere neden olmuştur ve izleyenlerde bir tatminsizlik oluşturmuştur. Bunun üzerine FIFA, dünyanın 1 numaralı oyununun imajını ve çekiciliğini artırmak için harekete geçmiş ve Task Force 2000 adıyla bir komite oluşturmuştur. Görevi; oyunu yeni yüzyıl için ve bu yüzyıldaki seyirciler için daha uygun hale getirmek ve futbolun popülaritesini artırmak, dolayısıyla futbola bağlı organizasyonların da zenginleşmesini sağlamak olan bu komite çalışmalarının büyük çoğunluğunu oyunun kurallarının yeniden düzenlenmesi üzerine oluşturmuştur. Geniş bir spektrumdan, futbol ile ilgisi olan kişilerden oluşan komitede; aktif ve eski futbolcular, kulüp başkanları, dernek temsilcileri, teknik direktörler, hakemler, spor doktorları, gazeteciler vs. yer alıyordu. Faullere verilecek cezalar, ofsayt yorumuna getirilecek farklılıklar, ve belki de en fazla yenilikçi olan geri pas kuralına getirilecek değişiklikler gibi konular Task Force 2000 tarafından farklı bakış açılarından incelenecekti.

Yapılan çalışmalar neticesinde Kasım 1996’da Task Force 2000 ileriye dönük önemli futbol kuralları değişiklikleri ortaya koymuştur (Corredora ve Partovi, 2001). Bundan sonra yapılması gereken, kuralların belirli bir sıra ile hayata geçmesinin sağlanmasıydı. FIFA bu değişikliklerin hepsini aynı anda uygulamak konusunda tedirginlik duyuyordu. Bu kuralların önceliklendirilmesinde ve dizaynında kullanılan yöntem tam anlamıyla subjektifti. Buna göre futbolun heyecanını kaybetmemesi ve daha ilgi çekici olması için alınan önlemlerin etkilerinin nasıl olacağı üzerinde araştırmalar yapıldıktan sonra karar verilmesi yerine belirli bir bölümün evet / hayır oylaması ile hayata geçmektedir (Brocas ve Carillo, 2004).

1.1 Tezin Amacı

Dünyanın en popüler sporu olan futbolun çekiciliğinin korunmasından sorumlu olan yönetimlerin bilimsel yaklaşımlarla karar verme ihtiyaçları bu çalışmanın ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Futbol oyununun kurallarını değiştirerek futbolun çekiciliğini artırmaya yönelik olarak yapılacak bir çalışmada hangi kural bir diğer kurala göre daha önemli olacaktır veya hangi kural daha önce uygulanmalıdır? Öte yandan futbolun çekiciliği üzerinde sadece kural değişiklikleri mi etkilidir? Etkili olan diğer faktörler varsa bunlar üzerine hangi oranda yoğunlaşılmalıdır?

Bu soruların cevapları kişiden kişiye göre farklılık gösterecektir. Basit bir oylama yöntemiyle yeni fikirlerin hayata geçirilmesi, sonucunda “altın gol kuralı” gibi fiyaskoları da beraberinde getirme ihtimalini barındırmaktadır. Bu konuda yapılması gereken, bilimsel bir metoda dayanarak objektif sonuçlara ulaşılmasının sağlanmasıdır.

Bu çalışmada; futbolun çekiciliğinin artırılmasına yönelik olarak yapılacakların belirlenmesinde önemli bir nokta olan futbolun çekiciliği üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve bunların birbirlerine göre önemlerinin ortaya konması amaçlanmıştır.

1.2 Tezin İçeriği

Çalışmada öncelikle “Futbolun Çekiciliği” ile ilgili kaynak oluşturabilecek araştırmaların incelenmesine yer verilmiştir ve konu hakkında geçmişte yapılan çalışmalardan söz edilmiştir. Model olarak Analitik Ağ Süreci (AAS)’nin kullanılacağı belirtildikten sonra AAS ile ilgili teorik bilgilere de yer verilmiştir. Tüm aşamalarıyla birlikte uygulamanın nasıl yapıldığına açıklık getirilmiştir. Sonuçlar bölümünde, yapılan tüm çalışmanın analizi ve elde edilen bulgulara yer verilmesinin yanında bu çalışmanın üzerine neler eklenebileceği konusunda önerilerde bulunulmuştur.

2. FUTBOLLA İLGİLİ YAZIN TARAMASI

Futbol, önemi her geçen gün biraz daha artan toplumsal bir olgudur. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde futbol; eğlence ve hizmet endüstrisinin en önemli bölümlerinden birini oluşturur. Futbolu diğer eğlence şekillerinden (sinema, konser, tiyatro vb.) ayıran en önemli özelliği spontane oluşudur. Tüm eğlence şekillerinde belirli bir düzen, sıra, ya da program akışı vardır ve sonuçlar büyük oranda tahmin edilebilir. Ancak bir seyircinin bir futbol etkinliğini seyrederken neler hissedeceğini önceden tahmin etmek mümkün değildir. (Gencer ve Aycan, 2008). Tabii ki seyrettiği bu üründe neler yaşanacağı da ayrı bir belirsizlik taşımaktadır.

Futbol ve futbolun çekiciliği üzerine yapılan çalışmalar konusundaki kaynak tarama çalışmaları neticesinde söz konusu kaynakları beş ana başlık altında toplamak mümkündür:

1. Seyircilerin futbol maçlarına gitmesi, televizyondan futbol karşılaşmalarının izlenmesi ve genel olarak futbolun talep edilmesi üzerinde etkili olan faktörlerin ortaya konması
2. Futbol maçlarına gelecek seyirci sayısını tahmin etmeye yönelik modeller ortaya koyan çalışmalar
3. Futbol kurallarında yapılan değişikliklerin meydana getirdiği etkiler üzerine yapılan çalışmalar
4. Futbol endüstrisinin ekonomik değeri ve çekiciliği üzerine yapılan çalışmalar
5. Futbolun daha iyi olması ve daha çekici yapılması üzerine ortaya konan çalışmalar

Bölüm 2.1, 2.2, 2.3, 2.4 ve 2.5'te yukarıda yer alan başlıklarla ilgili çalışmalara sırasıyla değinilecektir.

2.1 Futbolun Talebi Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin İncelendiği Çalışmalar

Bir sporun ve onunla ilişkili olan ürünlerin ve hizmetlerin başarısı, doğrudan ve dolaylı olarak taraftar sayısı ile ilgilidir. Doğrudan ilgisi; taraftarlar finansal (örneğin bilet satışı, marka satışı) ve sosyal (özdeşleşme, vb.) kaynaklardır, öyle ki oyunun sürdürülebilmesini sağlarlar (Breitbarth ve diğ., 2006). Dolaylı olarak da; spor organizasyonları için spor seyircileri sadece bilet satışlarından elde edilen gelirler bakımından değil, aynı zamanda sponsorluk ve medya gelirlerinin de elde edilebilmesi bakımından hayati önem taşır. Bir karşılaşmayı izleyen seyircilerin oluşturduğu kalabalık saha içerisinde mücadele eden oyuncuların performansını artırma gücüne de sahiptir. Seyircilerin karşılaşmalara katılımının sağlanması ve bu katılımın sürdürülmesine yönelik çabalar profesyonel futbol kulüplerinin seyirci desteğine bağlı olarak hedeflerini belirleyebilme açısından oldukça önemlidir (Gencer, Aycan, 2008). Correia ve Esteves (2007)'e göre spor yöneticileri seyircilerin fikirlerini, duygu ve düşüncelerini, duyarlı oldukları noktaları dikkate alarak pazarlama stratejilerini ortaya koymalıdır. Spor seyircilerinin maçlara katılım kararlarını etkileyen değişkenlerin anlaşılması profesyonel kulüplerin uygulayacağı tüm stratejik spor pazarlaması süreçlerinin temelini oluşturacaktır. Buna göre taraftarları müşteri olarak algılamak, motivasyonel ve davranışsal faktörlerle birlikte, sporun ve sporla ilgili işlerin rekabeti açısından oldukça önemlidir (Shank, 2005; Kurtzman ve Zauhar, 2005).

Almanya 2006 FIFA Dünya Kupası'nı, organizasyonda takımları yer almamasına rağmen Yeni Zelanda'lı seyirciler de izlemişlerdir. Peki ülkeleri böyle bir organizasyonda temsil edilmeyen, ayrıca ülkelerinden oldukça uzak bir mesafede gerçekleşen bu organizasyona Yeni Zelanda'lıları çeken nedir? Breitbarth ve diğ. (2006) bu taraftarların motivasyonunu etkileyen faktörler ve futbol dolayısıyla yapmış oldukları harcamalar arasında bir bağlantı kurmaya çalışmışlardır. Elde edilen sonuçlara göre aktivitenin kendisi, yani futbolun seyredilmesi, en çekici faktör iken, kişisel tatmin de itici faktördür.

Szymanski ve Kuypers (1999) yaptıkları çalışmada İngiltere'de futbol maçları seyirci oranlarının tarihsel değişimlerini ele almışlardır. 2. Dünya savaşından sonra seyirci oranlarının arttığı görülmüştür. Bunun sebebi olarak da bilet fiyatlarının düşmesi ve daha çok boş zamanı olan halkın bu zamanı böyle doldurmayı tercih etmesi

gösterilmiştir. 1953 ve 1977 tarihleri arasında ise ülke nüfusu zenginleşirken maça gelen seyirci oranı düşmüştür. Bu tür sonuçların tam olarak nasıl ortaya çıktığı belirsizliklerle doludur. Sosyo-ekonomik değişkenlerle seyircilerin maça gelişleri arasındaki bağlantıyı Barajas ve Crolley (2005) de yapmıştır. İspanyol futbolunda taraftar desteği ve bu desteğin gelirler üzerinde etkisi üzerine yapmış oldukları çalışmalarında maçlara gelen seyirci sayısı ile bazı değişkenler arasında ilişki kurmuşlardır. Elde ettikleri sonuçlara göre; sosyo – ekonomik değişkenler (takımın bulunduğu şehrin nüfusu, takımın bulunduğu bölgede bilinirliği, bölgedeki işsizlik), üretim faktörleri (futbolcular ve teknik kadro) ve başarı (takımın başarısı, son dönemlerdeki performansı) seyircilerin maça gelişleri üzerinde etkilidir. Buna göre; iyi bir takım kadrosu veya başarılı sonuçlar alan bir takım stadyuma seyirci çekecektir (Barajas ve Crolley, 2005).

İsviçre’deki futbol maçlarına gelen seyirci sayısı üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amacıyla yaptıkları araştırmada Baranzini ve diğ. (2008) İsviçre futbol liginin 3 sezonuna ait verileri incelemişlerdir. 2001 ve 2004 yılları arasını kapsayan bu verilerden elde edilen sonuçlarda da sosyo ekonomik koşullar (işsizlik vb.) önemli bir yere sahiptir. Bunun yanında; hava ve fiziksel koşullar (maç başlangıcından önce günışığının ne kadar süre ile olduğu, iki takımın şehirleri arasındaki mesafe vb.), maç takvimi (maçın oynanacağı gün), televizyonda maçın verilip verilmediği, stadyumun yaşı, takımların maçtan önceki performans durumları, rekabet unsuru (derbi maç veya ulus rekabeti olabilir) ve sonucun belirsizliği gibi bulgular elde etmişlerdir. Bir diğer çalışmada ise Won ve Kitamura (2006), seyirciyi motive eden, seyircinin futbola olan ilgisini yüksek tutan faktörleri şu şekilde ifade etmişlerdir;

- Futbolculara duyulan ilgi, sevgi,
- Sosyal çevrede itibar kazanma (kendi takımı kazandığında toplum içinde kendisine farklı gözle bakıldığı düşüncesi),
- Yalnızca eğlenmek,
- Karşılaşmanın heyecan verici olması (sonucun ve meydana geleceklerin bilinmemesi),
- Günlük hayattan kaçış,
- Fiziksel bakımdan üst düzey sporcuları izlemek,

- Topluluk içerisinde yer alma duygusu (sosyalleşme),
- Aile ile yakınlık (futbol maçları izlemenin aile ile bir arada yapılan bir faaliyet olarak görme),
- Takımın başarısını kendi başarısı yerine koymak,
- Taraftarlık (bir takıma karşı gönül bağı hissetmek).

Spor ekonomisi araştırmalarının en temel konularından biri “sonucun belirsizliği” hipotezidir. Bu hipoteze göre bir spor olayında sonucun belirsizliği ne kadar yüksekse, talep de o kadar yüksek olacaktır.

Veljanovski (2000)’e göre sonucun belirsizliği lig şeklindeki spor organizasyonlarının anahtar kriteridir. Belirsizlik ne kadar yüksekse lige olan ilgi de o derece yüksek olacaktır. Eğer maç sonuçları veya uzun vadede düşünülürse ligin sonuçları takımlar arasındaki büyük güç farkından ve kaynak farkından dolayı tahmin edilebiliyorsa lige olan ilgi gitgide azalacaktır. Bir kulübün amacı rakiplerini yenmek ve şampiyonayı kazanmaktır. Ancak esas olan; bir kulübün uzun vadedeki amacının ligin de başarısını sağlama yönünde olmasıdır. Çünkü ancak bu şekilde en önemli unsur olan seyircinin ilgisine sahip olunacaktır. İngiltere futbolunun televizyon yayınlarındaki talebi ve sonucun belirsizliği arasındaki ilişkiyi inceleyen Szymanski (2006) çıktının belirsizliğinin önemini ortaya koymuştur. Bunun yanında eğer bir maç beraberlikle devam ediyorsa izleyicilerin kanal değiştirmeye olan yatkınlığının arttığını, bir tarafın galip durumda olduğu maçların ise beraberliğe oranla daha fazla izleyiciye sahip olduğu sonucunu elde etmiştir. Eğer ev sahibi takım lig sıralamasında misafir takıma oranla daha aşağılarda ise sonucun belirsizliği artar (Baranzini ve diğ., 2008).

Halıcıoğlu (2005) ilgiyi artıran 3 belirsizliği şu şekilde sıralamıştır; maç sonucunun belirsizliği, sezon sonucunun belirsizliği ve şampiyonayı uzun süreli domine eden takımların olmayışı. Spor liglerinde sonucun belirsizliğini sağlayabilmek ve dolayısıyla tüketicinin maksimum fayda almasını sağlayacak kurallar konulmaya çalışılmaktadır. Örneğin; oyunculara verilen ücretlere limitler konması, oyuncu sayısı limitleri, oyuncu draftı kuralları, transfer ücretlerine konan sınırlamalar ya da gelirlerin bölüşülmesi (bilet gelirleri, yayın gelirleri, marka gelirleri) gibi sınırlamaların konması (Szymanski, 2006).

Gencer ve Aycan (2008) seyircilerin spor etkinliklerine katılım kararını etkileyen değişkenler üzerine yaptıkları çalışmalarında iki farklı ligden iki karşılaşmadaki seyircilerle yaptıkları anket çalışması neticesinde altı ana başlık belirlemişlerdir: Stadyumun fiziksel çevresi (otopark, yiyecek-içecek, temizlik, vb.), rakip takımın durumu (son maçlardaki performans, ligdeki sıralama vb.), tutulan takımın durumu (son maçlardaki performans, ligdeki sıralama, maçın önemi vb.), programın uygunluğu (maç zamanı, bilet fiyatları vb.), karşılaşmanın cazibesi (yıldız oyuncular, rekabetçi denge, televizyon yayını, vb.) ve sosyalleşme fırsatı (arkadaşlarla birliktelik, toplumsal bir etkinliğe katılım duygusu vb.).

Rekabet unsuru ve rekabetçi denge araştırmalarda üzerinde durulan faktörlerden biridir. Veljanovski (2000)'e göre bir ligin ortaya çıkardığı ürün, takımlar arasındaki rekabetten kaynaklanmaktadır, takımların bireysel olarak aktivitelerinden değildir. Takımlar ligler olmadan da var olabilirler; ancak, bir şampiyona içerisinde yer almak ürünün en önemli ögesidir.

Bir maçta yer alabilecek oyuncu sayısı bellidir. Bu da demek oluyor ki oyuncu kalitesi önemli bir kriter olarak ön plana çıkmaktadır. Sıra dışı ve yetenekli oyuncu sayısı sınırlıdır ve genellikle de iyi futbolculara olan talep miktarından daha azdır. Bu nedenledir ki en iyi oyuncular için sürekli olarak bir rekabet söz konusudur ve bu iyi oyuncular yüksek fiyatlarla güçlü takımlara çekilmeye çalışılırlar. Veljanovski (2000)'e göre futbol sahasında başarı yakalayan takımlar genellikle finansal açıdan da başarıyı yakalarlar. Çünkü, başarılı takımlar stadlarına daha fazla seyirci çekerler ve televizyonda daha fazla izlenmek isterler. Bu da daha fazla marka değeri getirmektedir. Böylece elde ettikleri finansal gücü kullanarak en iyi menajer ve en iyi oyuncuları kendilerine çekebilirler ve bu da yine beraberinde başarıyı getirecek ve döngü bu şekilde devam edecektir. Sonuç olarak böyle bir döngü, ancak güçlü kulüplerin varlıklarını sürdürmelerine imkân verecektir. Diğer takımların mücadele etme olasılığı gitgide düşecektir. Bu durum, şampiyonanın bir takım tarafından domine edilmesinin engellenmesi için bazı kuralların gerekliliğinin de göstergesidir. Ligin, seyircilerin ihtiyaçlarını maksimize etmesi için rekabet, kurallar ve sınırlamalar arasında bir denge sağlanması gerekmektedir.

Hoehn ve Szymanski(1999) spordaki başarı ile sporcuya ödenen para arasında oldukça güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Avrupa futbolunun mevcut sisteminin futbolun yerel liglerdeki rekabetçi dengesi üzerinde olumsuz etkisi

olduğunu ortaya koymuşlardır, bunun nedeni de takımlar arasında meydana getirdiği yetenek farklılığıdır. Bir taraf Avrupa takımlarıyla da maçlar yaparken diğer taraf sadece yerel maçlar yapmaktadır. Buna ek olarak kazanılan paralarda da ciddi farklılıklara neden olmaktadır. Bu da sadece yerel maçlarda mücadele eden takım için büyük bir dezavantajdır. Hem yerel turnuvalarda hem de Avrupa turnuvalarında yer alan takımların gelirleri daha yüksek olacaktır ve daha yetenekli futbolcuları alabileceklerdir. En yüksek bütçeye sahip takımlar en yetenekli oyuncuları kendilerine çekebilirler. Er ya da geç, şampiyonlar liginde düzenli olarak oynayan takımlar, şampiyonlar liginin finansal çekiciliğini tatmış olan takımlar, zamanla yerel liglerini bırakıp, düşmenin veya elenmenin olmadığı bir süper lig kuracaklardır. Avrupa Kupalarının görece önemi arttıkça, bu turnuvalara katılan takımların yeteneklere olan yatırımları da artacaktır. Bu sistem Avrupa Kupalarına katılan takımlar arasında bir rekabetçi denge oluştururken, kendi ülkelerindeki diğer takımlarla da o derecede bu dengeyi bozmaktadır. Rekabetçi dengenin değerinin arttığı oranda yerel turnuvalar da kaybedecektir.

Her hafta sonu Portekiz ligindeki futbol karşılaşmalarına olan büyük ilginin nedenleri üzerine yapmış oldukları çalışmalarda Correia ve Estevez (2007) seyircilerin futbola olan talepleri üzerinde şu bulguları elde etmişlerdir.

- Maddi unsurlar
 - o Stadyuma ulaşımın masraflı olmaması
 - o Bilet fiyatlarının uygun olması
 - o Stada giriş-çıkış kolaylığı
 - o Stad güvenliği
 - o Bilet promosyonları
 - o Bilet satın alma kolaylığı
- Takıma olan bağlılık
 - o Takımın son dönemlerdeki performansının iyi olması
 - o Takımı destekleme isteği
 - o Galibiyet sevinci yaşama isteği
 - o Takımın şampiyonadaki konumu

- Ekstra fayda ve getiriler
 - o Park alanı bulma kolaylığı
 - o Hediyeler
 - o Stada yakın ikamet ediyor olmak
 - o Destekleyici unsurlar (maç öncesi gösteri konser imza töreni vesaire)
- Yıldız futbolcular
 - o Marka değeri
 - o Futbolculardan birinin yerine kendini koymak
 - o En beğendiği futbolcuyu izleyebilecek olmak
- Eğlence kaynağı
 - o Spor yapmaktan keyif almak
 - o Spor izlemekten keyif almak

2.2 Futbol Maçlarına Katılacak Seyirci Sayısının Tahminine Yönelik Çalışmalar

Seyircilerin futbol maçlarına gitmeleri veya futbol maçlarını izlemeleri üzerinde etkili olan faktörlerin ortaya konması ile ilgili çalışmaların yanında, bu faktörler dikkate alarak seyirci sayısını tahmin etmeye yönelik modellerin kurulduğu çalışmalar da bulunmaktadır. Simmons(1996) ve Garcia ve Rodriguez (2001) İngiltere ve İspanya'nın en üst seviye ligleri için seyirci tahmininde bulunan çalışmalar yapmışlardır. Reade (2007) ise daha alt seviyede yer alan bir takım için bu çalışmayı gerçekleştirmiştir. Modelinde kullandığı faktörler; fiyat, alternatif ürünlerin varlığı ve fiyatları (sinema, tiyatro, alışveriş, televizyon yayınları vs.), sunulan ürünün kalitesi (maçta yer alan takımların kalitesi, takımların performansı, rekabet) ve stadyum kapasitesidir. Bir diğer çalışmada da İspanya 1. Ligi'nde oynanan maçların geçmiş seyirci istatistikleri ve ekonomik değişkenler, kalite, belirsizlik ve fırsat maliyetleri gibi faktörler arasında ilişki kurularak bir model ortaya konmuştur (Garcia ve Rodriguez, 2001).

Futbol oyunun popülerliğine ve ticari başarısına rağmen, ya da belki de sadece bu nedenle, futbolun yöneticileri “futbolun çekiciliği” üzerinde endişe duymaktadırlar. Daha ilgi çekici bir futbolun ortaya konabilmesi için de futbol kurallarında bazı değişiklikler yapmak futboldan sorumlu olanların başvurduğu yöntemlerden biridir (Banerjee ve Swinnen, 2003). FIFA ve UEFA futbolun kurallarını ve yaptırımlarını bu endüstrinin getirisini en yüksek seviyede tutacak bir bakış açısıyla düzenlemeye çalışmaktadırlar (Halıcıoğlu, 2006). Ancak, bu kuralların etkileri her zaman beklendiği gibi gerçekleşmemektedir. Yapılan kural değişikliklerinin nasıl etkilerle sonuçlandığını konu alan çalışmalar da literatürde mevcuttur

2.3 Futbol Kurallarında Yapılan Değişikliklerin Etkilerinin İncelendiği Çalışmalar

Kural değişikliklerinin etkileri üzerine yapılan bir çalışmada Brocas ve Carillo (2004) tartışmaya açık iki kural değişikliğini ele almıştır; puan sistemi değişikliği ve altın gol kuralı. Ofansif oynamaya yönelik olarak konulmuş 3 puanlı sistemin, sanılanın aksine, 2 puanlı sisteme oranla ofansif oyuna daha az teşvik edici olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Halıcıoğlu (2006)’nın puan sistemi ve rekabetçi denge arasındaki ilişki üzerine yapmış olduğu çalışmada mevcut puan sisteminin göze hoş gelen bir futbol ortaya koyma adına bir etkisi olmadığı sonucuna varmıştır. Ayrıca altın gol kuralının ilgi artırma üzerinde beklenen etkiyi sağlamadığını ortaya konmuştur (Brocas ve Carillo, 2004). Bu kural gol yiyen takımın geri dönme ihtimalini kaldırmıştır. Ancak takımların daha ofansif oynamalarını teşvik edecek bir durum ortaya koymamaktadır. Banerjee ve Swinnen’in 2003’teki çalışmasını destekler bir sonuçtur. Asıl amacı daha atak bir futbol oynanmasını sağlamak olan bu kural, gol atan tarafa daha çok ödül vermekle birlikte gol yenmesi durumunda da diğer tarafın maliyetini çok daha fazla büyütmektedir. Çünkü gol atmaktan doğan fayda kaybetmekten doğan zarar dolayısıyla ortadan kalkmaktadır ve bu da beklenen etkiyi verememektedir. Ayrıca futbol seyircileri ekstra zaman içerisinde bir tarafın gol atması durumunda diğer tarafın daha atak bir futbol sergilemesi beklentisi içerisinde girmektedirler. Fakat altın gol ile maç gol atıldığında sona erecektir ve seyircinin en çok ilgisini çekecek o son bölüm ortadan kalkacaktır. Zaten bu nedenle bu kural daha sonra iptal edilmiştir ve uzatma bölümleri daha önce olduğu şekilde oynanmaya devam etmektedir.

Diğer sporların aksine futbolda zaman sürekli akmaktadır ve durmadan oynanmaktadır. Bu durum da, galip takımın zaman geçirmeye yönelik olarak davranma ihtimalini ortaya çıkarır. Bunu engellemek için FIFA, hakemlerin her devrenin sonunda tahmini bir süre eklemelerine olanak vermiştir. Eylül 1998'den itibaren eklenen sürenin tabela ile bildirilmesine karar verilmiştir. Bu yeni kuralın amacı oyuncuların ve seyircilerin sakatlık veya herhangi başka bir nedenle oyunun duraksaması durumunda eklenecek zamanı bilmelerini sağlamak ve oyunu daha ilgi çekici hale getirmektir. Markovich (2008) bu kural değişikliğinden sonra ekstra zamanda atılan gollerin sayısının arttığını tespit etmiştir. Bu da oyuncuların tam bilgiye sahip olmaları durumunda en uygun stratejiyi seçebildikleri şeklinde yorumlanmıştır. Ancak bu kural değişikliğinin atılan toplam gol sayısı üzerinde ve oyunun genel çekiciliği üzerinde etkisi yoktur (Markovich, 2008). Futboldaki zaman geçirmeye engel olma ve oyunun hızını artırmaya yönelik kural değişikliklerinden biri de kaleciye atılan geri paslar üzerine olmuştur. Sahadaki oyuncular yersiz geri paslarla zaman kazanmak üzerine kaleciye pas atabilmekte ve kaleci de defans oyuncusundan gelen topu eliyle tutabilmekteydi. Futbolun yavaşlamasına ve zevksizleşmesine neden olan bu durumun, 1990 yılından itibaren yapılan değişikliklerle, önüne geçilmeye çalışılmaktadır (Asami ve diğ., 2004). 2002 yılına kadar yapılan son 4 dünya kupası verileri incelendiğinde bu kural değişikliklerinin ortaya konmasına karar verildikten ve yaptırımlar başladıktan sonra kaleciye verilen geri pasların oranında oldukça düşüş yaşandığı ve futbolun oyun hızının olumlu yönde etkilendiği sonucuna varılmıştır.

Hakem hem seyirci ile futbolcu arasında hem de rakip takımlar arasında köprü görevini görmekte, bir yandan da oyunun önceden belirlenmiş kurallar çerçevesinde değerlendirmesini yapmaktadır. Bir futbol maçının, güzel, heyecan verici, Fair Play ilkeleri içerisinde bol gollü geçmesinde, bitmesinde veya düzensiz, olaylı kavgalı bir hava içerisinde oynanmasında hakemin rolü son derece önemlidir (Orta, 2006). Son yıllarda futbolun süratlenmesi, kuralların daha sık değiştirilmesi ve kuralların hakemlerin kanaatine bağlı olarak yorumlanmasıyla birlikte hataların artması, futbolun önemli unsurlarından biri olan hakemlerle ilgili değişikliklerin ve düzenlemelerin de yapılması gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu noktadan hareketle, 1990 yılından itibaren FIFA ve IFAB bu konu üzerinde çalışarak çeşitli adımlar atmışlardır. Uzmanlaşmış yardımcı hakemlik, hakemlerin daha iyi şekilde eğitimi,

dördüncü hakemin resmi başlangıcı, sinyalli bayrak ve kulaklık-mikrofon bu yeniliklerdendir. Futbolun adaletli yönetiliyor olduğunu, emin ellerde olduğunu biliyor olmak seyircinin futbolun sunduğu ürüne olan ilgisi üzerinde olumlu etki edecektir. En azından güvensiz bir ortamın oluşturacağı olumsuz etki adil bir yönetimin varlığında söz konusu bile olmayacaktır

2.4 Futbol Endüstrisinin Ekonomik Değeri ve Çekiciliği Üzerine Yapılan Çalışmalar

Futbol çok büyük ve sürekli genişleyen bir sektördür. Ancak hala ekonomik yönden başarı getirecek şekilde yönetimi konusunda sistematik bilgi eksikliği mevcuttur. Bu da futbol ekonomisi konusundaki araştırmaları cazip yapmaktadır. Futbolun karakteristiği gitgide şov dünyasının sunduğu özelliklere sahip olmaya başlamaktadır. İnsanlar artık sinemaya mı, tiyatroya mı, müzeye mi gitmeli yoksa stadyumda maç seyretmeye mi gitmeli düşünceleri arasında tercih yapmaya başlamışlardır.

Dolles ve Söderman (2005) futbol ürünün ne olduğunu, nelerden oluştuğunu şu şekilde tanımlamışlardır;

1. Futbol Oyununun Kendisi: Seyredilme talebi ve dolayısıyla bunun oluşturmuş olduğu değer bakımından ekonomik bir unsurdur.
2. Marka hakkı satışı: Bayrak, şapka, atkı, bere, dvd, forma, ayakkabı, top vs. ürünlerin satışı ile ekonomik bir unsurdur.
3. Oyuncular: Yetenekli oyuncuların gençken düşük maliyetlerle bulunması, yetiştirilmesi, alınması ve başka kulüplere satılması bakımından ekonomik bir unsurdur.
4. Takım Oyunu: 11 tane teknik oyuncu sürekli kazanan bir takım meydana getiremez. 11 tane fiziksel açıdan üstün oyuncu da aynı şekilde sürekli kazanan bir takım oluşturamaz. Bunların bir kombinasyonuna ihtiyaç vardır.
5. Kulüpler: Kulüplere olan üyelikler, kulüplerin üyelerine sunduğu hizmetler, tesisler vs. bakımından ekonomik bir unsurdur.

Futbolun ürününü talep edenler de şu şekilde tanımlanmıştır (Dolles ve Söderman, 2005);

1. Seyirciler ve taraftarlar
2. Kulübün üyeleri: futbol kendi başına bir oyun, bir eğlence bir olaydır
3. Medya: medya açısından önemini görebilmek için futbol yayın haklarına ödenen miktarlara bakmak yeterlidir.
4. Sponsorlar: futbol herkesin her kesimden insanın izlediği bir spor olduğundan bu şekilde çok büyük kitlelere ulaşılabilir. Ve bu nedenle futbolun çekiciliğinin artırılması sponsorlar açısından da önemlidir.

Televizyon teknolojisindeki gelişmeler sonrasında zaman ve mekan sorunsalından kurtulan futbol modern insanın günlük hayatının her anında kendini kabul ettirmiştir. Televizyonun yaygınlaşması ile birlikte futbol büyük bir çoğunluğun ulaşabildiği, izlenebilen bir oyun haline dönüşürken, ilgi çekiciliği ve gelir getiren bir içerik olması dolayısıyla bu araç için önemli bir malzeme olmuştur. Televizyonun futbola olan katkısı ekonomik olarak önemlidir. Televizyonda futbol yayını insanlara gol göstermek üzerine kurulmuş bir mekanizmadır. Golün de ötesinde izleyiciyi ekrana bağlayacak bir gerilim, heyecan gibi unsurlar ön plana çıkarılmaktadır. (Şeker, Gölcü, 2008) Diğer taraftan, televizyon dünyasının getirdiği şov endüstrisi hayran olunacak “futbol yıldızlarını ön plana çıkarırken”; taraftar grupları kendi yıldızlarını kendi grup ilişkileri içerisinde çıkarmaya eğilimlidirler. Taraftar gruplarının gündemleri ise yine endüstriyel futbolun sunduğu gündemlerden farklı olabilir. Medyada bir maç hakkında yer alan “futbol merkezli” değerlendirmelerden çok, o maç öncesi, sırası veya sonrasında taraftar gruplarının ilişkileri, deplasman yolculuğu anıları gibi aslında endüstriyel futbolun gündemleri açısından pek değerli olmayan konular taraftarlar açısından çok daha önemli olabilir (Aydın ve diğ., 2008).

Futbolun milyonları peşinden sürükleyen dev bir sanayi haline gelmesi, kulüp yöneticilerini-medya patronlarını daha fazla seyirciyi ekrana çekebilmek, onlara daha mükemmel koşullarda hizmet vermek ve hepsinden önemlisi onların tüketimlerini artırmak için çeşitli projeler üretmeye yöneltmiştir. Bunun futbol sahalarındaki yansımalarının başında stadyumların yeni dönemin anlayışına uygun olarak inşa edilmeleri gelmektedir. Stadyumlar standart olarak sadece seyir amaçlı olan işlevlerini terk ederek, yeni dönemde fonksiyonel bir niteliğe bürünmüşlerdir.

İçerisinde restoranlardan kafeteryalara, sinema ve oyun salonlarına kadar değişik aktivitelerin yerine getirilebileceği mekânlar olarak stadyumlar kabuk değiştirmişlerdir (Talimciler, 2008). Stadyumun içerisinde koltuklandırma ve loca sistemi ile konfor artırılmıştır. Önceleri sadece sportif etkinlikler için kullanılan bu mekânlar, seyircilerin ilgisini daha fazla çekebilmek için farklı amaçlar için de kullanılabilecek şekilde dizayn edilmelidirler.

2.5 Futbol Maçlarına Katılacak Seyirci Sayısının Tahminine Yönelik

Çalışmalar

İlk dört sırada yer alan kaynak türlerine yukarıda örnekler verilmiştir. Bu çalışmaların genel özelliği futbol oyununun daha çekici yapılması üzerine çalışmalar olmayışlarıdır. Futbolun mevcut durumda sunmuş olduğu ürünün üzerine yapılan çalışmalardır. Futbol kurallarında yapılan değişikliklerle ilgili araştırmalar bir bakıma iyileştirmeye yönelik sayılabilir, ancak bu çalışmalarda da yeni kuralların ortaya konmasından sonra o kuralların getirdiği etkilere yer verilmektedir ve genel olarak kurallar tek tek ele alınmaktadır. Birden fazla kuralın birbirine göre etkisi ele alınmamıştır.

Beş numaralı kaynak grubu, yani futbolun iyileştirilmesi ve daha çekici yapılması üzerine ortaya konan bilimsel çalışmalara literatürde nadiren rastlanmaktadır. Bu konuda en önemli çalışmalardan biri 2001 yılındaki Corredoira ve Partovi'nin çalışmasıdır. Futbol tutkunları için futbolu daha çekici hale getirmek adına oyunun kurallarında yapılacak değişiklikleri belirleme ve önceliklendirme amacıyla yapılmış bu çalışmada sunulan kantitatif model QFD'ye bağlı olarak önceliklendirme ve belirleme yapmaktadır. Analitik Hiyerarşi Süreci ve trend analiz yöntemleri kullanılarak futbol kurallarında yapılması düşünülen değişikliklerin ne ölçüde yapılacağı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Pazar segmenti - seyircilerin beklentileri, seyircilerin beklentileri - futbolun aktiviteleri ve futbolun aktiviteleri - futbolun kuralları arasında bağ kurularak kurallar önceliklendirilmiştir. Karar verme ile ilgili olan bu çalışmada oldukça sınırlı sayıda kriter kullanılmıştır. Bu da çalışmanın bir eksiği olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca Corredoira ve Partovi yalnızca futbol kural değişikliklerini sıralamışlardır. Futbol üzerinde etkili olabilecek diğer faktörlerin sıralamasına yer vermemişlerdir.

3. FUTBOL SEKTÖRÜ İÇİN BİR KARAR DESTEK MODELİ

3.1 Analitik Ağ Süreci

Organizasyonlardaki karar süreçleri kritik olmalarının yanında oldukça da karmaşıktırlar. Çok sayıda nitel ve nicel faktörü bir arada barındırmaktadırlar. Bu nedenle kullanılan bilimsel yöntemlerin de söz konusu faaliyetleri ele alabilecek düzeyde olmaları gerekmektedir. Analitik Ağ Süreci (AAS) bu şekildeki karar verme süreçlerinde kullanılabilecek bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Benzer şekilde sosyal karar verme sorunlarında da kullanılabilecek bir yöntemdir. Somut ve soyut birçok faktörün arasındaki ilişkilerin de dikkate alınarak karar verilmesi problemlerinde başvurulmalıdır.

AAS, Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yönteminin devamı olarak doğmuş bir çok amaçlı karar verme yöntemidir. AAS, karar verme sürecini etkileyen faktörler ve alt faktörler arasındaki her türlü bağımlılık ve geri beslemeyi sistematik olarak ortaya koymayı sağlayan ilk tekniktir (Dağdeviren ve diğ., 2005).

AHS ve AAS, Thomas L.Saaty'nin çalışmaları ile ortaya çıkarılarak karar verme sürecinde hizmetimize sunulmuş iki yöntemdir. Bu yöntemlerin ortaya çıkış hikâyelerini Saaty (1996), kendi kitabı olan "The Analytic Network Process" de şu şekilde anlatmaktadır:

"Karar vermede öncelikleri belirlemeye olan ilğim Silah Kontrolü ve Silahsızlanma Bürosunun Washington eyaletindeki departmanında çalıştığım yıllara dayanmaktadır. Burası aynı zamanda dünyanın önde gelen ekonomistleriyle, oyun ve fayda teorisyenleriyle birlikte araştırma projelerinde yer aldığım yerdir. Söz konusu kişilerden 3'ü Nobel Ödülü almış şahsiyetlerdi: Gerard Debreu, John Harsanyi ve Reinhar Selten. Ayrıca 1960'larda Geneva, Sovyetler Birliği'nde yapılan bazı görüşmelerde gözlemci olarak da bulundum. Bu tecrübelerim sonucunda aklımda iki fikir oluşmuştu. Birincisi, bilim adamlarının teorilerinin oldukça genelleştirilmiş olması ve bazı silahların değiş tokuş kararlarında oldukça elastiki olmasıydı. Birleşmiş Milletler adına orada yer alan şahısların karşıt fikirlerini o anda sunabilmeleri, pratik ve kesin cevaplar verebilmeleri bu tür teorilerle oldukça zordu. İkincisi, Birleşmiş Milletlerin durumunun anlatımının hukukçular tarafından hazırlanmasıydı. Hukukçular yasal bilgiler hakkında yüksek düzeyde bilgi sahibi olmalarına rağmen silah

sistemlerinin değerlerinin belirlenerek takas edilmesi konusunda bilim adamlarından daha fazla bilgi sahibi değillerdi. Bu durum hiç kimsenin hatası değildi. Yapılması gereken gerçekçi ve akılcı bir yolla görelî olarak, bir sistem alındığında ve diğêr bir sistem verildiğinde ortaya çıkabilecek kazançlar, fırsatlar, maliyetler ve risklerin önceliklerinin belirlenmesiydi.

Arms Control için bir kitap yazdım ve yıllarca uzlaşmacılar için bu şekildeki kompleks karar verme problemleriyle ilgili sistematik bir yaklaşımın eksikliği nedeniyle sıkıntı yaşadım. Daha sonra kendim bu problemleri çözümü için çalışmalar yaptım. AHS ve AAS, yüzyılın üçüncü çeyreğinden, 1967’den beri süregelen ve hala devam eden çalışmalarımın sonuçlarıdır.”

Günlük karar verme problemlerinin çözümü için AHS genellikle daha basit ve kullanımı daha rahat olan bir yoldur. AAS ise AHS’ ye göre daha geniş ve daha derin, genellikle bağımlılıklar ve karşılıklı etkileşimler içeren karmaşık karar verme problemlerinin çözümü için kullanılır (Saaty, 1996).

AAS daha çok organizasyonlarla, bir toplumla veya bir sektörle ilgili karmaşık problemlerin çözümünde kullanılacak bir yöntemdir. Bu problemler genellikle yüksek miktarda bilgi, etkileşimler ve oldukça karmaşık olan formüllerle desteklenecek geri beslemelere ihtiyaç duymaktadır. Örneğın, yeni bir ürünün pazara sokulması, bir grup projenin önceliklendirilmesi, yeni bir aktivitenin yapılıp yapılmaması, bunu yapmak için en iyi yolu belirlemek; hangi tip donanımlara ihtiyaç vardır ve bunlar nasıl kurulacaktır; parasal kaynaklar ve diğêr kaynaklar nasıl karşılanacaktır ve miktar ne olacaktır? Bu soruların cevapları hiyerarşı yönteminde olduğı gibi basit bir sıralama yöntemiyle bulunamaz. Cevabı bulmak için hassaslıkla hazırlanmış bir sistem gereklidir. Akla uygun, ilgili tüm deneyimlerin, tüm yargılamaların bu çalışmada bir arada bulunması gerekmektedir.

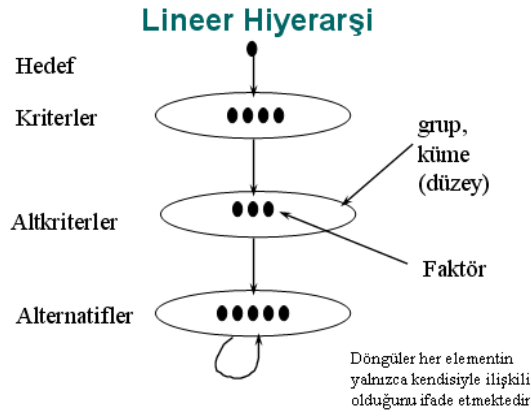
Karar vermede hiyerarşı yöntemi kullanıldığında geri besleme ve bağımlılıklara olan basit ihtiyaç göz ardı edilmektedir. Saaty (1996), karar vermede bağımlılığı hesaba katmayı öğrenmenin bir lüks değil hayati bir gereklilik olduğunu belirtmektedir.

3.1.1 AAS’nin sistematığı

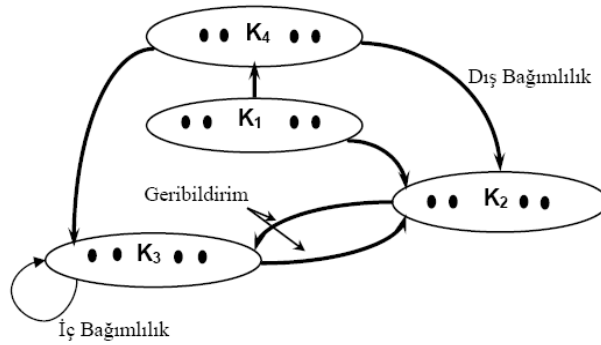
AAS, daha önce de belirtildiğı gibi karar verme sürecini etkileyen faktörler ve alt faktörler arasındaki her türlü bağımlılık ve geri beslemeyi sistematik olarak ortaya koymaya yarayan bir tekniktir. Bu geri beslemeler sayesinde hiyerarşide olduğı gibi alternatifler faktörlerle ilişkili olmalarının yanında birbirleriyle de ilişkili

olabilmektedirler. Aynı zamanda kriterler de alternatiflerle ilişkili olmalarının yanında birbirleriyle de ilişkili olabilirler. Geri beslemeler karar sürecinde en önemli yere sahip olan önceliklerin belirlenme işlemini geliştirmişlerdir. Bu sayede daha tutarlı kararlar verilebilmektedir (Dağdeviren ve diğ., 2005).

AAS iki alt bölümden oluşur. Bölümlerden biri, modeldeki karşılıklı etkileşimleri kontrol eden faktörlerin oluşturduğu kontrol hiyerarşisidir. Diğeri ise faktörler ve faktörlerin oluşturduğu kümeler arasındaki etkileşimlerin meydana getirdiği gruplardır. AAS' de karar verme problemi bir ağ şeklinde modellenerek faktör grupları arasındaki dış bağımlılıklar, geri bildirimler ve aynı faktör grubu içindeki iç bağımlılıklar dikkate alınmaktadır. Şekil 3.1'de hiyerarşi süreci ve Şekil 3.2'de ağ süreci şematize edilmiştir



Şekil 3.1 : Hiyerarşi süreci.



Şekil 3.2 : Ağ süreci.

- K_4 'ten K_2 'ye olan ok, K_2 'deki faktörlerin K_4 'teki faktörlerle ortak özelliklere sahip olmalarından doğan dış bağımlılığı ifade etmektedir (Saaty, 1999).

- Bir faktör grubundan çıkarak aynı faktör grubuna tekrar geri dönen ok ise o gruptaki(kümedeki) faktörlerin sahip oldukları ortak özellikler sebebiyle iç bağımlılıklarını göstermektedir (Saaty, 1999).

Bir kümedeki faktörler çeşitli sebeplere bağlı olarak aynı kümedeki diğer faktörleri ve diğer kümelerdeki faktörleri etkileyebilirler. Karar verme sürecinde bulunması gereken, her bir faktörün genel olarak etkisinin derecesidir. Bunun için faktörler kontrol hiyerarşileri içerisinde gruplandırılırlar. İkili karşılaştırma matrisleri kullanılarak her bir faktörün önceliği hesaplanır.

Son olarak bu öncelikler daha önceden belirlenen önem derecelerine göre ağırlıklandırılarak her bir faktörün genel karar verme üzerindeki etkisi görülür

3.1.2 Standart bir AAS modelinin elemanları

Bir ANP modeli kontrol hiyerarşileri, gruplar, faktörler, faktörler arası iç ve dış ilişkiler ile gruplar arası iç ve dış ilişkilerden oluşur. ANP'yi oluşturan iki alt yapıdan biri olan *kontrol hiyerarşileri* 4 gruptur (Saaty, 1999):

- Kazançlar (Benefits)
- Fırsatlar (Opportunities)
- Maliyet (Costs)
- Risk (Risks)

Bunlar BOCR model olarak da bilinmektedir. Kazançlar ve maliyetler alternatiflerin, eğer varsa, pozitif ve negatif anlamda önemlerini ifade etmektedir. Risk ve fırsatlar da alternatiflerin, eğer varsa, gelecekteki olası pozitif veya negatif sonuçlarını ifade etmektedir.

Kontrol hiyerarşilerinin her biri kendi başına bir ağ veya hiyerarşidir. Bu dört kontrol hiyerarşisinin tamamının modelde yer almasına gerek yoktur. Bazı durumlarda kriterler ilgisiz olabilecektir. Örneğin; Saaty (1999), hamburger modelde BCR olarak kullanmıştır. Uygulama aşamasında kurulan modelde de tek bir ağ kullanılmıştır.

Her bir alternatifin kontrol hiyerarşisi sonuçları Formül 3.1'de yerine konularak alternatifler arasından seçim yapılacak sonuç bulunur.

$$(\text{KAZANÇ} \times \text{FIRSAT}) / (\text{MALİYET} \times \text{RİSK}) \quad (3.1)$$

Faktörler sistem içinde birbirleriyle ilişki içinde olan varlıklardır. Karar vericilerin, paydaşların, kriterlerin veya alt kriterlerin, alternatiflerin bir elemanı olabilirler. Kompleks sistemlerde, yüksek sayıda faktörden/elemandan oluşan sistemlerde, birbirlerine karşı görece önemlerini hesaplamak çok büyük zaman alacaktır. Bu nedenle birbirleriyle benzer karakteristikteki faktörler bir *küme/grup* içinde gruplandırılırlar. Grupların ağırlıklarının belirlenmesi *ikili karşılaştırma matrisleri* ile yapılır. Bu ağırlıklar süpermatriste kullanılır. *Süpermatris*, bir faktörün diğer tüm faktörler üzerindeki etkisinden hareketle ikili karşılaştırma matrisleri ile elde edilen öncelik vektörleri ile oluşturulur. Süpermatrisin genel bir görüntüsü Çizelge 3.1’de gösterilmektedir (Piantanakulchai, 2005).

Çizelge 3.1 : Süpermatris gösterimi.

		C_1				C_2				$\dots$	C_N			
		e_{11}	e_{12}	$\dots$	e_{1n_1}	e_{21}	e_{22}	$\dots$	e_{2n_2}		e_{N1}	e_{N2}	$\dots$	e_{Nn_N}
C_1	e_{11}	W_{11}				W_{12}				$\dots$	W_{1N}			
	e_{12}													
	$\dots$													
	e_{1n_1}													
C_2	e_{21}	W_{21}				W_{22}				$\dots$	W_{2N}			
	e_{22}													
	$\dots$													
	e_{2n_2}													
$\vdots$		$\dots$				$\dots$				$\dots$	$\dots$			
C_N	e_{N1}	W_{N1}				W_{N2}				$\dots$	W_{NN}			
	e_{N2}													
	$\dots$													
	e_{Nn_N}													

$C_N \rightarrow N$. küme

$e_{Nn} \rightarrow N$. kümedeki n. eleman

$w_{ij} \rightarrow i$. kümedeki elemanların j. kümeye göre öncelik ağırlık vektörlerinin toplamından oluşan blok matris

Eğer i. kümenin j. küme üzerinde herhangi bir etkisi yoksa $w_{ij} = 0$ 'dır. Bu noktada elde edilen matrise *birincil süpermatris* denir.

Daha önce belirtildiği gibi ikili karşılaştırmalar iki seviyede yapılmaktadır. Kümeler düzeyinde kontrol kriterine göre yapılan karşılaştırmalardan elde edilen eigen vektörler küme ağırlıkları olarak belirlenir. Matristeki tüm sütunlarda toplam 1'e eşit olmalıdır. Eğer tüm elemanları sıfır olan bir blok varsa, süpermatrisin o sütunu

ağırlıklandırma yapıldıktan sonra normalize edilerek 1'e eşit olması sağlanmalıdır. Bu durumdaki matrise *ağırlıklandırılmış süpermatris* denir.

Ağırlıklandırılmış süpermatrisin yeterince yüksek kuvveti alındığında *limit süpermatris* elde edilir. Limit süpermatrisin genel olarak ifade ettikleri Formül 3.2'de gösterilmektedir.

$$W = \begin{matrix} & \begin{matrix} \text{Hedef (H)} \\ \text{Faktörler (F)} \\ \text{Alternatifler (A)} \end{matrix} & \begin{pmatrix} \begin{matrix} \text{H} & \text{F} & \text{A} \\ 0 & 0 & 0 \\ w_{21} & 0 & 0 \\ 0 & W_{32} & I \end{matrix} \end{pmatrix} \end{matrix} \quad (3.2)$$

$W_{21} \rightarrow$ Hedefe göre faktör önceliklerini gösteren bir vektör

$W_{32} \rightarrow$ Faktörler temelinde alternatiflerin önceliklerini gösteren matris

$I \rightarrow$ Birim matris

3.1.3 İkili karşılaştırma ölçeği

AAS' de ikili karşılaştırma matrislerinin oluşturulması aşamasında faktör ve alt faktörlerin önem derecelerinin belirlenmesinde AHS'de de olduğu gibi Saaty tarafından önerilen Çizelge 3.2'deki ölçek kullanılmaktadır (Saaty, 1996).

Çizelge 3.2 : İkili karşılaştırma ölçeği.

Sayısal Değer	Açıklama
1	İki eleman eşit önemde veya aralarında kayıtsız kalınıyor
3	Bir eleman diğerinden biraz önemli veya biraz daha fazla tercih ediliyor
5	Bir eleman diğerinden fazla önemli veya kuvvetli biçimde tercih ediliyor
7	Bir eleman diğerinden çok fazla önemli veya çok kuvvetli biçimde tercih ediliyor
9	Bir eleman diğerinden aşırı derecede önemli veya son derece kuvvetli biçimde tercih ediliyor
2,4,6,8	Ara Değerler

3.2 AAS Yönteminin Kullanıldığı Çalışmalar

Saaty (1980, 1996) hiyerarşi ve ağ modeli çözümlerinde yararlanılmak üzere AHS ve AAS yaklaşımlarını ortaya koymuştur. AHS ve AAS'nin gücü somut veya soyut tüm kriterlerin her çeşit ilişkilerini ortaya koyarak tutarlı tahminler yapılması ve daha iyi kararlar verilebilmesi için kullanılabilmesindedir (Topçu, Burnaz, 2006). Her iki metot da nicel ve nitel bileşenlere sahiptir. Bu yaklaşımlar sadece kriterlerin önemini ortaya koyma işinde değil aynı zamanda farklı alternatifler arasından seçime karar verme konusunda da işe yaramaktadırlar. Avantajlarını bu şekilde sıralayabileceğimiz bu yöntemlerden AHS kriterler arasındaki etki söz konusu olduğunda sınırlı kalmaktadır. AAS ise bu katı hiyerarşik yapıya ihtiyaç duymadığından kriterler arasındaki karmaşık dış bağımlılıkları da içeren problemlerin çözümünde kullanılabilir (Topçu ve Burnaz, 2006). Bu yapısı dolayısıyla AAS gerçek hayat problemlerinin karmaşıklığının modellenmesinde diğer bir deyişle toplumsal, devletle ilgili ve organizasyonel kararlar verilmesine kullanılabilecek bir yöntemdir (Salo ve Hamalainen, 1997; Saaty, 2003). Buna rağmen karmaşıklığı ve zaman alıcı olması dolayısıyla AAS ile ilgili yapılmış çalışmalar AHS'ye oranla oldukça azdır.

Geçmiş çalışmalarda AAS; iş dünyasında (Lee ve Kim, 2001; Meade ve Sarkis, 1998; Lee ve Kim, 2000; Partovi, 2001; Sarkis ve Sundarraj, 2002; Agarwal ve Shankar, 2002; Sarkis ve Talluri, 2002; Bayazit, 2006; Gencer ve Gürpınar, 2007; Jharkharia ve Shankar, 2007; Yüksel ve Dağdeviren, 2007), sosyal konularda (Sarkis, 1998; Sarkis, 1999; Sarkis, 2003; Cheng ve diğ. 2005; Wolfslehner ve diğ. 2005; Chen ve diğ. 2005; Tuzkaya ve diğ. 2008) ve üretimle ilgili konularda (Meade ve Sarkis, 1999; Karsak et al., 2003; Chung ve diğ., 2005) uzman bilgi gereksinimi duyulduğunda ya da spor gelirlerinin (Partovi ve Corredoira, 2002) ve ekonomik faktörlerin (Blair ve diğ. 2002; Niemira ve Saaty, 2004) tahmini gibi konularda başarılı bir şekilde kullanılmıştır.

4. ÖNERİLEN MODEL

Bu bölümde çalışmada gerçekleştirilen aşamalar sırasıyla anlatılmıştır. Toplam 11 adımdan oluşan uygulama aşamaları şu şekildedir.

4.1 Kaynak Tarama ve Kriter Havuzu Oluşturma

Futbol ve futbolun çekiciliği üzerine şu ana kadar yapılmış çalışmaların ve yayınlanmış kaynakların incelendiği bu aşamada amaç; daha sonraki kısımlarda modelin oluşturulması için kullanılacak kriterleri seçebilmek için bir kriter havuzu oluşturmaktır.

Bunun için öncelikle “Futbol ve Karar Destek Modelleri”, “Futbol ve Karar Verme”, “Futbolun İyileştirilmesi” gibi arama başlıklarıyla kaynak taraması yapılmıştır. Ancak söz konusu arama başlıkları ile direkt ilgili olarak kısıtlı sayıda kaynağa ulaşılabilmektedir. Bu nedenle Kaynak Tarama çalışması “Futbol ile ilgili genel çalışmalar” başlığı ile genişletilmiştir.

Futbolla ilgili yayınlanmış makaleler, futbolla ilgili internet siteleri, FIFA ve UEFA’nın siteleri, spor dergileri, vb. türlerdeki kaynaklardan elde edilen ve futbolun çekiciliği üzerinde etkisi olabilecek tüm kriterler toplanarak bir Kriter Havuzu oluşturulmuştur.

4.2 Kriter Listesinin Son Halinin Verilmesi

Futbolun çekiciliği üzerinde etkisi olabileceği düşünülen 100’e yakın kriterden oluşan bu havuzda birbirini kapsayan veya kullanılmasına gerek duyulmayan kriterlere de yer verilmiştir. Bu aşamada yapılması gereken, kriterlerin uzman görüşü ile tek tek gözden geçirilmesi, ilgisiz kriterlerin elenmesi ve varsa eklenecek kriterlerin eklenmesidir.

Bunun için İstanbul’da yer alan 3 profesyonel futbol kulübünün yöneticileri ile birebir görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerde kriter havuzunun gözden geçirilmesi, uygun olmayan kriterlerin elenmesi, eklenebilecek kriterlerin eklenmesi ve futbolun

çekiciliği üzerinde etki edecek ana kriterlerin belirlenmesi istenmiştir. Bu aşama sonucunda ortaya konan kriterler ve tanımlamaları aşağıdaki şekildedir.

Futbolun seyir zevki: Bir futbol maçının içerisinde yer alan unsurlara bağlı olarak izlenmesinden duyulan hazzı ifade etmektedir. İyi bir ara pas, köşeye giden bir şutun kurtarılması, gol olması, sert defansif müdahaleler, sahada yer alan oyuncular vs. futbolun seyir zevkini belli eden faktörlerdir. Kimimiz için gol seyretmek daha keyifli iken bir diğeri için bir kurtarış daha fazla keyif verebilir.

Futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki: Futbolun oyun kuralları ve gereklilikleri dikkate alındığında kişiler tarafından ne derece kolay oynandığı ve bu oyunu oynarken kişilere ne derece keyif verdiği ifade edilmektedir. Bir futbol maçı içerisinde uzun pas yapmak şut çekmeye nazaran daha keyif verici bulunabilir.

Futbolun bilinirliği: Futbolla ilgili gelişmelerin, güncel futbol aktivitelerinin, futbol kurallarının vb. futbolla ilgili bilgilerin ne derecede kişilere sunulduğunu ifade etmektedir. Örneğin; görsel ve yazılı medyanın futbolla ilgili konulara ne derece yer verdiği futbolun bilinirliği üzerinde etkili olacaktır.

Futbolun ulaşılabilirliği: Bir futbol maçına veya futbolla ilgili herhangi bir unsura ne derece kolay ulaşılabilmesini ifade etmektedir. Futbol maçlarının oynandığı stadyumların seyircilerce çekici bulunması, kolay ulaşılabilmesi, bilet fiyatları vb. futbola ulaşmayı etkileyecektir. Ayrıca, televizyonlardaki maç yayınları, futbol programları, internetteki futbol siteleri vb. de futbola ulaşma üzerinde etkilidir.

Futbol ürününün değeri: Futbolun sunmuş olduğu ürün bir futbol maçıdır. Maçın seyir zevki haricinde bu ürünü talep etmemizde etkili olabilecek faktörler bu ürünün değerini belirler. Bir futbol maçı çok zevksiz olaksa bile bir Dünya Kupası finali ise geniş kitleler tarafından çekici bulunacaktır. Türkiye 2. liginde oynanacak bir küme düşmeme mücadelesi çok düşük bir çekiciliğe sahip olacaktır.

Saha içinde yer alacak oyuncu sayısında değişiklik yapılması: Futbol maçlarında her iki takım da 11'er kişi ile sahaya çıkmaktadır. FIFA daha önce yaptığı çalışmalarda zaman zaman sahadaki kişi sayısını azaltmayı düşünmüştür. Ancak bu hiçbir zaman hayata geçirilmemiştir. Yine de futboldaki gelişmeler düşünüldüğünde sahaya çıkan kişilerin sayısının artırılması veya azaltılması söz konusu olabilecek bir düşüncedir.

Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması: Resmi futbol maçlarında her takımın 3'er oyuncu değiştirme hakkı bulunmaktadır ve değiştirilen

oyuncular bir kez daha maça dönememektedirler. Basketboldaki gibi limitsiz oyuncu değişikliği hakkı ve oyundan çıkıp tekrar girebilme gibi kurallarla ilgili düşünceler bulunmaktadır.

Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi: Resmi futbol maçlarında saha kenarında bekleyen yedek oyuncu sayısı çoğunlukla 7'dir. İngiltere'de ise daha az sayıda yedek oyuncu bulundurulmaktadır. Daha az yedek oyuncu olması teknik direktörlerin daha seçici davranmalarına neden olacaktır, öte yandan kadroya giremeyen oyuncu sayısının fazlalaşması takımın moralini de bozabilir.

Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi: Gelişen teknoloji ile birlikte futbol topuna farklı özellikler getirilebilmektedir. Daha iyi şut çekme, daha iyi orta yapma gibi özellikler kazandırılabilirdiği gibi kaleciler tarafından daha kolay tutulabilmesi de sağlanabilir. Bunların yanında topun ebatları veya ağırlığı ile ilgili radikal değişiklikler de söz konusu olabilir.

Kale ölçülerinin değiştirilmesi: Futbol kale ölçülerinin artırılması veya düşürülmesi söz konusu olabilir.

Ofsayt kuralında değişiklik yapılması: Aktif ve pasif ofsayt standardının yeniden düzenlenmesi veya ofsaytın tamamen ortadan kaldırılması söz konusu olabilir.

Faul kurallında değişiklik yapılması: Maç içerisinde faul olarak kabul edilecek hareketlerin sayısında bir kısıtlama veya artış ve bu kuralların uygulanmasındaki farklılıkları ifade etmektedir.

Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması: Örneğin; kırmızı ve sarı kart uygulamalarına ek olarak hakemi kandırmaya yönelik hareketlere “pembe kart” cezası verilmesi ve buna özel yaptırımların olması. Bir diğer örnek olarak da kırmızı kart alan bir oyuncunun tamamen oyun dışı kalması yerine maçın belirli bir süresinde oyundan ihraç edilmesi ve onun yerine başka bir oyuncunun oynaması veya o süre zarfında takımın eksik oynaması.

Puan sisteminde değişiklik yapılması: Futboldaki mevcut puan sisteminde galibiyet halinde 3 puan, beraberlik halinde her iki takım da 1er puan ve yenilgi halinde 0 puan alınmaktadır. Örneğin; galibiyete 4 puan verilmesi söz konusu olabilir. Ya da atılan goller dikkate alınarak bir puan sistemi geliştirilebilir.

Gol atılması: Bir futbol maçında topun tamamının kale direkleri arasından ve üst direğin altından geçmesi ile yapılır

Golün kurtarılması: Bir futbol maçında gol olması muhtemel bir vuruşun kaleci veya diğer rakip oyuncular tarafından engellenmesidir.

Yan pas yapılması: Aynı takımda yer alan futbolcuların mesafe katetmeden kendi aralarında paslaşmalarıdır

Ara pas yapılması: Bir futbolcunun kendi takımında yer alan diğer futbolcuya rakip futbolcuların arasından geçecek biçimde pas atmasıdır. Rakip kaleye doğru yapılan bir harekettir.

Geri pas yapılması: Rakip kaleye daha yakın olan futbolcunun herhangi bir sebeple kendi kalesine daha yakın olan aynı takım futbolcusuna pas vermesidir.

Ceza sahasına orta yapılması: Rakip takım ceza sahası içerisinde yer alan aynı takım futbolcularına gol imkanı sağlamak için havadan yapılan pastır.

Dripling yapılması: Bir futbolcunun topla birlikte koşmasıdır.

Çalım atılması: Bir futbolcunun rakip takım futbolcusunu top ile birlikte geçerek oyundan düşürmesidir.

Şut çekilmesi: Bir futbolcunun gol atmaya yönelik olarak topu kaleye doğru vurmasıdır.

Faul yapılması: Bir futbolcunun rakip takım futbolcusunu futbol kuralları dışında bir hareketle durdurması veya durdurmaya çalışmasıdır.

Araya girerek topun çalınması: Rakip takım futbolcularının aralarındaki paslaşma trafiğine girerek topun kazanılmasıdır.

Teknik kapasitesi yüksek oyuncu sayısının fazla olması: Top tekniği, dripling özelliği, ara pasları, şut becerisi vb. özellikleri yüksek olan oyunculardır. Bu oyuncular genellikle ikili mücadelelere girmekten kaçınırlar. Bu tip oyuncuların bir takımda fazla olması görsel olarak daha iyi bir oyun ortaya çıkarabileceği gibi mücadele gücünün düşük olması bakımından da kötü bir oyun ortaya çıkarma ihtimaline sahiptir.

Mücadeleci özelliği yüksek olan oyuncu sayısının fazla olması: Teknik özelliklerinden çok süreklilik, kondüsyon, istek, kararlılık, dayanıklılık, hız gibi

özellikleri ön planda olan oyunculardır. Bu oyuncuların bir takımda fazla olması mücadele gücünü yüksek düzeyde tutabileceği gibi yaratıcılık ve göze hoş gelen futbolun oynanmasını da engelleyebilir.

Teknik kapasitesi ve mücadele gücü yüksek oyuncu sayısının fazla olması: Bu tip oyuncular hem yaratıcı hem de mücadeleciler özelliklere sahip olduklarından günümüz futbol piyasasında oldukça yüksek ücretler almaktadırlar.

Takımlarda yıldız oyuncuların yer alması: Bir takımda yıldız diye tabir edilebilecek oyuncuların yer alması o futbol maçının izlenmesi üzerinde etkili olabilecektir. Örneğin; sahada yer alan herhangi iki takımın taraftarı değilseniz bile eğer sahada Zidane, Figo, Ronaldinho vb. gibi oyuncular için o maçı seyredebilirsiniz.

Takımlarda yeni transfer edilmiş oyuncuların yer alması: Takımlarda sürekli aynı oyuncuların yer alması zamanla ilginin kaybolmasına neden olabilir. Sahada yer alan takımlarda yeni transfer edilmiş olan oyuncu sayısı maça olan ilgiyi artırabilir, öte yandan mevcut düzenin bozulmuş olması bakımından da olumsuz bir etki yaratabilir. Örneğin; Fenerbahçe’de Roberto Carlos transferi ile bilet satışlarında ve Fenerbahçe maç yayınları talebinde yaşanan artış.

Takımlarda altyapıdan yetişmiş oyuncuların yer alması: Genellikle altyapılardan yetişmiş olan oyunculara ilgi gösterilir. Bu oyuncuların nasıl bir performans göstereceği merak konusudur. Takımda bu tip oyuncuların yer alması ilgiyi artırabilir, fakat bu oyuncuların çok fazla olması da olumsuz etki yaratabilir. Örneğin; Galatasaray’da Arda Turan’a gösterilen ilgi.

Seyirciyle iletişimi yüksek oyuncuların sahada yer alması: Sahada yer alan oyuncuların taraftarla bütünleşmesini ifade etmektedir. Seyircilerle iletişimi iyi olan bir oyuncu daha fazla izlenmek istenecektir. Örneğin; Beşiktaş seyircisi için bir sembol haline gelen Pascal Nouma. BJK’nin kötü olduğu dönemlerde bile sadece bu futbolcu için maçlarına ilgi gösterilmekteydi.

Atak oyun anlayışı: Bir takımın sürekli gol atmaya yönelik girişimler içerisinde bulunan bir oyun anlayışı ile oynamasıdır.

Defansif oyun anlayışı: Bir takımın maçın genelinde defans yapıp gol yememeyi düşünen bir oyun anlayışı ile oynamasıdır.

İleriye doğru hızlı paslaşarak sonuca giden bir oyun yapısı: Bir takımın hızlı paslaşmalarla, ayağında az top tutarak rakip kaleye gitmeye çalışmasıdır.

Pas yüzdesini yüksek tutarak fakat ağır oynayarak sonuca giden bir oyun yapısı: Bir takımın genellikle yan paslar yaparak topu sürekli kendinde tutması ve rakip kaleye yavaş yavaş yaklaşmasıdır.

Pres yapıp top kazanarak sonuca giden bir oyun yapısı: Bir takımın rakibin top kullanmasına izin vermeyip, paslaşma trafiğini bozmaya çalışması ve kaptığı ani toplanlarla golü bulmaya çalışması şeklindeki oyun anlayışıdır.

Takım oyununun ön planda olduğu bir oyun yapısı: Bir takımın bir bütün halinde hücum ve bir bütün halinde defans yapmasıdır. Az koşan çok koşan ayrımı yapılmayan bir oyun anlayışıdır. Teknik kadronun verdiği taktik doğrultusunda gol girişimlerinde bulunulması ve defansın da bu şekilde yapılmasını ifade etmektedir.

Yıldız oyuncularla sonuca gidilecek bir oyun yapısı: Takımdaki oyuncular arasında farklılıkları öne çıkaran bir oyun anlayışıdır. Buna göre bazı oyuncular defansif anlamda mücadele etmek durumunda iken, yıldız olarak görülen oyuncular da rakibi açarak gol atmayı sağlamalıdır. Burada teknik kadronun taktiklerinden çok yıldız oyuncuların bireysel yetenekleri ile sonuca gidilmeye çalışılmaktadır.

Stadyumun konumu: Stadyumun bulunduğu yeri ifade etmektedir. Örneğin; Atatürk Olimpiyat Stadı. Konumu dolayısıyla tercih edilmeyen bir stadyumdur. Fakat Fenerbahçe Şükrü Saracoğlu Stadı yine konumu dolayısıyla oldukça rahat ulaşılabilen bir alandır.

Stadyum kapasitesi: Stadyumun alabileceği kişi sayısını ifade etmektedir.

Stadyum konforu: Stadyuma gelen seyircilerin maçı izledikleri yerin özelliklerini ifade etmektedir. Tüm tribünlerin kapalı olması, koltuk numaralarının olması, LCD televizyonlar, ısıtıcı sistemler, tuvaletler vs. konforu etkilemektedir.

Stadyum çevresinin çekiciliği: Stadyum çevresinde seyircilerin maç öncesinde zaman geçirebilecekleri yerleri ifade etmektedir. Örneğin; İnönü Stadyumu'nun yakınındaki Beşiktaş Çarşısı BJK'li taraftarlar için bir buluşma mekanıdır ve sadece bu buluşma mekanının varlığı bile bu taraftarları stada çekebilmektedir.

Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler: Stadyumda maç seyreden seyirciler arasında çekiliş yapılması, takımın orijinal ürünlerinin daha uygun fiyatlara satılması vs. gibi promosyon çalışmalarını içermektedir.

Bilet fiyatları: Stadyuma giriş için ödenecek parayı ifade etmektedir.

Stadyum atmosferi: Maç öncesinde ve maç anında stadyumda yaşanan birliktelik duygusu, tezahüratlar, coşku vs. ifade etmektedir.

Stadyum güvenliği: Stadyumda yer alan güvenlik önlemlerini ifade etmektedir.

Maç zamanının uygunluğu: Maçların oynandığı gün ve saate bağlıdır. Hafta içi gündüz yapılan bir maça pek fazla ilgi gösterilmesi beklenmezken, Cumartesi öğleden sonra yapılacak bir maça ilgi oldukça yüksek olacaktır.

Şifreli kanaldan maç yayını: Maç yayınlarının ücret karşılığı seyredilebilen kanallardan yapılmasıdır.

Şifresiz kanaldan maç yayını: Maç yayınlarının ücretsiz kanallardan yapılmasıdır.

Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması: Maç yayınlarının internet üzerinden yapılmasıdır. Bu tip bir maç yayını dünyanın futbol maçı izlemek isteyen bir kişiye dünyanın her yerinden seyretme imkanı sağlayacaktır.

Radyo yayınları: Maçların radyodan anlatımının yapılmasıdır.

Futbol programları: Televizyonlarda yer alan futbol programları kişilerin futbol üzerindeki ilgilerini yüksek seviyede tutabilmektedirler. Öte yandan bazen bu programlardaki kalitenin düşmesi ile seyirciler futboldan soğuyabilmektedirler.

Gazetelerde yer alan futbol sayfaları: Günlük gazetelerde yer alan futbol sayfaları futbol üzerindeki ilgi bakımından etkili olabilir.

Futbolla ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı: Futbolla ilgili yazılı yayınlar futbol üzerindeki ilgi bakımından etkili olabilir.

İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı: Günümüzde futbolla ilgili birçok internet sitesi bulunmaktadır. Bu sitelerin varlığı da futbola olan ilgiyi yüksek seviyede tutabilmektedir.

Takımlar arasındaki rekabetçi denge: Rekabetçi denge; sahada yer alan iki takımın sahip olduğu şartlar arasındaki farkı ifade etmektedir. Örneğin; Fenerbahçe ve Kocaelispor arasında ciddi bir rekabetçi denge farkı bulunmaktadır. Fenerbahçe'nin

sahip olduğu yayın gelirleri, maddi yapısı, taraftar kitlesi vb. ile Kocaelispor'un sahip oldukları arasında büyük bir fark bulunmaktadır. Bir organizasyondaki takımlar arasında bu fark ne kadar büyükse iki takım arasındaki rekabet dengesi de o kadar bozuk olacaktır.

Maç sonucunun belirsizliği: Bir maçı sonucunun ne olacağını önceden tahmin edebiliyor olmayı ifade etmektedir. Sonucun belirli olduğu ölçüde o maça olan ilginin azalması beklenir. Öte yandan kendi takımının galibiyetinden şüphe duyan bir taraftar da maça ilgi göstermeyebilir.

Yapılan maçı önem düzeyi (Lig maçı, eleme maçı, final maçı vb.): İki takım arasında oynanacak maçı ne maçı olduğu ile ilgilidir. Oynanacak maçı bir final ise uzun bir lig maratonundaki herhangi bir maça göre daha fazla ilgi çekmesi beklenir.

Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyonun (lig, kupa, Avrupa Kupası, vb.) değeri: Yerel lig, Avrupa Şampiyonlar Ligi, UEFA Kupası, Dünya Kupası, Avrupa Kupası vb. ifade edilmektedir. Yerel Lig maçlarına hiç ilgi göstermeyen bir seyirci Dünya Kupası veya Şampiyonlar Ligi gibi organizasyonların heyecanı dolayısıyla buradaki maçlara daha fazla ilgi gösterebilir.

Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyondaki başarılı kulüp sayısı: Takımların İdari ve Mali başarılarını ifade etmektedir. Bir organizasyonda bu bakımdan iyi olan kulüplerin daha fazla olması birbirine daha denk takımlar olması anlamına gelecektir.

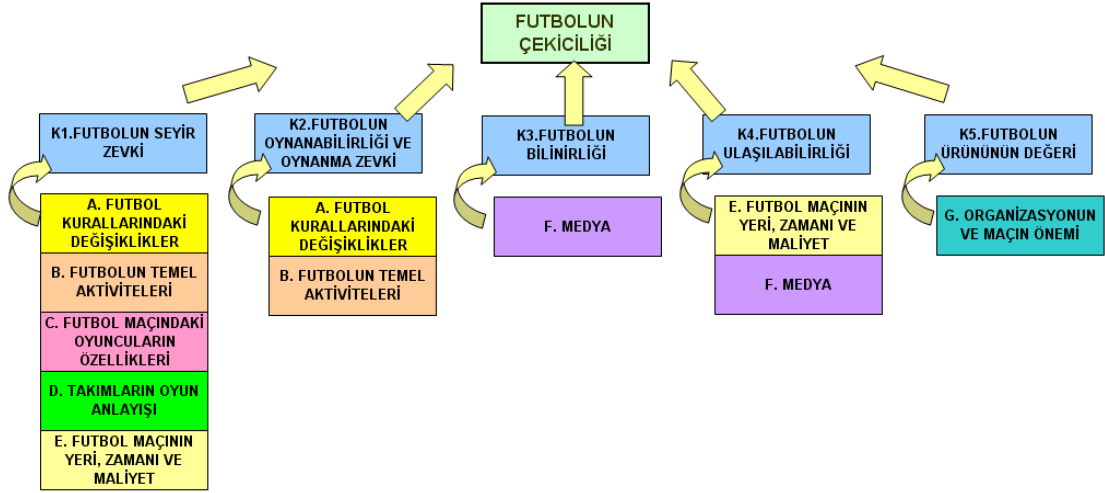
Hakemlerin adil yönetimi: Maçları yöneten hakemlerin başarı düzeyini ifade etmektedir. Kararlarında adil ve eşit olmaları kastedilmektedir.

4.3 Kriterlerin Gruplandırılması

AAS sistematığının oluşturulabilmesi için birbiriyle benzer yapıdaki kriterler gruplar altında toplanmıştır. Oluşturulan bu gruplar için daha önce görüşme yapılan futbol idarecilerinden e-mail ile geri bildirimler alınmış ve yeniden gözden geçirilerek gruplara son hallerinin verilmesi sağlanmıştır. EK A.1'de yer alan örnek anketin son kısmında tüm kriterlere ait açıklamalara ve gruplandırmalara yer verilmiştir.

4.4 Kriterlerin Birbirleriyle İlişkilerinin Belirlenmesi

AAS ağının oluşturulabilmesi için tüm kriterlerin ilişkilerinin tespit edilmesi gerekmektedir. Belirlenen ilişkiler Şekil 4.1’de grafik olarak sunulmuştur.



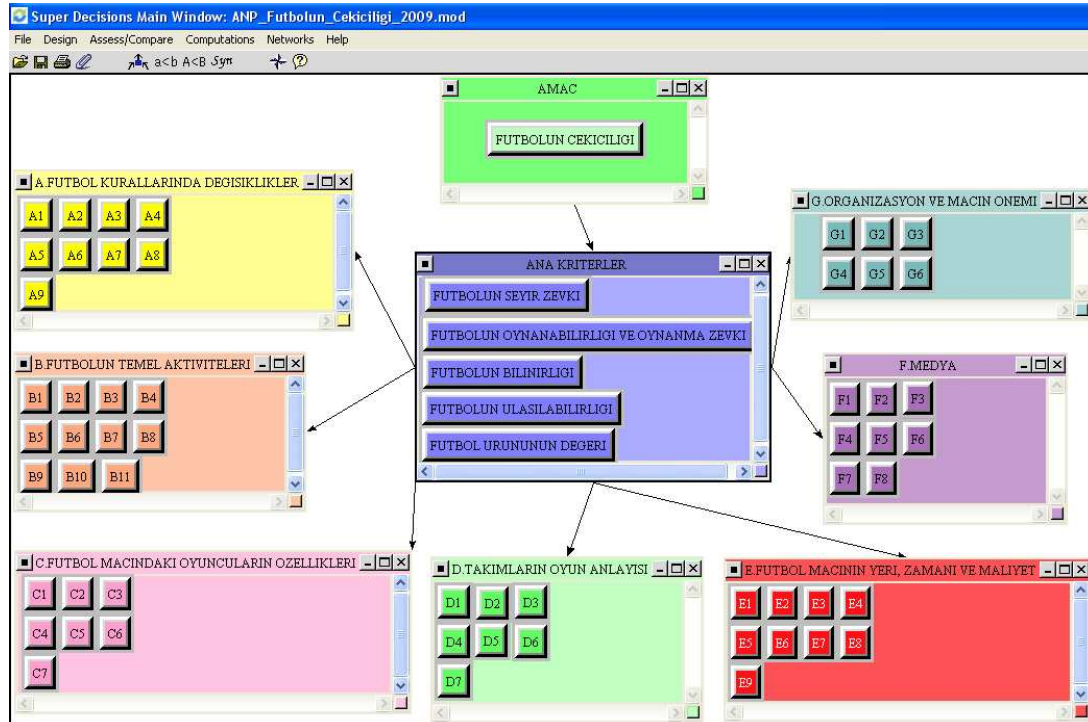
Şekil 4.1 : Kriter ilişkileri grafiği.

- “*FUTBOLUN ÇEKİCİLİĞİ*” üzerinde etkisi olan kriterler *K1, K2, K3, K4* ve *K5* kriterleridir.
- *A “FUTBOL KURALLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER”* kriter grubu altında yer alan kriterler hem *K1 “FUTBOLUN SEYİR ZEVKİ”* kriteri hem de *K2“FUTBOLUN OYNANABİLİRLİĞİ VE OYNANMA ZEVKİ”* üzerinde etkilidir.
- *B “FUTBOLUN TEMEL AKTİVİTELERİ”* kriter grubu altında yer alan kriterler hem *K1 “FUTBOLUN SEYİR ZEVKİ”* kriteri hem de *K2“FUTBOLUN OYNANABİLİRLİĞİ VE OYNANMA ZEVKİ”* üzerinde etkilidir.
- *C “FUTBOL MAÇINDAKİ OYUNCULARIN ÖZELLİKLERİ”* kriter grubu altında yer alan kriterler yalnızca *K1 “FUTBOLUN SEYİR ZEVKİ”* kriteri üzerinde etkilidir.
- *D “TAKIMLARIN OYUN ANLAYIŞI”* kriter grubu altında yer alan kriterler yalnızca *K1 “FUTBOLUN SEYİR ZEVKİ”* kriteri üzerinde etkilidir.

- E “FUTBOL MAÇININ YERİ, ZAMANI VE MALİYET” kriter grubu altında yer alan kriterler hem K1 “FUTBOLUN SEYİR ZEVKİ” kriteri hem de K4 “FUTBOLUN ULAŞILABİLİRLİĞİ” kriteri üzerinde etkilidir.
- F “MEDYA” kriter grubu altında yer alan kriterler hem K3 “FUTBOLUN BİLİNİRLİĞİ” kriteri hem de K4 “FUTBOLUN ULAŞILABİLİRLİĞİ” kriteri üzerinde etkilidir.
- G “ORGANİZASYONUN VE MAÇIN ÖNEMİ” kriter grubu altında yer alan kriterler yalnızca K5 “FUTBOL ÜRÜNÜNÜN DEĞERİ” kriteri üzerinde etkilidir.

4.5 Analitik Ağ Modelinin Oluşturulması

Tüm kriter, kriter grupları ve kriterlerin birbirleriyle ilişkilerinin belirlenmesinin ardından AAS modeli kurulmuştur. Şekil 4.2’de modelin AAS ağı gösterimine yer verilmiştir. Bu ekran görüntüsü *Super Decisions* yazılımından alınmıştır. Daha önce belirtildiği şekilde kriter grupları, kriterler ve tüm ilişki tanımlamaları yazılımda yapılmıştır. Burada “Futbolun Çekiciliği” de “Amaç” adı ile açılmış olan bir grup altına alınmıştır. Tüm kriterler “Ana Kriterler” grubu altında yer alan kriterler üzerinden “Amaç” grubu altında yer alan “Futbolun Çekiciliği”ne bağlanmıştır.



Şekil 4.2 : Analitik ağ modeli.

4.6 Anketin Hazırlanması

Tüm kriter, kriter grupları ve kriterlerin birbirleriyle ilişkilerinin belirlenmesinin ardından AAS modeli oluşturulmuştur. Modelin çalıştırılabilmesi için kriterlerin birbirlerine göre önemlerinin belirlenmesi de gerekmektedir. Söz konusu önemlerin belirlenmesi için bir anket hazırlanmıştır. Anket hazırlanırken şu şekilde bir yol izlenmiştir:

Kriterler arasındaki ilişkiler dikkate alınarak her bir kriter grubu içerisinde yer alan kriterlerin ilişkili oldukları Ana Kriter üzerinde ne derece öneme sahip olduğunu bulma adına bir ikili karşılaştırma sorusu sorulmuştur. Ayrıca her bir ana kriterin Futbolun Çekiciliği üzerinde birbirlerine göre önemlerini belirlemek için de ikili karşılaştırma sorularına yer verilmiştir. Sonuç olarak **“FUTBOLUN ÇEKİCİLİĞİ”** üzerinde etkili olan kriterlerle ilgili anket sorularımız Çizelge 4.1’deki gibi olacaktır.

Çizelge 4.1 : İkili karşılaştırma anketinin bir bölümü.

Soru: Aşağıdaki faktörlerden hangisi “Futbolun Çekiciliği” üzerinde daha fazla önem taşımaktadır?																			
1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli																			
Futbolun seyir zevki	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki
Futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Futbolun bilinirliği
Futbolun bilinirliği	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Futbolun ulaşılabilirliği
Futbolun ulaşılabilirliği	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Futbol ürününün değeri
Futbol ürününün değeri	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Futbolun seyir zevki

Anket formatında solda ve sağda kriterler ve ortada da Saaty’nin önem ölçeği bulunmaktadır. Burada anketi dolduran kişinin neler yapması gerektiğini anlatan örnekli bir açıklama anketin başına yerleştirilerek herhangi bir yanlış anlaşılmanın ortadan kaldırılması amaçlanmıştır. Çizelge 4.2, Çizelge 4.3 ve Çizelge 4.4’te anketin nasıl doldurulması gerektiğiyle ilgili açıklamalar yer almaktadır. Anketin tamamına EK A.1’de yer verilmiştir.

Çizelge 4.2 : Anketin doldurulması, örnek: iki faktör eşit öneme sahip.

Örnek değerlendirme 1																			
Eğer “Futbolun seyir zevki” üzerinde “gol atılması” ile “golün kurtarılması” faktörlerinin “ <u>eşit öneme</u> ” sahip olduğunu düşünüyorsanız, ortadaki 1 sayısını işaretlemeniz gerekmektedir.																			
1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli																			
Gol atılması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Golün kurtarılması	

Çizelge 4.3 : Anketin doldurulması, örnek: sol taraftaki faktör daha önemli.

Örnek değerlendirme 2																			
Eğer sol taraftaki faktörün sağ taraftaki faktörden “ <u>çok fazla önemli</u> ” olduğunu düşünüyorsanız, sol taraftaki 7 sayısını işaretlemeniz gerekmektedir.																			
1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli																			
Gol atılması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Golün kurtarılması	

Çizelge 4.4 : Anketin doldurulması, örnek: sağ taraftaki faktör daha önemli.

Örnek değerlendirme 3																			
Eğer sağ taraftaki faktörün sol taraftaki faktörden “ <u>biraz</u> ”dan daha çok ve “ <u>fazla</u> ”dan daha az önemli olduğunu düşünüyorsanız, sağ taraftaki 4 sayısını işaretlemeniz gerekmektedir.																			
1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli																			
Gol atılması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Golün kurtarılması	

4.7 Anketlerin Yanıtlanması

Hazırlanan anketler değerlendirilmek üzere futbolla ilgili sorulacak sorulara cevap verebileceği saptanan 250 kişilik bir gruba yönlendirilmiştir. Katılımcı kitlesinin futbolla aktif olarak da ilgilenilebilecek bir yaş grubu olan 18 - 45 yaş arasında olmasına özen gösterilmiştir. E-mail ve elden dağıtılma yoluyla kişilere iletilen anketlerden 207 geri bildirim elde edilmiştir. Yapılan 207 anket geri dönüşünden 22’si çeşitli sebeplerden (veri eksikliğinden, anketin doğru anlaşılmasından vb.) dolayı elenmiş ve 185 tanesi dikkate alınmıştır. Anket katılımcılarıyla ilgili bilgilere Çizelge 4.5’te yer verilmiştir.

Çizelge 4.5 : Anket katılımcılarına ait veriler.

Anket Katılımcıları	Anket Sayısı
Genel katılımcılar	185
Kadın katılımcılar	56
Erkek katılımcılar	129
Futbol seyretmeyi seven katılımcılar	153
Futbol seyretmeyi sevmeyen katılımcılar	32
Futbol oynamayı seven katılımcılar	122
Futbol oynamayı sevmeyen katılımcılar	63
Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen katılımcılar	160
Futbolun kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcılar	25
Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan katılımcılar	164
Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulmayan katılımcılar	21
Futbol ürününü değerli bulan katılımcılar	113
Futbol ürününü değerli bulmayan katılımcılar	72

Çalışmanın sonuçları Bölüm 4.11’de “Genel Sonuçlar”, “Kadın Katılımcı Sonuçları” ve “Erkek Katılımcı Sonuçları” olmak üzere üç farklı şekilde verilecektir. Ayrıca EK A.7’de “Futbol seyretmeyi seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması”, EK A.10’da “Futbol oynamayı seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması”, EK A.13’te “Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen ve düşünmeyen katılımcıların sonuçlarının karşılaştırılması”, EK A.16’da “Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan ve yetersiz bulan katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması” ve EK A.19’da “Futbol ürününü değerli bulan ve değerli bulmayan katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması”na yer verilmiştir.

4.8 Anket Verilerinin Kullanılması

Anketlerden elde edilen ham verilerin işlenerek kullanılmaya uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Anketin yapılış amacı ikili karşılaştırma matrislerinin doldurulmasıydı. Çizelge 4.6’da *K1 “FUTBOLUN SEYİR ZEVKİ”* ana kriterinin *A“FUTBOL KURALLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER”* kriter grubu ile ilgili olarak ikili karşılaştırma matrisi örneği yer almaktadır. *A1* satırı ve *A2* sütununun kesiştiği nokta *A1* kriterinin *A2*’ye oranla ne derecede *K2* kriterini etkilediği anlamını taşımaktadır. *A2* satırı ve *A1* sütununun kesiştiği nokta ise bunun tam zıttıdır ve

çarpmaya göre tersi olacak biçimde değer alır. Buna göre anket verilerinin düzenlenmesi gerekmektedir. Farklı karar vericilerden gelen sonuçlar geometrik ortalama ile tek bir sonuç haline getirilmelidir.

Çizelge 4.6 : İkili karşılaştırma matrisi.

K1	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9
A1	1								
A2		1							
A3			1						
A4				1					
A5					1				
A6						1			
A7							1		
A8								1	
A9									1

Çizelge 4.7 : Anketin sonuçları.

Soru: Aşağıdaki değişikliklerden hangisi “Futbolun seyir zevki” üzerinde daha fazla etki edecektir?																			
1=Eşit etkili 3=Biraz daha etkili 5=Fazla etkili 7=Çok fazla etkili 9=Aşırı derecede etkili																			
ANKET NO: 1																			
Saha içinde yer alan oyuncu sayısında değişiklik yapılması	☐ 9	☐ 8	☐ 7	☐ 6	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☒ 7	☐ 8	☐ 9	Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması	
ANKET NO: 2																			
...	☐ 9	☐ 8	☐ 7	☒ 6	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7	☐ 8	☐ 9	...	
ANKET NO: 3																			
...	☐ 9	☐ 8	☐ 7	☐ 6	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7	☐ 8	☒ 9	...	
ANKET NO: ...																			
...	☐ 9	☐ 8	☐ 7	☐ 6	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7	☐ 8	☐ 9	...	
ANKET NO: ...																			
...	☐ 9	☐ 8	☐ 7	☐ 6	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7	☐ 8	☐ 9	...	
ANKET NO: ...																			
...	☐ 9	☐ 8	☐ 7	☐ 6	☐ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7	☐ 8	☐ 9	...	
ANKET NO: 185																			
Saha içinde yer alan oyuncu sayısında değişiklik yapılması	☐ 9	☐ 8	☐ 7	☐ 6	☒ 5	☐ 4	☐ 3	☐ 2	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7	☐ 8	☐ 9	Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması	

Burada örnek olarak *A1 “SAHA İÇİNDE YER ALAN OYUNCU SAYISINDA DEĞİŞİKLİK YAPILMASI” - A2 “MAÇ İÇİNDE DEĞİŞTİRİLEBİLECEK OYUNCU SAYISINDA DEĞİŞİKLİK YAPILMASI”* arasındaki ilişkiyi *K1 “FUTBOLUN SEYİR ZEVKİ”* kriteri açısından inceleyelim. Anket sonuçlarına Çizelge 4.7’de yer verilmiştir.

Birinci ankette *A2*’nin *A1*’e oranla 7 kat daha fazla *K1* üzerinde etkili olduğu sonucu çıkmaktadır. “1/7” değeri ikili karşılaştırma matrisinde *A1* satırı ile *A2* sütununun kesiştiği yerde olması gereken değerdir. İkinci ankette ise *A1*’in *K1* üzerinde *A2*’den 6 kat daha etkili olduğu işaretlenmiştir. Bu da ikili karşılaştırmalar matrisinde *A1* satırı ile *A2* sütunun kesiştiği yerdeki değerin 6 olması anlamına gelmektedir ve görüldüğü gibi her ankette bu değer değişmektedir. Tüm anketlerden gelen sonuçların geometrik ortalaması alınır. Çizelge 4.8’de *K1 “FUTBOLUN SEYİR ZEVKİ”* kriteri üzerinde A grubu kriterlerinin önem derecelerinin belirlenmesine ait hesaplamalara yer verilmiştir.

Bu işlem anketteki tüm sorular için ayrı ayrı yapılır ve sonuç olarak tüm kriterler için matrisler tamamlanır.

Çizelge 4.8 : Verilerin geometrik ortalamasının hesaplanması.

	A1-A2	A2-A3	A3-A4	A4-A5	A5-A6	A6-A7	A7-A8	A8-A9	A9-A1
ANKET NO: 1	0.14	7.00	0.14	0.14	0.11	9.00	0.13	8.00	0.13
ANKET NO: 2	6.00	6.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
ANKET NO: 3	0.11	2.00	5.00	3.00	3.00	2.00	2.00	7.00	0.14
ANKET NO: 4	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.25	4.00	1.00	1.00
ANKET NO: 5	0.25	7.00	7.00	1.00	1.00	0.25	0.17	0.25	5.00
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
ANKET NO: 182	1.00	0.20	0.14	6.00	0.13	0.25	0.11	9.00	0.11
ANKET NO: 183	0.17	7.00	0.13	0.13	8.00	0.13	0.13	0.13	0.13
ANKET NO: 184	0.20	0.20	5.00	1.00	1.00	0.14	0.11	7.00	5.00
ANKET NO: 185	5.00	0.25	4.00	5.00	5.00	0.33	0.25	5.00	0.17
GEOMETRİK ORTALAMA	0.592	2.173	1.049	0.549	0.428	1.068	0.602	0.754	0.679

4.9 Verilerin Yazılıma Girilmesi

Geometrik ortalamaların alınmasından sonra bu veriler çözümü sunacak Super Decisions yazılımına girilmiştir. Buna göre daha önceden oluşturulmuş olan ağ modelinde ikili karşılaştırma alanlarına gereken değerler tek tek girilmiştir. “Genel Sonuçlar”, “Kadın Katılımcı Sonuçları”, “Erkek Katılımcı Sonuçları”, “Futbol

Seyretmeyi Seven Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Seyretmeyi Sevmeyen Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Oynamayı Seven Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Oynamayı Sevmeyen Katılımcı Sonuçları”, “Futbolun Kolay Ulaşılabilir Olduğunu Düşünen Katılımcı Sonuçları”, “Futbolun Kolay Ulaşılabilir Olmadığını Düşünen Katılımcı Sonuçları”, “Futbolla İlgili Organizasyonların Tanıtımını Yeterli Bulan Katılımcı Sonuçları”, “Futbolla İlgili Organizasyonların Tanıtımını Yeterli Bulmayan Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Ürününü Değerli Bulan Katılımcı Sonuçları” ve “Futbol Ürününü Değerli Bulmayan Katılımcı Sonuçları”na ulaşılabilmesi için aynı modele farklı veriler girilmiştir. Yazılıma verilerin girilmesi aşamasında, belirtilen ilişkiler doğrultusunda ikili karşılaştırma matrislerinin doldurulması gerekmektedir. Buna göre yazılımda sunulan matrislere veri girişi yapılmıştır.

4.10 Sonuçların Yazılımdan Alınması ve Hesaplamalar

Seçim kriteri araştırmaları, anket çalışmaları ve veri girişleri neticesinde sonuçların alınması konumuna gelinmiştir. Sonuçların incelenmesi için gerekli bilgiler yazılımdan alınabilmektedir. Verilerin girilmesi sonucunda yazılımdan elde edilebilecek sonuç bilgileri *Birincil Süpermatris, Ağırlıklandırılmış Süpermatris ve Limit Süpermatris*’tir.

Ancak kurulan model için yazılımın sunacağı *Ağırlıklandırılmış Süpermatris* ve *Limit Süpermatris* verileri eksik sonuç vermektedir, süpermatristen bir limit elde edilememektedir. Bunun nedenini şudur; modelin yapısı dikkate alındığında kriterler arasındaki ilişkiler az sayıdadır. Bu bakımdan AHS olarak düşünülebilecek bu model diğer taraftan da aynı grup kriterlerinin 1’den fazla kriter üzerinde etkili olarak gözükmesi dolayısıyla bir ağ yapısı oluşturmaktadır. Fakat ilişkilerin azlığı limit matrisin sonuç vermemesine neden olmaktadır.

Doğru sonuçların elde edilebilmesi için Super Decisions yazılımından Birincil Süpermatris verileri alınarak ağırlıklandırma ve normalizasyon hesapları ayrı işlemler olarak gerçekleştirilmiştir.

Birincil Süpermatris’teki veriler dikkate alındığında her kriter grubu içerisinde belli bir kritere göre önem derecelerine ulaşılabilir. EK A.2’de “Genel Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi, EK A.3’te “Kadın Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi”, EK A.4’te “Erkek Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi”, EK

A.5’de “Futbol Seyretmeyi Seven Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi”, EK A.6’da “Futbol Seyretmeyi Sevmeyen Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi”, EK A.8’de “Futbol Oynamayı Seven Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi”, EK A.9’da “Futbol Oynamayı Sevmeyen Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi”, EK A.11’de “Futbolun Kolay Ulaşılabilir Olduğunu Düşünen Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi”, EK A.12’de “Futbolun Kolay Ulaşılabilir Olmadığını Düşünen Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi”, EK A.14’te “Futbolla İlgili Organizasyonların Tanıtımını Yeterli Bulan Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi”, EK A.15’te “Futbolla İlgili Organizasyonların Tanıtımını Yeterli Bulmayan Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi”, EK A.17’de “Futbol Ürününü Değerli Bulan Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi” ve EK A.18’de “Futbol Ürününü Değerli Bulmayan Katılımcı Sonuçları Birincil Süpermatrisi” bulunmaktadır.

Örneğin; EK A.2’de *Genel Sonuçlar Birincil Süpermatrisi’nde K1“FUTBOLUN SEYİR ZEVKİ”* kriteri ele alınsın. Süpermatriste A“*FUTBOL KURALLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER*” kriter grubu ile K1’in kesişimi sonucunda ortaya çıkan vektör A“*FUTBOL KURALLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER*” kriter grubu içerisindeki kriterlerin K1 kriteri üzerindeki önem derecelerini vermektedir. Her bir sütun ve grubun kesişiminden oluşan vektörlerdeki değer toplamaları 1’e eşittir.

Burada dikkat edilmesi gereken; 1’den fazla Ana Kriter üzerinde etkisi olan kriter gruplarıdır. Örneğin; A“*FUTBOL KURALLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER*” kriter grubu K1 ve K2 üzerinde de etkilidir. Bu nedenle her iki sütunla kesişiminde de ayrı değerler bulunmaktadır. K1 ile kesiştiği alandaki veriler K1 bakımından A kriterlerinin önem derecesini verirken, K2 ile kesiştiği alandaki veriler de K2 bakımından A grubu kriterlerinin önem derecesini vermektedir.

“*Futbolun Çekiciliği*” bakımından bu kriterlerin etkisini bulabilmek için ağırlıklandırma yapılması gerekmektedir. Ağırlıklandırma K1, K2, K3, K4 ve K5’in “*Futbolun Çekiciliği*” ne göre almış oldukları önem puanları üzerinden yapılmalıdır.

A grubu kriterleri için ağırlıklandırma Formül 4.2’deki şekilde olacaktır. Elde edilen *Ağırlıklandırılmış Önemler’* in “*Futbolun Çekiciliği*” üzerindeki % etkisini bulabilmek için normalizasyon yapılmıştır. A grubu kriterlerinin her birinin

Ağırlıklandırılmış Önemi tüm A grubu kriterlerinin *Toplam Ağırlıklandırılmış Önemi*'ne bölünmüştür.

$$(A_i\text{'nin } K1 \text{ bakımından önemi}) \times (K1\text{'in } \textit{Futbolun Çekiciliği} \text{ bakımından önemi}) + (A_i\text{'nin } K2 \text{ bakımından önemi}) \times (K2\text{'nin } \textit{Futbolun Çekiciliği} \text{ bakımından önemi}) \quad (4.2)$$

$i = 1, 2, 3, \dots, 9$

Bütün kriter grupları için aynı işlemler tekrarlanarak tüm kriterlerin kendi kriter grupları içerisinde “*Futbolun Çekiciliği*” üzerindeki önem dereceleri belirlenmiştir. Dikkat edilirse yalnızca 1 kriter üzerinde etkili olan kriter grupları için *Birincil Süpermatris*'te elde edilen sonuçlar, hesaplamalar sonucunda elde edilen “*Futbolun Çekiciliği*” üzerindeki önem dereceleriyle aynıdır. Birden fazla kriter üzerinde etkili olanlar içinse farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır.

Çizelge 4.9'da genel katılımcı sonuçlarına göre Ana Kriterlerin önemlerine yer verilmiştir. Bu tablodaki değerlerin kullanılmasıyla A grubu kriterlerinin % önemlerinin hesaplanmasına yönelik işlemler de Çizelge 4.10'da bulunmaktadır. EK A.2'de “Genel Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları”, EK A.3'te “Kadın Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları”, EK A.4'te “Erkek Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları”, EK A.5'de “Futbol Seyretmeyi Seven Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları”, EK A.6'da “Futbol Seyretmeyi Sevmeyen Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları”, EK A.8'de “Futbol Oynamayı Seven Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları”, EK A.9'da “Futbol Oynamayı Sevmeyen Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları”, EK A.11'de “Futbolun Kolay Ulaşılabilir Olduğunu Düşünen Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları”, EK A.12'de “Futbolun Kolay Ulaşılabilir Olmadığını Düşünen Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları”, EK A.14'te “Futbolla İlgili Organizasyonların Tanıtımını Yeterli Bulan Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları”, EK A.15'te “Futbolla İlgili Organizasyonların Tanıtımını Yeterli Bulmayan Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları”, EK A.17'de “Futbol Ürünü Değerli Bulan Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları” ve EK A.18'de “Futbol Ürünü Değerli Bulmayan Katılımcı Sonuçları Hesaplamaları” bulunmaktadır.

Çizelge 4.9 : Genel sonuçlar – ana kriterlerin önemleri.

ANA KRİTERLER		%
	K1	39.58%
	K2	22.50%
	K3	10.79%
	K4	16.35%
	K5	10.77%

Çizelge 4.10 : Genel sonuçlar – A grubu kriterlerinin önemlerinin hesaplanması.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.0996	0.1077	0.0000	0.0000	0.0000	0.0636	10.25%
A2	0.1423	0.1223	0.0000	0.0000	0.0000	0.0839	13.51%
A3	0.0559	0.0686	0.0000	0.0000	0.0000	0.0375	6.05%
A4	0.0456	0.0630	0.0000	0.0000	0.0000	0.0322	5.19%
A5	0.0712	0.0834	0.0000	0.0000	0.0000	0.0470	7.56%
A6	0.1418	0.1516	0.0000	0.0000	0.0000	0.0903	14.54%
A7	0.1123	0.1117	0.0000	0.0000	0.0000	0.0696	11.21%
A8	0.1569	0.1672	0.0000	0.0000	0.0000	0.0997	16.06%
A9	0.1744	0.1245	0.0000	0.0000	0.0000	0.0970	15.63%
					TOPLAM	0.6209	100.00%

4.11 Sonuçlar ve Karşılaştırmalar

Kaynak taramaları, uzmanlarla görüşmeler, modelin kurulması, anket çalışmaları, veri girişleri ve hesaplamalar neticesinde çalışmada elde edilen sonuçlar karşılaştırılabilecek ve yorumlanabilecek konuma gelmiştir. Çizelge 4.11’de Ana Kriterlerin normalize edilmiş kriter önemleri, Çizelge 4.12, 4.13, 4.14, 4.15, 4.16, 4.17 ve 4.18’de gruplar bazında normalize edilmiş kriter önemlerine yer verilmiştir. Genel Sonuçlar, Kadın Katılımcı Sonuçları ve Erkek Katılımcı sonuçları aynı çizelgelerde gösterilmiştir. Kriterler genel katılımcı sonuçlarının gruplar bazındaki önemleri dikkate alınarak sıralanmıştır.

Çizelge 4.11 : Ana kriterlerin normalize edilmiş önemleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	KADIN	ERKEK
ANA KRİTERLER	K1	Futbolun seyir zevki	39.58%	39.20%	39.61%
	K2	Futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki	22.50%	18.97%	24.14%
	K4	Futbolun ulaşılabilirliği	16.35%	16.68%	16.14%
	K3	Futbolun bilinirliği	10.79%	12.95%	9.93%
	K5	Futbol ürününün değeri	10.77%	12.19%	10.17%

Katılımcıların genel sonuçları dikkate alındığında Çizelge 4.11’deki sonuçlara göre Ana Kriterler arasında “Futbolun Çekiciliği” açısından en önemli kriterin futbolun seyir zevki(39.58%) olduğunu görmekteyiz. Ardından ikinci sırayı futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki (22.50%), üçüncü sırayı futbolun ulaşılabilirliği(%16.35), dördüncü sırayı futbolun bilinirliği (10.79%) ve en son sırayı da futbol ürününün değeri(10.77%) almaktadır.

Kadın ve erkek katılımcıların sonuçlarına göre “Futbolun Çekiciliği” bakımından ilk 3 sırada aynı kriterler yer almaktadır. Futbolun seyir zevki her iki grupta da en önemli kriter olarak görülürken en belirgin farkın futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki ile ilgili olduğu görülmektedir. Erkek katılımcılar %24.14 gibi bir değer elde edilirken kadın katılımcılarda bu değer %18.97’dir. Diğer 3 kriterle çok yakın sonuçlar elde edilmiştir. Bayan katılımcıların futbol oynamaya olan ilgisinin az olması ile bağdaştırılabilir.

Futbol kurallarındaki değişiklikler dikkate alındığında Çizelge 4.12’deki sonuçlara göre sırasıyla ceza uygulamalarında değişik yapılması (16.06%), puan sisteminde değişiklik yapılması (15.63%), ofsayt kuralında değişiklik yapılması (14.54%) ve maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması (13.51%) birbirlerine yakın değerlerle ilk 4 sırada yer almaktadır.

Çizelge 4.12 : A grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	KADIN	ERKEK
FUTBOL KURALLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER	A8	Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması	16.06%	15.69%	14.45%
	A9	Puan sisteminde değişiklik yapılması	15.63%	15.70%	14.61%
	A6	Ofsayt kuralında değişiklik yapılması	14.54%	14.23%	15.80%
	A2	Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması	13.51%	10.55%	14.80%
	A7	Faul kurallarında değişiklik yapılması	11.21%	14.65%	10.94%
	A1	Saha içinde yer alacak oyuncu sayısında değişiklik yapılması	10.25%	12.38%	8.98%
	A5	Kale ölçülerinin değiştirilmesi	7.56%	7.53%	7.98%
	A3	Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi	6.05%	4.78%	6.73%
	A4	Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi	5.19%	4.48%	5.71%

Futbol kuralları ile ilgili bu şekildeki değişikliklerin yapılması FIFA ve UEFA’nın sürekli olarak gündeminde yer alan konulardır. Puan sisteminde değişiklik yapılması

dışındaki yenilikler gerçekleştirilmesi çok da zor olmayan değişikliklerdir. Buna nazaran saha içinde yer alan futbolcu sayısında değişiklik yapılması oldukça radikal bir karar olacaktır, oyun üzerinde etkisi oldukça büyük olacak bu kriterin gerçekleştirilme zorluğu ile birleşince %10.25 ile altıncı sırada yer almıştır. Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi (5.19%) neredeyse her yeni organizasyonda karşılaştığımız bir yeniliktir. Ancak futbolun daha çekici olması bakımından etkisini şu ana kadar gördüğümüzü söyleyemeyiz. Elde edilen sonuçlar bakımından bu değişikliğin son sırada yer alması da bu nedenle sürpriz sayılmayacaktır.

Kadın katılımcılar için en önemli kural değişikliği puan sisteminde değişiklik yapılması (15.70%) olurken, erkek katılımcılar için en önemli değişiklik ofsayt kuralı değişikliği (15.80%) olmuştur. Önem bakımından ilk 4'te yer alan kriterler her iki katılımcı grubu için küçük farklarla birbirinden ayrılmaktayken son 3 sırada yer alan kriterler de her iki grupta aynı olarak görülmektedir. Burada en belirgin önem farkı maç içerisinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması kriteridir. Kadın katılımcılar için %10.55 ile 6. sırada yer almaktayken erkek katılımcılar için %14.80 ile 2. sırada yer almaktadır.

Çizelge 4.13'te yer alan genel katılımcı sonuçlarına göre B grubu kriterlerinden gol atılması (39.66%) ile oldukça yüksek bir değer almıştır. Kadın ve erkek katılımcıların sonuçlarında da durum pek farklı değildir. Sırasıyla %40.44 ve %38.77 gibi yüksek değerlerle B grubu içerisindeki diğer kriterlere oranla futbolun çekiciliği üzerinde en fazla etkiye sahip olarak belirlenmiştir. Genel olarak futbolun en önemli unsurlarından biri olarak görülen gol futbolun çekiciliği üzerinde önemli bir unsur olmuştur.

Çizelge 4.13 : B grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	KADIN	ERKEK
FUTBOLUN TEMEL AKTİVİTELERİ	B1	Gol atılması	39.66%	40.44%	38.77%
	B9	Şut çekilmesi	14.87%	13.07%	15.62%
	B2	Golün kurtarılması	9.56%	13.33%	8.19%
	B11	Araya girerek topun çalınması	8.87%	9.01%	8.71%
	B8	Çalım atılması	7.92%	5.97%	8.88%
	B4	Ara pas yapılması	4.97%	3.36%	5.81%
	B6	Ceza sahasına orta yapılması	4.34%	4.38%	4.33%
	B7	Dripling yapılması	4.15%	3.10%	4.66%
	B10	Faul yapılması	2.52%	3.14%	2.27%
	B3	Yan pas yapılması	1.98%	2.66%	1.72%
	B5	Geri pas yapılması	1.17%	1.54%	1.04%

Genel sonuçlara göre ikinci sırada yer alan kriter ise şut çekilmesidir (14.87%). Erkeklerde de ikinci sırada şut çekilmesi(15.62%) yer alırken kadınlarda ikinci sırada golün kurtarılması (13.33%) bulunmaktadır. Her üç sonuca da bakıldığında göze çarpan en önemli nokta son iki sırayı paylaşan aktivitelerdir; geri pas yapılması ve yan pas yapılması. FIFA özellikle kaleciye geri pası zorlaştıran yaptırımlara gitmiştir ve bu konu ile ilgili çalışmalar da devam etmektedir. Ancak elde edilen sonuçlara göre yan pas yapma ile ilgili de bir çalışma içinde bulunması futbolun iyileştirilmesi için önem taşımaktadır.

Çizelge 4.14 : C grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	KADIN	ERKEK
FUTBOL MAÇINDAKİ OYUNCULARIN ÖZELLİKLERİ	C3	Teknik kapasitesi ve mücadele gücü yüksek oyuncu sayısının fazla olması	30.23%	35.74%	27.56%
	C4	Takımlarda yıldız oyuncuların yer alması	19.71%	19.16%	19.57%
	C1	Teknik kapasitesi yüksek oyuncu sayısının fazla olması	17.86%	12.18%	20.71%
	C7	Seyirciyle iletişimi yüksek oyuncuların sahada yer alması	9.64%	7.54%	10.53%
	C2	Mücadeleci özelliği yüksek olan oyuncu sayısının fazla olması	8.62%	13.08%	7.06%
	C6	Takımlarda altyapıdan yetişmiş oyuncuların yer alması	7.04%	5.13%	7.92%
	C5	Takımlarda yeni transfer edilmiş oyuncuların yer alması	6.90%	7.18%	6.65%

C grubu kriterleri arasında “Futbolun Çekiciliği” üzerinde en etkili kriter genel sonuçlara göre teknik kapasitesi ve mücadele gücü yüksek olan futbolcuların varlığıdır (30.23%). Kadın ve erkek katılımcı sonuçlarında da durum değişmemektedir (35.74%; 27.56%). Çizelge 4.14’te bu sonuçlara yer verilmiştir.

Günümüz futbolunda sadece teknik açıdan ya da sadece fiziksel açıdan iyi olan futbolcuların kulüpler tarafından ilgi görmemesiyle bağlantılı bir sonuç çıkmıştır. Artık seyircilerin beklentileri artmıştır, hem yüksek tempoda koşan hem de teknik açıdan iyi olan futbolcuları seyretmek istemektedirler. Üst düzey liglerdeki takımlar ele aldığımızda bu tip futbolcularla oynanan futbolun açık bir şekilde daha ilgi çekici olduğu sonucuna varılabilir. Burada altyapıdan yetişmiş oyuncuların çok fazla ilgi görmemesi dikkat çekicidir (Genel 7.04%, , Kadın 5.13%; Erkek 7.92%).

Çizelge 4.15’teki sonuçlar incelendiğinde atak oyun anlayışı %25.59 gibi yüksek bir değer almıştır. Kadın ve erkek katılımcı sonuçlarında da ilk sırada yer almaktadır. Buna nazaran defansif oyun anlayışı her üç grup sonuçta da oldukça düşük önem

puanları almıştır. Bu durumda futbolun kural karar vericilerinin yapacakları kural vb. değişikliklerde takımları atak oyuncu teşvik edici hamleler içerisinde bulunmalıdır.

Çizelge 4.15 : D grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	KADIN	ERKEK
TAKIMLARIN OYUN ANLAYIŞI	D1	Atak oyun anlayışı	25.69%	28.26%	24.54%
	D6	Takım oyununun ön planda olduğu bir oyun yapısı	20.82%	17.82%	22.20%
	D3	İleriye doğru hızlı paslaşarak sonuca giden bir oyun yapısı	19.95%	19.70%	20.05%
	D5	Pres yapıp top kazanarak sonuca giden bir oyun yapısı	15.65%	16.03%	15.46%
	D7	Yıldız oyuncularla sonuca gidilecek bir oyun yapısı	9.89%	9.23%	10.14%
	D4	Pas yüzdesini yüksek tutarak fakat ağır oynayarak sonuca giden bir oyun yapısı	4.10%	4.40%	3.98%
	D2	Defansif oyun anlayışı	3.90%	4.55%	3.63%

Çizelge 4.16 : E grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	KADIN	ERKEK
FUTBOL MAÇININ YERİ, ZAMANI VE MALİYET	E6	Bilet fiyatları	17.23%	16.33%	17.53%
	E7	Stadyum atmosferi	16.15%	15.30%	16.46%
	E9	Maç zamanının uygunluğu	14.43%	13.99%	14.72%
	E8	Stadyum güvenliği	13.42%	15.05%	12.75%
	E1	Stadyumun konumu	10.68%	11.89%	10.09%
	E3	Stadyum konforu	9.51%	8.57%	9.91%
	E2	Stadyum kapasitesi	8.19%	9.81%	7.53%
	E5	Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler	6.26%	5.75%	6.48%
	E4	Stadyum çevresinin çekiciliği	4.13%	3.32%	4.53%

Bilet fiyatları (Genel 17.23%; Kadın 16.23%, Erkek 17.53%) E grubu kriterleri arasında futbolun çekiciliği açısından en önemli faktör olarak belirlenmiştir. Çizelge 4.16'ya göre ikinci sırada ise stadyum atmosferi gelmektedir. Stadyum çevresinin çekici olmasının futbol oyununun çekiciliği üzerindeki etkisinin ise diğer kriterlere göre minimum seviye olduğu ortaya çıkmıştır.

Çizelge 4.17 : F grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	KADIN	ERKEK
MEDYA	F2	Şifresiz kanaldan maç yayını	23.68%	20.04%	25.32%
	F5	Futbol programları	19.92%	25.45%	17.90%
	F8	İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı	14.12%	13.27%	14.20%
	F3	Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması	11.96%	10.46%	12.65%
	F6	Gazetelerde yer alan futbol sayfaları	11.56%	12.38%	11.13%
	F4	Radyo yayınları	7.38%	7.86%	7.23%
	F7	Futbolla ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı	6.49%	6.29%	6.49%
	F1	Şifreli kanaldan maç yayını	4.88%	4.27%	5.08%

Genel katılımcı sonuçlarına göre şifresiz kanaldan maç yayını (23.68%) medya grubu kriterleri arasında en fazla öneme sahip olan kriterdir. Erkek katılımcılarda ilk sırada yer almaktadır (25.32%).

Kadın katılımcılara göre ise %25.45’lik bir önem puanı ile televizyondaki futbol programlarının varlığı daha önemlidir. Şifreli kanaldan yapılan maç yayını her üç sonuçta futbolun çekiciliği üzerinde etkili olan medya grubu faktörleri arasında en alt sırada yer almıştır.

Çizelge 4.18 : G grubu kriterlerinin normalize edilmiş önemleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	KADIN	ERKEK
ORGANİZASYONUN VE MAÇIN ÖNEMİ	G4	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyonun (lig, kupa, Avrupa Kupası, vb.) değeri	26.07%	27.47%	25.40%
	G3	Yapılan maçın önem düzeyi (Lig maçı, eleme maçı, final maçı vb.)	18.84%	18.68%	18.86%
	G5	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyondaki başarılı kulüp sayısı	18.53%	15.66%	19.87%
	G1	Takımlar arasındaki rekabetçi denge	16.10%	16.35%	15.94%
	G6	Hakemlerin adil yönetimi	13.29%	15.45%	12.42%
	G2	Maç sonucunun belirsizliği	7.17%	6.40%	7.51%

G grubu kriterleri ile ilgili sonuçlar dikkate alındığında takımların içerisinde yer aldıkları organizasyonun değerinin en önemli kriter olarak ön plana çıktığı Çizelge 4.18’den görülmektedir. Mevcut ulusal lig organizasyonlarına nazaran Şampiyonlar Ligi’ne gösterilen ilginin büyüklüğü de bunun bir göstergesidir.

Üst düzey futbol kulüplerinin de bu liglerden ayrılarak belirli kriterlere sahip olacak kulüplerin yer alacağı üst düzey şampiyonalar kurma yolundaki çalışmaları bu çalışmada elde edilen sonuçlarla bağdaşmaktadır

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

İlk defa nerede ve ne zaman oynandığı bilinmeyen ve tarihi araştırmalara göre ortaya çıkışı Sümerler'e kadar uzanan futbol, 19.yy'da modern futbol olarak bilinen halini almış ve Büyük Britanya'dan tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır. Bugün tarihi çok eskilere dayanan bu oyun milyarlarca dolarlık bir endüstri haline gelmiştir.

Futbol oyununun popülerliği ve yakalamış olduğu ticari başarısına rağmen, ya da belki de sadece bu nedenle, zaman zaman çekiciliği üzerinde endişe duyulmaktadır. Dünya futbolunun yönetiminden sorumlu olan FIFA'nın görevlerinden biri de futbol ürününün futbolu talep edenlere en iyi şekilde sunulmasının sağlanması ve beklentilerinin karşılanmasıdır. FIFA, futbol oyununu geliştirme adına yaptığı çalışmalarda tabii ki bu endüstrinin getirisini en yüksek seviyede tutan bir bakış açısıyla hareket etmektedir.

Ancak ne var ki dünya için hem maddi hem de manevi anlamda bu kadar önemli hale gelmiş bir oyunun yeniden yapılanması ile ilgili kararlar verilirken sistematik ve bilimsel bir yaklaşım sergilenmemektedir. Futbolun çekiciliği üzerinde etkili olabilecek faktörlerle ilgili kararlar verilirken tümüyle kişisel yorumlarla sonuca gidilmektedir.

Yapılan uygulamada futbolun yöneticileri / karar vericileri için “Futbolun Çekiciliği” üzerine etki edebilecek çok sayıda ve birbiriyle ilişkisi olabilecek faktörün birbirlerine göre önemlerinin sistematik ve bilimsel bir yaklaşımla belirlenmesinin metodu sunulmuştur.

Futbolla ilgili kapsamlı bir yazın taraması sonucunda “Futbolun Çekiciliği” üzerinde etkisi olabileceği düşünülen 100'e yakın kriter ortaya konmuş ve bu kriterlere uzman görüşleriyle birlikte son halleri verilmiştir. 57 kriter, 5 ana kriter ve bunların arasındaki ilişkilerin tanımlanması ile birlikte Analitik Ağ Süreci yaklaşımına göre bir model kurulmuştur. Kurulan modele veri oluşturması amacıyla bir ikili karşılaştırma anketi hazırlanmıştır ve 185 anket sonucu elde edilmiştir. Söz konusu model “Genel Katılımcı Sonuçları”, “Kadın Katılımcı Sonuçları”, “Erkek Katılımcı

Sonuçları”, “Futbolu Seyretmeyi Seven Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Seyretmeyi Sevmeyen Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Oynamayı Seven Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Oynamayı Sevmeyen Katılımcı Sonuçları”, “Futbolun Kolay Ulaşılabilir Olduğunu Düşünen Katılımcı Sonuçları”, “Futbolun Kolay Ulaşılabilir Olduğunu Düşünmeyen Katılımcı Sonuçları”, “Futbolla İlgili Organizasyonların Tanıtımını Yeterli Bulan Katılımcı Sonuçları”, “Futbolla İlgili Organizasyonların Tanıtımını Yeterli Bulmayan Katılımcı Sonuçları”, “Futbol Ürünü Değerli Bulan Katılımcı Sonuçları” ve “Futbol Ürünü Değerli Bulmayan Katılımcı Sonuçları”na ulaşılması adına 13 defa çalıştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara ve karşılaştırmalara yer verilmiştir.

Yapılan çalışmada futbolun yöneticilerinin sürekli olarak karşılaştıkları karar verme problemleri için sistematik bir çözüm yöntemi sunulmuştur. İş dünyası, sosyal konular, üretim sorunları, ekonomi vb. konularda başarı ile uygulanmış bir metod olan AAS’nin futbolla ilgili çok önemli bir karar verme problemi olan ve çok sayıda soyut ve somut değişkenden etkilenen “Futbolun Çekiciliği”ne etki eden faktörlerin önemlerinin belirlenmesinde nasıl kullanılabileceğinin bir uygulaması ortaya konmuştur.

5.1 Futbolun Yöneticileri ve Karar Vericilerine Yönelik Öneriler

Oldukça büyük bir kitleye hitap eden ve günümüzde milyarlarca dolarlık bir değer haline gelmiş olan futbol endüstrisinin yönetsel anlamda da bu yükü kaldıracak yeniliklere ihtiyacı vardır. Kişilere bağımlı, hantal karar süreçlerinin iyileştirilerek olabildiğince objektif kararlar alınabilecek süreçlere dönüştürülmeleri kaçınılmazdır. Futbolun daha çekici yapılması için yapılacak tek bir kural değişikliğinin bile ortaya çıkaracağı sonuçlar düşünüldüğünde, örneğin “altın gol kuralı”nın yaratmış olduğu olumsuzluklar dikkate alındığında, futbolun yöneticileri ve karar vericileri oldukça karmaşık bir süreçle karşı karşıyadırlar.

Futbolun yöneticileri ve karar vericileri bu noktada çok kriterli karar verme yaklaşımlarından yararlanabilirler. Çalışmada sunulmuş olan modelde elde edilen bulgularla hangi kuralın değiştirilmesinin daha etkili olacağı, takımlar arasındaki rekabet unsurunun önemli olup olmadığı, stadyuma ulaşımın mı yoksa maç zamanının mı daha önemli olduğu vb. diğer sonuçlara ulaşılabilmektedir. İyileştirme

ile ilgili çalışmaların hangi nokta üzerinde yapılması gerektiğine dair elle tutulur veriler sunulmaktadır.

Kural değişiklikleri ile futbolun çekiciliğini artırmaya yönelik yapılacak bir çalışmada ceza uygulamalarında değişikliklerin yapılmasının diğer kural değişikliklerine nazaran daha etkili olacağı ortaya çıkmıştır. Şimdiki kurallar ile kırmızı kart gören bir oyuncu direkt olarak oyundan atılmaktadır, ancak bu oyuncunun belirli bir süre ile dışarıya çıkması ve sonra tekrar oyuna dahil olabilmesi ilgiyi artıracak bir değişiklik olarak görülmüştür. Puan sisteminde değişiklik, ofsayt kuralında değişiklik ve maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması da yine FIFA'nın üzerinde durması gereken yeniliklerdir. Sıklıkla yapılan futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi beklendiğinin aksine seyirciler tarafından ilgi çekici bir durum oluşturmamaktadır.

Futbolun temel aktiviteleri futbol içerisinde her zaman yer alacaklardır, bunların değiştirilmesi oyunun bundan sonra başka bir oyun haline gelmesi demektir. Bu noktada futbolu yönetenlerin aktiviteleri değiştirmelerine imkan yoktur. Ancak oyun içi ve oyun dışı kural değişiklikleri ve getirilecek yeniliklerle, en çok talep gören ve seyircinin veya oyuncunun en çok ilgisini çeken aktivitelerin daha fazla yapılabilmesine yönelik kararlar almaları gerekmektedir. Elde edilen bulgulara göre daha fazla gol atılmasını ve şut çekilmesini sağlayacak aksiyonlar alınmalıdır. Ayrıca, geri pas, yan pas ve faul yapılmasının da önüne geçilecek değişikliklere gidilmelidir. Günümüze kadar yapılan çalışmalarda özellikle kalecilere geri pasın engellenmesine yönelik kararlar alınmıştır.

Sahada yer alacak oyuncuların özellikleri FIFA tarafından direkt olarak belirlenemeyecek bir unsurdur. Genel olarak teknik kapasitesi ve mücadele gücü yüksek futbolcular ve ayrıca yıldız statüsüne sahip futbolcular daha fazla ilgi çekmektedir. Bu konuda futbolu yönetenlerin yapabilecekleri oldukça sınırlı olarak görülmektedir. Ancak, daha fazla futbolcu arzına imkan oluşturacak çalışmalar bu tip oyuncuların kulüplerce bulunabilmesini sağlayacaktır. Buna ek olarak yıldız statüsündeki oyuncuların saha içinde daha fazla korunması da sağlanabilir, ki bu son zamanlara FIFA'nın üzerinde durduğu bir konudur.

Yenilik çalışmalarında dikkate değer bir diğer konu oyun anlayışıdır. Atak oyun anlayışının ve hızlı oynanan oyunun daha fazla ilgi çektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu

noktada yapılacak değişikliklerin takımların oyun anlayışını ileriye dönük yapmalarını ödüllendirecek bir yapıya sahip olmalarına özen gösterilmelidir. Yine defansif oyun anlayışının da önüne geçilmelidir.

Bir futbol maçının yeri, zamanı ve maliyeti o maça olan ilgi üzerinde etkilidir. Elde edilen bulgulara göre bilet fiyatları daha fazla ön plandadır. Bilet fiyatlarının belirlenmesinde FIFA gibi kurumların bir yaptırımı olamaz, bunlar tamamen kulüplerin yönetimindedir ve onlar tarafından belirlenir. Bu noktada futbolu yöneten kurumların yapabileceği stadyumlara belirli standartlar getirmektir. Çünkü, stadyum atmosferi, stadyum güvenliği ve konforu seyircilerce en önemli bulunan kriterler olarak ön plana çıkmaktadır. Bunlara ek olarak, maç zamanlarının da uygunluğuna dikkat edilmelidir. Çalışma saatleri, bayramlar, dini olgular, önemli günler vb. dikkate alınarak maç programları belirlenmelidir.

Maç yayınlarının şifreli veya şifresiz kanallardan yapılması sürekli olarak tartışıl原因mış bir konudur. Şifreli kanalların sektöre girmesi ile birlikte futbol kulüplerine sağlanan gelirlerde ciddi artışlar olmuştur. Ancak, diğer taraftan şifreli kanallardan maç yayını yapılması futbolu talep edenler üzerinde olumsuz bir etki de yaratmaktadır. Bulgulara göre futbolu yönetenlerin şifresiz kanaldan maç yayını yapılmasını sağlayacak ancak bir şekilde yine benzer oranda gelirlerin sağlanabileceği yeni projeler içerisine girmeleri önceliklidir.

Futbolla ilgili organizasyonların yapılarında değişiklikler yapılması ve bu organizasyonların değerlerinin artırılması FIFA'nın önem vermesi gereken çalışmaların başında görünmektedir. Özellikle UEFA kupasına olan ilginin geçmiş zamanlara göre azalması dolayısıyla bu kupanın statüsünün değiştirilip UEFA Ligi adı ile yeni bir organizasyona dönüştürülmesi bu tür çalışmalar arasındadır. Zaman zaman yapılacak bu tür yeniliklerle ilginin üst seviyelerde tutulması gerekmektedir. Ayrıca, yapılan maçların önem düzeyinin de yukarılarda tutulmasına çalışılmalıdır. Belirli sayıda maç yapıldıktan sonra formalite gereği maç yapılacak konuma gelinecek organizasyonların önüne geçilmelidir.

5.2 İleride Yapılacak Çalışmalar

Mevcut çalışmada kullanılan modelde futbol kuralları değişiklikleri genel ifadelerle sunulmuştur. Buradaki model baz alınarak ileride yapılacak çalışmalarda özel olarak belirtilmiş kuralların sıralanmasına yer verilebilir. Daha açık bir ifade ile “Puan sisteminde değişiklik yapılması” şeklinde bir kriter yerine “4 puanlı sistemin kullanılması”, “Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması” yerine “Kırmızı kart gören oyuncunun 30dk oyundan ihraç edilmesi” vb. gibi özel ifadelerle belirtilecek futbol kural değişikliklerinin önemlerinin sıralanabileceği bir çalışma gerçekleştirilebilir.

Bir diğer çalışmada yalnızca futbol kulüplerinde yer alan yöneticilerin değil futbolla ilgili diğer uzmanların (hakem, teknik direktör, spor yazarları, futbol federasyonu yönetiminde yer alan kişiler, vb.) da görüşlerinin alınması ve çalışma içerisinde yer alması sağlanabilir.

Bunlara ek olarak, modelde veri kaynağı olarak kullanılan anket kitlesi farklı yaş gruplarından seçilerek her bir yaş grubunun sonuçları birbiriyle karşılaştırılabilir.

KAYNAKLAR

- Agarwal, A. and Shankar, R.,** 2002. Analysing alternatives for improvement in supply chain performance, *Work Study*, Vol. 51, pp.32-37.
- Alavy, K., Gaskell, A., Leach, S. and Szymanski, S.,** 2006. On the Edge of Your Seat: Demand for Football on Television and the Uncertainty of Outcome Hypothesis, *Working Paper Series*, Paper No. 06-31.
- Asami, T., Ito, K., Ito, M., Wakasugi, R. and Takemiya, T.,** 2004. Effectiveness of Amendments of the Laws of the Game to the Goal Keeper in Soccer, *Football Science*, Vol.1, pp.1-7.
- Aydın, M. B., Hatipoğlu, D. ve Ceyhan, Ç.,** 2008. Endüstriyel futbol çağında "tarafarlık", *İletişim kuram ve araştırma dergisi*, Sayı 26, s. 289-316.
- Banerjee, A. N. and Swinnen, J. F. M.,** 2003. Does a sudden death liven up the game? Rules, incentives, and strategy in football, *Economic Theory*, Vol. 23, pp.411-421.
- Barajas, A. and Crolley, L.,** 2005. A model to explain support in Spanish football, Retrieved from <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/3235/> MPRA Paper No. 3235, posted 07. November 2007 / 03:03.
- Baranzini, A., Ramirez, J. and Weber, S.,** 2008. The Demand for Football in Switzerland: An Empirical Estimation.
- Bayazit, Ö.,** 2006. Use of analytic network process in vendor selection decisions, *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 13(5), pp.566-579.
- Blair, A. R., Nachtmann, R., Saaty, T. L. and Whitaker, R.,** 2002. Forecasting the resurgence of the US economy in 2001: an expert judgement approach, *Socioeconomic Planning Sciences*, Vol. 36, pp.77-91.
- Breitbarth, T., Conejo, F. and Florek, M.,** 2006. Football consumption in a "fringe nation" – The case of New Zealand fans travelling to the 2006 World Cup in Germany, *Proceedings of The Australian and New Zealand Marketing Academy Conference 2007*, 3-5 December, Dunedin/New Zealand.
- Brocas, I. and Carillo, J. D.,** 2004. Do the "Three-Point Victory" and "Golden Goal" Rules Make Soccer More Exciting?, *Journal of Sports Economics*, Vol. 5(2), pp.169-185.
- Chen, Z., Li, H., and Wong C. T. C.,** 2005. Environal Planning: Analytic Network Process Model for Environmentally Conscious Construction Planning , *J. Constr. Engrg. and Mgmt.*, Vol. 131(1), pp. 92-101.
- Chung, S., Lee, A.H.I., and Pearn, W.L.,** 2005. Analytic network process (ANP) approach for product mix planning in semiconductor fabricator , *International Journal of Production Economics*, Vol. 96(1), pp.15-36.

- Corredoira, R.A. and Partovi F.Y.,** 2001. Quality function deployment for the good of soccer, *European Journal of Operational Research*, Vol. 137, pp. 642 -656.
- Correia, A. and Esteves, S.,** 2007. An exploratory study of spectators motivation in football, *Int. J. Sport Management and Marketing*, Vol. 2 (5/6).
- Dağdeviren, M., Eraslan, E., Kurt, M. ve Dizdar, E.,N.,** 2005. Tedarikçi seçimi problemine analitik ağ süreci ile alternatif bir yaklaşım, *Teknoloji*, Cilt 8, 2, s.115-122.
- Doğan,İ.,** 1999. Türk Futbolunda Potansiyel İstanbul Ruhu ve Şiddet, *Düşünen Siyaset,Aylık Düşünce Dergisi*, Sayı 2, s.73-85.
- Dolles, H. and Söderman, S.,** 2005. Globalization of sports - The Case of Professional Football and its International Management Challenges.
- Garcia, J. and Rodriguez, P.,** 2001. The determinants of football match attendance revisited : Empirical evidence from the Spanish football league, *Economics Working Papers* 555, Departments of Economics and Business, Universitat Pompeu Fabra.
- Gencer, C. and Gürpınar, D.,** 2007. Analytic network process in supplier selection: A case study in an electronic firm, *Applied Mathematical Modelling*, Vol. 31(11), pp.2475-2486.
- Gencer, R. T. ve Aycan, A.,** 2008. Seyircilerin Profesyonel Futbol Müsabakalarına Katılım Kararını Etkileyen Değişkenler Üzerine Bir İnceleme, *Ege Akademik Bakış*, Sayı 8(2), s.771-783.
- Halıcioğlu, F.** 2006. The impacts of football point systems on the competitive balance: evidence from some European football leagues, Retrieved October 21, 2008, from <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/10798/> MPRA Paper No. 10798, posted 27.
- Halıcioğlu, F.,** 2005. Can we predict the outcome of the international football tournaments? : The case of Euro 2000, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Vol. 6 (1), pp.112-122.
- Hoehn, T. and Szymanski, S.,** 1999. The Americanization of European Football, *Economic Policy*, pp.205-233.
- Jharkharia, S. and Shankar, R.,** 2007. Selection of logistics service provider: An analytic network process (ANP) approach , *Omega*, Vol. 35(3), pp. 274-289.
- Karsak, E.E., Sozer, S., and Alptekin, S.E.,** 2003. Production Planning in quality function deployment using a combined analytic network process and goal programming approach, *Computers and Industrial Engineering*, Vol. 44, pp. 171-190.
- Kurtzman, J. and Zauhar, J.,** 2005. Sports tourism consumer motivation. *Journal of sport tourism*, Vol. 10(1), pp. 21 – 31.
- Lee, J.W. and Kim, S.H.,** 2000. Using analytic network process and goal programming for interdependent information system project selection, *Computers & Operations Research*, Vol. 27, pp.367-382.

- Lee, J.W. and Kim, S.H.**, 2001. An integrated approach for interdependent information system project selection, *International Journal of Project Management*, Vol. 19, pp.111-118.
- Markovich, S.**, 2008. The Value of Information: The case of soccer.
- Meade, L. and Sarkis, J.**, 1998. Strategy analysis of logistics and supply chain management systems using the analytical network process, *Transportation Research E: The Logistics and Transportation Review*, Vol 34(3), pp. 51-65.
- Meade, L. and Sarkis, J.**, 1999. Analyzing organizational project alternatives for agile manufacturing processes: an analytical network approach, *International Journal of Production Research*, Vol 37, pp. 241-261.
- Niemira M.P. and Saaty, T.L.**, 2004. An Analytic Network Process model for financial-crisis forecasting, *International Journal of Forecasting*, Vol. 20(4), pp. 573-587.
- Orta, L.**, 2006. Dünyada ve Türkiye’de Futbol Hakemliğinin Başlangıcı ve Gelişimi, *Türkiye Faal Futbol Hakemleri ve Gözlemcileri Derneği Araştırma ve Çeviri Arşivi*.
- Partovi, F.Y.**, 2001. An analytic model to quantify strategic service vision, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 12, pp. 476-499.
- Piantanakulchai, M.**, 2003. Analytic Network Process for Highway Corridor Planning, *ISAHP 2005*, Honolulu, Hawaii, 8-10 July.
- Reade, J. J.**, 2007. Modelling and forecasting football attendances, *Oxonomics*, Vol.2, pp. 27-32.
- Saaty, R.W.** 2003. *Decision making in complex environments*. Pittsburgh: Creative Decisions Foundation.
- Saaty, T. L.** , 1996, *The Analytic Network Process*, RWS Publications.
- Saaty, T.L.**, 1980. *Multicriteria decision-making: The analytic hierarchy process*, Pittsburg: RWS Publications.
- Saaty, T.L.**, 1996. *Decision-making with dependence and feedback: The Analytic Network Process*, Pittsburgh: RWS Publications.
- Salo, A.A. and Hamalainen, R.P.**, 1997. On the measurement of preferences in the analytic hierarchy process, *Journal of Multi-criteria Decision Analysis*, Vol. 6, pp. 309–319.
- Sarkis, J. and Sundarraj, R.P.**, 2002. Hub location at digital equipment corporation: A comprehensive analysis of qualitative and quantitative criteria, *European Journal of Operational Research*, Vol. 137, pp. 336-347.
- Sarkis, J. and Talluri, S.**, 2002. A synergic frame for evaluating business process improvements, *The International Journal of Flexible Manufacturing Systems*, Vol. 14, pp.53-71.
- Sarkis, J.**, 1998. Evaluating environmentally conscious business practices, *European Journal of Operational Research*, Vol. 107, pp.159-174.

- Sarkis, J.**, 1999. A methodological framework for evaluating environmentally conscious manufacturing programs, *Computers & Industrial Engineering*, Vol. 36, pp. 783-810.
- Sarkis, J.**, 2003, A strategic decision framework for green SCM, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 11(4), pp.397-409.
- Shank, M. D.**, 2005. *Sports marketing – a strategic perspective*, Pearson Education, Upper Saddle River.
- Simmons, R.**, 1996. The Demand for English league football : A club level analysis, *Applied Economics*, Vol. 28 (2), pp.139 – 155.
- Szymanski, S. and Kuypers, T.**, 1999. *Winners and losers: The business strategy of football*. Penguin: Harmondsworth
- Szymanski, S.**, 2001. Income inequality, competitive balance and the attractiveness of team sports: Some evidence and a natural experiment from English soccer. *The Economic Journal*, Vol.111, pp.69-84.
- Talimciler, A.**, 2008. Futbol değil iş: endüstriyel futbol, *İletişim kuram ve araştırma dergisi*, Sayı 26, s. 89-114.
- Topçu, Y.İ. and Burnaz, Ş.**, 2006, A multiple criteria decision making approach for the evaluation of retail location, *MCDM 2006*, Chania, Greece, June 19-23.
- Tuzkaya, G., Önüt, S., Tuzkaya, R. U. and Gülsün, B.**, 2008. An analytic network process approach for locating undesirable facilities: An example from Istanbul, Turkey, *Journal of Environmental Management*, Vol. 88(4), pp.970-983.
- Veljanovski, C.**, 2000. Is sports broadcasting a public utility?, *Case Associates - Communication and Competition Economists, Paper to IEA Seminar, "Sport and Broadcasting"*.
- Wolfslehner B., Vacik H. and Lexer, J.F.**, 2005. Application of the analytic network process in multi-criteria analysis of sustainable forest management, *Forest Ecology and Management*, Vol. 207(1-2), pp.157-170.
- Won, J. and Kitamura K.**, 2006. Motivational Factors Affecting Sports Consumption Behavior of K-league and J-league Spectators, *International Journal of Sport and Health Science*, Vol.4, pp.233-251.

EKLER

- EK A.1** : Anket örneği
- EK A.2** : Genel katılımcı sonuçları
- EK A.3** : Kadın katılımcı sonuçları
- EK A.4** : Erkek katılımcı sonuçları
- EK A.5** : Futbol seyretmeyi seven katılımcı sonuçları
- EK A.6** : Futbol seyretmeyi sevmeyen katılımcı sonuçları
- EK A.7** : Futbol seyretmeyi seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması
- EK A.8** : Futbol oynamayı seven katılımcı sonuçları
- EK A.9** : Futbol oynamayı sevmeyen katılımcı sonuçları
- EK A.10** : Futbol oynamayı seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması
- EK A.11** : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen katılımcı sonuçları
- EK A.12** : Futbolun kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcı sonuçları
- EK A.13** : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen ve kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcıların sonuçlarının karşılaştırılması
- EK A.14** : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan katılımcıların sonuçları
- EK A.15** : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yetersiz bulan katılımcıların sonuçları
- EK A.16** : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli ve yetersiz bulan katılımcıların sonuçlarının karşılaştırılması
- EK A.17** : Futbol ürününü değerli bulan katılımcıların sonuçları
- EK A.18** : Futbol ürününü değerli bulmayan katılımcıların sonuçları
- EK A.19** : Futbol ürününü değerli bulan ve değerli bulmayan katılımcıların sonuçlarının karşılaştırılması

EK A.1



Aşağıdaki soru formu, “**Futbol sektörü için bir karar destek modeli oluşturulması**”nı konu alan bir lisansüstü araştırmasına veri sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmanın güvenilirliği açısından **tüm soruları eksiksiz** olarak cevaplandırmanız önemlidir. Çalışmaya gösterdiğiniz ilgi, ayırdığınız zaman ve değerli katkılarınız için teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Y. İlker Topçu
İ.T.Ü. İşletme Fakültesi
Endüstri Mühendisliği Bölümü
e-mail: ilker.topcu@itu.edu.tr

Sevgin Rüstemoğlu
İ.T.Ü. İşletme Fakültesi
Mühendislik Yönetimi Yüksek Lisans
Programı
e-mail: sevrus@gmail.com

KİŞİSEL BİLGİLER

1. Cinsiyetiniz:

☐ Kadın ☐ Erkek

2. Yaşınız: ____

3. En son bitirdiğiniz okul itibarıyla eğitim durumunuz:

☐ İlkokul
☐ Ortaokul
☐ Lise
☐ Üniversite
☐ Yüksek Lisans
☐ Doktora

4. Medeni haliniz:

☐ Evliyim ☐ Evli değilim

5. Çalışıyor musunuz?

☐ Evet ☐ Hayır ____ (Lütfen belirtiniz: ev hanımı, emekli, öğrenci, vb.)

6. Mesleğiniz: ____

7. İşinizdeki konumunuz: ____

8. Oturduğunuz semt: ____

9. Futbol seyretmeyi sever misiniz?

☐ Evet ☐ Hayır

10. Futbol oynamaktan keyif alır mısınız?

☐ Evet ☐ Hayır

11. Futbola(maç yayınları, futbolla ilgili yayınlar vb.) kolay ulaşabiliyor musunuz?

☐ Evet ☐ Hayır

12. Sizce futbolla ilgili organizasyonların tanıtımı yeterince yapılıyor mu?

☐ Evet ☐ Hayır

13. Futbol ürününü değerli buluyor musunuz? (Seyir zevki dikkate alınmadığında futbolun sunduğu ürünü ilgi çekici buluyor musunuz?)

☐ Evet ☐ Hayır

Değerlendirme Yöntemi

İzleyen sayfalarda sizlerden **“Futbolun Çekiciliği”** üzerinde etkili olabilecek faktörlerin önemlerini/etkilerini değerlendirmeniz istenecektir. Söz konusu değerlendirme sırasında; **faktörler ikili olarak karşılaştırılarak, etkiledikleri kavrama göre önemleri** verilen ölçek üzerinde belirtilecektir.

Değerlendirme örnekleri

Örnek soru

Aşağıdaki faktörlerden hangisi **“Futbolun seyir zevki”** üzerinde daha fazla önem taşır?

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

Gol atılması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Golün kurtarılması
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------------------

Örnek değerlendirme 1

Eğer “Futbolun seyir zevki” üzerinde “gol atılması” ile “golün kurtarılması” faktörlerinin **“eşit öneme”** sahip olduğunu düşünüyorsanız, ortadaki **1** sayısını işaretlemeniz gerekmektedir.

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

Gol atılması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Golün kurtarılması
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------------------

Örnek değerlendirme 2

Eğer sol taraftaki faktörün sağ taraftaki faktörden **“çok fazla önemli”** olduğunu düşünüyorsanız, sol taraftaki **7** sayısını işaretlemeniz gerekmektedir.

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

Gol atılması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Golün kurtarılması
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------------------

Örnek değerlendirme 3

Eğer sağ taraftaki faktörün sol taraftaki faktörden **“biraz”dan daha çok ve “fazla”dan daha az önemli** olduğunu düşünüyorsanız, sağ taraftaki **4** sayısını işaretlemeniz gerekmektedir.

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

Gol atılması	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Golün kurtarılması
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------------------

NOT: Anketin sonunda tüm kriterlerle ilgili açıklamaları bulabilirsiniz.

1. Aşağıdaki faktörlerden hangisi **“Futbolun Çekiciliği”** üzerinde daha fazla önem taşımaktadır?

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

[illegible]

2. Aşağıdaki değişikliklerden hangisi **“Futbolun seyir zevki”** üzerinde daha fazla etki edecektir?

1=Eşit etkili 3=Biraz daha etkili 5=Fazla etkili 7=Çok fazla etkili 9=Aşırı derecede etkili

A1. Saha içinde yer alan oyuncu sayısında değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A2. Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması
A2. Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A3. Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi
A3. Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A4. Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi
A4. Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A5. Kale ölçülerinin değiştirilmesi
A5. Kale ölçülerinin değiştirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A6. Ofsayt kuralında değişiklik yapılması
A6. Ofsayt kuralında değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A7. Faul kurallarında değişiklik yapılması
A7. Faul kurallarında değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A8. Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması
A8. Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A9. Puan sisteminde değişiklik yapılması
A9. Puan sisteminde değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A1. Saha içinde yer alacak oyuncu sayısında değişiklik yapılması

3. Aşağıdaki değişikliklerden hangisi “Futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki” üzerinde daha fazla etki edecektir?

1=Eşit etkili 3=Biraz daha etkili 5=Fazla etkili 7=Çok fazla etkili 9=Aşırı derecede etkili

A1. Saha içinde yer alacak oyuncu sayısında değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A2. Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması
A2. Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A3. Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi

A3. Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A4. Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi
A4. Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A5. Kale ölçülerinin değiştirilmesi
A5. Kale ölçülerinin değiştirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A6. Ofsayt kuralında değişiklik yapılması
A6. Ofsayt kuralında değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A7. Faul kuralında değişiklik yapılması
A7. Faul kuralında değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A8. Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması
A8. Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A9. Puan sisteminde değişiklik yapılması
A9. Puan sisteminde değişiklik yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	A1. Saha içinde yer alacak oyuncu sayısında değişiklik yapılması

4. Aşağıdaki faktörlerden hangisi “Futbolun seyir zevki” üzerinde daha fazla önem taşır?

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

B1. Gol atılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	B2. Golün kurtarılması
B2. Golün kurtarılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	B3. Yan pas yapılması
B3. Yan pas yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	B4. Ara pas yapılması
B4. Ara pas yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	B5. Geri pas yapılması
B5. Geri pas yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	B6. Ceza sahasına orta yapılması
B6. Ceza sahasına orta yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	B7. Dripling yapılması
B7. Dripling yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	B8. Çalım atılması
B8. Çalım atılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	B9. Şut çekilmesi
B9. Şut çekilmesi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	B10. Faul yapılması
B10. Faul yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	B11. Araya girerek topun çalınması
B11. Araya girerek topun çalınması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	B1. Gol atılması

7. Aşağıdaki faktörlerden hangisi “Futbolun seyir zevki” üzerinde daha fazla önem taşır?

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

D1. Atak oyun anlayışı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	D2. Defansif oyun anlayışı
D2. Defansif oyun anlayışı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	D3. İleriye doğru hızlı paslaşarak sonuca giden bir oyun yapısı
D3. İleriye doğru hızlı paslaşarak sonuca giden bir oyun yapısı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	D4. Pas yüzdesini yüksek tutarak fakat ağır oynayarak sonuca giden bir oyun yapısı
D4. Pas yüzdesini yüksek tutarak fakat ağır oynayarak sonuca giden bir oyun yapısı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	D5. Pres yapıp top kazanarak sonuca giden bir oyun yapısı
D5. Pres yapıp top kazanarak sonuca giden bir oyun yapısı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	D6. Takım oyununun ön planda olduğu bir oyun yapısı
D6. Takım oyununun ön planda olduğu bir oyun yapısı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	D7. Yıldız oyuncularla sonuca gidilecek bir oyun yapısı
D7. Yıldız oyuncularla sonuca gidilecek bir oyun yapısı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	D1. Atak oyun anlayışı

8. Aşağıdaki faktörlerden hangisi “Futbolun seyir zevki” üzerinde daha fazla önem taşır?

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

E1. Stadyumun konumu	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E2. Stadyum kapasitesi
E2. Stadyum kapasitesi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E3. Stadyum konforu
E3. Stadyum konforu	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E4. Stadyum çevresinin çekiciliği
E4. Stadyum çevresinin çekiciliği	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E5. Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler
E5. Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E6. Bilet fiyatları
E6. Bilet fiyatları	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E7. Stadyum atmosferi
E7. Stadyum atmosferi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E8. Stadyum güvenliği
E8. Stadyum güvenliği	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E9. Maç zamanının uygunluğu
E9. Maç zamanının uygunluğu	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E1. Stadyumun konumu

9. Aşağıdaki faktörlerden hangisi “Futbolun ulaşılabilirliği (futbola ve futbolla ilgili ürünlere ulaşılabilirlik)” üzerinde diğerine göre daha fazla önem taşır?

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

E1. Stadyumun konumu	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E2. Stadyum kapasitesi
E2. Stadyum kapasitesi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E3. Stadyum konforu
E3. Stadyum konforu	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E4. Stadyum çevresinin çekiciliği
E4. Stadyum çevresinin çekiciliği	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E5. Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler
E5. Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E6. Bilet fiyatları
E6. Bilet fiyatları	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E7. Stadyum atmosferi
E7. Stadyum atmosferi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E8. Stadyum güvenliği
E8. Stadyum güvenliği	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E9. Maç zamanının uygunluğu
E9. Maç zamanının uygunluğu	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	E1. Stadyumun konumu

10. Aşağıdaki faktörlerden hangisi “Futbolun bilinirliği/tanıtımı” üzerinde daha fazla önem taşır?

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

F1. Şifreli kanaldan maç yayını	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F2. Şifresiz kanaldan maç yayını
F2. Şifresiz kanaldan maç yayını	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F3. Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması
F3. Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F4. Radyo yayınları
F4. Radyo yayınları	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F5. Futbol programları
F5. Futbol programları	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F6. Gazetelerde yer alan futbol sayfaları
F6. Gazetelerde yer alan futbol sayfaları	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F7. Futbolla ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı
F7. Futbolla ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F8. İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı
F8. İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F1. Şifreli kanaldan maç yayını

11. Aşağıdaki faktörlerden hangisi, “Futbolun ulaşılabilirliği (futbola ve futbolla ilgili ürünlere ulaşılabilirlik)” üzerinde diğerine göre daha fazla önem taşır?

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

F1. Şifreli kanaldan maç yayını	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F2. Şifresiz kanaldan maç yayını
F2. Şifresiz kanaldan maç yayını	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F3. Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması
F3. Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F4. Radyo yayınları
F4. Radyo yayınları	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F5. Futbol programları
F5. Futbol programları	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F6. Gazetelerde yer alan futbol sayfaları
F6. Gazetelerde yer alan futbol sayfaları	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F7. Futbolla ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı
F7. Futbolla ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F8. İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı
F8. İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	F1. Şifreli kanaldan maç yayını

12. Aşağıdaki faktörlerden hangisi, “Futbol ürününün değeri (seyir zevki haricinde bir futbol maçını çekici kılan faktörlerin oluşturduğu değer)” üzerinde diğerine göre daha fazla önem taşır?

1=Eşit önemli 3=Biraz daha önemli 5=Fazla önemli 7=Çok fazla önemli 9=Aşırı derecede önemli

G1. Takımlar arasındaki rekabetçi denge	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	G2. Maç sonucunun belirsizliği
G2. Maç sonucunun belirsizliği	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	G3. Yapılan maçın önem düzeyi (Lig maçı, eleme maçı, final maçı vb.)
G3. Yapılan maçın önem düzeyi (Lig maçı, eleme maçı, final maçı vb.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	G4. Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyonun (lig, kupa, Avrupa Kupası, vb.) değeri
G4. Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyonun (lig, kupa, Avrupa Kupası, vb.) değeri	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	G5. Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyondaki başarılı kulüp sayısı
G5. Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyondaki başarılı kulüp sayısı	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	G6. Hakemlerin adil yönetimi
G6. Hakemlerin adil yönetimi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	G1. Takımlar arasındaki rekabetçi denge

**SABRINIZ VE DESTEĞİNİZ İÇİN
TEŞEKKÜRLER**

KRİTER AÇIKLAMALARI TABLOSU		
NO	KRİTER	AÇIKLAMA
K1	Futbolun seyir zevki	Bir futbol maçının içerisinde yer alan unsurlara bağlı olarak izlenmesinden duyulan hazzı ifade etmektedir. İyi bir ara pas, köşeye giden bir şutun kurtarılması, gol olması, sert defansif müdahaleler, sahada yer alan oyuncular vs. futbolun seyir zevkini belli eden faktörlerdir. Kimimiz için gol seyretmek daha keyifli iken bir diğerimiz için bir kurtarış daha fazla keyif verebilir.
K2	Futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki	Futbolun oyun kuralları ve gereklilikleri dikkate alındığında kişiler tarafından ne derece kolay oynandığı ve bu oyunu oynarken kişilere ne derece keyif verdiği ifade edilmektedir. Bir futbol maçı içerisinde uzun pas yapmak şut çekmeye nazaran daha keyif verici bulunabilir.
K3	Futbolun bilinirliği	Futbolla ilgili gelişmelerin, güncel futbol aktivitelerinin, futbol kurallarının vb. futbolla ilgili bilgilerin ne derecede kişilere sunulduğunu ifade etmektedir. Örneğin; görsel ve yazılı medyanın futbolla ilgili konulara ne derece yer verdiği futbolun bilinirliği üzerinde etkili olacaktır.
K4	Futbolun ulaşılabilirliği	Bir futbol maçına veya futbolla ilgili herhangi bir unsura ne derece kolay ulaşılabilirdiğini ifade etmektedir. Futbol maçlarının oynandığı stadyumların seyircilerce çekici bulunması, kolay ulaşılabilmesi, bilet fiyatları vb. futbola ulaşmayı etkileyecektir. Ayrıca, televizyonlardaki maç yayınları, futbol programları, internetteki futbol siteleri vb. de futbola ulaşma üzerinde etkilidir.
K6	Futbol ürününün değeri	Futbolun sunmuş olduğu ürün bir futbol maçıdır. Maçın seyir zevki haricinde bu ürünü talep etmemizde etkili olabilecek faktörler bu ürünün değerini belirler. Bir futbol maçı çok zevksiz olaksa bile bir Dünya Kupası finali ise geniş kitleler tarafından çekici bulunacaktır. Türkiye 2. liginde oynanacak bir küme düşmeme mücadelesi çok düşük bir çekiciliğe sahip olacaktır.
A1	Saha içinde yer alacak oyuncu sayısında değişiklik yapılması	Futbol maçlarında her iki takım da 11'er kişi ile sahaya çıkmaktadır. FIFA daha önce yaptığı çalışmalarda zaman zaman sahadaki kişi sayısını azaltmayı düşünmüştür. Ancak bu hiçbir zaman hayata geçirilmemiştir. Yine de futboldaki gelişmeler düşünüldüğünde sahaya çıkan kişilerin sayısının artırılması veya azaltılması söz konusu olabilecek bir düşüncedir.
A2	Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması	Resmi futbol maçlarında her takımın 3'er oyuncu değiştirme hakkı bulunmaktadır ve değiştirilen oyuncular bir kez daha maça dönememektedirler. Basketboldaki gibi limitsiz oyuncu değişikliği hakkı ve oyundan çıkıp tekrar girebilme gibi kurallarla ilgili düşünceler bulunmaktadır.
A3	Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi	Resmi futbol maçlarında saha kenarında bekleyen yedek oyuncu sayısı çoğunlukla 7'dir. İngiltere'de ise daha az sayıda yedek oyuncu bulundurulmaktadır. Daha az yedek oyuncu olması teknik direktörlerin daha seçici davranmalarına neden olacaktır, öte yandan kadroya giremeyen oyuncu sayısının fazlaşması takımın moralini de bozabilir.
A4	Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi	Gelişen teknoloji ile birlikte futbol topuna farklı özellikler getirilebilmektedir. Daha iyi şut çekme, daha iyi orta yapma gibi özellikler kazandırılabilirdiği gibi daha kaleciler tarafından daha kolay tutulma da sağlanabilir. Bunların yanında topun ebatları veya ağırlığı ile ilgili radikal değişiklikler de söz konusu olabilir.
A5	Kale ölçülerinin değiştirilmesi	Futbol kale ölçülerinin artırılması veya düşürülmesi söz konusu olabilir.
A6	Ofsayt kuralında değişiklik yapılması	Aktif ve pasif ofsayt standardının yeniden düzenlenmesi veya ofsaytın tamamen ortadan kaldırılması söz konusu olabilir.

A7	Faul kurallarında değişiklik yapılması	Maç içerisinde faul olarak kabul edilecek hareketlerin sayısında bir kısıtlama veya artış ve bu kuralların uygulanmasındaki farklılıkları ifade etmektedir.
A8	Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması	Örneğin; kırmızı ve sarı kart uygulamalarına ek olarak hakemi kandırmaya yönelik hareketlere "pembe kart" cezası verilmesi ve buna özel yaptırımların olması. Bir diğer örnek olarak da kırmızı kart alan bir oyuncunun tamamen oyun dışı kalması yerine maçın belirli bir süresinde oyundan ihraç edilmesi ve onun yerine başka bir oyuncunun oynaması veya o süre zarfında takımın eksik oynaması.
A9	Puan sisteminde değişiklik yapılması	Futboldaki mevcut puan sisteminde galibiyet halinde 3 puan, beraberlik halinde her iki takım da 1er puan ve yenilgi halinde 0 puan alınmaktadır. Örneğin; galibiyete 4 puan verilmesi söz konusu olabilir. Ya da atılan goller dikkate alınarak bir puan sistemi geliştirilebilir.
B1	Gol atılması	Bir futbol maçında topun topun tamamının kale direkleri arasından ve üst direğin altından geçmesi ile yapılır
B2	Golün kurtarılması	Bir futbol maçında gol olması muhtemel bir vuruşun kaleci veya diğer rakip oyuncular tarafından engellenmesidir.
B3	Yan pas yapılması	Aynı takımda yer alan futbolcuların mesafe katetmeden kendi aralarında paslaşmalarıdır
B4	Ara pas yapılması	Bir futbolcunun kendi takımında yer alan diğer futbolcuya rakip futbolcuların arasından geçecek biçimde pas atmasıdır. Rakip kaleye doğru yapılan bir harekettir.
B5	Geri pas yapılması	Rakip kaleye daha yakın olan futbolcunun herhangi bir sebeple kendi kalesine daha yakın olan aynı takım futbolcusuna pas vermesidir.
B6	Ceza sahasına orta yapılması	Rakip takım ceza sahası içerisinde yer alan aynı takım futbolcularına gol imkanı sağlamak için havadan yapılan pastır.
B7	Dripling yapılması	Bir futbolcunun topla birlikte koşmasıdır.
B8	Çalım atılması	Bir futbolcunun rakip takım futbolcusunu top ile birlikte geçerek oyundan düşürmesidir.
B9	Şut çekilmesi	Bir futbolcunun gol atmaya yönelik olarak topu kaleye doğru vurmasıdır.
B10	Faul yapılması	Bir futbolcunun rakip takım futbolcusunu futbol kuralları dışında bir hareketle durdurması veya durdurmaya çalışmasıdır.
B11	Araya girerek topun çalınması	Rakip takım futbolcularının aralarındaki paslaşma trafiğine girerek topun kazanılmasıdır.
C1	Teknik kapasitesi yüksek oyuncu sayısının fazla olması	Top tekniği, dripling özelliği, ara pasları, şut becerisi vb. özellikleri yüksek olan oyunculardır. Bu oyuncular genellikle ikili mücadelelere girmekten kaçınırlar. Bu tip oyuncuların bir takımda fazla olması görsel olarak daha iyi bir oyun ortaya çıkarabileceği gibi mücadele gücünün düşük olması bakımından da kötü bir oyun ortaya çıkarma ihtimaline sahiptir.
C2	Mücadeleci özelliği yüksek olan oyuncu sayısının fazla olması	Teknik özelliklerinden çok süreklilik, kondüsyon, istek, kararlılık, dayanıklılık, hız gibi özellikleri ön planda olan oyunculardır. Bu oyuncuların bir takımda fazla olması mücadele gücünü yüksek düzeyde tutabileceği gibi yaratıcılık ve göze hoş gelen futbolun oynanmasını da engelleyebilir.
C3	Teknik kapasitesi ve mücadele gücü yüksek oyuncu sayısının fazla olması	Bu tip oyuncular hem yaratıcı hem de mücadeleci özelliklere sahip olduklarından günümüz futbol piyasasında oldukça yüksek ücretler almaktadırlar.

C4	Takımlarda yıldız oyuncuların yer alması	Bir takımda yıldız diye tabir edilebilecek oyuncuların yer alması o futbol maçının izlenmesi üzerinde etkili olabilecektir. Örneğin; sahada yer alan herhangi iki takımın taraftarı değilseniz bile eğer sahada Zidane, Figo, Ronaldinho vb. gibi oyuncular için o maçı seyredebilirsiniz.
C5	Takımlarda yeni transfer edilmiş oyuncuların yer alması	Takımlarda sürekli aynı oyuncuların yer alması zamanla ilginin kaybolmasına neden olabilir. Sahada yer alan takımlarda yeni transfer edilmiş olan oyuncu sayısı maça olan ilgiyi artırabilir, öte yandan mevcut düzenin bozulmuş olması bakımından da olumsuz bir etki yaratabilir. Örneğin; Fenerbahçe'de Roberto Carlos transferi ile bilet satışlarında ve Fenerbahçe maç yayınları talebinde yaşanan artış.
C6	Takımlarda altyapıdan yetişmiş oyuncuların yer alması	Genellikle altyapılardan yetişmiş olan oyunculara ilgi gösterilir. Bu oyuncuların nasıl bir performans göstereceği merak konusudur. Takımda bu tip oyuncuların yer alması ilgiyi artırabilir, fakat bu oyuncuların çok fazla olması da olumsuz etki yaratabilir. Örneğin; Galatasaray'da Arda Turan'a gösterilen ilgi.
C7	Seyirciyle iletişimi yüksek oyuncuların sahada yer alması	Sahada yer alan oyuncuların taraftarla bütünleşmesini ifade etmektedir. Seyircilerle iletişimi iyi olan bir oyuncu daha fazla izlenmek istenecektir. Örneğin; Beşiktaş seyircisi için bir sembol haline gelen Pascal Nouma. BJK'nin kötü olduğu dönemlerde bile sadece bu futbolcu için maçlarına ilgi gösterilmekteydi.
D1	Atak oyun anlayışı	Bir takımını sürekli gol atmaya yönelik girişimler içerisinde bulunan bir oyun anlayışı ile oynamasıdır.
D2	Defansif oyun anlayışı	Bir takımın rakibin maçın genelinde defans yapıp gol yememeyi düşünen bir oyun anlayışı ile oynamasıdır.
D3	İleriye doğru hızlı paslaşarak sonuca giden bir oyun yapısı	Bir takımın hızlı paslaşmalarla, ayağında az top tutarak rakip kaleye gitmeye çalışmasıdır.
D4	Pas yüzdesini yüksek tutarak fakat ağır oynayarak sonuca giden bir oyun yapısı	Bir takımın genellikle yan paslar yaparak topu sürekli kendinde tutması ve rakip kaleye yavaş yavaş yaklaşmasıdır.
D5	Pres yapıp top kazanarak sonuca giden bir oyun yapısı	Bir takımın rakibin top kullanmasına izin vermeyip, paslaşma trafiğini bozmaya çalışması ve kaptığı ani toparla golü bulmaya çalışması şeklindeki oyun anlayışıdır.
D6	Takım oyununun ön planda olduğu bir oyun yapısı	Bir takımın bir bütün halinde hücum ve bir bütün halinde defans yapmasıdır. Az koşan çok koşan ayrımı yapılmayan bir oyun anlayışıdır. Teknik kadronun verdiği taktik doğrultusunda gol girişimlerinde bulunulması ve defansın da bu şekilde yapılmasını ifade etmektedir.
D7	Yıldız oyuncularla sonuca gidilecek bir oyun yapısı	Takımdaki oyuncular arasında farklılıkları öne çıkaran bir oyun anlayışıdır. Buna göre bazı oyuncular defansif anlamda mücadele etmek durumunda iken, yıldız olarak görülen oyuncular da rakibi açarak gol atmaya sağlamalıdır. Burada teknik kadronun taktiklerinden çok yıldız oyuncuların bireysel yetenekleri ile sonuca gidilmeye çalışılmaktadır.
E1	Stadyumun konumu	Stadyumun bulunduğu yeri ifade etmektedir. Örneğin; Atatürk Olimpiyat Stadı. Konumu dolayısıyla tercih edilmeyen bir stadyumdur. Fakat Fenerbahçe Şükrü Saracoğlu Stadı yine konumu dolayısıyla oldukça rahat ulaşılabilen bir alandır.
E2	Stadyum kapasitesi	Stadyumun alabileceği kişi sayısını ifade etmektedir.
E3	Stadyum konforu	Stadyuma gelen seyircilerin maçı izledikleri yerin özelliklerini ifade etmektedir. Tüm tribünlerin kapalı olması, koltuk numaralarının olması, LCD televizyonlar, ısıtıcı sistemler, tuvaletler vs. konforu etkilemektedir.

E4	Stadyum çevresinin çekiciliği	Stadyum çevresinde seyircilerin maç öncesinde zaman geçirebilecekleri yerleri ifade etmektedir. Örneğin; İnönü Stadyumu'nun yakınındaki Beşiktaş Çarşısı BJK'li taraftarlar için bir buluşma mekanıdır ve sadece bu buluşma mekanının varlığı bile bu taraftarları stada çekebilmektedir.
E5	Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler	Stadyumda maç seyreden seyirciler arasında çekiliş yapılması, takımın orijinal ürünlerinin daha uygun fiyatlara satılması vs. gibi promosyon çalışmalarını içermektedir.
E6	Bilet fiyatları	Stadyuma giriş için ödenecek parayı ifade etmektedir.
E7	Stadyum atmosferi	Maç öncesinde ve maç anında stadyumda yaşanan birliktelik duygusu, tezahüratlar, coşku vs. ifade etmektedir.
E8	Stadyum güvenliği	Stadyumda yer alan güvenlik önlemlerini ifade etmektedir.
E9	Maç zamanının uygunluğu	Maçların oynandığı gün ve saate bağlıdır. Hafta içi gündüz yapılan bir maça pek fazla ilgi gösterilmesi beklenmezken, Cumartesi öğleden sonra yapılacak bir maça ilgi oldukça yüksek olacaktır.
F1	Şifreli kanaldan maç yayını	Maç yayınlarının ücret karşılığı seyredilebilen kanallardan yapılmasıdır.
F2	Şifresiz kanaldan maç yayını	Maç yayınlarının ücretsiz kanallardan yapılmasıdır.
F3	Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması	Maç yayınlarının internet üzerinden yapılmasıdır. Bu tip bir maç yayını dünyanın futbol maçı izlemek isteyen bir kişiye dünyanın her yerinden seyretme imkanı sağlayacaktır.
F4	Radio yayınları	Maçların radyodan anlatımının yapılmasıdır.
F5	Futbol programları	Televizyonlarda yer alan futbol programları kişilerin futbol üzerindeki ilgilerini yüksek seviyede tutabilmektedirler. Öte yandan bazen bu programlardaki kalitenin düşmesi ile seyirciler futboldan soğuyabilmektedirler.
F6	Gazetelerde yer alan futbol sayfaları	Günlük gazetelerde yer alan futbol sayfaları futbol üzerindeki ilgi bakımından etkili olabilir.
F7	Futbolla ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı	Futbolla ilgili yazılı yayınlar futbol üzerindeki ilgi bakımından etkili olabilir.
F8	İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı	Günümüzde futbolla ilgili birçok internet sitesi bulunmaktadır. Bu sitelerin varlığı da futbola olan ilgiyi yüksek seviyede tutabilmektedir.
G1	Takımlar arasındaki rekabetçi denge	Rekabetçi denge; sahada yer alan iki takımın sahip olduğu şartlar arasındaki farkı ifade etmektedir. Örneğin; Fenerbahçe ve Kocaelispor arasında ciddi bir rekabetçi denge farkı bulunmaktadır. Fenerbahçe'nin sahip olduğu yayın gelirleri, maddi yapısı, taraftar kitlesi vb. ile Kocaelispor'un sahip oldukları arasında büyük bir fark bulunmaktadır. Bir organizasyondaki takımlar arasında bu fark ne kadar büyükse iki takım arasındaki rekabet dengesi de o kadar bozuk olacaktır.
G2	Maç sonucunun belirsizliği	Bir maçın sonucunun ne olacağını önceden tahmin edebiliyor olmayı ifade etmektedir. Sonucun belirli olduğu ölçüde o maça olan ilginin azalması beklenir. Öte yandan kendi takımının galibiyetinden şüphe duyan bir taraftar da maça ilgi göstermeyebilir.
G3	Yapılan maçın önem düzeyi (Lig maçı, eleme maçı, final maçı vb.)	İki takım arasında oynanacak maçın ne maçı olduğu ile ilgilidir. Oynanacak maç bir final ise uzun bir lig maratonundaki herhangi bir maça göre daha fazla ilgi çekmesi beklenir.

G4	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyonun (lig, kupa, Avrupa Kupası, vb.) değeri	Yerel lig, Avrupa Şampiyonlar Ligi, UEFA Kupası, Dünya Kupası, Avrupa Kupası vb. ifade edilmektedir. Yerel Lig maçlarına hiç ilgi göstermeyen bir seyirci Dünya Kupası veya Şampiyonlar Ligi gibi organizasyonların heyecanı dolayısıyla buradaki maçlara daha fazla ilgi gösterebilir.
G5	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyondaki başarılı kulüp sayısı	Takımların İdari ve Mali başarılarını ifade etmektedir. Bir organizasyonda bu bakımlardan iyi olan kulüplerin daha fazla olması birbirine daha denk takımlar olması anlamına gelecektir.
G6	Hakemlerin adil yönetimi	Maçları yöneten hakemlerin başarı düzeyini ifade etmektedir. Kararlarında adil ve eşit olmaları kastedilmektedir.

EK A.2

Çizelge A.1 : Genel katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.2 : Genel katılımcı sonuçları – ana kriterlerin önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	39.58%
	K2	22.50%
	K3	10.79%
	K4	16.35%
	K5	10.77%

Çizelge A.3 : Genel katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.0996	0.1077	0	0	0	0.0636	10.25%
A2	0.1423	0.1223	0	0	0	0.0839	13.51%
A3	0.0559	0.0686	0	0	0	0.0375	6.05%
A4	0.0456	0.063	0	0	0	0.0322	5.19%
A5	0.0712	0.0834	0	0	0	0.047	7.56%
A6	0.1418	0.1516	0	0	0	0.0903	14.54%
A7	0.1123	0.1117	0	0	0	0.0696	11.21%
A8	0.1569	0.1672	0	0	0	0.0997	16.06%
A9	0.1744	0.1245	0	0	0	0.097	15.63%
					TOPLAM	0.6209	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.4018	0.3875	0	0	0	0.2462	39.66%
B2	0.0922	0.1017	0	0	0	0.0594	9.56%
B3	0.0181	0.0227	0	0	0	0.0123	1.98%
B4	0.0471	0.0544	0	0	0	0.0309	4.97%
B5	0.0109	0.0132	0	0	0	0.0073	1.17%
B6	0.0424	0.0451	0	0	0	0.0269	4.34%
B7	0.0425	0.0397	0	0	0	0.0258	4.15%
B8	0.0821	0.0739	0	0	0	0.0491	7.92%
B9	0.1496	0.1469	0	0	0	0.0923	14.87%
B10	0.0249	0.0256	0	0	0	0.0156	2.52%
B11	0.0885	0.0892	0	0	0	0.0551	8.87%
					TOPLAM	0.6209	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1786	0	0	0	0	0.0707	17.86%
C2	0.0862	0	0	0	0	0.0341	8.62%
C3	0.3023	0	0	0	0	0.1197	30.23%
C4	0.1971	0	0	0	0	0.078	19.71%
C5	0.069	0	0	0	0	0.0273	6.90%
C6	0.0704	0	0	0	0	0.0279	7.04%
C7	0.0964	0	0	0	0	0.0381	9.64%
					TOPLAM	0.3958	100.00%

Çizelge A.4 : Genel katılımcı sonuçları - D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.2569	0	0	0	0	0.1017	25.69%
D2	0.039	0	0	0	0	0.0155	3.90%
D3	0.1995	0	0	0	0	0.079	19.95%
D4	0.041	0	0	0	0	0.0162	4.10%
D5	0.1565	0	0	0	0	0.0619	15.65%
D6	0.2082	0	0	0	0	0.0824	20.82%
D7	0.0989	0	0	0	0	0.0391	9.89%
					TOPLAM	0.3958	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.0833	0	0	0.1637	0	0.0597	10.68%
E2	0.092	0	0	0.0573	0	0.0458	8.19%
E3	0.1097	0	0	0.0599	0	0.0532	9.51%
E4	0.0406	0	0	0.0431	0	0.0231	4.13%
E5	0.0636	0	0	0.0604	0	0.035	6.26%
E6	0.1655	0	0	0.1887	0	0.0964	17.23%
E7	0.1894	0	0	0.0937	0	0.0903	16.15%
E8	0.1329	0	0	0.1374	0	0.0751	13.42%
E9	0.1229	0	0	0.1959	0	0.0807	14.43%
					TOPLAM	0.5593	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0435	0.0522	0	0.0132	4.88%
F2	0	0	0.2269	0.2434	0	0.0643	23.68%
F3	0	0	0.128	0.1141	0	0.0325	11.96%
F4	0	0	0.0802	0.0697	0	0.02	7.38%
F5	0	0	0.231	0.1782	0	0.0541	19.92%
F6	0	0	0.1091	0.1198	0	0.0314	11.56%
F7	0	0	0.06	0.0682	0	0.0176	6.49%
F8	0	0	0.1213	0.1543	0	0.0383	14.12%
					TOPLAM	0.2714	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.161	0.0173	16.10%
G2	0	0	0	0	0.0717	0.0077	7.17%
G3	0	0	0	0	0.1884	0.0203	18.84%
G4	0	0	0	0	0.2607	0.0281	26.07%
G5	0	0	0	0	0.1853	0.02	18.53%
G6	0	0	0	0	0.1329	0.0143	13.29%
					TOPLAM	0.1077	100.00%

EK A.3

Çizelge A.5 : Kadın katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.6 : Kadın katılımcı sonuçları – ana kriterlerin önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	39.20%
	K2	18.97%
	K3	12.95%
	K4	16.68%
	K5	12.19%

Çizelge A.7 : Kadın katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.1251	0.1211	0	0	0	0.072	12.38%
A2	0.1146	0.0865	0	0	0	0.0614	10.55%
A3	0.0442	0.0554	0	0	0	0.0278	4.78%
A4	0.039	0.0568	0	0	0	0.0261	4.48%
A5	0.0741	0.0779	0	0	0	0.0438	7.53%
A6	0.1415	0.1442	0	0	0	0.0828	14.23%
A7	0.1349	0.1706	0	0	0	0.0853	14.65%
A8	0.1507	0.1695	0	0	0	0.0913	15.69%
A9	0.1759	0.1179	0	0	0	0.0913	15.70%
					TOPLAM	0.5818	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.3941	0.4256	0	0	0	0.2353	40.44%
B2	0.1324	0.135	0	0	0	0.0775	13.33%
B3	0.0253	0.0294	0	0	0	0.0155	2.66%
B4	0.0323	0.0364	0	0	0	0.0196	3.36%
B5	0.0155	0.0152	0	0	0	0.009	1.54%
B6	0.0469	0.0373	0	0	0	0.0255	4.38%
B7	0.0321	0.0286	0	0	0	0.018	3.10%
B8	0.0639	0.0511	0	0	0	0.0348	5.97%
B9	0.1357	0.1203	0	0	0	0.076	13.07%
B10	0.0322	0.0297	0	0	0	0.0183	3.14%
B11	0.0895	0.0913	0	0	0	0.0524	9.01%
					TOPLAM	0.5818	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1218	0	0	0	0	0.0477	12.18%
C2	0.1308	0	0	0	0	0.0513	13.08%
C3	0.3574	0	0	0	0	0.1401	35.74%
C4	0.1916	0	0	0	0	0.0751	19.16%
C5	0.0718	0	0	0	0	0.0282	7.18%
C6	0.0513	0	0	0	0	0.0201	5.13%
C7	0.0754	0	0	0	0	0.0295	7.54%
					TOPLAM	0.392	100.00%

Çizelge A.8 : Kadın katılımcı sonuçları - D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.2826	0	0	0	0	0.1108	28.26%
D2	0.0455	0	0	0	0	0.0179	4.55%
D3	0.197	0	0	0	0	0.0772	19.70%
D4	0.044	0	0	0	0	0.0173	4.40%
D5	0.1603	0	0	0	0	0.0628	16.03%
D6	0.1782	0	0	0	0	0.0699	17.82%
D7	0.0923	0	0	0	0	0.0362	9.23%
					TOPLAM	0.392	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.09	0	0	0.1867	0	0.0664	11.89%
E2	0.1104	0	0	0.0693	0	0.0548	9.81%
E3	0.0991	0	0	0.0541	0	0.0479	8.57%
E4	0.0344	0	0	0.0304	0	0.0186	3.32%
E5	0.0607	0	0	0.0498	0	0.0321	5.75%
E6	0.1573	0	0	0.1774	0	0.0913	16.33%
E7	0.1843	0	0	0.0794	0	0.0855	15.30%
E8	0.157	0	0	0.1353	0	0.0841	15.05%
E9	0.1069	0	0	0.2175	0	0.0782	13.99%
					TOPLAM	0.5588	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0386	0.0458	0	0.0126	4.27%
F2	0	0	0.207	0.1952	0	0.0594	20.04%
F3	0	0	0.1097	0.1006	0	0.031	10.46%
F4	0	0	0.0896	0.07	0	0.0233	7.86%
F5	0	0	0.2799	0.2347	0	0.0754	25.45%
F6	0	0	0.1036	0.1395	0	0.0367	12.38%
F7	0	0	0.0598	0.0653	0	0.0186	6.29%
F8	0	0	0.1117	0.1489	0	0.0393	13.27%
					TOPLAM	0.2963	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.1635	0.0199	16.35%
G2	0	0	0	0	0.064	0.0078	6.40%
G3	0	0	0	0	0.1868	0.0228	18.68%
G4	0	0	0	0	0.2747	0.0335	27.47%
G5	0	0	0	0	0.1566	0.0191	15.66%
G6	0	0	0	0	0.1545	0.0188	15.45%
					TOPLAM	0.1219	100.00%

EK A.4

Çizelge A.9 : Erkek katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.10 : Erkek katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	39.61%
	K2	24.14%
	K3	9.93%
	K4	16.14%
	K5	10.17%

Çizelge A.11 : Erkek katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.0897	0.09	0	0	0	0.0572	8.98%
A2	0.1555	0.1356	0	0	0	0.0943	14.80%
A3	0.0615	0.0768	0	0	0	0.0429	6.73%
A4	0.0486	0.0712	0	0	0	0.0364	5.71%
A5	0.0695	0.0969	0	0	0	0.0509	7.98%
A6	0.1409	0.1861	0	0	0	0.1007	15.80%
A7	0.103	0.12	0	0	0	0.0698	10.94%
A8	0.1586	0.1213	0	0	0	0.0921	14.45%
A9	0.1728	0.1021	0	0	0	0.0931	14.61%
					TOPLAM	0.6376	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.4006	0.3666	0	0	0	0.2472	38.77%
B2	0.0778	0.0886	0	0	0	0.0522	8.19%
B3	0.0155	0.0199	0	0	0	0.0109	1.72%
B4	0.0546	0.0639	0	0	0	0.0371	5.81%
B5	0.0092	0.0123	0	0	0	0.0066	1.04%
B6	0.0401	0.0485	0	0	0	0.0276	4.33%
B7	0.0475	0.0453	0	0	0	0.0297	4.66%
B8	0.0907	0.0857	0	0	0	0.0566	8.88%
B9	0.1549	0.1584	0	0	0	0.0996	15.62%
B10	0.0221	0.0237	0	0	0	0.0145	2.27%
B11	0.087	0.0872	0	0	0	0.0555	8.71%
					TOPLAM	0.6376	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.2071	0	0	0	0	0.082	20.71%
C2	0.0706	0	0	0	0	0.028	7.06%
C3	0.2756	0	0	0	0	0.1092	27.56%
C4	0.1957	0	0	0	0	0.0775	19.57%
C5	0.0665	0	0	0	0	0.0263	6.65%
C6	0.0792	0	0	0	0	0.0314	7.92%
C7	0.1053	0	0	0	0	0.0417	10.53%
					TOPLAM	0.3961	100.00%

Çizelge A.12 : Erkek katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.2454	0	0	0	0	0.0972	24.54%
D2	0.0363	0	0	0	0	0.0144	3.63%
D3	0.2005	0	0	0	0	0.0794	20.05%
D4	0.0398	0	0	0	0	0.0157	3.98%
D5	0.1546	0	0	0	0	0.0612	15.46%
D6	0.222	0	0	0	0	0.0879	22.20%
D7	0.1014	0	0	0	0	0.0402	10.14%
					TOPLAM	0.3961	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.0804	0	0	0.1511	0	0.0562	10.09%
E2	0.0849	0	0	0.0518	0	0.042	7.53%
E3	0.1144	0	0	0.0616	0	0.0553	9.91%
E4	0.0436	0	0	0.0494	0	0.0252	4.53%
E5	0.0647	0	0	0.065	0	0.0361	6.48%
E6	0.1683	0	0	0.1925	0	0.0977	17.53%
E7	0.1907	0	0	0.1004	0	0.0918	16.46%
E8	0.123	0	0	0.1388	0	0.0711	12.75%
E9	0.13	0	0	0.1893	0	0.0821	14.72%
					TOPLAM	0.5575	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0453	0.0541	0	0.0132	5.08%
F2	0	0	0.2349	0.2645	0	0.066	25.32%
F3	0	0	0.1363	0.1205	0	0.033	12.65%
F4	0	0	0.0761	0.07	0	0.0189	7.23%
F5	0	0	0.2119	0.1588	0	0.0467	17.90%
F6	0	0	0.111	0.1115	0	0.029	11.13%
F7	0	0	0.0597	0.0681	0	0.0169	6.49%
F8	0	0	0.1247	0.1526	0	0.037	14.20%
					TOPLAM	0.2607	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.1594	0.0162	15.94%
G2	0	0	0	0	0.0751	0.0076	7.51%
G3	0	0	0	0	0.1886	0.0192	18.86%
G4	0	0	0	0	0.254	0.0258	25.40%
G5	0	0	0	0	0.1987	0.0202	19.87%
G6	0	0	0	0	0.1242	0.0126	12.42%
					TOPLAM	0.1017	100.00%

EK A.5

Çizelge A.13 : Futbol seyretmeyi seven katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.14 : Futbol seyretmeyi seven katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	40.42%
	K2	22.39%
	K3	9.31%
	K4	17.22%
	K5	10.66%

Çizelge A.15 : Futbol seyretmeyi seven katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.0884	0.0915	0	0	0	0.0562	8.95%
A2	0.146	0.1271	0	0	0	0.0874	13.92%
A3	0.0571	0.069	0	0	0	0.0385	6.14%
A4	0.0469	0.0677	0	0	0	0.0341	5.43%
A5	0.0708	0.0903	0	0	0	0.0489	7.78%
A6	0.1526	0.1834	0	0	0	0.1027	16.36%
A7	0.111	0.1333	0	0	0	0.0747	11.90%
A8	0.1588	0.1371	0	0	0	0.0949	15.10%
A9	0.1684	0.1006	0	0	0	0.0906	14.42%
					TOPLAM	0.6281	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.3904	0.3736	0	0	0	0.2414	38.44%
B2	0.0836	0.0947	0	0	0	0.0550	8.76%
B3	0.0157	0.0209	0	0	0	0.0110	1.75%
B4	0.0506	0.0599	0	0	0	0.0339	5.39%
B5	0.0092	0.0125	0	0	0	0.0065	1.04%
B6	0.0403	0.0477	0	0	0	0.0269	4.29%
B7	0.0468	0.0428	0	0	0	0.0285	4.54%
B8	0.0909	0.0824	0	0	0	0.0552	8.79%
B9	0.1632	0.1569	0	0	0	0.1011	16.10%
B10	0.0231	0.024	0	0	0	0.0147	2.34%
B11	0.0862	0.0847	0	0	0	0.0538	8.56%
					TOPLAM	0.6281	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1847	0	0	0	0	0.0747	18.47%
C2	0.0808	0	0	0	0	0.0327	8.08%
C3	0.3166	0	0	0	0	0.1280	31.66%
C4	0.1877	0	0	0	0	0.0758	18.77%
C5	0.0647	0	0	0	0	0.0262	6.47%
C6	0.0711	0	0	0	0	0.0287	7.11%
C7	0.0944	0	0	0	0	0.0382	9.44%
					TOPLAM	0.4042	100.00%

Çizelge A.16 : Futbol seyretmeyi seven katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.2526	0	0	0	0	0.1021	25.26%
D2	0.0358	0	0	0	0	0.0145	3.58%
D3	0.2025	0	0	0	0	0.0818	20.25%
D4	0.0387	0	0	0	0	0.0156	3.87%
D5	0.1553	0	0	0	0	0.0628	15.53%
D6	0.223	0	0	0	0	0.0901	22.30%
D7	0.0921	0	0	0	0	0.0372	9.21%
TOPLAM						0.4042	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.081	0	0	0.1608	0	0.0604	10.48%
E2	0.0944	0	0	0.0556	0	0.0477	8.28%
E3	0.1148	0	0	0.0616	0	0.0570	9.89%
E4	0.0392	0	0	0.0457	0	0.0237	4.11%
E5	0.0625	0	0	0.0616	0	0.0359	6.22%
E6	0.1534	0	0	0.1837	0	0.0936	16.25%
E7	0.2043	0	0	0.0981	0	0.0995	17.26%
E8	0.1267	0	0	0.1333	0	0.0742	12.87%
E9	0.1237	0	0	0.1997	0	0.0844	14.64%
TOPLAM						0.5764	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0432	0.0503	0	0.0127	4.78%
F2	0	0	0.2386	0.2578	0	0.0666	25.10%
F3	0	0	0.1194	0.1127	0	0.0305	11.50%
F4	0	0	0.0786	0.0694	0	0.0193	7.26%
F5	0	0	0.2295	0.179	0	0.0522	19.67%
F6	0	0	0.1101	0.114	0	0.0299	11.26%
F7	0	0	0.0563	0.062	0	0.0159	6.00%
F8	0	0	0.1243	0.1549	0	0.0382	14.42%
TOPLAM						0.2653	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.15264	0.0163	15.26%
G2	0	0	0	0	0.0741	0.0079	7.41%
G3	0	0	0	0	0.1953	0.0208	19.53%
G4	0	0	0	0	0.26605	0.0284	26.61%
G5	0	0	0	0	0.18204	0.0194	18.20%
G6	0	0	0	0	0.12987	0.0138	12.99%
TOPLAM						0.1066	100.00%

EK A.6

Çizelge A.17 : Futbol seyretmeyi sevmeyen katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.18 : Futbol seyretmeyi sevmeyen katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	34.22%
	K2	21.99%
	K3	20.83%
	K4	12.15%
	K5	10.81%

Çizelge A.19 : Futbol seyretmeyi sevmeyen katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.1692	0.1402	0	0	0	0.0887	15.79%
A2	0.122	0.0833	0	0	0	0.0601	10.69%
A3	0.0486	0.0714	0	0	0	0.0323	5.75%
A4	0.0388	0.0605	0	0	0	0.0266	4.73%
A5	0.0703	0.0976	0	0	0	0.0455	8.10%
A6	0.0966	0.1343	0	0	0	0.0626	11.14%
A7	0.1142	0.1415	0	0	0	0.0702	12.49%
A8	0.1423	0.1265	0	0	0	0.0765	13.61%
A9	0.198	0.1447	0	0	0	0.0996	17.71%
					TOPLAM	0.5621	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.4323	0.4166	0	0	0	0.2396	42.62%
B2	0.1373	0.1327	0	0	0	0.0762	13.55%
B3	0.0337	0.0314	0	0	0	0.0184	3.28%
B4	0.0308	0.0338	0	0	0	0.0180	3.20%
B5	0.0218	0.0178	0	0	0	0.0114	2.03%
B6	0.0507	0.036	0	0	0	0.0253	4.49%
B7	0.025	0.0293	0	0	0	0.0150	2.66%
B8	0.0472	0.0468	0	0	0	0.0264	4.70%
B9	0.0932	0.1156	0	0	0	0.0573	10.20%
B10	0.0338	0.0379	0	0	0	0.0199	3.54%
B11	0.0943	0.102	0	0	0	0.0547	9.73%
					TOPLAM	0.5621	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1474	0	0	0	0	0.0505	14.74%
C2	0.1144	0	0	0	0	0.0391	11.44%
C3	0.2361	0	0	0	0	0.0808	23.61%
C4	0.2428	0	0	0	0	0.0831	24.28%
C5	0.0912	0	0	0	0	0.0312	9.12%
C6	0.0653	0	0	0	0	0.0223	6.53%
C7	0.1029	0	0	0	0	0.0352	10.29%
					TOPLAM	0.3422	100.00%

Çizelge A.20 : Futbol seyretmeyi sevmeyen katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.198	0	0	0	0	0.0677	19.80%
D2	0.0285	0	0	0	0	0.0098	2.85%
D3	0.0655	0	0	0	0	0.0224	6.55%
D4	0.0144	0	0	0	0	0.0049	1.44%
D5	0.3269	0	0	0	0	0.1119	32.69%
D6	0.2216	0	0	0	0	0.0758	22.16%
D7	0.1452	0	0	0	0	0.0497	14.52%
					TOPLAM	0.3422	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.0915	0	0	0.1763	0	0.0527	11.37%
E2	0.078	0	0	0.0659	0	0.0347	7.48%
E3	0.0844	0	0	0.0518	0	0.0352	7.59%
E4	0.0465	0	0	0.0319	0	0.0198	4.26%
E5	0.0666	0	0	0.0543	0	0.0294	6.34%
E6	0.2306	0	0	0.2114	0	0.1046	22.56%
E7	0.1275	0	0	0.0743	0	0.0527	11.36%
E8	0.1605	0	0	0.1576	0	0.0741	15.98%
E9	0.1144	0	0	0.1764	0	0.0606	13.07%
					TOPLAM	0.4637	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0425	0.0596	0	0.0161	4.88%
F2	0	0	0.1741	0.1823	0	0.0584	17.71%
F3	0	0	0.1758	0.1221	0	0.0514	15.60%
F4	0	0	0.0869	0.0722	0	0.0269	8.15%
F5	0	0	0.2363	0.1737	0	0.0703	21.33%
F6	0	0	0.102	0.1476	0	0.0392	11.88%
F7	0	0	0.0789	0.101	0	0.0287	8.71%
F8	0	0	0.1035	0.1415	0	0.0388	11.75%
					TOPLAM	0.3298	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.20516	0.0222	20.52%
G2	0	0	0	0	0.0605	0.0065	6.05%
G3	0	0	0	0	0.15635	0.0169	15.64%
G4	0	0	0	0	0.23265	0.0252	23.27%
G5	0	0	0	0	0.19854	0.0215	19.85%
G6	0	0	0	0	0.1468	0.0159	14.68%
					TOPLAM	0.1081	100.00%

EK A.7

Çizelge A.21 : Futbol seyretmeyi seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – ana kriterler, A, B ve C grubu kriterleri.

GENEL : Genel katılımcı sonuçları (Sıralama bu gruba göre yapılmıştır)					
9E : Futbol seyretmeyi seven katılımcı sonuçları					
9H : Futbol seyretmeyi sevmeyen katılımcı sonuçları					
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	9E	9H
ANA KRİTERLER	K1	Futbolun seyir zevki	39.58%	40.42%	34.22%
	K2	Futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki	22.50%	22.39%	21.99%
	K4	Futbolun ulaşılabilirliği	16.35%	17.22%	12.15%
	K3	Futbolun bilinirliği	10.79%	9.31%	20.83%
	K5	Futbol ürününün değeri	10.77%	10.66%	10.81%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	9E	9H
FUTBOL KURALLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER	A8	Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması	16.06%	15.10%	13.61%
	A9	Puan sisteminde değişiklik yapılması	15.63%	14.42%	17.71%
	A6	Ofsayt kuralında değişiklik yapılması	14.54%	16.36%	11.14%
	A2	Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması	13.51%	13.92%	10.69%
	A7	Faul kurallarında değişiklik yapılması	11.21%	11.90%	12.49%
	A1	Saha içinde yer alacak oyuncu sayısında değişiklik yapılması	10.25%	8.95%	15.79%
	A5	Kale ölçülerinin değiştirilmesi	7.56%	7.78%	8.10%
	A3	Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi	6.05%	6.14%	5.75%
	A4	Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi	5.19%	5.43%	4.73%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	9E	9H
FUTBOLUN TEMEL AKTİVİTELERİ	B1	Gol atılması	39.66%	38.44%	42.62%
	B9	Şut çekilmesi	14.87%	16.10%	10.20%
	B2	Golün kurtarılması	9.56%	8.76%	13.55%
	B11	Araya girerek topun çalınması	8.87%	38.44%	42.62%
	B8	Çalım atılması	7.92%	8.79%	4.70%
	B4	Ara pas yapılması	4.97%	5.39%	3.20%
	B6	Ceza sahasına orta yapılması	4.34%	4.29%	4.49%
	B7	Dripling yapılması	4.15%	4.54%	2.66%
	B10	Faul yapılması	2.52%	38.44%	42.62%
	B3	Yan pas yapılması	1.98%	1.75%	3.28%
	B5	Geri pas yapılması	1.17%	1.04%	2.03%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	9E	9H
FUTBOL MAÇINDAKİ OYUNCULARIN ÖZELLİKLERİ	C3	Teknik kapasitesi ve mücadele gücü yüksek oyuncu sayısının fazla olması	30.23%	31.66%	23.61%
	C4	Takımlarda yıldız oyuncuların yer alması	19.71%	18.77%	24.28%
	C1	Teknik kapasitesi yüksek oyuncu sayısının fazla olması	17.86%	18.47%	14.74%
	C7	Seyirciyle iletişimi yüksek oyuncuların sahada yer alması	9.64%	9.44%	10.29%
	C2	Mücadeleci özelliği yüksek olan oyuncu sayısının fazla olması	8.62%	8.08%	11.44%
	C6	Takımlarda altyapıdan yetişmiş oyuncuların yer alması	7.04%	7.11%	6.53%
	C5	Takımlarda yeni transfer edilmiş oyuncuların yer alması	6.90%	6.47%	9.12%

Çizelge A.22 : Futbol seyretmeyi seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – D, E, F ve G grubu kriterleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	9E	9H
TAKIMLARIN OYUN ANLAYIŞI	D1	Atak oyun anlayışı	25.69%	25.26%	19.80%
	D6	Takım oyununun ön planda olduğu bir oyun yapısı	20.82%	22.30%	22.16%
	D3	İleriye doğru hızlı paslaşarak sonuca giden bir oyun yapısı	19.95%	20.25%	6.55%
	D5	Pres yapıp top kazanarak sonuca giden bir oyun yapısı	15.65%	15.53%	32.69%
	D7	Yıldız oyuncularla sonuca gidilecek bir oyun yapısı	9.89%	9.21%	14.52%
	D4	Pas yüzdesini yüksek tutarak fakat ağır oynayarak sonuca giden bir oyun yapısı	4.10%	3.87%	1.44%
	D2	Defansif oyun anlayışı	3.90%	3.58%	2.85%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	9E	9H
FUTBOL MAÇININ YERİ, ZAMANI VE MALİYET	E6	Bilet fiyatları	17.23%	16.25%	22.56%
	E7	Stadyum atmosferi	16.15%	17.26%	11.36%
	E9	Maç zamanının uygunluğu	14.43%	14.64%	13.07%
	E8	Stadyum güvenliği	13.42%	12.87%	15.98%
	E1	Stadyumun konumu	10.68%	10.48%	11.37%
	E3	Stadyum konforu	9.51%	9.89%	7.59%
	E2	Stadyum kapasitesi	8.19%	8.28%	7.48%
	E5	Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler	6.26%	6.22%	6.34%
	E4	Stadyum çevresinin çekiciliği	4.13%	4.11%	4.26%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	9E	9H
MEDYA	F2	Şifresiz kanaldan maç yayını	23.68%	25.10%	17.71%
	F5	Futbol programları	19.92%	19.67%	21.33%
	F8	İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı	14.12%	14.42%	11.75%
	F3	Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması	11.96%	11.50%	15.60%
	F6	Gazetelerde yer alan futbol sayfaları	11.56%	11.26%	11.88%
	F4	Radio yayınları	7.38%	7.26%	8.15%
	F7	Futbola ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı	6.49%	6.00%	8.71%
	F1	Şifreli kanaldan maç yayını	4.88%	4.78%	4.88%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	9E	9H
ORGANİZASYONUN VE MAÇIN ÖNEMİ	G4	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyonun (lig, kupa, Avrupa Kupası, vb.) değeri	26.07%	26.61%	23.27%
	G3	Yapılan maçın önem düzeyi (Lig maçı, eleme maçı, final maçı vb.)	18.84%	19.53%	15.64%
	G5	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyondaki başarılı kulüp sayısı	18.53%	18.20%	19.85%
	G1	Takımlar arasındaki rekabetçi denge	16.10%	15.26%	20.52%
	G6	Hakemlerin adil yönetimi	13.29%	12.99%	14.68%
	G2	Maç sonucunun belirsizliği	7.17%	7.41%	6.05%

EK A.8

Çizelge A.23 : Futbol oynamayı seven katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.24 : Futbol oynamayı seven katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	37.74%
	K2	26.82%
	K3	9.57%
	K4	15.88%
	K5	9.99%

Çizelge A.25 : Futbol oynamayı seven katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.0837	0.0925	0	0	0	0.0564	8.73%
A2	0.1539	0.1292	0	0	0	0.0927	14.36%
A3	0.0559	0.0707	0	0	0	0.0400	6.20%
A4	0.0468	0.0701	0	0	0	0.0365	5.65%
A5	0.0734	0.0985	0	0	0	0.0541	8.38%
A6	0.1431	0.1904	0	0	0	0.1051	16.27%
A7	0.1129	0.1298	0	0	0	0.0774	11.99%
A8	0.1597	0.1171	0	0	0	0.0917	14.20%
A9	0.1706	0.1019	0	0	0	0.0917	14.21%
					TOPLAM	0.6456	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.395	0.3749	0	0	0	0.2496	38.67%
B2	0.0793	0.0924	0	0	0	0.0547	8.47%
B3	0.0152	0.019	0	0	0	0.0109	1.68%
B4	0.056	0.0664	0	0	0	0.0389	6.03%
B5	0.0097	0.0125	0	0	0	0.0070	1.09%
B6	0.0448	0.0511	0	0	0	0.0306	4.74%
B7	0.047	0.0447	0	0	0	0.0297	4.60%
B8	0.0909	0.0834	0	0	0	0.0567	8.78%
B9	0.1519	0.1487	0	0	0	0.0972	15.06%
B10	0.0233	0.0223	0	0	0	0.0148	2.29%
B11	0.0868	0.0846	0	0	0	0.0554	8.59%
					TOPLAM	0.6456	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1977	0	0	0	0	0.0746	19.77%
C2	0.0765	0	0	0	0	0.0289	7.65%
C3	0.3008	0	0	0	0	0.1135	30.08%
C4	0.1875	0	0	0	0	0.0707	18.75%
C5	0.0641	0	0	0	0	0.0242	6.41%
C6	0.0727	0	0	0	0	0.0274	7.27%
C7	0.1008	0	0	0	0	0.0380	10.08%
					TOPLAM	0.3774	100.00%

Çizelge A.26 : Futbol oynamayı seven katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.2489	0	0	0	0	0.0939	24.89%
D2	0.0365	0	0	0	0	0.0138	3.65%
D3	0.1966	0	0	0	0	0.0742	19.66%
D4	0.0385	0	0	0	0	0.0145	3.85%
D5	0.1507	0	0	0	0	0.0569	15.07%
D6	0.2337	0	0	0	0	0.0882	23.37%
D7	0.0951	0	0	0	0	0.0359	9.51%
					TOPLAM	0.3774	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.0879	0	0	0.1629	0	0.0591	11.01%
E2	0.0913	0	0	0.0605	0	0.0440	8.21%
E3	0.1117	0	0	0.0641	0	0.0523	9.76%
E4	0.0384	0	0	0.0479	0	0.0221	4.12%
E5	0.0586	0	0	0.0595	0	0.0316	5.89%
E6	0.1578	0	0	0.185	0	0.0889	16.59%
E7	0.1929	0	0	0.0946	0	0.0878	16.38%
E8	0.1271	0	0	0.1298	0	0.0686	12.79%
E9	0.1343	0	0	0.1958	0	0.0818	15.25%
					TOPLAM	0.5362	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0434	0.052	0	0.0124	4.88%
F2	0	0	0.2364	0.2743	0	0.0662	26.00%
F3	0	0	0.1248	0.1172	0	0.0306	12.01%
F4	0	0	0.0734	0.0673	0	0.0177	6.96%
F5	0	0	0.2227	0.1669	0	0.0478	18.79%
F6	0	0	0.1162	0.1099	0	0.0286	11.23%
F7	0	0	0.0576	0.0641	0	0.0157	6.17%
F8	0	0	0.1254	0.1482	0	0.0355	13.96%
					TOPLAM	0.2546	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.15545	0.0155	15.55%
G2	0	0	0	0	0.07763	0.0078	7.76%
G3	0	0	0	0	0.18813	0.0188	18.81%
G4	0	0	0	0	0.25911	0.0259	25.91%
G5	0	0	0	0	0.18472	0.0184	18.47%
G6	0	0	0	0	0.13497	0.0135	13.50%
					TOPLAM	0.0999	100.00%

EK A.9

Çizelge A.27 : Futbol oynamayı sevmeyen katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.28 : Futbol oynamayı sevmeyen katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	42.25%
	K2	15.58%
	K3	13.24%
	K4	16.80%
	K5	12.13%

Çizelge A.29 : Futbol oynamayı sevmeyen katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.1378	0.1114	0	0	0	0.0756	13.07%
A2	0.1211	0.0996	0	0	0	0.0667	11.53%
A3	0.0553	0.0669	0	0	0	0.0338	5.84%
A4	0.043	0.0594	0	0	0	0.0274	4.74%
A5	0.0661	0.0788	0	0	0	0.0402	6.95%
A6	0.1373	0.1444	0	0	0	0.0805	13.93%
A7	0.1097	0.1439	0	0	0	0.0688	11.89%
A8	0.1498	0.1779	0	0	0	0.0910	15.74%
A9	0.1799	0.1178	0	0	0	0.0944	16.32%
					TOPLAM	0.5783	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.4077	0.0855	0	0	0	0.1856	32.09%
B2	0.1212	0.0541	0	0	0	0.0597	10.32%
B3	0.0248	0.031	0	0	0	0.0153	2.65%
B4	0.033	0.0773	0	0	0	0.0260	4.50%
B5	0.0132	0.0615	0	0	0	0.0151	2.62%
B6	0.0377	0.2693	0	0	0	0.0579	10.01%
B7	0.0345	0.4002	0	0	0	0.0769	13.30%
B8	0.0664	0.0018	0	0	0	0.0283	4.90%
B9	0.1434	0.0064	0	0	0	0.0616	10.65%
B10	0.0279	0.0022	0	0	0	0.0121	2.09%
B11	0.0901	0.0108	0	0	0	0.0398	6.88%
					TOPLAM	0.5783	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1452	0	0	0	0	0.0613	14.52%
C2	0.1078	0	0	0	0	0.0455	10.78%
C3	0.3012	0	0	0	0	0.1273	30.12%
C4	0.2146	0	0	0	0	0.0906	21.46%
C5	0.0785	0	0	0	0	0.0332	7.85%
C6	0.0654	0	0	0	0	0.0276	6.54%
C7	0.0874	0	0	0	0	0.0369	8.74%
					TOPLAM	0.4225	100.00%

Çizelge A.30 : Futbol oynamayı sevmeyen katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu
kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.2701	0	0	0	0	0.1141	27.01%
D2	0.0441	0	0	0	0	0.0186	4.41%
D3	0.2049	0	0	0	0	0.0866	20.49%
D4	0.0456	0	0	0	0	0.0193	4.56%
D5	0.1664	0	0	0	0	0.0703	16.64%
D6	0.1638	0	0	0	0	0.0692	16.38%
D7	0.1052	0	0	0	0	0.0444	10.52%
TOPLAM						0.4225	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.0751	0	0	0.1646	0	0.0594	10.05%
E2	0.0935	0	0	0.0515	0	0.0481	8.15%
E3	0.1052	0	0	0.0523	0	0.0532	9.02%
E4	0.0449	0	0	0.0349	0	0.0248	4.21%
E5	0.0737	0	0	0.0619	0	0.0415	7.03%
E6	0.1793	0	0	0.1953	0	0.1086	18.39%
E7	0.1811	0	0	0.0917	0	0.0919	15.57%
E8	0.1438	0	0	0.1528	0	0.0864	14.64%
E9	0.1033	0	0	0.195	0	0.0764	12.94%
TOPLAM						0.5904	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.043	0.0503	0	0.0141	4.71%
F2	0	0	0.2084	0.1906	0	0.0596	19.85%
F3	0	0	0.1338	0.1096	0	0.0361	12.03%
F4	0	0	0.0947	0.0761	0	0.0253	8.43%
F5	0	0	0.2473	0.2039	0	0.0670	22.30%
F6	0	0	0.0959	0.139	0	0.0360	12.00%
F7	0	0	0.0644	0.0732	0	0.0208	6.93%
F8	0	0	0.1125	0.1573	0	0.0413	13.75%
TOPLAM						0.3004	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.17178	0.0208	17.18%
G2	0	0	0	0	0.06138	0.0074	6.14%
G3	0	0	0	0	0.18881	0.0229	18.88%
G4	0	0	0	0	0.26341	0.0320	26.34%
G5	0	0	0	0	0.18596	0.0226	18.60%
G6	0	0	0	0	0.12867	0.0156	12.87%
TOPLAM						0.1213	100.00%

EK A.10

Çizelge A.31 : Futbol oynamayı seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – ana kriterler, A, B ve C grubu kriterleri.

GENEL : Genel katılımcı sonuçları (Sıralama bu gruba göre yapılmıştır)					
10E : Futbol oynamayı seven katılımcı sonuçları					
10H : Futbol oynamayı sevmeyen katılımcı sonuçları					
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	10E	10H
ANA KRİTERLER	K1	Futbolun seyir zevki	39.58%	37.74%	42.25%
	K2	Futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki	22.50%	26.82%	15.58%
	K4	Futbolun ulaşılabilirliği	16.35%	15.88%	16.80%
	K3	Futbolun bilinirliği	10.79%	9.57%	13.24%
	K5	Futbol ürününün değeri	10.77%	9.99%	12.13%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	10E	10H
FUTBOL KURALLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER	A8	Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması	16.06%	14.20%	15.74%
	A9	Puan sisteminde değişiklik yapılması	15.63%	14.21%	16.32%
	A6	Ofsayt kuralında değişiklik yapılması	14.54%	16.27%	13.93%
	A2	Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması	13.51%	14.36%	11.53%
	A7	Faul kurallarında değişiklik yapılması	11.21%	11.99%	11.89%
	A1	Saha içinde yer alacak oyuncu sayısında değişiklik yapılması	10.25%	8.73%	13.07%
	A5	Kale ölçülerinin değiştirilmesi	7.56%	8.38%	6.95%
	A3	Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi	6.05%	6.20%	5.84%
	A4	Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi	5.19%	5.65%	4.74%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	10E	10H
FUTBOLUN TEMEL AKTİVİTELERİ	B1	Gol atılması	39.66%	38.67%	32.09%
	B9	Şut çekilmesi	14.87%	15.06%	10.65%
	B2	Golün kurtarılması	9.56%	8.47%	10.32%
	B11	Araya girerek topun çalınması	8.87%	38.67%	32.09%
	B8	Çalım atılması	7.92%	8.78%	4.90%
	B4	Ara pas yapılması	4.97%	6.03%	4.50%
	B6	Ceza sahasına orta yapılması	4.34%	4.74%	10.01%
	B7	Dripling yapılması	4.15%	4.60%	13.30%
	B10	Faul yapılması	2.52%	38.67%	32.09%
	B3	Yan pas yapılması	1.98%	1.68%	2.65%
	B5	Geri pas yapılması	1.17%	1.09%	2.62%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	10E	10H
FUTBOL MAÇINDAKİ OYUNCULARIN ÖZELLİKLERİ	C3	Teknik kapasitesi ve mücadele gücü yüksek oyuncu sayısının fazla olması	30.23%	30.08%	30.12%
	C4	Takımlarda yıldız oyuncuların yer alması	19.71%	18.75%	21.46%
	C1	Teknik kapasitesi yüksek oyuncu sayısının fazla olması	17.86%	19.77%	14.52%
	C7	Seyirciyle iletişimi yüksek oyuncuların sahada yer alması	9.64%	10.08%	8.74%
	C2	Mücadeleci özelliği yüksek olan oyuncu sayısının fazla olması	8.62%	7.65%	10.78%
	C6	Takımlarda altyapıdan yetişmiş oyuncuların yer alması	7.04%	7.27%	6.54%
	C5	Takımlarda yeni transfer edilmiş oyuncuların yer alması	6.90%	6.41%	7.85%

Çizelge A.32 : Futbolu seven ve sevmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması
– D, E, F ve G grubu kriterleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	10E	10H
TAKIMLARIN OYUN ANLAYIŞI	D1	Atak oyun anlayışı	25.69%	24.89%	27.01%
	D6	Takım oyununun ön planda olduğu bir oyun yapısı	20.82%	23.37%	16.38%
	D3	İleriye doğru hızlı paslaşarak sonuca giden bir oyun yapısı	19.95%	19.66%	20.49%
	D5	Pres yapıp top kazanarak sonuca giden bir oyun yapısı	15.65%	15.07%	16.64%
	D7	Yıldız oyuncularla sonuca gidilecek bir oyun yapısı	9.89%	9.51%	10.52%
	D4	Pas yüzdesini yüksek tutarak fakat ağır oynayarak sonuca giden bir oyun yapısı	4.10%	3.85%	4.56%
	D2	Defansif oyun anlayışı	3.90%	3.65%	4.41%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	10E	10H
FUTBOL MAÇININ YERİ, ZAMANI VE MALİYET	E6	Bilet fiyatları	17.23%	16.59%	18.39%
	E7	Stadyum atmosferi	16.15%	16.38%	15.57%
	E9	Maç zamanının uygunluğu	14.43%	15.25%	12.94%
	E8	Stadyum güvenliği	13.42%	12.79%	14.64%
	E1	Stadyumun konumu	10.68%	11.01%	10.05%
	E3	Stadyum konforu	9.51%	9.76%	9.02%
	E2	Stadyum kapasitesi	8.19%	8.21%	8.15%
	E5	Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler	6.26%	5.89%	7.03%
	E4	Stadyum çevresinin çekiciliği	4.13%	4.12%	4.21%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	10E	10H
MEDYA	F2	Şifresiz kanaldan maç yayını	23.68%	26.00%	19.85%
	F5	Futbol programları	19.92%	18.79%	22.30%
	F8	İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı	14.12%	13.96%	13.75%
	F3	Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması	11.96%	12.01%	12.03%
	F6	Gazetelerde yer alan futbol sayfaları	11.56%	11.23%	12.00%
	F4	Radio yayınları	7.38%	6.96%	8.43%
	F7	Futbola ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı	6.49%	6.17%	6.93%
	F1	Şifreli kanaldan maç yayını	4.88%	4.88%	4.71%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	10E	10H
ORGANİZASYONUN VE MAÇIN ÖNEMİ	G4	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyonun (lig, kupa, Avrupa Kupası, vb.) değeri	26.07%	25.91%	26.34%
	G3	Yapılan maçın önem düzeyi (Lig maçı, eleme maçı, final maçı vb.)	18.84%	18.81%	18.88%
	G5	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyondaki başarılı kulüp sayısı	18.53%	18.47%	18.60%
	G1	Takımlar arasındaki rekabetçi denge	16.10%	15.55%	17.18%
	G6	Hakemlerin adil yönetimi	13.29%	13.50%	12.87%
	G2	Maç sonucunun belirsizliği	7.17%	7.76%	6.14%

EK A.11

Çizelge A.33 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.34 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	40.01%
	K2	21.22%
	K3	11.01%
	K4	16.80%
	K5	10.97%

Çizelge A.35 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.095	0.0971	0	0	0	0.0586	9.58%
A2	0.1497	0.1226	0	0	0	0.0859	14.03%
A3	0.0581	0.072	0	0	0	0.0385	6.29%
A4	0.0456	0.0655	0	0	0	0.0321	5.25%
A5	0.0672	0.0893	0	0	0	0.0458	7.48%
A6	0.1358	0.1692	0	0	0	0.0902	14.74%
A7	0.1119	0.1377	0	0	0	0.0740	12.09%
A8	0.1609	0.1382	0	0	0	0.0937	15.30%
A9	0.1758	0.1083	0	0	0	0.0933	15.24%
					TOPLAM	0.6123	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.3953	0.3919	0	0	0	0.2413	39.41%
B2	0.0954	0.1018	0	0	0	0.0598	9.76%
B3	0.0186	0.0219	0	0	0	0.0121	1.98%
B4	0.0487	0.0545	0	0	0	0.0311	5.07%
B5	0.0114	0.0129	0	0	0	0.0073	1.19%
B6	0.0442	0.0445	0	0	0	0.0271	4.43%
B7	0.0439	0.0391	0	0	0	0.0258	4.22%
B8	0.0831	0.0743	0	0	0	0.0490	8.01%
B9	0.1472	0.1452	0	0	0	0.0897	14.65%
B10	0.0246	0.0256	0	0	0	0.0153	2.50%
B11	0.0875	0.0883	0	0	0	0.0537	8.78%
					TOPLAM	0.6123	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1797	0	0	0	0	0.0719	17.97%
C2	0.0855	0	0	0	0	0.0342	8.55%
C3	0.3006	0	0	0	0	0.1203	30.06%
C4	0.1875	0	0	0	0	0.0750	18.75%
C5	0.0705	0	0	0	0	0.0282	7.05%
C6	0.0754	0	0	0	0	0.0302	7.54%
C7	0.1006	0	0	0	0	0.0403	10.06%
					TOPLAM	0.4001	100.00%

Çizelge A.36 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.2509	0	0	0	0	0.1004	25.09%
D2	0.0382	0	0	0	0	0.0153	3.82%
D3	0.2012	0	0	0	0	0.0805	20.12%
D4	0.0423	0	0	0	0	0.0169	4.23%
D5	0.1613	0	0	0	0	0.0645	16.13%
D6	0.209	0	0	0	0	0.0836	20.90%
D7	0.0972	0	0	0	0	0.0389	9.72%
TOPLAM						0.4001	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.0838	0	0	0.1691	0	0.0620	10.91%
E2	0.0922	0	0	0.0557	0	0.0462	8.14%
E3	0.1084	0	0	0.0604	0	0.0535	9.42%
E4	0.0379	0	0	0.0423	0	0.0223	3.92%
E5	0.0609	0	0	0.057	0	0.0339	5.97%
E6	0.159	0	0	0.1827	0	0.0943	16.60%
E7	0.19	0	0	0.0918	0	0.0915	16.10%
E8	0.1399	0	0	0.1374	0	0.0791	13.92%
E9	0.1279	0	0	0.2036	0	0.0854	15.03%
TOPLAM						0.5681	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0441	0.0514	0	0.0135	4.85%
F2	0	0	0.2327	0.2476	0	0.0672	24.17%
F3	0	0	0.1313	0.1212	0	0.0348	12.52%
F4	0	0	0.0842	0.0702	0	0.0211	7.58%
F5	0	0	0.2231	0.1709	0	0.0533	19.16%
F6	0	0	0.1064	0.1172	0	0.0314	11.29%
F7	0	0	0.0557	0.0649	0	0.0170	6.13%
F8	0	0	0.1224	0.1566	0	0.0398	14.31%
TOPLAM						0.2781	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.161	0.0177	16.10%
G2	0	0	0	0	0.07005	0.0077	7.00%
G3	0	0	0	0	0.18895	0.0207	18.89%
G4	0	0	0	0	0.26743	0.0293	26.74%
G5	0	0	0	0	0.18481	0.0203	18.48%
G6	0	0	0	0	0.12776	0.0140	12.78%
TOPLAM						0.1097	100.00%

EK A.12

Çizelge A.37 : Futbolun kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.38 : Futbolun kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	36.03%
	K2	31.98%
	K3	9.27%
	K4	13.37%
	K5	9.36%

Çizelge A.39 : Futbolun kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.1317	0.109	0	0	0	0.0823	12.11%
A2	0.1007	0.095	0	0	0	0.0667	9.80%
A3	0.0424	0.056	0	0	0	0.0332	4.88%
A4	0.0444	0.0744	0	0	0	0.0398	5.85%
A5	0.0987	0.1101	0	0	0	0.0708	10.41%
A6	0.1795	0.2129	0	0	0	0.1327	19.52%
A7	0.1105	0.1211	0	0	0	0.0785	11.55%
A8	0.13	0.12	0	0	0	0.0852	12.53%
A9	0.1621	0.1015	0	0	0	0.0909	13.36%
					TOPLAM	0.6801	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.4399	0.3561	0	0	0	0.2724	40.05%
B2	0.0731	0.1003	0	0	0	0.0584	8.59%
B3	0.0149	0.0276	0	0	0	0.0142	2.09%
B4	0.0371	0.0538	0	0	0	0.0306	4.50%
B5	0.0077	0.0158	0	0	0	0.0078	1.15%
B6	0.0322	0.0502	0	0	0	0.0277	4.07%
B7	0.0344	0.0441	0	0	0	0.0265	3.90%
B8	0.0757	0.0719	0	0	0	0.0503	7.39%
B9	0.1652	0.1596	0	0	0	0.1106	16.26%
B10	0.0266	0.0258	0	0	0	0.0178	2.62%
B11	0.0933	0.0947	0	0	0	0.0639	9.40%
					TOPLAM	0.6801	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1668	0	0	0	0	0.0601	16.68%
C2	0.0885	0	0	0	0	0.0319	8.85%
C3	0.3061	0	0	0	0	0.1103	30.61%
C4	0.2651	0	0	0	0	0.0955	26.51%
C5	0.0586	0	0	0	0	0.0211	5.86%
C6	0.0439	0	0	0	0	0.0158	4.39%
C7	0.0709	0	0	0	0	0.0255	7.09%
					TOPLAM	0.3603	100.00%

Çizelge A.40 : Futbolun kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.294	0	0	0	0	0.1059	29.40%
D2	0.0445	0	0	0	0	0.0160	4.45%
D3	0.1896	0	0	0	0	0.0683	18.96%
D4	0.0336	0	0	0	0	0.0121	3.36%
D5	0.129	0	0	0	0	0.0465	12.90%
D6	0.2003	0	0	0	0	0.0722	20.03%
D7	0.109	0	0	0	0	0.0393	10.90%
					TOPLAM	0.3603	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.0819	0	0	0.1298	0	0.0468	9.48%
E2	0.0912	0	0	0.067	0	0.0418	8.46%
E3	0.1141	0	0	0.0553	0	0.0485	9.82%
E4	0.0598	0	0	0.0472	0	0.0279	5.64%
E5	0.079	0	0	0.0847	0	0.0398	8.06%
E6	0.202	0	0	0.2269	0	0.1031	20.87%
E7	0.1801	0	0	0.1048	0	0.0789	15.97%
E8	0.0952	0	0	0.1349	0	0.0523	10.59%
E9	0.0968	0	0	0.1493	0	0.0548	11.10%
					TOPLAM	0.4939	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0384	0.056	0	0.0110	4.88%
F2	0	0	0.1878	0.2131	0	0.0459	20.27%
F3	0	0	0.1062	0.0767	0	0.0201	8.88%
F4	0	0	0.0572	0.0661	0	0.0141	6.25%
F5	0	0	0.2823	0.2317	0	0.0571	25.24%
F6	0	0	0.1242	0.135	0	0.0296	13.06%
F7	0	0	0.093	0.0888	0	0.0205	9.06%
F8	0	0	0.1108	0.1326	0	0.0280	12.37%
					TOPLAM	0.2264	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.15935	0.0149	15.94%
G2	0	0	0	0	0.08277	0.0077	8.28%
G3	0	0	0	0	0.18287	0.0171	18.29%
G4	0	0	0	0	0.21914	0.0205	21.91%
G5	0	0	0	0	0.18622	0.0174	18.62%
G6	0	0	0	0	0.16966	0.0159	16.97%
					TOPLAM	0.0936	100.00%

EK A.13

Çizelge A.41 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen ve düşünmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – ana kriterler, A, B ve C grubu kriterleri.

GENEL :		Genel katılımcı sonuçları (Sıralama bu gruba göre yapılmıştır)			
11E :		Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen katılımcı sonuçları			
11H :		Futbolun kolay ulaşılabilir olmadığını düşünen katılımcı sonuçları			
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	11E	11H
ANA KRİTERLER	K1	Futbolun seyir zevki	39.58%	40.01%	36.03%
	K2	Futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki	22.50%	21.22%	31.98%
	K4	Futbolun ulaşılabilirliği	16.35%	16.80%	13.37%
	K3	Futbolun bilinirliği	10.79%	11.01%	9.27%
	K5	Futbol ürününün değeri	10.77%	10.97%	9.36%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	11E	11H
FUTBOL KURALLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER	A8	Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması	16.06%	15.30%	12.53%
	A9	Puan sisteminde değişiklik yapılması	15.63%	15.24%	13.36%
	A6	Ofsayt kuralında değişiklik yapılması	14.54%	14.74%	19.52%
	A2	Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması	13.51%	14.03%	9.80%
	A7	Faul kurallarında değişiklik yapılması	11.21%	12.09%	11.55%
	A1	Saha içinde yer alacak oyuncu sayısında değişiklik yapılması	10.25%	9.58%	12.11%
	A5	Kale ölçülerinin değiştirilmesi	7.56%	7.48%	10.41%
	A3	Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi	6.05%	6.29%	4.88%
	A4	Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi	5.19%	5.25%	5.85%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	11E	11H
FUTBOLUN TEMEL AKTİVİTELERİ	B1	Gol atılması	39.66%	39.41%	40.05%
	B9	Şut çekilmesi	14.87%	14.65%	16.26%
	B2	Golün kurtarılması	9.56%	9.76%	8.59%
	B11	Araya girerek topun çalınması	8.87%	39.41%	40.05%
	B8	Çalım atılması	7.92%	8.01%	7.39%
	B4	Ara pas yapılması	4.97%	5.07%	4.50%
	B6	Ceza sahasına orta yapılması	4.34%	4.43%	4.07%
	B7	Dripling yapılması	4.15%	4.22%	3.90%
	B10	Faul yapılması	2.52%	39.41%	40.05%
	B3	Yan pas yapılması	1.98%	1.98%	2.09%
	B5	Geri pas yapılması	1.17%	1.19%	1.15%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	11E	11H
FUTBOL MAÇINDAKİ OYUNCULARIN ÖZELLİKLERİ	C3	Teknik kapasitesi ve mücadele gücü yüksek oyuncu sayısının fazla olması	30.23%	30.06%	30.61%
	C4	Takımlarda yıldız oyuncuların yer alması	19.71%	18.75%	26.51%
	C1	Teknik kapasitesi yüksek oyuncu sayısının fazla olması	17.86%	17.97%	16.68%
	C7	Seyirciyle iletişimi yüksek oyuncuların sahada yer alması	9.64%	10.06%	7.09%
	C2	Mücadeleci özelliği yüksek olan oyuncu sayısının fazla olması	8.62%	8.55%	8.85%
	C6	Takımlarda altyapıdan yetişmiş oyuncuların yer alması	7.04%	7.54%	4.39%
	C5	Takımlarda yeni transfer edilmiş oyuncuların yer alması	6.90%	7.05%	5.86%

Çizelge A.42 : Futbolun kolay ulaşılabilir olduğunu düşünen ve düşünmeyen katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – D, E, F ve G grubu kriterleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	11E	11H
TAKIMLARIN OYUN ANLAYIŞI	D1	Atak oyun anlayışı	25.69%	25.09%	29.40%
	D6	Takım oyununun ön planda olduğu bir oyun yapısı	20.82%	20.90%	20.03%
	D3	İleriye doğru hızlı paslaşarak sonuca giden bir oyun yapısı	19.95%	20.12%	18.96%
	D5	Pres yapıp top kazanarak sonuca giden bir oyun yapısı	15.65%	16.13%	12.90%
	D7	Yıldız oyuncularla sonuca gidilecek bir oyun yapısı	9.89%	9.72%	10.90%
	D4	Pas yüzdesini yüksek tutarak fakat ağır oynayarak sonuca giden bir oyun yapısı	4.10%	4.23%	3.36%
	D2	Defansif oyun anlayışı	3.90%	3.82%	4.45%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	11E	11H
FUTBOL MAÇININ YERİ, ZAMANI VE MALİYET	E6	Bilet fiyatları	17.23%	16.60%	20.87%
	E7	Stadyum atmosferi	16.15%	16.10%	15.97%
	E9	Maç zamanının uygunluğu	14.43%	15.03%	11.10%
	E8	Stadyum güvenliği	13.42%	13.92%	10.59%
	E1	Stadyumun konumu	10.68%	10.91%	9.48%
	E3	Stadyum konforu	9.51%	9.42%	9.82%
	E2	Stadyum kapasitesi	8.19%	8.14%	8.46%
	E5	Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler	6.26%	5.97%	8.06%
	E4	Stadyum çevresinin çekiciliği	4.13%	3.92%	5.64%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	11E	11H
MEDYA	F2	Şifresiz kanaldan maç yayını	23.68%	24.17%	20.27%
	F5	Futbol programları	19.92%	19.16%	25.24%
	F8	İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı	14.12%	14.31%	12.37%
	F3	Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması	11.96%	12.52%	8.88%
	F6	Gazetelerde yer alan futbol sayfaları	11.56%	11.29%	13.06%
	F4	Radyo yayınları	7.38%	7.58%	6.25%
	F7	Futbola ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı	6.49%	6.13%	9.06%
	F1	Şifreli kanaldan maç yayını	4.88%	4.85%	4.88%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	11E	11H
ORGANİZASYONUN VE MAÇIN ÖNEMİ	G4	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyonun (lig, kupa, Avrupa Kupası, vb.) değeri	26.07%	26.74%	21.91%
	G3	Yapılan maçın önem düzeyi (Lig maçı, eleme maçı, final maçı vb.)	18.84%	18.89%	18.29%
	G5	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyondaki başarılı kulüp sayısı	18.53%	18.48%	18.62%
	G1	Takımlar arasındaki rekabetçi denge	16.10%	16.10%	15.94%
	G6	Hakemlerin adil yönetimi	13.29%	12.78%	16.97%
	G2	Maç sonucunun belirsizliği	7.17%	7.00%	8.28%

EK A.14

Çizelge A.43 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.44 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan katılımcı sonuçları– ana kriter önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	39.44%
	K2	23.84%
	K3	10.77%
	K4	15.49%
	K5	10.46%

Çizelge A.45 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.1019	0.104	0	0	0	0.0650	10.27%
A2	0.141	0.1233	0	0	0	0.0850	13.44%
A3	0.0545	0.0661	0	0	0	0.0373	5.89%
A4	0.046	0.0646	0	0	0	0.0335	5.30%
A5	0.0763	0.0928	0	0	0	0.0522	8.25%
A6	0.1436	0.1682	0	0	0	0.0967	15.28%
A7	0.1089	0.1352	0	0	0	0.0752	11.88%
A8	0.1477	0.134	0	0	0	0.0902	14.25%
A9	0.1801	0.1118	0	0	0	0.0977	15.44%
					TOPLAM	0.6328	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.4064	0.3978	0	0	0	0.2551	40.32%
B2	0.0922	0.1039	0	0	0	0.0611	9.66%
B3	0.0173	0.0214	0	0	0	0.0119	1.89%
B4	0.0439	0.0502	0	0	0	0.0293	4.63%
B5	0.0107	0.0122	0	0	0	0.0071	1.13%
B6	0.0416	0.0415	0	0	0	0.0263	4.16%
B7	0.0418	0.0359	0	0	0	0.0250	3.96%
B8	0.0805	0.0698	0	0	0	0.0484	7.65%
B9	0.1509	0.1512	0	0	0	0.0955	15.10%
B10	0.0253	0.0255	0	0	0	0.0160	2.53%
B11	0.0894	0.0907	0	0	0	0.0569	8.99%
					TOPLAM	0.6328	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1771	0	0	0	0	0.0699	17.71%
C2	0.0861	0	0	0	0	0.0339	8.61%
C3	0.3043	0	0	0	0	0.1200	30.43%
C4	0.1931	0	0	0	0	0.0762	19.31%
C5	0.0703	0	0	0	0	0.0277	7.03%
C6	0.0707	0	0	0	0	0.0279	7.07%
C7	0.0983	0	0	0	0	0.0388	9.83%
					TOPLAM	0.3944	100.00%

Çizelge A.46 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.2608	0	0	0	0	0.1029	26.08%
D2	0.0393	0	0	0	0	0.0155	3.93%
D3	0.1997	0	0	0	0	0.0787	19.97%
D4	0.0403	0	0	0	0	0.0159	4.03%
D5	0.1534	0	0	0	0	0.0605	15.34%
D6	0.2075	0	0	0	0	0.0818	20.75%
D7	0.0992	0	0	0	0	0.0391	9.92%
TOPLAM						0.3944	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.0822	0	0	0.1678	0	0.0584	10.63%
E2	0.0927	0	0	0.059	0	0.0457	8.32%
E3	0.1119	0	0	0.0598	0	0.0534	9.72%
E4	0.0407	0	0	0.0439	0	0.0229	4.16%
E5	0.0628	0	0	0.0591	0	0.0339	6.18%
E6	0.1645	0	0	0.1885	0	0.0941	17.13%
E7	0.1865	0	0	0.0878	0	0.0872	15.87%
E8	0.1357	0	0	0.1367	0	0.0747	13.60%
E9	0.1229	0	0	0.1974	0	0.0791	14.39%
TOPLAM						0.5494	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0415	0.0508	0	0.0123	4.70%
F2	0	0	0.2144	0.2373	0	0.0598	22.79%
F3	0	0	0.1263	0.1151	0	0.0314	11.97%
F4	0	0	0.0818	0.0711	0	0.0198	7.55%
F5	0	0	0.2437	0.1911	0	0.0559	21.27%
F6	0	0	0.1147	0.1225	0	0.0313	11.93%
F7	0	0	0.0574	0.0663	0	0.0165	6.27%
F8	0	0	0.1201	0.1459	0	0.0355	13.53%
TOPLAM						0.2626	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.16003	0.0167	16.00%
G2	0	0	0	0	0.07388	0.0077	7.39%
G3	0	0	0	0	0.1972	0.0206	19.72%
G4	0	0	0	0	0.25312	0.0265	25.31%
G5	0	0	0	0	0.18179	0.0190	18.18%
G6	0	0	0	0	0.13399	0.0140	13.40%
TOPLAM						0.1046	100.00%

EK A.15

Çizelge A.47 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulmayan katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.48 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulmayan katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	38.96%
	K2	13.73%
	K3	10.51%
	K4	23.81%
	K5	12.99%

Çizelge A.49 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulmayan katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.0791	0.0649	0	0	0	0.0397	7.54%
A2	0.1457	0.0858	0	0	0	0.0685	13.01%
A3	0.0647	0.1033	0	0	0	0.0394	7.48%
A4	0.0407	0.0837	0	0	0	0.0273	5.19%
A5	0.0392	0.0829	0	0	0	0.0267	5.06%
A6	0.1231	0.2266	0	0	0	0.0791	15.01%
A7	0.1366	0.1317	0	0	0	0.0713	13.53%
A8	0.2409	0.1444	0	0	0	0.1137	21.58%
A9	0.1299	0.0767	0	0	0	0.0612	11.61%
					TOPLAM	0.5269	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.3629	0.2839	0	0	0	0.1804	34.23%
B2	0.0912	0.0791	0	0	0	0.0464	8.81%
B3	0.0254	0.0329	0	0	0	0.0144	2.73%
B4	0.0792	0.1005	0	0	0	0.0446	8.47%
B5	0.0119	0.0248	0	0	0	0.0081	1.53%
B6	0.0482	0.0867	0	0	0	0.0307	5.82%
B7	0.0473	0.0832	0	0	0	0.0298	5.66%
B8	0.0932	0.1077	0	0	0	0.0511	9.70%
B9	0.1385	0.1069	0	0	0	0.0687	13.03%
B10	0.022	0.0239	0	0	0	0.0119	2.25%
B11	0.0802	0.0703	0	0	0	0.0409	7.76%
					TOPLAM	0.5269	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1893	0	0	0	0	0.0737	18.93%
C2	0.0872	0	0	0	0	0.0340	8.72%
C3	0.285	0	0	0	0	0.1110	28.50%
C4	0.2303	0	0	0	0	0.0897	23.03%
C5	0.059	0	0	0	0	0.0230	5.90%
C6	0.0673	0	0	0	0	0.0262	6.73%
C7	0.082	0	0	0	0	0.0319	8.20%
					TOPLAM	0.3896	100.00%

Çizelge A.50 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulmayan katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.2272	0	0	0	0	0.0885	22.72%
D2	0.037	0	0	0	0	0.0144	3.70%
D3	0.1971	0	0	0	0	0.0768	19.71%
D4	0.0473	0	0	0	0	0.0184	4.73%
D5	0.1831	0	0	0	0	0.0713	18.31%
D6	0.2127	0	0	0	0	0.0829	21.27%
D7	0.0956	0	0	0	0	0.0372	9.56%
TOPLAM						0.3896	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.0937	0	0	0.1315	0	0.0678	10.80%
E2	0.0864	0	0	0.0449	0	0.0444	7.07%
E3	0.0918	0	0	0.0588	0	0.0498	7.93%
E4	0.0387	0	0	0.0362	0	0.0237	3.78%
E5	0.0689	0	0	0.0697	0	0.0434	6.92%
E6	0.1703	0	0	0.1868	0	0.1108	17.66%
E7	0.2129	0	0	0.1527	0	0.1193	19.01%
E8	0.1133	0	0	0.14	0	0.0775	12.34%
E9	0.124	0	0	0.1794	0	0.0910	14.50%
TOPLAM						0.6277	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0573	0.0596	0	0.0202	5.89%
F2	0	0	0.3272	0.2878	0	0.1029	29.99%
F3	0	0	0.1336	0.1077	0	0.0397	11.57%
F4	0	0	0.0653	0.061	0	0.0214	6.23%
F5	0	0	0.1461	0.1023	0	0.0397	11.57%
F6	0	0	0.0698	0.0955	0	0.0301	8.76%
F7	0	0	0.0793	0.0757	0	0.0264	7.68%
F8	0	0	0.1214	0.2104	0	0.0628	18.31%
TOPLAM						0.3432	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.16477	0.0214	16.48%
G2	0	0	0	0	0.05583	0.0073	5.58%
G3	0	0	0	0	0.12917	0.0168	12.92%
G4	0	0	0	0	0.31963	0.0415	31.96%
G5	0	0	0	0	0.20915	0.0272	20.91%
G6	0	0	0	0	0.12145	0.0158	12.15%
TOPLAM						0.1299	100.00%

EK A.16

Çizelge A.51 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan ve yeterli bulmayan katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – ana kriterler, A, B ve C grubu kriterleri.

GENEL		Genel katılımcı sonuçları (Sıralama bu gruba göre yapılmıştır)			
12E		Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan katılımcı sonuçları			
12H		Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yetersiz bulan katılımcı sonuçları			
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	12E	12H
ANA KRİTERLER	K1	Futbolun seyir zevki	39.58%	39.44%	38.96%
	K2	Futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki	22.50%	23.84%	13.73%
	K4	Futbolun ulaşılabilirliği	16.35%	15.49%	23.81%
	K3	Futbolun bilinirliği	10.79%	10.77%	10.51%
	K5	Futbol ürününün değeri	10.77%	10.46%	12.99%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	12E	12H
FUTBOL KURALLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER	A8	Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması	16.06%	14.25%	21.58%
	A9	Puan sisteminde değişiklik yapılması	15.63%	15.44%	11.61%
	A6	Ofsayt kuralında değişiklik yapılması	14.54%	15.28%	15.01%
	A2	Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması	13.51%	13.44%	13.01%
	A7	Faul kurallarında değişiklik yapılması	11.21%	11.88%	13.53%
	A1	Saha içinde yer alacak oyuncu sayısında değişiklik yapılması	10.25%	10.27%	7.54%
	A5	Kale ölçülerinin değiştirilmesi	7.56%	8.25%	5.06%
	A3	Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi	6.05%	5.89%	7.48%
	A4	Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi	5.19%	5.30%	5.19%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	12E	12H
FUTBOLUN TEMEL AKTİVİTELERİ	B1	Gol atılması	39.66%	40.32%	34.23%
	B9	Şut çekilmesi	14.87%	15.10%	13.03%
	B2	Golün kurtarılması	9.56%	9.66%	8.81%
	B11	Araya girerek topun çalınması	8.87%	40.32%	34.23%
	B8	Çalım atılması	7.92%	7.65%	9.70%
	B4	Ara pas yapılması	4.97%	4.63%	8.47%
	B6	Ceza sahasına orta yapılması	4.34%	4.16%	5.82%
	B7	Dripling yapılması	4.15%	3.96%	5.66%
	B10	Faul yapılması	2.52%	40.32%	34.23%
	B3	Yan pas yapılması	1.98%	1.89%	2.73%
	B5	Geri pas yapılması	1.17%	1.13%	1.53%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	12E	12H
FUTBOL MAÇINDAKİ OYUNCULARIN ÖZELLİKLERİ	C3	Teknik kapasitesi ve mücadele gücü yüksek oyuncu sayısının fazla olması	30.23%	30.43%	28.50%
	C4	Takımlarda yıldız oyuncuların yer alması	19.71%	19.31%	23.03%
	C1	Teknik kapasitesi yüksek oyuncu sayısının fazla olması	17.86%	17.71%	18.93%
	C7	Seyirciyle iletişimi yüksek oyuncuların sahada yer alması	9.64%	9.83%	8.20%
	C2	Mücadeleci özelliği yüksek olan oyuncu sayısının fazla olması	8.62%	8.61%	8.72%
	C6	Takımlarda altyapıdan yetişmiş oyuncuların yer alması	7.04%	7.07%	6.73%
	C5	Takımlarda yeni transfer edilmiş oyuncuların yer alması	6.90%	7.03%	5.90%

Çizelge A.52 : Futbolla ilgili organizasyonların tanıtımını yeterli bulan ve yeterli bulmayan katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – D, E, F ve G grubu kriterleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	12E	12H
TAKIMLARIN OYUN ANLAYIŞI	D1	Atak oyun anlayışı	25.69%	26.08%	22.72%
	D6	Takım oyununun ön planda olduğu bir oyun yapısı	20.82%	20.75%	21.27%
	D3	İleriye doğru hızlı paslaşarak sonuca giden bir oyun yapısı	19.95%	19.97%	19.71%
	D5	Pres yapıp top kazanarak sonuca giden bir oyun yapısı	15.65%	15.34%	18.31%
	D7	Yıldız oyuncularla sonuca gidilecek bir oyun yapısı	9.89%	9.92%	9.56%
	D4	Pas yüzdesini yüksek tutarak fakat ağır oynayarak sonuca giden bir oyun yapısı	4.10%	4.03%	4.73%
	D2	Defansif oyun anlayışı	3.90%	3.93%	3.70%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	12E	12H
FUTBOL MAÇININ YERİ, ZAMANI VE MALİYET	E6	Bilet fiyatları	17.23%	17.13%	17.66%
	E7	Stadyum atmosferi	16.15%	15.87%	19.01%
	E9	Maç zamanının uygunluğu	14.43%	14.39%	14.50%
	E8	Stadyum güvenliği	13.42%	13.60%	12.34%
	E1	Stadyumun konumu	10.68%	10.63%	10.80%
	E3	Stadyum konforu	9.51%	9.72%	7.93%
	E2	Stadyum kapasitesi	8.19%	8.32%	7.07%
	E5	Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler	6.26%	6.18%	6.92%
	E4	Stadyum çevresinin çekiciliği	4.13%	4.16%	3.78%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	12E	12H
MEDYA	F2	Şifresiz kanaldan maç yayını	23.68%	22.79%	29.99%
	F5	Futbol programları	19.92%	21.27%	11.57%
	F8	İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı	14.12%	13.53%	18.31%
	F3	Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması	11.96%	11.97%	11.57%
	F6	Gazetelerde yer alan futbol sayfaları	11.56%	11.93%	8.76%
	F4	Radio yayınları	7.38%	7.55%	6.23%
	F7	Futbolla ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı	6.49%	6.27%	7.68%
	F1	Şifreli kanaldan maç yayını	4.88%	4.70%	5.89%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	12E	12H
ORGANİZASYONUN VE MAÇIN ÖNEMİ	G4	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyonun (lig, kupa, Avrupa Kupası, vb.) değeri	26.07%	25.31%	31.96%
	G3	Yapılan maçın önem düzeyi (Lig maçı, eleme maçı, final maçı vb.)	18.84%	19.72%	12.92%
	G5	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyondaki başarılı kulüp sayısı	18.53%	18.18%	20.91%
	G1	Takımlar arasındaki rekabetçi denge	16.10%	16.00%	16.48%
	G6	Hakemlerin adil yönetimi	13.29%	13.40%	12.15%
	G2	Maç sonucunun belirsizliği	7.17%	7.39%	5.58%

EK A.17

Çizelge A.53 : Futbol ürününü değerli bulan katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.54 : Futbol ürününü değerli bulan katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	39.55%
	K2	23.27%
	K3	10.06%
	K4	15.26%
	K5	11.86%

Çizelge A.55 : Futbol ürününü değerli bulan katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.1004	0.0892	0	0	0	0.0605	9.62%
A2	0.1472	0.1134	0	0	0	0.0846	13.47%
A3	0.0603	0.0683	0	0	0	0.0397	6.32%
A4	0.0498	0.0648	0	0	0	0.0348	5.53%
A5	0.0694	0.0893	0	0	0	0.0482	7.67%
A6	0.1407	0.1699	0	0	0	0.0952	15.15%
A7	0.1076	0.1403	0	0	0	0.0752	11.97%
A8	0.1564	0.153	0	0	0	0.0975	15.52%
A9	0.1682	0.1118	0	0	0	0.0926	14.73%
					TOPLAM	0.6282	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.4275	0.4	0	0	0	0.2621	41.73%
B2	0.0924	0.0964	0	0	0	0.0590	9.39%
B3	0.0181	0.0211	0	0	0	0.0121	1.92%
B4	0.0495	0.0573	0	0	0	0.0329	5.24%
B5	0.01	0.0131	0	0	0	0.0070	1.12%
B6	0.0406	0.0452	0	0	0	0.0266	4.23%
B7	0.0351	0.0382	0	0	0	0.0228	3.62%
B8	0.076	0.0709	0	0	0	0.0465	7.41%
B9	0.1424	0.1461	0	0	0	0.0903	14.38%
B10	0.0234	0.0251	0	0	0	0.0151	2.40%
B11	0.085	0.0868	0	0	0	0.0538	8.57%
					TOPLAM	0.6282	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1905	0	0	0	0	0.0754	19.05%
C2	0.0808	0	0	0	0	0.0319	8.08%
C3	0.299	0	0	0	0	0.1183	29.90%
C4	0.1921	0	0	0	0	0.0760	19.21%
C5	0.0716	0	0	0	0	0.0283	7.16%
C6	0.0781	0	0	0	0	0.0309	7.81%
C7	0.088	0	0	0	0	0.0348	8.80%
					TOPLAM	0.3955	100.00%

Çizelge A.56 : Futbol ürününü değerli bulan katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.261	0	0	0	0	0.1033	26.10%
D2	0.039	0	0	0	0	0.0154	3.90%
D3	0.2015	0	0	0	0	0.0797	20.15%
D4	0.0407	0	0	0	0	0.0161	4.07%
D5	0.1648	0	0	0	0	0.0652	16.48%
D6	0.2039	0	0	0	0	0.0807	20.39%
D7	0.0891	0	0	0	0	0.0352	8.91%
					TOPLAM	0.3955	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.0866	0	0	0.1538	0	0.0577	10.53%
E2	0.091	0	0	0.0564	0	0.0446	8.14%
E3	0.1091	0	0	0.0652	0	0.0531	9.69%
E4	0.0388	0	0	0.0452	0	0.0222	4.06%
E5	0.0634	0	0	0.0615	0	0.0345	6.29%
E6	0.1485	0	0	0.1666	0	0.0842	15.35%
E7	0.2082	0	0	0.1065	0	0.0986	17.99%
E8	0.1224	0	0	0.1398	0	0.0697	12.72%
E9	0.132	0	0	0.205	0	0.0835	15.23%
					TOPLAM	0.5482	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0457	0.0512	0	0.0124	4.90%
F2	0	0	0.2305	0.2417	0	0.0601	23.72%
F3	0	0	0.1281	0.1221	0	0.0315	12.45%
F4	0	0	0.0822	0.0732	0	0.0194	7.68%
F5	0	0	0.2167	0.1741	0	0.0484	19.11%
F6	0	0	0.1093	0.12	0	0.0293	11.58%
F7	0	0	0.0599	0.0671	0	0.0163	6.43%
F8	0	0	0.1275	0.1506	0	0.0358	14.14%
					TOPLAM	0.2532	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.15126	0.0179	15.13%
G2	0	0	0	0	0.06377	0.0076	6.38%
G3	0	0	0	0	0.18375	0.0218	18.37%
G4	0	0	0	0	0.29143	0.0346	29.14%
G5	0	0	0	0	0.1786	0.0212	17.86%
G6	0	0	0	0	0.13119	0.0156	13.12%
					TOPLAM	0.1186	100.00%

EK A.18

Çizelge A.57 : Futbol ürününü değerli bulmayan katılımcı sonuçları birincil süpermatrisi.

[illegible]

Çizelge A.58 : Futbol ürününü değerli bulmayan katılımcı sonuçları – ana kriter önemleri.

		%
ANA KRİTERLER	K1	39.43%
	K2	21.25%
	K3	11.99%
	K4	18.11%
	K5	9.22%

Çizelge A.59 : Futbol ürününü değerli bulmayan katılımcı sonuçları – A, B ve C grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
A1	0.0983	0.1159	0	0	0	0.0634	10.45%
A2	0.1351	0.126	0	0	0	0.0800	13.19%
A3	0.0495	0.0709	0	0	0	0.0346	5.70%
A4	0.0396	0.0686	0	0	0	0.0302	4.98%
A5	0.0736	0.095	0	0	0	0.0492	8.11%
A6	0.1428	0.1812	0	0	0	0.0948	15.62%
A7	0.1194	0.128	0	0	0	0.0743	12.24%
A8	0.1571	0.113	0	0	0	0.0860	14.17%
A9	0.1845	0.1015	0	0	0	0.0943	15.54%
					TOPLAM	0.6069	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
B1	0.3607	0.3669	0	0	0	0.2202	36.29%
B2	0.091	0.1102	0	0	0	0.0593	9.77%
B3	0.0179	0.0253	0	0	0	0.0124	2.05%
B4	0.0431	0.0501	0	0	0	0.0276	4.56%
B5	0.0122	0.0134	0	0	0	0.0076	1.26%
B6	0.0452	0.0451	0	0	0	0.0274	4.52%
B7	0.0569	0.0423	0	0	0	0.0314	5.18%
B8	0.092	0.079	0	0	0	0.0531	8.75%
B9	0.1607	0.1484	0	0	0	0.0949	15.64%
B10	0.0272	0.0265	0	0	0	0.0164	2.70%
B11	0.0931	0.0929	0	0	0	0.0564	9.30%
					TOPLAM	0.6069	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
C1	0.1606	0	0	0	0	0.0633	16.06%
C2	0.0953	0	0	0	0	0.0376	9.53%
C3	0.3055	0	0	0	0	0.1205	30.55%
C4	0.204	0	0	0	0	0.0804	20.40%
C5	0.0646	0	0	0	0	0.0255	6.46%
C6	0.0595	0	0	0	0	0.0235	5.95%
C7	0.1106	0	0	0	0	0.0436	11.06%
					TOPLAM	0.3943	100.00%

Çizelge A.60 : Futbol ürününü değerli bulmayan katılımcı sonuçları – D, E, F ve G grubu kriter önemleri.

	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
D1	0.2489	0	0	0	0	0.0982	24.89%
D2	0.0389	0	0	0	0	0.0153	3.89%
D3	0.1965	0	0	0	0	0.0775	19.65%
D4	0.0415	0	0	0	0	0.0164	4.15%
D5	0.1443	0	0	0	0	0.0569	14.43%
D6	0.214	0	0	0	0	0.0844	21.40%
D7	0.1157	0	0	0	0	0.0456	11.57%
TOPLAM						0.3943	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
E1	0.0777	0	0	0.1782	0	0.0629	10.93%
E2	0.0928	0	0	0.0579	0	0.0471	8.18%
E3	0.1096	0	0	0.0518	0	0.0526	9.14%
E4	0.0433	0	0	0.0394	0	0.0242	4.21%
E5	0.0634	0	0	0.0579	0	0.0355	6.17%
E6	0.1937	0	0	0.2264	0	0.1174	20.40%
E7	0.1613	0	0	0.0758	0	0.0773	13.44%
E8	0.1495	0	0	0.1324	0	0.0829	14.41%
E9	0.1087	0	0	0.1802	0	0.0755	13.12%
TOPLAM						0.5754	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
F1	0	0	0.0398	0.0536	0	0.0145	4.81%
F2	0	0	0.2208	0.2466	0	0.0711	23.63%
F3	0	0	0.1275	0.1033	0	0.0340	11.30%
F4	0	0	0.077	0.0649	0	0.0210	6.97%
F5	0	0	0.2552	0.1852	0	0.0641	21.31%
F6	0	0	0.1084	0.1191	0	0.0346	11.48%
F7	0	0	0.0599	0.0691	0	0.0197	6.54%
F8	0	0	0.1114	0.1583	0	0.0420	13.96%
TOPLAM						0.3010	100.00%
	K1	K2	K3	K4	K5	AĞIRLIKLANDIRILMIŞ ÖNEMLER	%
G1	0	0	0	0	0.17568	0.0162	17.57%
G2	0	0	0	0	0.08527	0.0079	8.53%
G3	0	0	0	0	0.19414	0.0179	19.41%
G4	0	0	0	0	0.21635	0.0199	21.63%
G5	0	0	0	0	0.1942	0.0179	19.42%
G6	0	0	0	0	0.13436	0.0124	13.44%
TOPLAM						0.0922	100.00%

EK A.19

Çizelge A.61 : Futbol ürününü değerli bulan ve bulmayan katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – ana kriterler, A, B ve C grubu kriterleri.

GENEL : Genel katılımcı sonuçları (Sıralama bu gruba göre yapılmıştır)					
13E : Futbol ürününü değerli bulan katılımcı sonuçları					
13H : Futbol ürününü değerli bulmayan katılımcı sonuçları					
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	13E	13H
ANA KRİTERLER	K1	Futbolun seyir zevki	39.58%	39.55%	39.43%
	K2	Futbolun oynanabilirliği ve oynanma zevki	22.50%	23.27%	21.25%
	K4	Futbolun ulaşılabilirliği	16.35%	15.26%	18.11%
	K3	Futbolun bilinirliği	10.79%	10.06%	11.99%
	K5	Futbol ürününün değeri	10.77%	11.86%	9.22%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	13E	13H
FUTBOL KURALLARINDAKİ DEĞİŞİKLİKLER	A8	Ceza uygulamalarında değişiklik yapılması	16.06%	15.52%	14.17%
	A9	Puan sisteminde değişiklik yapılması	15.63%	14.73%	15.54%
	A6	Ofsayt kuralında değişiklik yapılması	14.54%	15.15%	15.62%
	A2	Maç içinde değiştirilebilecek oyuncu sayısında değişiklik yapılması	13.51%	13.47%	13.19%
	A7	Faul kurallarında değişiklik yapılması	11.21%	11.97%	12.24%
	A1	Saha içinde yer alacak oyuncu sayısında değişiklik yapılması	10.25%	9.62%	10.45%
	A5	Kale ölçülerinin değiştirilmesi	7.56%	7.67%	8.11%
	A3	Yedek oyuncu sayısının değiştirilmesi	6.05%	6.32%	5.70%
	A4	Futbol topu özelliklerinin değiştirilmesi	5.19%	5.53%	4.98%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	13E	13H
FUTBOLUN TEMEL AKTİVİTELERİ	B1	Gol atılması	39.66%	41.73%	36.29%
	B9	Şut çekilmesi	14.87%	14.38%	15.64%
	B2	Golün kurtarılması	9.56%	9.39%	9.77%
	B11	Araya girerek topun çalınması	8.87%	41.73%	36.29%
	B8	Çalım atılması	7.92%	7.41%	8.75%
	B4	Ara pas yapılması	4.97%	5.24%	4.56%
	B6	Ceza sahasına orta yapılması	4.34%	4.23%	4.52%
	B7	Dripling yapılması	4.15%	3.62%	5.18%
	B10	Faul yapılması	2.52%	41.73%	36.29%
	B3	Yan pas yapılması	1.98%	1.92%	2.05%
	B5	Geri pas yapılması	1.17%	1.12%	1.26%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	13E	13H
FUTBOL MAÇINDAKİ OYUNCULARIN ÖZELLİKLERİ	C3	Teknik kapasitesi ve mücadele gücü yüksek oyuncu sayısının fazla olması	30.23%	29.90%	30.55%
	C4	Takımlarda yıldız oyuncuların yer alması	19.71%	19.21%	20.40%
	C1	Teknik kapasitesi yüksek oyuncu sayısının fazla olması	17.86%	19.05%	16.06%
	C7	Seyirciyle iletişimi yüksek oyuncuların sahada yer alması	9.64%	8.80%	11.06%
	C2	Mücadeleci özelliği yüksek olan oyuncu sayısının fazla olması	8.62%	8.08%	9.53%
	C6	Takımlarda altyapıdan yetişmiş oyuncuların yer alması	7.04%	7.81%	5.95%
	C5	Takımlarda yeni transfer edilmiş oyuncuların yer alması	6.90%	7.16%	6.46%

Çizelge A.62 : Futbol ürününü değerli bulan ve bulmayan katılımcı sonuçlarının karşılaştırılması – D, E, F ve G grubu kriterleri.

GRUP		KRİTER ADI	GENEL	13E	13H
TAKIMLARIN OYUN ANLAYIŞI	D1	Atak oyun anlayışı	25.69%	26.10%	24.89%
	D6	Takım oyununun ön planda olduğu bir oyun yapısı	20.82%	20.39%	21.40%
	D3	İleriye doğru hızlı paslaşarak sonuca giden bir oyun yapısı	19.95%	20.15%	19.65%
	D5	Pres yapıp top kazanarak sonuca giden bir oyun yapısı	15.65%	16.48%	14.43%
	D7	Yıldız oyuncularla sonuca gidilecek bir oyun yapısı	9.89%	8.91%	11.57%
	D4	Pas yüzdesini yüksek tutarak fakat ağır oynayarak sonuca giden bir oyun yapısı	4.10%	4.07%	4.15%
	D2	Defansif oyun anlayışı	3.90%	3.90%	3.89%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	13E	13H
FUTBOL MAÇININ YERİ, ZAMANI VE MALİYET	E6	Bilet fiyatları	17.23%	15.35%	20.40%
	E7	Stadyum atmosferi	16.15%	17.99%	13.44%
	E9	Maç zamanının uygunluğu	14.43%	15.23%	13.12%
	E8	Stadyum güvenliği	13.42%	12.72%	14.41%
	E1	Stadyumun konumu	10.68%	10.53%	10.93%
	E3	Stadyum konforu	9.51%	9.69%	9.14%
	E2	Stadyum kapasitesi	8.19%	8.14%	8.18%
	E5	Stadyuma seyirci çekmek için yapılan etkinlikler	6.26%	6.29%	6.17%
	E4	Stadyum çevresinin çekiciliği	4.13%	4.06%	4.21%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	13E	13H
MEDYA	F2	Şifresiz kanaldan maç yayını	23.68%	23.72%	23.63%
	F5	Futbol programları	19.92%	19.11%	21.31%
	F8	İnternette futbol içerikli haber sitelerinin varlığı	14.12%	14.14%	13.96%
	F3	Maç yayınlarının internet üzerinden yapılması	11.96%	12.45%	11.30%
	F6	Gazetelerde yer alan futbol sayfaları	11.56%	11.58%	11.48%
	F4	Radio yayınları	7.38%	7.68%	6.97%
	F7	Futbola ilgili dergi vb. yazılı yayınların varlığı	6.49%	6.43%	6.54%
	F1	Şifreli kanaldan maç yayını	4.88%	4.90%	4.81%
GRUP		KRİTER ADI	GENEL	13E	13H
ORGANİZASYONUN VE MAÇIN ÖNEMİ	G4	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyonun (lig, kupa, Avrupa Kupası, vb.) değeri	26.07%	29.14%	21.63%
	G3	Yapılan maçın önem düzeyi (Lig maçı, eleme maçı, final maçı vb.)	18.84%	18.37%	19.41%
	G5	Takımların içerisinde yer aldıkları organizasyondaki başarılı kulüp sayısı	18.53%	17.86%	19.42%
	G1	Takımlar arasındaki rekabetçi denge	16.10%	15.13%	17.57%
	G6	Hakemlerin adil yönetimi	13.29%	13.12%	13.44%
	G2	Maç sonucunun belirsizliği	7.17%	6.38%	8.53%

ÖZGEÇMİŞ



Ad Soyad:

Sevgin Rüstemoğlu

Doğum Yeri ve Tarihi:

Bulgaristan / 1984

Adres:

Bağlarbaşı Mah. Çimenzar Sok., No: 31. D: 5 Gaziosmanpaşa, İSTANBUL

Lisans Üniversitesi:

İstanbul Teknik Üniversitesi – Endüstri Mühendisliği

Yayın Listesi:

- Rüstemoğlu, S., Kayakutlu, G. ve Topçu Y.İ., 2007. A Decision Support Model for ERP Package Evaluation. *The 22nd European Conference on Operational Research (EURO XXII)*, Temmuz 8-11, Prag, Çek Cumhuriyeti (Bildiri özetleri kitabı s. 119).