

## Ekonomika ve sportu – Maximalizace zisku v rámci profesionálních sportovních lig Severní Ameriky

### The economics of sports – Profit maximization within the frame of professional sport leagues of North America

Ondřej Chwasczc<sup>1</sup>, Tomáš Pětivlas<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Univerzita Tomáše Bati, Zlín, <sup>2</sup>Fakulta sportovních studií Masarykovy univerzity, Brno

#### Abstrakt

Práce prezentuje profesionální sportovní ligy Severní Ameriky v komparaci se sportovními organizacemi v Evropě. V rámci srovnání jsme našli významné rozdíly, které způsobují odlišné chování klubů v Severní Americe a Evropě.

Kluby v Severní Americe dosahují díky charakteru ligy monopolního postavení ve vztahu k okolí. Zároveň však tyto samostatné subjekty vzájemně kooperují a do své organizace implementovaly pravidla, která brání dominanci (monopolu) jednoho klubu nad ostatními. Kombinace monopolní síly a vzájemné kooperace ústí v realizaci ekonomického zisku, který je klubům v Evropě či běžným ekonomickým subjektům v tržním prostředí nedostupný.

Zneužití monopolního postavení klubů je nejvíce patrné na obdržení dotací plynoucích od měst nebo lokálních vlád místnímu sportovnímu klubu. Tyto veřejné prostředky nejsou nejefektivnějším výdajem pro dotčené lokality, což jsme prokázali na případové analýze basketbalového klubu Miami Heat.

#### Abstract

Our work presents the professional sports league in North America in comparison with sports organizations in Europe. Based on that comparison, we found significant differences, which result in different behavior of clubs in North America and Europe.

Clubs in North America achieve a monopoly position in relation to its surroundings due to the nature of the league. While these separate entities mutually cooperate having implemented organizational rules that prevent from dominance of one club. The combination of monopoly power and mutual cooperation results in the possibility of economic gain, which is for the clubs in Europe or for normal economic subjects operating in market environment unapproachable.

Abuse of monopoly position of the clubs is noticeable mostly in the subsidies provided by local governments or towns to local sports club. These public funds are not the most efficient investments for locations mentioned above, as we demonstrated by a case analysis of the Miami Heat basketball club.

**Klíčová slova:** Profesionální sportovní ligy, monopol, monopolní postavení, sportovní multiplikátor, veřejné investice

**Key words:** Professional sport leagues, monopoly, monopoly position, sports multiplier, public investments

#### Úvod

Naše práce je zaměřena na nejvýznamnější profesionální sportovní ligy Severní Ameriky a jejím hlavním cílem je analyzovat tyto ligy s využitím základních ekonomických nástrojů. Přestože samotné sportovní kluby představují nezávislé ekonomické subjekty nacházející se v běžném tržním prostředí, jejich chování je značně specifické a nekoresponduje s obvyklým vzorcem jednání běžných ekonomických subjektů. Dalším cílem práce je posouzení ekonomických a společenských přínosů existence jednotlivých klubů pro lokalitu, v níž se tyto kluby nacházejí, a ekonomický rozbor basketbalového klubu Miami Heat, který před startem letošní ligy získal na trhu enormní množství talentovaných hráčů.

Specifickým produktem sportovních klubů jsou utkání, která poskytují lidem zábavu. Dominantní postavení jednoho týmu v lize (na trhu) by znamenalo, že by daný tým všechna utkání jednoznačně vyhrával. V takovém případě by tento produkt již nebyl tak atraktivní, neboť diváky by předem daný výsledek nezajímal a cena produktu by následně poklesla.

Na druhou stranu klasickým monopolním subjektům neexistující konkurence vyhovuje. V takovém případě je cena produktu dlouhodobě stanovena na vyšší úrovni (oproti tržnímu prostředí) a podnik dosahuje ekonomického zisku i v dlouhém období. Uvedený příklad názorně prezentuje značný rozdíl mezi běžnými podniky a sportovními kluby.

Naše studie vychází z případových studií publikovaných v USA, kde má teoretická oblast ekonomie a sportu význačné zastoupení a dlouhodobé časové řady dat, které v současné době pro evropské sportovní ligy zatím nejsou dostupné. Počátky teoretického ekonomického zájmu o profesionální týmové sporty se datují od poloviny padesátých let 20. století (Dobson, Goddard, 2001). V dnešní době má ekonomie sportu své nezastupitelné místo, vyučuje se na vysokých školách a vychází o ní mnoho publikací. Následný rozvoj sportu již půjde ruku v ruce s ekonomickou teorií, která bude s předstihem poskytovat informace o dopadech jednotlivých zásadních rozhodnutí v oblasti řízení sportovních lig a jejich týmů.

### Profesionální sportovní ligy Severní Ameriky

Naše práce vychází ze čtyř hlavních a nejznámějších profesionálních sportovních lig světa, nacházejících se v USA (114 klubů) a v Kanadě (8 klubů). Jedná se o sportovní ligy zaměřené na basketbal (NBA), americký fotbal (NFL), baseball (MLB), hokej (NHL). Tabulka 1 představuje základní charakteristiky těchto lig.

Tab. 1: Stručná charakteristika nejvýznamnějších lig Severní Ameriky

	NBA	NFL	MLB	NHL
Počet týmů (USA/Kanada)	29/1	32	29/1	24/6
Počet utkání (základní část)	82	16	162	82
Počet hráčů na soupisce	12	53	25	23
Průměrný plat hráče (mil.\$)	5,6	1,1	3,3	1,9
Průměrná hodnota týmu (mil.\$)	367	1042,7	309,4	222,6
Změna hodnoty týmu (2009 vs. 2008)	-0,53 %	0,06 %	0,73 %	1,23 %

Zdroj: Vrooman 2000; Mc Bride, 2010; Forbes.com, 2009

V tabulce 2 uvádíme vývoj průměrné hodnoty týmu od roku 1997 do současnosti.

Tab. 2: Vývoj průměrné hodnoty týmu v letech 1997 až 2009.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
NFL	205	288	385	423	466	531	628	733	819	898	957	1 040	1043
NBA	148	167	183	207	223	248	265	302	326	353	372	380	367
MLB	134	194	220	233	263	286	295	295	332	431	472	472	482
NHL	90	125	135	148	157	164	159	163	Stávka	180	200	220	223

Zdroj: Sports Facility Report, 2007; Plunkett, 2008; Forbes.com, 2009

Z uvedených tabulek 1 a 2 plyne, že nejvýznamnější sportovní ligy produkují značně poptávaný produkt. U všech lig je z dlouhodobého hlediska patrný značný nárůst průměrné hodnoty všech klubů. Jediný pokles v průměrných ukazatelích v období 1997–2009 byl zaznamenán u hodnot klubů v NBA mezi roky 2008–09. Tehdy ovšem byla celá ekonomika postihnuta světovou hospodářskou krizí. V tomto

období ceny mnoha podniků, obzvláště v USA, klesaly v řádech desítek procent. Jak je ale patrné z tabulek, krize nikterak významně nezasáhla profesionální sportovní kluby.

### 1.1 Rozdílnost sportovních lig v Evropě a Severní Americe

Pro pochopení těchto systémů je podstatné si uvědomit rozdíly mezi modelem fungování lig v Severní Americe a Evropě, což názorně zachycuje tabulka 3.

Tab. 3: Srovnání sportovních lig v Evropě a Severní Americe.

	Ligy Severní Ameriky	Evropské ligy
Cíle:	Maximalizace zisku	Maximalizace výher
Struktura:	Uzavřené ligy (rozšíření skrze finance)	Otevřené ligy s postupem a sestupem
Velikost:	Omezené množství klubů	Vysoké množství klubů
Lokace:	Zajištění exkluzivní lokace, možnost její změny	Přemístění klubu jen ve výjimečných případech
Trh:	Přídělový systém	Plné pokrytí trhu
Přímá konkurence:	Neexistuje	Podstatná na národní i klubové úrovni
Hráčský draft:	Významný	Žádný
Prodej hráčů:	Běžný za peníze	Prodej hráčů za peníze je omezen
Omezení soupisky:	Významné	Žádné
Dělení příjmů:	Významné	Limitované
Platové omezení:	Významné (platové stropy)	Limitují (rostoucí)

Zdroj: Sloane, 2005; Dietl, Duschl 2009

Základní rozdíl představuje způsob organizace sportovních lig. V Severní Americe je každá liga samostatnou nezávislou organizací a jednotlivé týmy zde usilují o maximalizaci zisku. Jde o situaci, kdy se mezní příjmy rovnají mezním nákladům ( $MR=MC$ ). Při naplnění této podmínky je zisk subjektu vždy maximalizován (základní ekonomický princip – Mankiw, 2000).

V Evropě spadají sportovní ligy pod organizaci, která zaštiťuje celý sektor daného sportu. Jednotlivá družstva jsou pomocí charakteru ligy vedena k maximalizaci výsledku, což v rámci financování týmu vede k posunu až na hranu rozpočtového omezení. (Každý subjekt má limitované množství příjmu. Tento příjem je možno utratit za omezené množství statků. Jakýkoliv posun přes tuto hranici je třeba uvěřovat. V opačném případě vznikají úspory.)

Odlišné pojetí vychází z přítomnosti konkurence, která je v Severní Americe omezena. Tamní kluby se pak mohou chovat monopolisticky. Kluby Severní Ameriky jsou omezeny platovým stropem (v Evropě obdobné omezení neexistuje). Omezení platovým stropem jde ruku v ruce s hlavním cílem, kterým je maximalizace zisku. Společně s existencí draftu a dělením příjmu se tak kluby snaží zajistit vyrovnanost soutěže. „Vyrovnanost soutěže“ neznamená, že všechny týmy budou dosahovat stejný počet vítězství. Rovnováha je závislá na velikosti trhu a na ochotě fanoušků utrácet (Andreff, 2010; Szymanski, 2004).

### Monopol ve sportovní sféře

Z pohledu antimonopolní politiky představují profesionální sportovní ligy specifické seskupení, které je charakteristické významnými prohřešky proti obecným antimonopolním pravidlům. Tyto prohřešky plynou ze skutečnosti, že jednotlivé kluby jsou nezávisle vlastněné organizace, které však vzájemně spolupracují, aby liga vůbec existovala (samotnou ligu lze chápat jako specifický druh joint venture) a mohla vytvářet odpovídající produkt. Tento rozpor vyřešil soud tím způsobem, že z důvodu vzájemné závislosti nejsou posuzovány týmy zvlášť, ale jako jeden subjekt (Wright, Gilhem 2010). Na základě tohoto rozhodnutí je kooperace jednotlivých členů ligy postavena mimo antimonopolní zákon.

Monopolní postavení lze na běžném trhu snadno zneužít. V případě přirozeného monopolu – například schumpeterovského pojetí kreativní destrukce (Schumpeter, 1942), S-křivky (Kaisen, 2008) nebo disruptivní inovace (Bower & Christensen, 1995) – je existence na trhu obhajitelná a přínos takového monopolu má pozitivní vliv na ekonomiku i celou společnost (Kahn, 2003). Na druhou stranu uměle vytvořené monopoly s přispěním legislativních pravidel se v rámci ekonomických teorií obhajují velice těžko. Výjimka, kterou obdržely týmy v profesionálních sportovních ligách, se na první pohled blíží variantě uměle vytvořeného monopolu.

Náš následný rozbor odlišností sportovních lig a jejich týmů oproti běžným ekonomickým dějům prokáže, zda bylo zvoleno vhodné řešení.

### Rovnováha v profesionálních sportovních ligách

V úvodu naší práce je naznačeno, že v profesionálních týmových soutěžích není nikdo, kdo by dlouhodobě těžil z dominantního postavení jednoho týmu (ani samotný dominující klub), protože fandové sportovních lig preferují rovnoměrné rozdělení sil. Toto „rovnoměrné rozdělení“ nelze řešit pravidlem „každému stejně“. Je třeba si uvědomit, že týmy se nacházejí v rozličných lokalitách a v každé lokalitě se nacházejí fanoušci, kteří jsou ochotni zaplatit za nabízený produkt rozličné částky.

Můžeme tak podpořit názor, že na velkém trhu se budou nalézat silné, dominující týmy, oproti slabším týmům pocházejícím z menších trhů (Vrooman, 2000). V profesionálních sportovních ligách existují dva druhy nerovnováhy. První případ nerovnováhy je ten, kdy bohatý klub (pocházející z velkého trhu) nakoupí nejvíce talentovaných hráčů a jednoznačně dominuje lize. Takto vzniklá nerovnováha je nazývána jako „špatná nerovnováha“ a léčí se dělením zisku a jinými regulacemi.

Je však i druhá možnost nerovnováhy, tzv. „dobrá nerovnováha“. Ta nastává, když je situace opačná a dominujícím týmem je klub z pocházející z malého trhu. Zde není řešení zcela jednoznačné. „Dobrá nerovnováha“ se nazývá z toho důvodu, že sport je soutěž, založená na střetu se soupeři. To, co dělá soutěž atraktivní, je nejistota výsledku (Kesenne, 2000). Zde by mělo platit pravidlo neviditelné ruky trhu (Smith, 2003), které by se mělo postarat o vyrovnání soutěže skrz příjmy plynoucí klubům z jednotlivých trhů.

Jedním ze způsobů, jak řešit nerovnosti v lize, je instituce draftu. Dalším způsobem je dělení příjmů. Příjem ze vstupného se dělí v různých ligách odlišně. V NFL jde 60 % domácímu týmu a zbývajících 40 % týmu hostů. U MLB je tento poměr 80 % ku 20 %. V NHL si domácí tým ponechá celé vstupné a v NBA pro domácí tým zůstane 94 % příjmů ze vstupného a 6 % jde samotné lize (Reich, 2001). U příjmů za vysílací práva národních televizí se dělí kluby rovnoměrně uvnitř každé ligy. Příjmy dosažené za pomoci sportovních staveb (stadion, hala, aj.) se dělí podle smluv mezi vlastníky těchto objektů a vlastníky týmů.

### Maximalizace zisku

Jak bylo dříve uvedeno, rozdíl mezi kluby Severní Ameriky a Evropy je velmi výrazný. Vysvětlení vychází z rozdílných charakteristik sportovních soutěží, ve kterých se kluby pohybují (tabulka 3). Kluby nacházející se v Severní Americe usilují o maximalizaci zisku, k čemuž jim dopomáhá zavedená podpora směřující k vyrovnání soutěže a monopolní síla při vyjednávání. Výnosovou funkci odvozenou pro různé týmy v závislosti na velikosti trhů lze odvodit následovně:

$R_i = m_i p_i - b_i p_i^2$  pro  $i = 1, 2$  a  $m_1 > m_2$ , (Kesenne, 2004), kde  $R_i$  představuje celkový příjem klubu v sezóně,  $m_i$  je velikost trhu,  $p_i$  je procentuální vyjádření výher týmu a  $b_i$  je parametr, jenž odráží preference diváka po více vyrovnané soutěži.

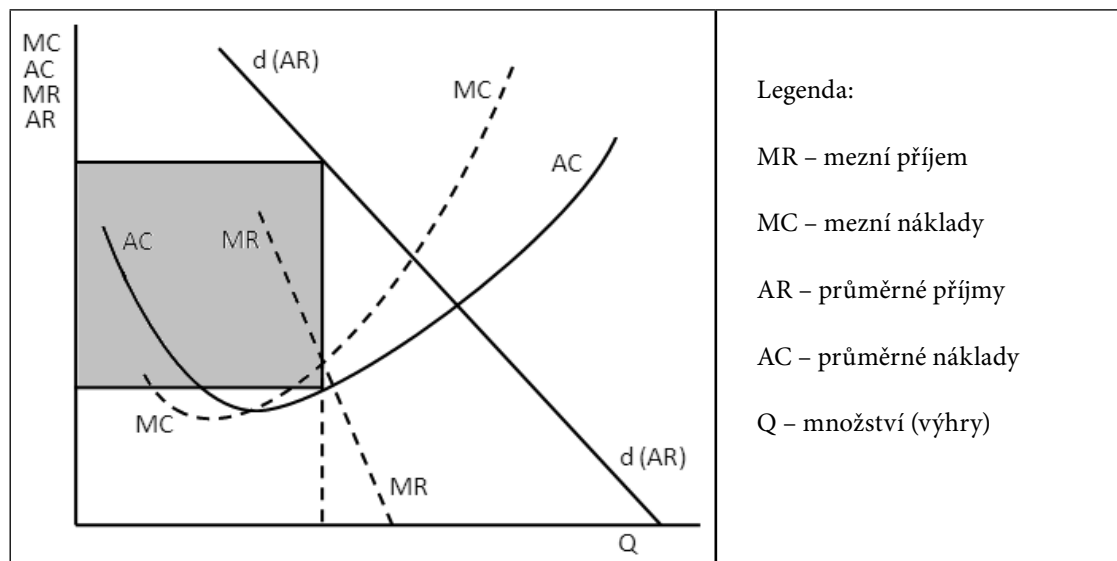
První výraz část rovnice by v klasické ekonomii vyjadřoval celkový příjem ekonomického subjektu. Pro potřeby sportovních lig je nutné klasický výraz rozšířit. Druhá část rovnice redukuje pozitivní vliv vítězství týmu (jasně dominující tým = malá atraktivita pro diváka).

Následná nákladová křivka se za této situace skládá z hráčského talentového materiálu (dále jen talentu) a fixního nákladu za kapitál, což lze zapsat ve tvaru:

$C_i = c x_i$ , (Kesenne, 2004), kde  $c$  zahrnuje jednotkové náklady talentu a poměrnou složku nákladů kapitálu (byla dokázána vysoká souvztažnost mezi náklady kapitálu a hráčským talentem) a  $x_i$  je množství hrajícího talentu v týmu.

Kluby usilující o maximalizaci zisku najímají takové hráče do doby, než se jejich mezní příjmy budou rovnat mezním nákladům ( $MR=MC$ ). Kluby, které usilují o maximalizaci úspěchu, najímají talent do doby, než se jejich průměrné příjmy vyrovnají průměrným nákladům ( $AR=AC$ ).

Za těchto podmínek lze konstatovat, že týmy z velkých trhů mají větší míru talentu v ligách, kde je cílem maximalizace úspěchu, než v ligách, kde se preferuje možnost maximalizace zisku. Grafické znázornění monopolistické firmy (obr. 1) tuto skutečnost potvrzuje. Každý monopol je schopen maximalizovat užitek, a tudíž realizovat ekonomický zisk, který je v grafu zachycen šedou barvou. Zároveň je monopol specifický svou neefektivitou, kterou prezentují náklady mrtvé váhy (Mankiw, 2006). Tyto náklady jsou vyjádřením skutečnosti, o kolik jsou na tom spotřebitelé hůře, když platí monopolní cenu, než kdyby platili konkurenční cenu. Část zdrojů společnosti tak zůstává nevyužita.



Obr. 1: Monopolistická firma realizující ekonomický zisk

Monopol nečelí konkurenčním tlakům, a proto není motivován, aby dosahoval vysoké úrovně ve své produkci. V takovém případě by totiž nemohl dosáhnout ekonomického zisku (šedý čtverec na obrázku 1), který realizuje na úrovni produkce průsečíku  $MR=MC$ . V tomto bodě je maximalizován zisk každého ekonomického subjektu.

Ekonomický zisk mohou dlouhodobě udržet pouze monopolní struktury. Profesionální sportovní kluby Severní Ameriky ze své podstaty také usilují o procentuální poměr vítězství odpovídající průniku  $MR=MC$ . Za této situace je klub schopen realizovat ekonomický zisk, a to i v dlouhém období.

V případě tržní konkurence by produkce podniku byla na průsečíku  $AR=AC$ , což ve sportovní prostředí odpovídá týmům, které jsou tržním prostředím tlačeny k maximalizaci úspěchu. Právě k tomuto bodu se významně blíží námi porovnávané evropské kluby. Takové kluby žádný ekonomický zisk nerealizují, což v ekonomické teorii odpovídá definici konkurenčního trhu. Ve srovnání se zámořskými kluby by úroveň produkce (Q; v našem případě výher) dosahovala vyšší hodnoty, což by vedlo k minimalizaci ekonomického zisku. Na druhou stranu by společensky neefektivní náklady mrtvé váhy byly eliminovány.

### Monopolní postavení a lokace jednotlivých klubů v rámci profesionálních sportovních lig Severní Ameriky

Profesionální sport v Severní Americe je miliardový byznis. V sezóně 1959–1960 fungovalo ve sledovaných ligách 42 klubů. Z toho 80 % klubů pocházelo ze severovýchodu a středozápadu USA. Nyní počet týmů přesahuje 110 a více než polovina klubů se nalézá v oblasti jižní a západní části USA. Geografické rozmístění klubů silně koreluje s rozvojem obchodních aktivit. Na západě se postupně otevřely nové trhy,

zjednodušila a zrychlila se doprava, nastal růst populace, a to vše vedlo ke vzniku nových velkoměst, jež se stala atraktivní lokalitou pro vznik nových týmů. Existence klubu vyžaduje sportovní arénu, kde poskytují svůj produkt. Vybudování takových arén je značně nákladné. V průběhu 20. století bylo utraceno více jak 20 mld. USD (údaje z roku 1997) za tyto arény a z toho 14,7 mld. USD bylo zapláceno z veřejných zdrojů, což činí 74 % veřejných dotací (Siegfried, Zimbalist, 2000).

Poskytnutí takové sumy soukromým subjektům je značně neobvyklé. Na běžných ekonomických trzích se lze s dotací setkat jen velmi zřídka (při běžné obchodní činnosti stát soukromému subjektu finančně nepřispěje na vybudování nového sídla). Výše uvedená dotační částka se navíc týká pouze položky na pořízení arén. Kluby jsou ovšem příjemci dalších dotací v podobě bezúročných půjček, od daně osvobozených dluhopisů a jiných daňových výhod. Tato skutečnost je obdobou situace, kdy transformující se země lákaly nové zahraniční investory a nabízely obdobné zvýhodnění.

V tabulce 4 uvádíme, že v roce 1990 začala obměna sportovních arén s významným přispěním veřejných dotací. Stejný boom lze vidět i v šedesátých letech. Za předpokladu obměny každých 30 let lze další boom předpokládat v roce 2020. Naprostá většina týmů využívá sportoviště obnovená po roce 1990 (některé haly využívá i více týmů NHL, NBA). Tento rozmach lze spojovat s růstem veřejné podpory. Zdůvodnění podpory z veřejných zdrojů může mít dvoji opodstatnění. První možností je, že se dotčeným lokalitám tato podpora ekonomicky vyplatí, a druhou možností je, že kluby zneužívají svého monopolního postavení.

Tab. 4: Přehled sportovních arén a způsob jejich pořízení.

roky	nové sportovní objekty				renovované sportovní objekty			
	počet budov	nom. cena	cena	veřejný podíl (%)	počet budov	nom. cena	cena	veřejný podíl (%)
		v mil. USD	k roku 1997			v mil. USD	k roku 1997	
<i>průměr</i>				<i>Průměr</i>				
1910– 1919	7	0,46	7,65	0,0				
1920– 1929	8	4,23	39,58	23,5	1	0,5	4,59	0,0
1930– 1939	6	1,91	19,06	34,5	1	0,95	10,01	100,0
1940– 1949	1	0,25	1,72	0,0	0	0	0	
1950– 1959	7	3,84	22,65	100,0	1	2,5	14,97	100,0
1960– 1969	21	24,46	120,92	63,2	4	3,25	15,3	93,4
1970– 1979	25	70,65	215,76	94,6	9	42,54	120,76	100,0
1980– 1989	14	103,25	143,77	78,6	8	21,21	32,17	98,8
1990– 1998	32	200,16	211,73	55,3	13	79,96	83,53	78,8
1999–	42	374,89	275,25	73,4				

Zdroj: Siegfried, Zimbalist, 2000

Obměna sportovního areálu přináší sportovnímu klubu výhody spočívající v růstu příjmové složky. Dřívější areály jsou ve své podstatě funkční a mají dostatečnou kapacitu, ale nenachází se v nich luxusní lóže, klubová sedadla, stravovací možnosti a reklamní příležitosti, které vytváří podstatný tok peněz od vysoce příjmových fanoušků. Obnova takového sportovního areálu je dále „ospravedlňujícím“ důvodem pro zvýšení ceny vstupného.

Zajištění veřejné podpory plyne z monopolního chování týmů i ligové asociace, která zajišťuje chod soutěže. Zmíněná asociace zajišťuje rozvoj svého sportu, vyjednává o vysílacích právech, sponzorských dohodách a ochraňuje zájmy majitelů jednotlivých klubů. V případě, že tým ve své lokalitě nemá dostatečnou veřejnou podporu, sportovní asociace může dát svolení k přestěhování klubu jinam. Jedná se

o jednoznačně zneužití monopolního postavení, což lze zjednodušit do podoby: „Postavte mi novou halu, popřípadě přidejte další výhody, a já se pak nikam nepřestěhuji.“ Kdyby město nesouhlasilo, tak přijde o profesionální sportovní ligu v místě a nebude ji moci nahradit (týmů je pouze omezený, pevně daný počet).

### Význam přítomnosti profesionálního klubu pro okolí

Základním ekonomickým pravidlem je efektivní alokace zdrojů a maximalizace užítku (Holcombe, 2009). Tímto pravidlem by se měla města řídit v případě hodnocení přítomnosti klubů ve své lokalitě. Jakékoliv investice včetně podpory soukromých subjektů (v tomto případě klubů) by měly přinášet odpovídající přínosy.

Jsou známé studie popisující pozitivní vliv existence profesionálního sportovního klubu pro jeho okolí, ale ty se většinou zaměřují pouze na stranu přínosů a na oportunitní náklady. Studie využívající komparativní analýzu pro vyjádření ekonomického přínosu klubů pro lokalitu už nepřináší tak zcela jednoznačné výsledky. Například ve studii o růstu osobního příjmu na hlavu ve čtyřicetiosmi městech od roku 1958 do 1987 (Baade, 1994) nebyl prokázán žádný významný rozdíl mezi městy s profesionálními sportovními týmy a bez nich. Ve studii čtyřicetišesti měst v rozmezí let 1990 až 1994 prokázal Walden (1997) negativní vztah mezi ekonomickou aktivitou a přítomností sportovního týmu (Rappaport, Wilkerson, 2001).

Další komparativní studie poměřují ekonomickou výkonnost měst před tím, než se v jejich lokalitě nacházel sportovní klub, a poté. Ve studiích nebylo potvrzeno zlepšení ekonomických ukazatelů. Je nutné si uvědomit, že příjmy týmů dosahují sice značných hodnot (v průměru 164 mil. UDS), ale ve srovnání s finančními aktivitami středně velkého města jde o desetiny procenta z celkových finančních aktivit.

#### 6.1 Ekonomický význam existence klubů pro danou oblast

Pro vysvětlení nulového ekonomického významu existence sportovních klubů (pro danou oblast) lze z ekonomické teorie využít tzv. substituční efekt. Spotřebitelé totiž nemají neomezené možnosti pro nákup nejrůznějších statků, jejich výběr je ohraničen rozpočtovým omezením (Stonier, 2007). Co lidé utratí za vstupenku a občerstvení na sportovní události, již nemohou utratit za zábavu v místních restauracích, kinech, divadlech atd. Navýšení výdajů za sport tak vede ke snížení výdajů za jiný druh zábavy a obráceně. Celkový efekt na celkové výdaje může být nulový nebo se aspoň nule blíží (platí pro obyvatel a podniky nacházející se pouze na vybraném území).

Přítomnost klubů tudíž způsobuje přeskupení výdajů. Argumentem proti tomuto tvrzení je zvýšení atraktivity a přilákání fanoušků mimo území. Ovšem tento počet není nijak významný (Crompton, 1995), protože návštěvy události jsou spojovány s jinými aktivitami (obchodní schůzka, návštěva rodiny), které by se i tak uskutečnily. Samotné rozlišování mezi místními a cizími fanoušky je samo o sobě komplikované (Noll, 1997).

#### 6.2 Příklad ekonomické neefektivity profesionálního sportovního klubu

Příklad, který ukazuje ekonomickou neefektivitu profesionálního sportovního klubu pro danou oblast, popsali John Siegfried a Andrew Zimbalist (2000). Tito ekonomové využili klasického multiplikátoru, aby prokázali negativní ekonomický přínos sportovních klubů. Multiplikační efekt popisuje, jak zvýšení určité aktivity startuje řetězovou reakci, která generuje více aktivit než původní přírůstek (Mukherjee, 2002). Nejčastěji se jako příklad uvádí zvýšení státních výdajů, které následně vedou ke zvýšené aktivitě podniků, což následně vede k zvýšení individuálních příjmů a finální spotřeby. Jakékoliv množství peněz se v ekonomice otočí několikrát. Záleží již na konkrétním multiplikátoru, jak významným poměrem se zaslouží o růst spotřeby.

Základní údaje vycházejí z vícera faktů. Výdaje klubů jdou z 55–60 % na platy hráčů, přičemž při navýšení příjmů se lineárně navyšují i platy hráčů (Siegfried, Zimbalist, 2002). Zbýlý výnos z nové haly slouží k pokrytí zvýšených provozních výdajů. Vlastníci i hráči jsou osoby s průměrnými platy přes milion dolarů, které se daní nejvyšší daní (zhruba 40 % platu). Vysoké příjmy vedou k vyšší míře úspor, a to speciálně pro hráče, jejichž příjmy jsou citelně vnímané jako dočasné. Většina z těchto úspor odtéká z místního hospodářství do světového trhu peněz.

Hráči ani majitelé většinou nepochází z dané lokality. Vyjádření sportovního multiplikátoru vycházejícího z nových výdajů a odvodu peněz z lokální ekonomiky vypadá následovně:

$$\text{sportovní multiplikátor} = 1 / (1 - \text{MPC} (1 - \text{MPI}) (1 - t)),$$

kde MPC představuje sklon ke spotřebě (2/3), MPI mezní sklon k importu (1/2) a t představuje daňovou sazbu (40 %). Výsledný sportovní multiplikátor tak činí 1,25. Multiplikátor bude dále využit na konkrétním případě.

Pro vlastní výpočet jsme vybrali basketbalový tým z ligy NBA (Miami Heat). Tento tým měl v sezoně 2008–2009 příjmy ve výši 126 mil. USD (forbes.com).

Z těchto příjmů pochází 30 % (37,8 mil USD) z jiného území, než kde se klub nachází. Zjištěný poměr vychází ze studie (Siegfried, Zimbalist, 2002), ve které autoři zkoumali sportovní multiplikátor u týmu z MBL. Poměr příjmů mimo ekonomiku v něm činil 29,4 % (z 85 mil. USD bylo mimo lokalitu 25 mil. USD). Tyto příjmy jsou způsobeny přerozdělováním příjmů vedení sportovní ligy a příjmem od fanoušků pocházejících mimo lokalitu. V případě, že polovina nových výdajů směřuje do lokální ekonomiky, tak se bude vliv sportovních výdajů rovnat (18,9 mil dolarů) \* (1,25) = 23,6 mil. USD.

V případě, že z celkových příjmů je částka 37,8 mil. USD realizována mimo území, pak zbylých 88,2 mil. USD pochází z přemístění místních výdajů (již popsaný substituční efekt). Aplikace vyčíslených multiplikátorů prokáže celkový výstup z realizovaných výdajů.

Multiplikátor pro lokálně vlastněné zábavní podniky vychází vyšší (1,51), a to z toho důvodu, že sklon ke spotřebě dosahuje vyšších hodnot (0,8), mezní sklon k importu není tak významný (0,35) a míra zdanění často spadá do nižších odvodových skupin (0,35). Při realizaci výdajů v místních zábavních podnicích je ekonomický výstup roven 133,23 mil. USD.

Na druhou stranu realizace výdajů spojených se sportovními akcemi profesionálního klubu znamená ekonomický výstup ve výši 110,25 mil. USD. Rozdíl 23 mil. USD je v tomto případě téměř roven přínosu plynoucím z nově utracených peněz v ekonomice díky přítomnosti profesionálního sportovního klubu. Příklad prokazuje nulový ekonomický příspěvek klubů pro ekonomiku. Navíc místní zábavní podniky nemají takovou vyjednávací sílu, aby dosahovaly na veřejnou podporu oproti již zmíněným klubům, čímž veřejné prostředky zůstanou zachovány na jiné aktivity či projekty.

## Závěr

Profesionální sportovní ligy Severní Ameriky představují významný byznys, který zcela překračuje hranice sportu. Pro pochopení a hloubkovou analýzu byly využity ekonomické funkce a pojmy, s jejichž přispěním jsme vysvětlili rozdíly mezi profesionálními kluby a jinými ekonomickými subjekty. Významná specifika vyplývají z monopolního postavení jednotlivých sportovních klubů, které jim zajišťuje specifický charakter sportovních soutěží (oproti evropským klubům). S využitím této monopolní síly dokážou kluby maximalizovat zisk a přímo si vynucovat veřejné prostředky k rozvoji své činnosti.

Poskytování veřejných prostředků soukromému subjektu by mělo být spojeno s určitým zpětným efektem pro poskytovatele. Naše práce ovšem tento předpoklad vyvrací. V mnohých médiích bývá popisován ekonomický přínos těchto klubů pro danou lokalitu, ovšem tyto zprávy považujeme za účelové, protože počítají pouze s jednou (příjmovou) stranou. Na druhé straně tyto výstupy nezahrnují prezentovaný substituční efekt ani rozdílnou strukturu výdajů a jejich multiplikaci v lokalitě, což naše práce potvrzuje na příkladě basketbalového klubu Miami Heat.

Konkrétní případ potvrdil, že ekonomický přínos je nulový, přičemž do tohoto hodnocení nejsou započteny veřejné prostředky poskytnuté z lokálních zdrojů. Z výše uvedeného lze vyvodit, že tyto prostředky mohou být daleko efektivněji využity jiným způsobem, který přinese větší prospěch dané společnosti.

Posledním důvodem přesahujícím hranice ekonomické racionality je psychologický faktor, který může být motivací pro lokalizaci klubu na určité místo. Analýza dopadů této skutečnosti může odhalit nová fakta nejen v oblasti ekonomické a společenské, ale i v oblasti psychologické.



## Shrnutí

Naše práce se věnuje profesionálním sportovním ligám v Severní Americe v komparaci se sportovními organizacemi v Evropě. V rámci uvedeného srovnání jsme našli významné rozdíly, které ústí v odlišné chování klubů v Severní Americe a Evropě, a zároveň jsme prokázali možnost využití nových analytických nástrojů, využívaných převážně v ekonomické vědě, pro sportovní oblast.

V úvodu práce a za přispění komparativní analýzy jsme prokázali odlišnost v charakteristice sportovních lig v Severní Americe a v Evropě. Hlavní sportovní ligy Severní Ameriky se vyvinuly na odlišných základech. Kluby v Severní Americe dosahují díky charakteru ligy monopolního postavení ve vztahu k okolí. Zároveň však tyto samostatné subjekty vzájemně kooperují a do své organizace implementovaly pravidla, která brání dominanci (monopolu) jednoho klubu nad ostatními. Kombinace monopolní síly a vzájemné kooperace ústí v možnost realizace ekonomického zisku, který je klubům v Evropě, potažmo běžným ekonomickým subjektům v tržním prostředí nedostupný. Tato skutečnost je prezentována za použití ryze ekonomických nástrojů.

S ohledem na znalosti teoretických základů monopolu vycházející z ekonomických teorií jsme dále v práci aplikovali všeobecné závěry na sportovní ligy a kluby. Ve výsledku bylo prokázáno nejen zneužívání monopolní postavení klubů i celých lig při vyjednávání s lokální vládou, ale i minimální přispění klubů v rámci ekonomického rozvoje regionu. Tuto skutečnost jsme v závěru práce potvrdili analýzou basketbalového klubu Miami Heat s využitím sportovního multiplikátoru.

## Literatura

- ANDREFF, W. (2010) A New Area for Comparative Economics: Competition and Regulation in North American vs. European Professional Team Sports Leagues. Conference of the European Association for Comparative Economic Studies, Tartu, August 26-28, 2010. [online] [cit. 10-10-23] Dostupné z [www: <http://ec.ut.ee/eaces2010/artiklid/Andreff-A%20new%20area%20for%20comparative%20economics.pdf>](http://ec.ut.ee/eaces2010/artiklid/Andreff-A%20new%20area%20for%20comparative%20economics.pdf)
- BAADE, R. A. (1994) Stadiums, Professional Sports, and Economic Development: Assessing the Reality. Detroit: Heartland Policy Study, 1994. No. 62. 40 p.
- BOWER, J. L., CHRISTENSEN, C. M. (1995) Disruptive Technologies: Catching the Wave. Harvard Business Review, Vol. 73, no. 1, pp. 43-53.
- CROMPTON, J. L. (1995) Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication. Journal of Sport Management, Vol. 9, no. 1, pp. 14-35.
- DIETL, D., DUSCHL, T. (2009) The Organization of Professional Sports Leagues: A Comparison of European and North-American Leagues from the Perspective of Platform Organization. University of Zurich, Institute for Strategy and Business Economics (ISU). Working Paper 0119. [online] [cit. 2010-10-27] Dostupné z [www: <http://www.isu.uzh.ch/static/ISU\\_WPS/119\\_ISU\\_full.pdf>](http://www.isu.uzh.ch/static/ISU_WPS/119_ISU_full.pdf)
- DOBSON, S., GODDARD, J. (2001) The economics of football. Cambridge University Press, 2001. 476 p. ISBN 0521661587
- HOLCOMBE, R. G. (2009) The behavioral foundations of Austrian economics. The Review of Austrian Economics, 2009, vol. 22, issue 4, pages 301-313
- KAHN, L. M. (2003) Sports League Expansion and Economic Efficiency: Monopoly Can Enhance Consumer Welfare. CESifo Working Paper No. 1101, 2003. 33 p.
- KAISEN, K. (2008) Driving growth by finding your next S-Curve. Whitepaper. [online] [cit. 2010-10-27] Dostupné z [www: <http://www.kendoventures.com/art/Finding\\_Your\\_Next\\_S\\_Curve\\_Whitepaper\\_v1\\_Dec\\_1\\_2008.pdf>](http://www.kendoventures.com/art/Finding_Your_Next_S_Curve_Whitepaper_v1_Dec_1_2008.pdf)
- KESENNE, S. (2000) Revenue Sharing and Competitive Balance in Professional Team Sports. Journal of Sports Economics, 2000. Vol. 1. No. 1. Pages 56-65
- KESENNE, S. (2004) Competitive Balance and Revenue Sharing: When Rich Clubs Have Poor Teams. Journal of Sports Economics, 2004. Vol. 5. No. 2. Pages 206-212
- MANKIWI, N. G. (2000) Principles of Economics. South-Western College Pub; 2nd edition. 888 pages. ISBN 030259517

- MANKIW, N. G. (2006) Principles of Microeconomics. S Thompson South-Western, 2006. 4th edition. 533 pages. ISBN 0324319169
- McBRIDE, C. (2010) The Average Salaries in Professional Sports. [online] ehow.com. [cit. 2010-11-5]. Dostupné z www: <[http://www.ehow.com/about\\_6464393\\_average-salaries-professional-sports.html](http://www.ehow.com/about_6464393_average-salaries-professional-sports.html)>
- MUKHERJEE, S. (2002) Modern Economic Theory. New Age International (p) Ltd. 4th ed. 1008 p. ISBN 8122414141
- NOLL, R. G. (1997) Sports, Jobs, and Taxes: The Economic Impact of Sports Teams and Stadiums. Brookings Institution Press, 1997. 540 p. ISBN 0815761112
- PLUNKETT, J. W. (2008) Plunkett's Sports Industry Almanac 2009: Sports Industry Market Research, Statistics, Trends & Leading Companies. Plunkett Research; Pap/Cdr edition, 2008. 497 pages. ISBN 1593921403
- RAPPAPORT, J., WILKERSON, C. (2001) What are the benefits of hosting a major league sports franchise? Economic Review, 2001. Vol. 86. No. 1. Pp. 55-86.
- SCHUMPETER, J. A. (1942) Capitalism, Socialism and Democracy. New York: Harper, 1975. [orig. pub. 1942], pp. 82-85
- SIEGFRIED, J., ZIMBALIST, A. (2000) The Economics of Sports Facilities and Their Communities. Journal of Economic Perspectives, 2000. Vol. 14. No. 3. Pp. 95-114
- SIEGFRIED, J., ZIMBALIST, A. (2002) A Note on the Local Economic Impact of Sports Expenditures. Journal of Sports Economics, 2002. Vol. 3. No. 4. Pp. 361-366
- SLOANE, P. J. (2005) The European model of sport. In.: ANDREFF, W.; SZYMANSKI, S. (2005) Handbook on the economics of sport. Edward Elgar Publishing, 2005. 830 p. ISBN 1 84376 608
- SMITH, A. (2003) The Wealth of Nations. Bantam Classics, 2003. 1264 pages. ISBN 0553585975
- Sports Facility Report. (2007) National Sports Law Institute of Marquette University Law School (2007). [online] [cit. 10-10-20]. Dostupné z www: <<http://law.marquette.edu/s3/site/docs/value-report-8.pdf>>
- STONIER, A. W. (2007) A Textbook Of Economic Theory. Pearson, 2007. 5th ed. 724 p. ISBN 8129703971
- SZYMANSKI (2004) Professional team sports are only a game. Journal of Sports Economics, 2004. Vol. 5. No. 2. Pages 111-126
- VROOMAN, J. (2000) The economics of American sports leagues. Scottish Journal of Political Economy, 2000. Vol. 47, Issue 4, pages 364-398.
- WALDEN, M. (1997) "Don't Play Ball": Pro Sport Don't Drive Economy. Carolina Journal, 1997. Vol. 7. No. 2. 23 p.
- WRIGHT, J. K., GILHEN. J. (2010) A Note on U.S. Antitrust Law and Professional Sport: American Needle and the Implications for Canadian Competition Law. Canadian Competition Record, 2010. [online][cit. 10-10-21]. Dostupné z WWW: <<http://www.davis.ca/publication/Canadian-Competition-Record-A-Note-on-UdotSdot-Antitrust-Law-and-Professional-Sport-American-Needle-And-the-Implication-for-Canadian-Competition-Law.pdf>>

#### Internetové zdroje:

- Forbes.com (2009) NFL Team Valuation. Special Report, 2009 [online]. [cit. 10-10-20]. Dostupné z WWW: <[http://www.forbes.com/lists/2009/30/football-values-09\\_NFL-Team-Valuations\\_Value.html](http://www.forbes.com/lists/2009/30/football-values-09_NFL-Team-Valuations_Value.html)>.
- Forbes.com (2009) NBA Team Valuation. Special Report, 2009 [online]. [cit. 10-10-20]. Dostupné z WWW: <[http://www.forbes.com/lists/2009/32/basketball-values-09\\_NBA-Team-Valuations\\_Rank.html](http://www.forbes.com/lists/2009/32/basketball-values-09_NBA-Team-Valuations_Rank.html)>.
- Forbes.com (2009) NHL Team Valuation. Special Report, 2009 [online]. [cit. 10-10-20]. Dostupné z WWW: <[http://www.forbes.com/lists/2009/31/hockey-values-09\\_NHL-Team-Valuations\\_Rank.html](http://www.forbes.com/lists/2009/31/hockey-values-09_NHL-Team-Valuations_Rank.html)>.
- Forbes.com (2009) The Business of Baseball. Special Report, 2009 [online]. [cit. 10-10-20]. Dostupné z WWW: <[http://www.forbes.com/lists/2009/33/baseball-values-09\\_The-Business-Of-Baseball\\_Value.html](http://www.forbes.com/lists/2009/33/baseball-values-09_The-Business-Of-Baseball_Value.html)>.