

AZ AMERIKAI FRANCHISE ALAPÚ SPORTRENDSZER ÉS AZ EURÓPAI LABDARÚGÓ BAJOKSÁGOK MŰKÖDÉSI ÖSSZEHAISONLÍTÁSA

A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE OPERATIONS OF THE AMERICAN FRANCHISE-BASED SPORTS SYSTEM AND EUROPEAN FOOTBALL LEAGUES

Váczai Péter ^{1*}, Juhász Gábor ²

¹ Váczai Péter, Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Vezetéstudományi Intézet
<https://orcid.org/0009-0005-0418-2192>

² Juhász Gábor Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Vezetéstudományi Intézet
<https://orcid.org/0009-0006-0480-1253>

<https://doi.org/10.47833/2026.2.ART.004>

Kulcsszavak:

franchise rendszer,
professzionális sport,
észak-amerikai sportligák,
európai labdarúgás,
zárt liga modell,

Keywords:

franchise system,
professional sport,
North American sports leagues,
European football,
closed league model

Article history:

Received 2026 március 25
Revised 2026 augusztus 24
Accepted 2026 augusztus 26

Összefoglalás

A tanulmány a franchise rendszer sajátosságait és európai labdarúgásban való alkalmazhatóságát vizsgálja. Bemutatja, hogy az észak-amerikai zárt, központilag szabályozott modell gazdasági stabilitást és kiszámíthatóságot biztosít, míg az európai futball nyitott rendszere egyre inkább hibrid jelleget ölt a legerősebb klubok dominanciája miatt. A kutatás szerint a franchise-modell előnyös lehetne a pénzügyi stabilitás és a befektetői biztonság terén, ugyanakkor alkalmazását korlátozzák a hagyományos sportstruktúrák, a kisebb piacok védelme és a szurkolói kultúra. A teljes adaptáció rövid távon nem valószínű, de a két modell közeledése várható.

Abstract

This study examines the characteristics of the franchise system and its applicability to European football. It shows that the North American closed and centrally regulated model provides economic stability and predictability, while European football's open system is increasingly taking on hybrid features due to the dominance of the strongest clubs. The research suggests that the franchise model could improve financial stability and investor security, but its adoption is limited by traditional sporting structures, the protection of smaller markets, and fan culture. Full implementation in Europe is unlikely in the short term, though further convergence between the two models can be expected.

1 Bevezetés

A professzionális sport az elmúlt évtizedekben jelentős átalakuláson ment keresztül, amelynek eredményeként mára globális, multimilliárd dolláros iparággá vált [2]. A sport már nem csupán

* Kapcsolattartó szerző:
E-mail cím: peter.tamas.vaczi@uni-miskolc.hu

verseny és fizikai teljesítmény, hanem komplex gazdasági és szórakoztatóipari termék, amelyben kiemelt szerepet kap a marketing, a média és a fogyasztói élmény [22]. Ebben a környezetben egyre nagyobb figyelem irányul azokra az üzleti modellekre, amelyek képesek hosszú távon stabil működést és fenntartható növekedést biztosítani a sportvállalkozások számára.

Az egyik ilyen meghatározó modell az észak-amerikai franchise rendszer, amely zárt struktúrájával, központosított irányításával és gazdasági racionalitásával jelentős sikereket ért el a professzionális sportligák működtetésében. Ezzel szemben az európai labdarúgás hagyományosan egy nyitott, feljutás és kiesés elvén alapuló rendszerben működik, amely erősen kötődik a sport történelmi és kulturális gyökereihez. Az utóbbi években azonban egyre inkább megfigyelhető egyfajta közeledés a két modell között, amely felveti a kérdést: vajon milyen mértékben és formában alkalmazhatók a franchise rendszer elemei az európai sportban?

A sportesemények növekvő globális jelentősége tovább erősíti e kérdés relevanciáját [1]. Az olyan nagyszabású események, mint a labdarúgó-világbajnokság, az Európa-bajnokság vagy az olimpiai játékok, minden korábbinál nagyobb nézettséget és gazdasági hatást generálnak [8;1]. Ezek az események nem csupán sportversenyek, hanem komplex élménycsomagok, amelyek a szórakoztatás, a turizmus, a média és a szponzoráció összefonódásán alapulnak. A növekvő érdeklődés és a fogyasztói elvárások változása egyre inkább az élményalapú sportfogyasztás irányába mutat [9;22;13], amely a franchise modell egyik alapvető erőssége.

Számos hazai és nemzetközi kutatás fókuszál a különböző sportrendezvények társadalmi és gazdasági hatásainak vizsgálatára [6;13]. Ezek az elemzések kiemelik, hogy a nagyszabású sportesemények nem csupán sportértékkel bírnak, hanem jelentős gazdasági aktivitást generálnak, hozzájárulnak a turizmus élénkítéséhez, a városimázs erősítéséhez, valamint a helyi közösségek társadalmi kohéziójához. Emellett egyre nagyobb hangsúlyt kap a sportesemények hosszú távú hatásainak vizsgálata is, különös tekintettel az infrastruktúra-fejlesztésekre, a foglalkoztatásra és a fenntarthatósági szempontokra. A kutatások továbbá rámutatnak arra, hogy a sportesemények szervezése és menedzsmentje egyre inkább stratégiai megközelítést igényel, amelyben a gazdasági racionalitás, a marketing és a fogyasztói élmény egyaránt meghatározó szerepet játszik. Ez a szemlélet szorosan kapcsolódik a franchise rendszerek logikájához, ahol a sport nem csupán verseny, hanem komplex gazdasági és társadalmi jelenségként jelenik meg.

A sportmarketing szerepe az elmúlt években jelentősen felértékelődött, amely szorosan összefügg a fogyasztói szokások átalakulásával és az új trendek megjelenésével [17;16;23;10;18]. A digitális platformok, a közösségi média [24] és a streaming szolgáltatások térnyerése alapvetően változtatta meg a sportfogyasztás módját: a nézők már nem csupán passzív szemlélői az eseményeknek, hanem aktív résztvevői egy komplex, interaktív élménynek. A fiatalabb generációk különösen az azonnali élményt, a vizuális tartalmakat és a folyamatos elérhetőséget részesítik előnyben, ami arra ösztönzi a sportszervezeteket, hogy egyre inkább szórakoztatóipari terméként pozicionálják eseményeiket [3;4]

Ezek a változások közvetlen kapcsolatban állnak a franchise modell működési logikájával, amely már régóta az élményközpontú sportfogyasztásra és a márkaépítésre helyezi a hangsúlyt. A központosított marketingstratégiák, az egységes arculat és a szurkolói élmény tudatos fejlesztése mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a sport ne csupán verseny, hanem komplex fogyasztói termék legyen. Az európai labdarúgásban is egyre inkább megfigyelhető ez az irány, amely a globális közönség megszólítására és a bevételi források diverzifikálására törekszik. Ennek fényében a sportmarketing és a fogyasztói trendek vizsgálata elengedhetetlen a franchise rendszer és az európai modell közötti lehetséges konvergencia megértéséhez.

Jelen tanulmány célja, hogy bemutassa a franchise rendszer működésének főbb jellemzőit, valamint összehasonlítsa azt az európai labdarúgás hagyományos modelljével. A vizsgálat során különös hangsúlyt kapnak a gazdasági, szervezeti és piaci tényezők, továbbá annak feltárása, hogy a franchise rendszer milyen lehetőségeket és kihívásokat jelenthet az európai sport számára a jövőben.

2 Anyag és módszer

A kutatás szekunder forrásokon alapuló kvalitatív elemzést alkalmaz. A vizsgálat során hazai és nemzetközi szakirodalmak, tudományos publikációk, iparági jelentések, valamint sportgazdasági

elemzések kerültek feldolgozásra a franchise rendszer és az európai labdarúgás működési sajátosságainak feltárása érdekében.

A módszertan középpontjában a komparatív elemzés áll, amely lehetővé teszi az észak-amerikai franchise alapú sportligák és az európai, feljutás-kiesés rendszerére épülő modell közötti hasonlóságok és különbségek azonosítását. Az elemzés kiterjed a gazdasági struktúrákra, a szabályozási mechanizmusokra, a bevételmegosztási rendszerekre, valamint a versenyegyensúlyt befolyásoló tényezőkre.

A kutatás során továbbá dokumentumelemzés keretében kerültek vizsgálatra különböző esettanulmányok és korábbi empirikus kutatások eredményei, különös tekintettel a professzionális sport globalizációjára és az élményalapú sportfogyasztás térnyerésére. Az alkalmazott módszerek célja egy átfogó kép kialakítása a két modell működéséről, valamint annak feltárása, hogy a franchise rendszer egyes elemei milyen mértékben adaptálhatók az európai labdarúgásban.

2.1 A franchise rendszer bemutatása

A franchise egy rendkívül dinamikus üzleti modell az észak-amerikai profi sportban, de Európában, különösen a futballban, továbbra is egy a hagyományok miatti berögzült hagyományos rendszerek miatt egy nem használt rendszert jelent.

Pedig a franchise rendszer az élet számos területén már bizonyított, mivel eredeti és hatékony gazdasági fejlődési modellt képvisel. Az olyan nagy hírév vállalatok, mint a McDonald's, a Burger King, Kfc, Starbucks is franchise rendszerben működnek, amely rendszer alkalmazása a folyamatos sikereiről tanúskodik ezeknek a cégeknek az esetében is. [26]

A franchise egy olyan megállapodáson alapul, amelyben a franchise-adó jogot ad a franchise-átvevőknek termékek vagy szolgáltatások forgalmazására, valamint márkanevének és üzleti modelljének használatára, meghatározva egy olyan földrajzi területet, amelyben a franchise-átvevő védett a versenytársak belépésével szemben [20].

Nyilván a profi sport a franchise rendszer egy különleges területe, ahol az alkalmazott üzleti modellben egy meghatározott liga szabályozó testülete gyakorolja a franchise rendszer irányítását, amely liga pontos működési tervet és elveket dolgoz ki majd ezek mentén szabályozza egy adott sportág rendszerét, emellett a területi kizárólagosságot is garantálja, hogy minden franchise-átvevő magas szintű jövedelmezőséget érheszen el.

Míg a nagyobb amerikai sportesemények, mint például a Super Bowl, széles körben ismertek Európában, ez nem így van a profi ligák működési módjával, amelyek franchise-modellen alapulnak. Minden liga egy kollektív irányításon alapuló gazdasági egység, amelyben a franchise-tagok – a franchise-csapatok – összehangolt stratégiát követnek egy vonzó termék fejlesztésére és értékesítésére, különösen a nagy tévéhálózatok, a sportműsorok számára. Ez hatással van az egyes franchise-csapatok értékelésére, amely az egyes sportágak médiahatékonyságától függ.

A liga bármilyen átszervezését, új csapatok belépésével vagy meglévők távozásával,

kizárólag a megbízó (azaz a franchise-adó) tervezi és vezényelheti le, aki meghatározza az irányítás módjait is. A következő részekben azt fogjuk megvizsgálni, hogy a franchise rendszer és ismérvei, milyen módon kapcsolódhatnak be a tradicionális európai bajnokságokba, kiemelten vizsgálva a labdarúgás területét.

Az európai profi futballban az elmúlt három évtized fejleményei azt mutatják, hogy ma egy zárt rendszerben vagyunk, amelynek elvileg nyitottnak kellene lennie, ahol általában mindig ugyanaz a 10-15 csapat érdekelt az UEFA Bajnokok Ligája utolsó szakaszában.



1.kép A legutóbbi 20 év bajnokok ligájának győztes csapatai

A valóság tehát egy hibrid forma, amelyben az észak-amerikai modell néhány jellemzője jelen van, még úgy is, hogy a rendszer elvileg nem a franchise felépítés elveit követi.

Természetesen sok megfigyelő egy franchise-rendszer bevezetését szorgalmazza Európában, legalábbis az UEFA Bajnokok Ligája esetében, még akkor is, ha ez azt jelenti, hogy a kevésbé erős országok kiszorulnak a sorozatból. A valóságot megnézve a lényegi kérdésekben így sincs igazi beleszólásuk a kevésbé tehetős csapatoknak, hiszen a sorozat alapszakasza után már nem, vagy csak elvétve tudnak bekerülni ezek a csapatok.

Az észak-amerikai modell európai profi labdarúgás általi lehetséges átvételének következményei hosszú távúak lehetnének.

Számos tanulmány kiemelte, hogy a legfelső szintű labdarúgás ma már egy élményalapú perspektíva részévé vált, amelyben maga a mérkőzés csupán egy nagyobb léptékű élmény, minőség része. Ez a fejlődés jelentős befektetéseket igényel mind a stadionok átalakításába, mind a mérkőzést körülvevő élményfaktor megvalósításában [15].

Egy franchise modell előnye lenne, hogy csökkentené a csapatok kiszámíthatatlan sportteljesítményével kapcsolatos bizonytalanságot azáltal, hogy garantálná a magánbefektetők számára a folyamatos jelenlétet a ligan belül, a szezon végén történő kikerülés kockázata nélkül. Továbbá fontossá válna a területi kizárólagosság garanciája, amely egy vonzáskörzet potenciálján alapul, véglegesen megakadályozná a versenytársak váratlan belépését (új csapatok csatlakozását), így védve a stadionok kihasználtságát. Az európai (futball) szuperliga létrehozásának azonban jelentős akadályai vannak, az elmúlt években tett számos kísérlet ellenére.

A téma folyamatosan jelen van a különféle médiumokban rendszeresen tárgyalja a média, a nagy európai csapatok azon kísérleteit, hogy az UEFA által szervezett versenyeken kívül magánligát hozzanak létre, amellyel heves vitákat váltottak ki [14].

A szóban forgó kérdések tisztázása érdekében érdemes részletesebben bemutatni az észak-amerikai modellt és annak az alaptéziseit.

Az észak-amerikai profi sportligák irányítása gyakorlatilag a kollektív szabályozáson alapuló játékszabályokon alapul, amelyek célja, hogy vagyont teremtsen a franchise minden tagja számára, és azt méltányosan ossza meg.

2.2 Az észak-amerikai modell áttekintése

Az amerikai sportmodell, szemben az európaival, lényegében teljesen zártnak tekinthető: a major sport ligákban jellemzően 30-32 csapat működik, és sem feljutásra, sem pedig kiesésre nincs lehetőség. Gazdasági szempontból az észak-amerikai ligák

a sportszórakoztatási piac meghódításának elve szerint szerveződnek, amelyet úgy szabályoznak, hogy a csapatok a pályán egymás ellenfelei lehetnek, a háttérben üzletileg viszont egy cél érdekében a minél jobb üzleti működés elérése érdekében közösen dolgoznak. 1-2 Metropoliszt kivéve (Los Angeles, New York) próbálják elkerülni azt, hogy egy szűkebben meghatározott geográfiai térben több csapat is működhessen.

Ezzel szemben jelenleg a Premier League-ben hét londoni csapat is működik a 2025/26-os szezonban.

Bár a franchise-ok független vállalkozások, Ezeket a vállalkozásokat liga szinten össze kell fogni egyfajta közvetlen irányítással, amely liga vezetése meghatározza a kollektív szabályokat és a működés elveit. Gyakorlatban ez az irányítás az erőforrás megosztásokat jelenti (TV-jogok, jegyértékesítés), a játékosok csapathoz való csatlakozásának és csapatváltásának feltételeit (draft), valamint a pénzügyi etika betartását (fizetési plafon). Ez azt jelenti, hogy a liga működésével ellentétes cselekedetekre szankciókkal válaszol. A cél egyértelműen az, hogy a franchise-rendszert úgy szervezzék meg, hogy biztosítsák a franchise-átvevők (csapatok) jelenlétének folyamatosságát, ezáltal állandó kapcsolatot alakítva ki a vonzáskörzetben található szurkolókkal.

Nem véletlenek a szigorú szabályok, hiszen az Egyesült államokban a sportipar kétszer akkora, mint az autóipar hétszer akkora pénz áramlik át rajta, mint a filmiparban. [25]

A négy fő észak-amerikai franchise – a National Football League (NFL), a Major League Baseball (MLB), a National Basketball Association (NBA) és a National Hockey League (NHL) – legtöbb csapatát a liga tervezett bővítésének részeként, vagy egy rivális ligával való egyesülés révén hozták létre.

Nagy egységekben nézve az észak-amerikai franchise rendszert vezető ligák működésének a jellemzői, feladatai a következők lehetnek:

- A liga egy a működéséért felelős személy irányítása alatt áll (commissioner)
- Nincs kiesés a szezon végén, a bajnoksághoz csak különleges körülmények között lehet csatlakozni egy franchise-nak és a tulajdonosok beleegyezése is
- A liga további fő funkciója az egyes csapatok tisztességes működésének az ellenőrzése
- Központosított marketingstratégia
- Csapatok közötti verseny csak a pályán, gazdaságilag a folyamatos fejlődés a közös érdek
- A cél egy szűkebb geográfiai körben a fogyasztói piac választásának az elérése
- Munkaerőpiaci szabályozások és lehetőségek a helyi franchise segítségével
- A játékos választó draft megszervezése
- A fizetési plafon szabályozása
- A kollektív tárgyalások szervezése, menedzselése a tulajdonosok és a játékos-szakszervezetek között
- A generált bevételek megosztása - A televíziós jogok egyenlő elosztása
- A keletkező központi jegybevételek megosztása. [27]

A négy nagy franchise sport mellett beszélhetünk egy ötödikről is. A labdarúgó franchise liga (MLS) tekinthető az ötödik franchise rendszernek. Ez azonban sokban különbözik a négy nagytól. A franchise-csapatok tulajdonosai a liga részvényesei, és maga a liga, nem pedig a csapatok írják alá szerződéseket a játékosokkal. Emellett a sportág nemzetközi szabályozó testülete a Fifa miatt ezek a csapatok rendszeresen játszanak mérkőzéseket a többi kontinens kiemelkedő csapataival, így azt mondhatjuk, hogy ez a liga a világ felé kevésbé zárt módon működik.

A franchise rendszereken belül a liga törekszik az egyenlő verseny elérésére és arra is törekszik, hogy a csapatok tudjanak fejlődni és ne mindig ugyanazok a csapatok uralják egy-egy liga élmezőnyét. Ettől függetlenül a helyesen megválasztott stratégiák és szakmai munkák elegyként folyamatosan újabb és újabb dinasztiák születnek a különböző franchise ligák bajnokságaiban. Összefoglalva azt mondhatjuk, hogy az észak-amerikai profi ligák dinamikája a kollektív értéktéremtésen és a kockázatok megosztásán alapul, amellyel a tagok közötti maximális bevétel elérését szeretnék elérni.

Az is izgalmas kérdés lehet, hogy egy vadiúj vagy költözés által újjászülető franchise mi alapján választ a geográfiai térben piacot?

Térbeli szempontból egy franchise-hálózat területi lefedettségi stratégiája a megfelelő helyszínek kiválasztásán alapul, amelyek nemcsak nagy népességgel (sok potenciális

ügyféllel) rendelkeznek, hanem az elmúlt években folyamatos demográfiai növekedést is mutatnak, ami a dinamikus gazdaság egyértelmű jele. Miután a helyszínt meghatározták, a franchise számára az is, fontos szempont, hogy könnyen megközelíthetőnek kell lennie mind a beszállítók, mind a szurkolók számára.

Lépésről lépésre Észak-Amerika milliós lakosságnál nagyobb városai zömében végül legalább egy nagy csapattal (franchise) rendelkeznek, amelyek nagy potenciállal rendelkező vonzaskörzeteket fednek le, és képesek voltak kielégítő szintű

jegyértékesítést generálni. A következő kép az Nfl Franchiseok földrajzi elhelyezkedését mutatja, amely jól láthatóan keleti parti dominanciát mutat, de a csapatok sokszínű eloszlását is mutatja a földrajzi térben.



2. kép Az amerikai futball bajnokság (Nfl) csapatainak a földrajzi eloszlása. (Forrás: <https://printable-us-map.com/wp-content/uploads/2025/09/states-all-nfl-teams-on-map-map-of-nfl-teamsstate-map-of-usa-with-nfl-teams.jpeg>)

2.3 Az európai modell

A profi labdarúgásban a franchise-rendszer bevezetésének a kérdése már évek óta többször felmerült Európában, különösen az Egyesült Királyságban, Spanyolországban és Franciaországban. 2021-ben felmerült egy Európai Szuperliga ötlete, de a projekt – nem utolsósorban jogi okokból – nem valósult meg [11]. Politikai szinten az Európai Unió a hagyományos sportstruktúrák védelmére törekszik azáltal, hogy ellenáll a kizárólag az elit csapatok, és következésképpen a legerősebb

városok pénzügyi profitjának maximalizálásán alapuló franchise-rendszer létrehozására irányuló kísérleteknek. Valós veszélye lehet a kisebb földrajzi terek marginalizálódásának az európai futballban, ha egy franchise alapú rendszer bevezetésre kerül, ahol a nagyobb lélekszámú városok csapatai kerülhetnek be csak a rendszerbe, ahol magasabb lehet a fogyasztói hajlandóság.

Kimondott franchise rendszerű bajnokság ugyan nincs az európai futballban, de, ha megnézzük az utóbbi 15-20 év csapatait, akik a legjobb 16 vagy még inkább a legjobb nyolc közé jutottak a Bajnokok Ligájában, gyakorlatilag ugyanazt a 15-20 csapatot fogjuk ott találni, amely a lehetőségek miatt gyakorlatilag már kvázi egy franchise típusú berendezkedést jelent.

Bevezette ugyan az európai labdarúgó szövetség a pénzügyi fair play intézményét, amely valamiféle gátat szab, hogy 1-2 csapat ne tudjon a pénzügyi előnyével úgy visszaélni, hogy folyamatosan a többiek előtt járjon. Ez az intézkedés valóban jelentett valamiféle gátat.

Azonban ettől még a tradicionálisan sikeres európai csapatok, akik komoly pénzügyi háttérrel rendelkeznek, komoly márkavértékkel bírnak, emellett a legmagasabb szinten részesülnek a televíziós jogokból, tagadhatatlanul egy külön kasztot alkotnak az európai futball piacon. Közéjük, csak évente 1-2 erőn felül teljesítő csapat tud bekerülni, de ők is csak időlegesen. Jelenleg az európai klubfutballt 8-10 csapat uralja.

Azonban hiába van jelen az európai futballban az az állapot, hogy 8-10 csapat uralja az elért eredményei alapján a futballpiacot, mégis nem látszik egyelőre járható útnak a franchise rendszer bevezetésének a lehetősége. A futballt továbbra is elsősorban sport tevékenységnek, sport rendezvénynek tekintik, kevésbé látványosságnak eladható marketing terméknek. Sok szurkoló számára a szenvedély kifejeződése, ha szurkolhat egy futballcsapatnak még akkor is, ha azt egy gazdaságilag elmaradott térségben teheti is meg, nehéz életkörülmények között. Számukra a csapat a csapatnak való szurkolás jelenti az élet értelmét. Egy észak-amerikai modellen alapuló európai szuperliga létrehozása majdnem biztosan megszüntetné vagy sokkal rosszabb színvonalúvá tenné a nemzeti ligákat, és veszélyeztetné az európai futball teljes pénzügyi egyensúlyát. Egy olyan csapat, mint a Real Madrid, annak ellenére, hogy élen jár egy hipotetikus,

észak-amerikai modellen alapuló bajnokság építésében, bevételeinek 70%-át a hazai piacról szerzi. Nem is beszélve a spanyol szurkolók reakcióiról, ha a Real Madrid és a Barcelona, egyszer csak eltűnnének a la liga csapatai közül. A legnagyobb európai bajnokságok legjobb 16 csapata lehetne egy franchise liga keretein belül, de akkor mi történne azokkal a nemzeti bajnokságokkal, ahonnan a legjobb csapatok egyszer csak eltűnnének? Ráadásul sok-sok európai ország csapatainak esélye sem lenne oda bekerülni, ami akár sport etikai kérdéseket is felvethet.

A két rendszer összehasonlítását a következő ábrában és táblázatban foglaltuk össze.



3.kép Az észak-amerikai franchise rendszer és az európai labdarúgó rendszer összehasonlítása (saját szerkesztés)

1. táblázat A franchise rendszer és az európai rendszer összehasonlítása

Szempont	Észak-amerikai franchise sport rendszer	Európai labdarúgó bajnoki rendszer
Tulajdonosi szerkezet	Csapatok franchise jogot birtokló tulajdonosok kezében	Klubok önálló jogi entitások, gyakran magán vagy közösségi tulajdonban
Liga felépítése	Zárt rendszer – fix számú csapat; nincs kiesés vagy feljutás	Nyílt rendszer – több osztály; van kiesés és feljutás
Szezon célja	Rájátszás, bajnoki cím, szórakoztató érték	Bajnoki cím, nemzetközi kupák, kiesés elkerülése
Bevétel megosztás	Központosított: liga szintű elosztás (TV, merchandising, szponzorbevételek)	Klubok saját bevételeiket kezelik; nagy különbségek a csapatok között
Igazolási szabályok	Draft rendszer, elvben a leggyengébb csapat választ először	Nincs draft; utánpótlás nevelés és átigazolások jellemzőek
Fizetések szabályozása	Fizetési sapka (salary cap) korlátozza a bérköltségeket	Nincs egységes korlát; a piac és klub erőforrásai határozzák meg
Verseny egyensúly	Központilag szabályozott egyensúly (draft, profit megosztás)	Jelentős különbségek; domináns top klubok
Földrajzi korlátok	Területi kizárólagosság: ritkán több csapat egy városban	Nincs földrajzi megkötés; akár több klub is egy városban
Elsődleges cél	Pénzügyi stabilitás, nézőszórakoztatás	Sporteredmény, hagyomány, szurkolói identitás
Példák	NFL, NBA, NHL, MLB	Premier League, La Liga, Bundesliga, Serie A
Nemzetközi versenyzés	Nem jellemző a regionális klubtorna (az USA-ban csak csekély mértékben, pl. CONCACAF Champions Cup).	Klubok nemzeti bajnokság mellett nemzetközi sorozatokban is (pl. Bajnokok Ligája) szerepelnek.
Szurkolói hűség és identitás	Friss és üzleti szemléletű a piac: városváltás is előfordulhat (pl. Oakland Raiders → Las Vegas Raiders).	Erős történelmi és helyi kötődés; városok, régiók identitása szorosan kapcsolódik a klubhoz.

3 Megbeszélés és következtetés

Az észak-amerikai profi sportligák irányítását több mint hatvan éve kutatják a különböző marketinggel foglalkozó szakemberek. A franchise modell egy olyan stratégián alapul, amely komoly stabilitást ad az ott szereplő csapatok számára és csökkenti a befektetők számára elkerülendő kockázatokat. Az olyan kockázatok kerülhetők el, mint az európai labdarúgó rendszerben jelen lévő kiesés-feljutás rendszerének a kockázata, ahol, ha egy csapat kiesik akkor a televíziós jogok csökkenését, elvesztését eredményezheti, de az imázs és a legitimitás elvesztését is, és így a járulékos szponzori bevételek csökkenését is okozhatja.

A cikkünk egyik célja pont ez volt, hogy bemutassa a franchise rendszer és az európai labdarúgás szisztémája közötti gazdasági stabilitás jellemzőit, bemutatva a rendszerek közötti előnyöket és hátrányokat egyaránt.

Tágabb értelemben a cél az is volt, hogy átgondoljuk a franchise modell alkalmazásának lehetőségeit az észak-amerikai terepen kívül is. A profi sport egy mára multimilliárdos iparágga nőtte ki magát, amely a globális GDP több mint 2%-át teszi ki (21), és szerepe a televíziós hálózatok fejlődésében rendkívül fontos. Például a 2022-es katari világbajnokság döntője 1,42milliárd nézőt vonzott az egész világon, a FIFA pedig a teljes torna közvetítési jogaiból mintegy 2,96, milliárd amerikai dollar bevételt kapott. Ezért jogos a kérdés a franchise modell bevezetése mellett is ilyen számok jönnének a világbajnokságok után, egyáltalán megmaradna-e a világbajnokságok jelenlegi presztízse egy szuperliga mellett.

A mi meglátásunk szerint egy európai klubfutballon alapuló szuperliga létrejötte nem csorbítaná a világbajnokság presztízst, sőt akár újabb tőke beáramlását eredményezhetné.

Észak-Amerikában már a sportok hőskorában is a franchise rendszer volt a jellemző a 19. században úttörő szerepet játszott ez a rendszer a ligák létrehozásában, nevezetesen az 1876-os baseball ligával, és sikerük soha nem csökkent. Sőt, egyfajta ideális modellként szolgáltak a többi sportliga számára is. Ezért ott ezt tartják az alap rendszernek, míg Európában erősebbek a kieséses-feljutásos rendszer alapjai, ennek a rendszernek a hagyományai.

Az európai profi futball esete jelenleg kimondottan érdekes hiszen, mert bár jogilag nem franchise-ként működik, de gyakorlatban a legrangosabb versenysorozat a bajnokok ligája végső szakasza hagyományosan 10-12 csapat között dől el. Így azt mondhatjuk, hogy ugyan nem franchise rendszerben működik, de, akár működhetne abban is, megnézve azt a hegemoniát, amit ez a 10-12 csapat jelent ebben a sorozatban. Nyilván ez a kisebb klubok előtt bezárná a kaput, viszont a benne lévő csapatoknak még nagyobb szponzorációs utat nyitna meg, hiszen egy állandó rendszer, ahonnan nem lehet kiesni és minden évben ott szerepelhet egy csapat, az egy szponzornak egy nagyobb kockázat nélküli befektetést jelentene, így akár jelentős plusz tőke is áramolhatna ezekhez a csapatokhoz.

Az igazán kiemelt mérkőzések ma már egyfajta show műsorként is szolgálnak. Éppen ezért az Egyesült Államokban kiemelt figyelmet fordítanak erre és folyamatosan élményközpontúvá teszik a mérkőzéseket. Az európai rendszer merev hagyományaira alapuló szerkezete változhatna meg egy a franchise rendszer adta show alapú szórakozássá. Ami a mai generációk számára már az alapot jelentik a saját érték rendjükben, ennek a generációnak a szükségletei nagy eséllyel legyőzhetik a hagyományokon alapuló európai rendszert. A kérdés nem az, hogy lesz-e franchise rendszer az európai futballban, hanem a mikor a mi véleményünk szerint.

Úgy gondoljuk, hogy eljött az ideje, hogy a nézőknek új ajánlatokat, új eseményeket, új versenyeket kínáljanak.

Ez volt a helyzet az Európai Szuperliga projekttel is, amelynek célja egyértelműen egy nagy kiemelt versenyrendszer létrehozása volt. [11] Ugyan ennek a bajnokságnak a megvalósulása most még megghiúsult, de úgy látjuk ez a változás elkerülhetetlen a fogyasztási szokások, főleg az új generációs fogyasztási szokások miatt. A jelenlegi új szisztéma, amit bevezettek a Bajnokok Ligájában csak elhalasztani tudja ezt a változást, de véleményünk szerint megakadályozni egy franchise rendszerű liga létrejöttét nem fogja tudni, hiszen az új generációnak mindenképp a nagyobb, a színesebb, a monumentálisabb kell és ez ellen csak ideig-óráig fog tudni a mostani rendszer ellenállni.

4 Összegzés

A tanulmány rávilágított arra, hogy az észak-amerikai franchise rendszer és az európai labdarúgás hagyományos, nyitott struktúrája alapvetően eltérő működési logikára épül, ugyanakkor a globalizáció és a sportipar gazdasági fejlődése egyre inkább közelíti egymáshoz a két modellt. A franchise rendszer stabilitást, kiszámítható bevételeket és erősebb befektetői biztonságot kínál, míg az európai rendszer megőrzi a sport hagyományos értékeit, különösen a nyitottságot és a verseny igazságosságának elvét.

Az elemzés rámutatott arra is, hogy az európai labdarúgásban már jelen vannak olyan tendenciák – például a topklubok dominanciája és a bevételek koncentrációja –, amelyek a franchise rendszer bizonyos jellemzőit idézik. Ugyanakkor a teljes körű átállás jelentős strukturális, gazdasági és társadalmi akadályokba ütközne, különösen a kisebb klubok helyzete és a szurkolói kultúra miatt.

Bár rövid távon nem várható a franchise modell teljes adaptációja Európában, hosszabb távon egy hibrid rendszer kialakulása valószínűsíthető. Ebben a modellben a gazdasági racionalitás és az élményalapú sportfogyasztás erősödése mellett továbbra is megmaradhatnak az európai sport hagyományos értékei. A jövő kulcskérdése az lesz, hogy miként lehet egyensúlyt teremteni a gazdasági hatékonyság és a sport társadalmi-kulturális szerepe között.

5 Következtetések és javaslatok

A vizsgálat alapján megállapítható, hogy a franchise rendszer számos olyan gazdasági és szervezeti előnyt kínál, amely hozzájárulhat a professzionális sport hosszú távú stabilitásához és fenntarthatóságához. Az észak-amerikai modell hatékonyan kezeli a kockázatokat, kiegyensúlyozottabb versenyt biztosít, valamint vonzóbb környezetet teremt a befektetők számára. Ezzel szemben az európai labdarúgás hagyományos rendszere továbbra is erősen kötődik a sport kulturális és társadalmi gyökereihez, amely korlátozza a teljes franchise-alapú átalakulás lehetőségét. Ugyanakkor a jelenlegi tendenciák – különösen a bevételek koncentrációja és az elitklubok dominanciája – arra utalnak, hogy az európai modell már részben elmozdult egy zártabb, gazdaságilag orientált működés felé.

A jövő szempontjából célszerű lehet egy olyan hibrid modell kialakítása, amely ötvözi a két rendszer előnyeit. Javasolt a bevételmegosztási mechanizmusok erősítése, különösen a televíziós jogok és központi bevételek igazságosabb elosztása érdekében, amely hozzájárulhat a verseny kiegyensúlyozottságához. Emellett érdemes lenne bizonyos mértékű központosított szabályozást bevezetni a pénzügyi fenntarthatóság növelése érdekében, például szigorúbb pénzügyi kontroll vagy a költségek korlátozása révén.

További javaslatként megfogalmazható az élményalapú sportfogyasztás fejlesztése, amely a modern nézői igényekhez igazodva növelheti a sportág piaci értékét. Ugyanakkor fontos hangsúlyozni, hogy minden strukturális változtatás során figyelembe kell venni a kisebb klubok érdekeit és a szurkolói közösségek szerepét, mivel ezek a tényezők alapvetően meghatározzák az európai futball identitását.

Talán rövid távon a leginkább járható út nem a teljes franchise rendszer bevezetése, hanem annak szelektív adaptációja lehet, amely lehetővé teszi a gazdasági hatékonyság növelését anélkül, hogy a sport alapvető értékei sérülnének.

Irodalomjegyzék

- [1] A. Müller, M. Bíró, K. Ráthonyi-Odor, G. Ráthonyi, G. Széles-Kovács, E. Boda, M. D. Macra-Orsorean, and Á. András, "Economic impacts of sports events," *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Educatio Artis Gymnasticae*, vol. 61, no. 4, pp. 85–95, 2016.
- [2] É. Bácsné Bába, V. Fenyves, G. Szabados, K. Dajnoki, A. Müller, and Z. Bács, "A sportágazat nemzetgazdasági jelentőségének vizsgálata beszámoló adatok alapján 2014–2016-os időszakban," *Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok*, vol. 13, no. 3–4, pp. 93–103, 2018, doi: 10.14232/jtgf.2018.3-4.93-103.
- [3] É. Bácsné Bába, R. Balogh, B. A. Bács, A. Molnár, V. Fenyves, and A. Müller, "A passzív sportfogyasztás motivációinak vizsgálata nemek tükrében," *Economica (Szolnok)*, vol. 10, no. 1, pp. 30–35, 2019.
- [4] R. Balogh, Z. Bács, V. Fenyves, A. Müller, B. Dobay, and É. B. Bába, "Are All Marketing Campaigns in Vain If the Product Is Bad? Examining Factors That Influence Demand for Football Matches," *Selye e-Studies*, vol. 10, no. 2, pp. 11–20, 2019.

- [5] R. Balogh, A. Molnár, A. Müller, G. N. Szabados, and É. Bácsné Bába, "A passzív sportfogyasztás vizsgálatának tapasztalataiból," *Acta Carolus Robertus*, vol. 9, no. 1, pp. 35–48, 2019.
- [6] M. Bíró, A. Müller, K. Ráthonyi-Ódor, G. Ráthonyi, É. B. Bába, and B. Dobay, "Az olimpiai játékok örökségei, különös tekintettel a gazdasági és társadalmi hatásokra," *Selye E-Studies*, vol. 8, no. 1, pp. 51–63, 2017.
- [7] M. Bíró and A. Müller, "Aktív pihenés, rekreáció = Active relaxation, recreation," in *Természeti és kultúrtörténeti értékek Eger térségében = Natural and Cultural Heritage in the Eger Region*, A. Dobos and J. Mika, Eds. Eger, Hungary: Líceum Kiadó, 2017, pp. 128–130.
- [8] M. Bíró, A. Müller, K. Ráthonyi-Ódor, G. Ráthonyi, and I. Baloga, "Az olimpiai játékok szervezésének történeti áttekintése gazdasági aspektusból [Historical overview of the organisation of the Olympic Games in economical aspect]," *Acta Academiae Paedagogicae Agriensis Nova Series: Sectio Sport*, vol. 43, special issue, pp. 3–20, 2016.
- [9] E. J. Boda, É. Bácsné Bába, N. Laoues-Czibalmos, and A. Müller, "Rekreációs fogyasztói szokások vizsgálata magyar fiatal felnőttek körében," *Különleges Bánásmód*, vol. 5, no. 4, pp. 33–44, 2019.
- [10] A. Borbély and A. Müller, *Sport és turizmus*. Debrecen, Hungary: Campus Kiadó, 2015.
- [11] P. M. Brannagan, N. Scelles, M. Valenti, Y. Inoue, J. Grix, and S. J. Perkin, "The 2021 European Super League attempt: motivation, outcome, and the future of football," *International Journal of Sport Policy and Politics*, vol. 14, no. 1, pp. 169–176, 2022, doi: 10.1080/19406940.2021.2013926.
- [12] Zs. Koroknay, A. Müller, and M. Bíró, "A 17. FINA Vizes Világ bajnokság sport, társadalmi és gazdasági hatásai," in *Fókuszban az egészség*, L. Balogh, Ed. Debrecen, Hungary: Debreceni Egyetem Sporttudományi Koordinációs Intézet, 2018, pp. 116–129.
- [13] G. Maklári, É. B. Bába, A. Müller, and A. Molnár, "Exploration of gender patterns and differences in endurance sports event tourism," *GeoJournal of Tourism and Geosites*, vol. 56, no. 4, pp. 1617–1626, 2024, doi: 10.30892/gtg.56418-1332.
- [14] H.-E. Meier, B. García, M. Konjer, and M. Jetzke, "The short life of the European Super League: a case study on institutional tensions in sport industries," *Managing Sport and Leisure*, vol. 29, no. 5, pp. 557–574, 2024, doi: 10.1080/23750472.2022.2058071.
- [15] I.-F. Moraes, A. Rocco Jr., and F. da Cunha Bastos, "Marketing management in the football industry," in *Sport Marketing in a Global Environment: Strategic Perspectives*, R. Crabtree and J. Zhang, Eds. New York, NY, USA: Routledge, 2022, pp. 107–125.
- [16] A. Müller, "A legújabb trendek a sportmarketing és menedzsment területén," in *Sportszakember-továbbképzési konferenciasorozat*, J. Györfi, Ed. Budapest, Hungary: Nemzeti Sportszövetség, 2009, pp. 69–72.
- [17] A. Müller and E. Kerényi, "Trendek és fogyasztói magatartás az egészségügyben," in *Egészségügyi marketing és telekommunikáció*, E. Kerényi, Ed. Mátraháza, Hungary: Mátrai Gyógyintézet, 2009, pp. 11–19.
- [18] A. Müller, S. Bolega, Z. Gabnai, É. B. Bába, and C. Pfau, "A BMX, és egyéb extrém sportok választásának motivációs tényezői," *International Journal of Engineering and Management Sciences*, vol. 3, no. 4, pp. 426–441, 2018, doi: 10.21791/IJEMS.2018.4.35.
- [19] A. Müller, M. Bíró, K. Ráthonyi-Ódor, G. Ráthonyi, and Á. András, "A sport nagyrendezvényeinek elemzése gazdasági aspektusból [Analysis of the great sport event of economic aspect]," *Acta Academiae Paedagogicae Agriensis Nova Series: Sectio Sport*, vol. 43, special issue, pp. 77–88, 2016.
- [20] K. J. Nijmeijer, I. Fabbricotti, and R. Huijsman, "Making franchising work: A framework based on a systematic review," *International Journal of Management Reviews*, vol. 16, no. 1, pp. 62–83, 2014, doi: 10.1111/ijmr.12009.
- [21] G. Ramchandani and D. Wilson, "Global economics of sport and leisure," in *Torkildsen's Sport and Leisure Management*, 7th ed. London, U.K.: Routledge, 2022, pp. 229–243.
- [22] G. Ráthonyi, É. Bácsné Bába, A. Müller, and K. Ráthonyi-Ódor, "IT megoldások a szurkolói élmény fokozásában," in *Sokoldalú sporttudomány*, L. Balogh, Ed. Debrecen, Hungary: Debreceni Egyetem Sporttudományi Koordinációs Intézet, 2019, pp. 98–107.
- [23] G. Ráthonyi, É. Bácsné Bába, A. Müller, and K. Ráthonyi-Ódor, "How Digital Technologies Are Changing Sport?," *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, vol. 12, no. 3–4, pp. 89–96, 2018, doi: 10.19041/APSTRACT/2018/3-4/10.
- [24] G. G. Ráthonyi, K. Ráthonyi-Ódor, and A. Müller, "Turisták közösségi média használata az utazás során," *Acta Academiae Paedagogicae Agriensis Nova Series: Sectio Sport*, vol. 43, pp. 213–233, 2016.
- [25] V. Ratten, "International sports management: Current trends and future developments," *Thunderbird International Business Review*, vol. 53, no. 6, pp. 679–686, 2011, doi: 10.1002/tie.20444.
- [26] Punda A. Punda A. International Franchising as a Business Expansion Strategy : Bachelor's Thesis : in the specialty 292 International Economic Relations / supervisor O. Zelinska ; Lesya Ukrainka Volyn National University. Lutsk 2025. 50 p.
- [27] Armstrong G. C., Kellison C. *International Journal of Organizational Analysis* (2026) 34 (12): 72–87. ISSN: 1934-8835