

Kripto Para ve Spor İlişkisi

Ferhat Aktaş¹

Özet

Kripto para ve spor arasında çeşitli ilişkiler bulunmaktadır. Kripto para birimleri, spor dünyasında sponsorluk ve reklam fırsatları sunarak önemli bir rol oynamaktadır. Spor takımları, kripto para şirketleriyle anlaşmalar yaparak forma reklamlarında veya stadyum isim haklarında kripto para şirketlerinin markalarını sergileyebilirler. Ayrıca, kripto para birimleri spor etkinliklerinin bilet satışlarında da kullanılabilir. Bazı spor organizasyonları, kripto para birimleriyle bilet satın alma ve ödeme imkânı sunarak, kullanıcıların daha hızlı ve kolay bir şekilde biletlerini temin etmelerini sağlayabilirler. NFT'ler (Non-Fungible Token), kripto para birimleriyle popülerlik kazanan bir konudur ve spor dünyasında da büyük ilgi görmektedir. Bazı çevrimiçi bahis platformları, kripto para birimlerini kabul ederek, kullanıcıların anonimliklerini korumasını ve hızlı işlem yapmalarını sağlayabilirler. Ünlü sporcuların kripto para yatırımlarıyla ilgili açıklamaları veya sosyal medya üzerinden kripto para birimlerini desteklemeleri, kripto para sektöründe ilgi ve bilinirlik oluşturabilir. Kripto para ve spor arasındaki ilişki, spor dünyasına yeni fırsatlar ve finansal yenilikler getirebilirken, aynı zamanda riskleri ve belirsizlikleri de beraberinde getirebilir. Ancak, bu ilişkinin gelecekte daha da gelişmesi ve spor endüstrisinde daha fazla etkileşim sağlaması beklenmektedir.

1. Kripto Para Kavramı

Paranın geçmişi, uzun bir geçmişe sahiptir ve temelde borç-alacak ilişkisine dayanan güven ilişkisiyle ilişkilendirilebilir (Dilek, 2018). Can (2023)'a göre; İnsanlar eski zamanlarda ihtiyaçlarını takas yöntemiyle karşılarken, bu takas ilişkisi para kavramının temelini oluşturmuştur. Teknolojik gelişmelerle birlikte para da dönüşüm geçirmiş ve madeni para, kâğıt para ve son olarak dijital para gibi farklı türler ortaya çıkmıştır.

1 Öğr. Gör. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yenice Meslek Yüksekokulu ferhataktas@comu.edu.tr, 0000-0003-0010-5876

Kripto paralar, son yıllarda büyük ilgi gören ve 1998-2009 yılları arasında birçok çalışmaya konu olan dijital varlıklardır (Can, 2023). Kripto para terimiyle akla ilk gelen kripto para birimi olan Bitcoin, 2008 yılında Nakamoto tarafından yayınlanan bir makale ile ortaya çıkmıştır (Nakamoto, 2008). Ancak, kripto paraların ilk ortaya çıkışı sadece bu makaleye dayanarak değerlendirilemez. Daha öncesinde de kripto para çalışmalarının yapıldığı bilinmektedir. Sınırlı kaynaklardan dolayı, birçoğumuz için Nakamoto'nun yayınladığı makale ilk olarak kabul edilmektedir. Can (2023)'a göre; kripto paraların temel fikri, merkezi otoriteye bağlı olmadan daha güvenli işlemler gerçekleştirebilme düşüncesidir. Ayrıca kripto paraların herkes tarafından erişilebilir ve sürekli olarak kayıt altına alınabilen bir sistem üzerine inşa edilmesi hedeflenmektedir. Bu kripto paralar, madenciler tarafından üretilen blok zinciri (blockchain) sistemi üzerine kaydedilir ve cüzdanlarda saklanır (Şak, 2021). Bu sistem, herkesin erişebildiği ve merkezi bir otoritenin denetimine tabi olmayan bir yapıya sahiptir.

Kripto paralar, ödemelerin online olarak herhangi bir kuruma ihtiyaç duyulmadan yapılmasını sağlayarak merkezi bir denetim gereksinimini ortadan kaldırır (Şahin ve Bulut, 2020: 494). Bu yapıda, değiştirilemez ve düzenlenemez olan kayıtlar, sonraki bloklar üzerinde etkilenmeksizin kaydedilir. Bu özellikler, geleneksel sistemlere duyulan güvensizliğe alternatif olarak görülen bir sistem sağlar (Çarkacıoğlu, 2016). Ayrıca, kripto paraların işlem masraflarının düşük olması, kripto paraları ve kripto para platformlarını daha cazip hale getirir.

1.2. Kripto Paraların Başlıca Özellikleri

Kripto paraların farklı üretim amaçlarına ve özelliklerine sahip olmalarına rağmen, ortak özellikleri, avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Kripto paralar, dijital veriler olarak var olan ve para özelliklerine sahip birimlerdir (Günay ve Kargı, 2018). Bankacılık sistemlerindeki paralardan farklı olarak, merkezi bir otoriteye bağlı olmadıkları için dikkate değer bir özelliğe sahiptirler (Kripto Para Araştırma Raporu, 2020). Kripto paralar, altın gibi değerleri dalgalanan ve arz-talep dengesine bağlı olan bir varlık sınıfıdır (Çetinkaya, 2018). Anonimlik sağlayan ve dağıtık bir sistemle takip edilen hesap kayıtları da kripto paraların ortak özelliklerindedir (Çetinkaya, 2018).

Kripto paraların çoğunda bulunan bazı ortak özellikler ise şunlardır (Sönmez, 2014);

- Sınırlı kullanım ve kabul edilme alanlarına sahip olmaları,
- Madencilik yoluyla üretilmeleri,

- Dijital ortamlarda hazırlanıp kullanılmaları,
- Bilgisayar ortamında matematiksel algoritmalarla tasarlanmış olmaları.

Aynı zamanda, kripto paraların avantajları ve dezavantajları da ortaktır. Her ne kadar üretim amaçları ve özellikleri farklı olsa da kullanımları sonucunda ortaya çıkan avantajlar ve dezavantajlar benzerlik gösterir. Bunlar arasında (Sönmez, 2014):

- Merkezi bir otoriteye bağlı olmamaları sayesinde daha hızlı ve maliyet açısından daha düşük işlemler yapılabilmesi,
- Değerlerinin arz-talep faktörlerine bağlı olarak değişebilmesi,
- Herhangi bir devlete veya merkezi otoriteye bağlı olmamaları ve merkez bankalarının müdahalelerinden etkilenmemeleri,
- Kullanıcılar üzerinde daha güvenli bir izlenim bırakmaları ve finansal özgürlük sağlamaları yer almaktadır.

Ancak, kripto paraların dezavantajları da göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin, kırılgan bir değere sahip olmaları, yasa dışı kullanımların önlenememesi ve kullanım alanlarının kısıtlı olması gibi dezavantajlar bulunmaktadır.

1.3. Kripto Para Çeşitleri

Adıgözel (2023)'e göre; kripto paralara olan ilgi sürekli olarak artmaktadır. Kripto paralar, dünya genelinde giderek yaygınlaşan, hiçbir devlet, şirket veya otorite tarafından kontrol edilemeyen, merkezi olmayan bir para sistemi olarak bilinir ve kriptoloji bilimini kullanarak matematiksel temelli şifrelenmiş dijital ve sanal bir para birimidir. Kriptoloji, şifreleme bilimidir ve kripto paralar belirli şifreler kullanılarak sanal cüzdanlara yerleştirilip çıkarılabilir ve kullanılabilir. Bu sayede bireyler bu paralar aracılığıyla gerçek harcamalar yapabilir ve kazanç sağlayabilirler. Kripto paraların değeri, kullanıcıların onu bir takas aracı veya emtia olarak kabul etmeleri sonucunda piyasa koşullarına göre anlık olarak belirlenir. Şu ana kadar en başarılı kripto para birimi olan Bitcoin, fintech şirketlerinin hedefleriyle paraleldir, yani işlem maliyetlerini düşürmeyi amaçlar ve finansal araçlara olan ihtiyacı tamamen ortadan kaldırmayı hedefler (Aksoy, 2018). Kripto para dünyasında birçok farklı çeşit ve tür bulunmaktadır. Bunlardan bazıları ise şu şekilde sıralanabilir;

1. **Bitcoin (BTC):** Bitcoin, 2009 yılında ortaya çıkan ve kripto para dünyasının en tanınmış birimidir. İlk ve en büyük kripto para birimi olan Bitcoin, merkezi olmayan bir sistem üzerinde çalışır ve blok zinciri teknolojisini kullanır.

2. **Ethereum (ETH)**: Ethereum, 2015 yılında piyasaya sürülen bir kripto para birimidir. Ethereum, akıllı sözleşmelerin ve merkezi olmayan uygulamaların (DApps) geliştirilmesi için bir platform olarak kullanılır.
3. **Ripple (XRP)**: Ripple, 2012 yılında geliştirilen bir kripto para birimidir. Finansal kurumlar arasında hızlı ve düşük maliyetli para transferlerini kolaylaştırmak amacıyla kullanılır.
4. **Litecoin (LTC)**: Litecoin, 2011 yılında oluşturulan bir kripto para birimidir. Bitcoin'e benzer özelliklere sahip olan Litecoin, daha hızlı blok oluşturma süreleri ve farklı bir kripto algoritma kullanmasıyla ayırt edilir.
5. **Cardano (ADA)**: Cardano, 2017 yılında piyasaya sürülen bir blok zinciri platformu ve kripto para birimidir. Cardano, akıllı sözleşmelerin ve merkezi olmayan uygulamaların geliştirilmesi için güvenlik odaklı bir yaklaşım benimser.
6. **Polkadot (DOT)**: Polkadot, 2020 yılında başlatılan bir blok zinciri platformudur. Polkadot, farklı blok zincirlerini birbirine bağlama ve iletişim kurma yeteneğine sahiptir, böylece daha geniş bir blok zinciri ekosistemi oluşturmayı amaçlar.
7. **Binance Coin (BNB)**: Binance Coin, Binance kripto para borsasının kendi kripto para birimidir. BNB, Binance platformunda ticaret ücretlerini ödemek, token satın almak veya kripto para birimleri arasında işlem yapmak için kullanılabilir.
8. **Chainlink (LINK)**: Chainlink, akıllı sözleşmelerin gerçek dünya verileriyle etkileşimini sağlamak için bir blok zinciri ağıdır. Chainlink tokeni (LINK), bu ağın işleyişini desteklemek için kullanılır.

1.4. Türkiye'de Kripto Para Piyasası ve Düzenlemeleri

Türkiye'de kripto paralar, son yıllarda giderek popülerlik kazanmıştır. Kripto para birimleri, Türkiye'deki bireyler ve şirketler arasında çeşitli kullanım alanları bulmuştur. Ancak, Türkiye'deki kripto para piyasası ve düzenlemeleri hakkında bazı önemli noktalar bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir;

1. **Yasal durum**: Türkiye'de kripto paraların yasal statüsü net değildir. Henüz resmi bir kripto para düzenlemesi bulunmamaktadır. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından 2017 yılında yayımlanan bir duyuru ile kripto paraların elektronik para olarak

kabul edilmediği belirtilmiştir. Ancak, kripto paraların kullanımı ve ticareti Türkiye’de yaygındır.

2. **Vergilendirme**: Türkiye’de kripto para işlemleri vergiye tabi tutulmaktadır. Gelir Vergisi Kanunu’na göre, kripto para alım-satım işlemlerinden elde edilen kazançlar vergilendirilmektedir. Kripto para alım-satımı yapan kişilerin bu işlemleri beyan etmeleri ve vergi ödemeleri gerekmektedir.
3. **Düzenleme çabaları**: Türkiye’de kripto para düzenlemeleri üzerine çalışmalar yürütülmektedir. 2020 yılında kabul edilen Elektronik Para Kuruluşları Kanunu ile kripto para hizmet sağlayıcılarına yönelik düzenlemeler getirilmiştir. Ayrıca, Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği (TSPB) tarafından kripto para borsalarının denetimi ve düzenlemesi için öneriler sunulmuştur.
4. **Yatırım ve ticaret**: Türkiye’deki bireyler ve şirketler kripto paralara yatırım yapmakta ve kripto para borsalarında ticaret yapmaktadır. Türkiye’de birçok kripto para borsası bulunmaktadır ve bu borsalar Türk lirası ile kripto para alım-satımı imkânı sağlamaktadır.
5. **Riskler ve uyarılar**: Kripto para piyasası düşük düzeyde düzenlenmiş bir alandır ve yatırımcılar için riskler içermektedir. Kripto para fiyatları oldukça belirsiz olabilir ve yatırımcıların dikkatli olmaları gerekmektedir. Ayrıca, kripto para borsalarının güvenlik önlemleri, lisans durumu ve kullanıcı verilerinin korunması gibi konular da dikkate alınmalıdır.

Türkiye’de kripto para kullanımı ve ticareti yaygınlaşmış olsa da yasal durum ve düzenlemeler henüz net değildir. Kripto para yatırımı yapmak veya ticaret yapmak isteyen bireylerin, riskleri ve yasal konuları dikkate alarak dikkatli bir şekilde hareket etmeleri önerilmektedir.

1.5. Kripto Paralar ve Spor Sektörü

Türkeli (2023)’ne göre; teknolojinin ilerlemesiyle birlikte dijital pazarlama alanına dönüşen süreçte para da değişime uğramıştır. Bu ekonomik alandaki en önemli teknolojik yeniliklerden biri kripto paralardır. Tarihsel olarak, altından dijital paraya doğru bir evrim yaşanmıştır (Yurtsızoğlu ve Akgül, 2022). Teorik olarak, 1998 yılında Wei Dai tarafından oluşturulan modelin Türkçe karşılığı kripto para olarak tanımlanmaktadır (Tetik ve Öner, 2020). Kripto para, internet aracılığıyla kullanılan bir sanal para birimidir (Çelik ve Kanat, 2019). Kripto para biriminde ilk olarak bitcoin fikri ortaya atılmıştır (Goodman, 2014). Bitcoin’in ortaya çıkması ve yaşanan ekonomik

kriz, kripto paralara olan ilgiyi artırmıştır (Toraman, 2020). Kripto para sistemi 2014 yılında spor endüstrisine adım atmıştır. 2014 yılından itibaren taraftarlar, kulüpler, yatırımcılar ve sporcular için gelir oluşturmak amacıyla kripto para sistemi içinde tokenler oluşturulmuştur. Bu tokenler spor sektöründe sporcu transferleri, sporcu yetiştirme ve e-spor turnuvaları gibi birçok faaliyette kullanılmaya başlanmıştır. Tokenler, ekonomik zorluklarla karşılaşan spor kulüpleri için ek bir gelir kaynağı olmuştur (Akşar, 2021).

Dünyada dijitalleşme her geçen gün gelişirken spor dünyasının bu gelişmelerden uzak kalması mümkün değildir. Son dönemde dijitalleşme ile kolay erişilebilirlik sayesinde elde edilen “taraftar token” taraftarlar ve spor kulüpleri arasındaki bağın giderek artmasını ve güçlenmesini sağlamıştır (Türkeli, 2023). Kulüpler için yeni gelir kaynağı olarak gösterilen taraftar tokenlar, kulüplerin özellikle pandemi süreci ve sonrası için ekonomik gelirlerindeki kötüye gidişi durdurup sonrasında pozitif bir etki yaratmayı amaçlamaktadır. Ayrıca taraftar/fan tokenları sayesinde kulüpler, herhangi bir banka, finansal kurum veya kuruluşla zorlu bir süreç yaşamadan dakikalar içinde yüksek miktarda fon toplayabilmekte ve spor endüstrisinde kripto para sistemini öne çıkarmaktadır (Akşar, 2021). Özellikle futbol sektöründe kripto paranın gelişimi hızla artmaktadır. Türkiye’deki bazı kripto şirketleri, futbol takımlarına sponsorluk yapabilecek düzeye ulaşmıştır (BtcTürk, 2020). Galatasaray Spor Kulübü, NFT alanında dünyada bir ilki gerçekleştirmiştir. “Ali Sami Yen NFT” adıyla Galatasaray’ın tarihini ön plana çıkaran bir koleksiyon tasarlanmıştır. Koleksiyon, 1 Ekim’de Capital Block teknoloji şirketiyle ortaklaşa çalışan Shirtum platformunda satışa sunulmuş ve koleksiyondaki parçalar 59 saniyede tükenmiştir (Galatasaray, 2021).

1.6. Taraftar Token ve Avantajları

Taraftar tokenları, hizmet tokenları (utility token) arasında en yaygın kullanılan sınırlı dijital varlıklardır. Taraftar tokenlarının üretim sayısı, spor kulübüne ve kulübün hayran kitlesinin büyüklüğüne bağlıdır. Toplam arz sonludur, yani hiçbir zaman toplam ilk arzdan daha fazlası olmayacaktır (Socios, 2022). Taraftar tokenlarına Socios, Paribu, Bitci ve Binance gibi dijital platformlar aracılığıyla erişilebilir. Bu tokenların temel amacı, spor kulüpleri ile taraftar arasındaki etkileşimi maksimum düzeye çıkarmaktır (Türkel, 2023). Kullanıcılar, uygulama içi anketler aracılığıyla takımlarıyla ilgili farklı konularda kararlar alarak otobüs tasarımı, soyunma odası tasarımı, hazırlık maçı için ilk on bir seçimi gibi konularda oy kullanabilirler. Bu sistem, taraftar tokenlarına sahip olan kullanıcılara özel ödüller ve etkinlikler sunarken, kulüplere de token satışlarıyla finansal gelir kaynağı sağlama imkânı sunar (Koç ve Tüfekçi, 2022). Taraftar tokenları futbol başta

olmak üzere basketbol, tenis, Amerikan futbolu, buz hokeyi, motor sporları, dövüş sporları, Formula 1 gibi birçok alanda her geçen gün artan bir şekilde kullanılmakta ve gelişmektedir.

1.7. Futbol ve Taraftar Token (Fan Token)

Dünya tarihindeki ilk taraftar token uygulaması, 2019 yılında İtalyan futbol takımı Juventus tarafından Socios platformuyla hayata geçirilmiştir. Juventus takımının taraftarlarıyla yapılan bir anket çalışmasında, Allianz Stadyumu'nda her gol attığında çalınan "Chelsea Dagger" şarkısının hangi şarkıyla değiştirilmesi gerektiği sorusu yer almıştır (Juventus, 2019). Türkiye'de ise Galatasaray, 2019 yılında Socios platformuyla anlaşarak ilk taraftar token uygulamasını başlatan spor kulübü olmuştur (Galatasaray, 2021). Literatür incelendiğinde, farklı branşlarda fan token kullanımına rastlanmasına rağmen Dünya'da ve Türkiye'de Finansal Fair Play Kuralları kapsamında sadece futbol branşı için kullanılmaktadır.

1.8. Kripto Paralar ve Futbol İlişkisi

Kripto paraların futbol sektörüyle ilişkisi giderek artan bir şekilde gelişmektedir. Kripto paraların futbol sektörüyle olan ilişkisi şu şekilde açıklanabilir;

1. **Taraftar İlişkisi:** Kripto paralar, futbol kulüplerinin taraftarlarıyla daha etkileşimli bir ilişki kurmalarını sağlar. Kulüpler, taraftarlarına kripto para tabanlı tokenler sunarak onlara kulüple ilgili farklı ayrıcalıklar ve deneyimler sağlayabilir. Bu tokenler, taraftarlara oy kullanma hakkı, özel etkinliklere katılma fırsatı, oylamalara katılma imkânı gibi avantajlar sunabilir.
2. **Transfer İşlemleri:** Futbol transferlerinde kripto paraların kullanımı, daha hızlı ve güvenli bir transfer süreci sağlayabilir. Kripto para teknolojisi, akıllı sözleşmeler aracılığıyla transfer işlemlerini otomatikleştirebilir ve taraflar arasındaki güveni artırabilir.
3. **Sponsorluk ve İş birlikleri:** Kripto para şirketleri, futbol kulüpleriyle sponsorluk anlaşmaları yaparak sektör arasındaki ilişkiyi güçlendirebilir. Bu anlaşmalar, kripto para şirketlerine futbol kulüplerinin geniş taraftar kitlesine erişim imkânı sunarken, kulüplere de finansal destek ve teknolojik yenilikler sağlayabilir.
4. **Finansal Yatırımlar:** Futbolcular, kripto paralara yatırım yaparak mali portföylerini çeşitlendirebilir. Kripto para piyasasının yüksek volatilitesi, futbolculara yüksek getiri potansiyeli sunabilir. Aynı

zamanda, futbolculardan oluşan kripto para projeleri de ortaya çıkabilir.

5. **Blockchain Teknolojisi:** Blockchain teknolojisi, futbol dünyasında farklı alanlarda kullanılarak daha şeffaf ve güvenli bir ekosistem oluşturmayı hedefler. Örneğin, bilet satışları, oyuncu transferleri, oylamalar ve veri güvenliği gibi alanlarda blockchain kullanımıyla şeffaflık, güvenlik ve veri bütünlüğü sağlanabilir.
6. **Ticketing ve Ödeme Sistemleri:** Kripto paralar, futbol kulüplerinin bilet satışlarında ve ödeme sistemlerinde kullanılabilir. Taraftarlar, maç biletlerini kripto paralarla satın alabilir ve kulüplere kripto para birimiyle ödeme yapabilir. Bu, daha hızlı ve sınırları aşan ödeme işlemlerini mümkün kılabilir.
7. **Fantazi Futbol ve Ödüller:** Kripto paralar, fantazi futbol oyunları gibi etkinliklerde kullanılarak katılımcılara kripto para ödülleri sunulabilir. Bu, futbolseverlere oyunlarda yer almanın yanı sıra kripto para birimi kazanma fırsatı da sunar.

Yukarıda sıralanan maddeler kripto paraların futbol sektörüyle olan ilişkisini ve etkileşimini özetlemektedir. Ancak; kripto para kullanımının henüz futbol sektöründe yaygınlaşma aşamasındadır.

1.9. Türkiye’de Taraftar Token (Fan Token) Kullanan Futbol Kulüpleri

Türkiye’de bazı futbol kulüpleri, taraftarlarına yönelik olarak kripto para tabanlı tokenler sunmaktadır. Bu tokenlar genellikle “taraftar token” veya “fan token” olarak adlandırılır ve taraftarların kulüplerle daha etkileşimli bir şekilde bağlantı kurmasını sağlar. Türkiye’de taraftar token kullanan bazı futbol kulüpleri şu şekildedir; (Binance,2022);

1. **Galatasaray (GAL):** Galatasaray Spor Kulübü, Galatasaray taraftarları için GAL tokenini sunmaktadır. Taraftarlar, GAL tokenlerini kullanarak anketlere katılabilir, kulüp kararlarına oy verebilir ve bazı özel etkinliklere erişebilir.
2. **Trabzonspor (TRA):** Trabzonspor, TRA adında kendi taraftar tokenini çıkarmıştır. TRA tokenleri, taraftarların kulüple etkileşimde bulunmasını sağlamak amacıyla kullanılır. Token sahipleri, çeşitli özel fırsatlar ve içeriklere erişebilir.
3. **Beşiktaş (BES):** Beşiktaş Jimnastik Kulübü de taraftar tokeni olan BES’i sunmaktadır. BES token sahipleri, kulüp etkinliklerine katılma, anketlere katılma ve bazı ödüller kazanma gibi avantajlara sahiptir.

1.10. Genel Anlamda Kripto Paraların Sporda Kullanımı

1. **Spor Ekipmanı ve Giyim Satışı:** Bazı spor ekipmanı ve giyim mağazaları, kripto paralarla ödeme kabul etmektedir. Bu, sporcuların ve spor hayranlarının kripto paraları kullanarak spor malzemeleri satın almalarını sağlar.
2. **Spor Bahislerinde Ödeme Yöntemi Olarak Kullanım:** Kripto paralar, spor bahislerinde ödeme yöntemi olarak kullanılabilir. Bu, kullanıcıların bahis sitelerinde hızlı ve güvenli ödemeler yapmalarına olanak tanır.
3. **Spor Etkinliklerinin Tokenizasyonu:** Bazı platformlar, spor etkinliklerini blokzincir tabanlı tokenlerle temsil ederek, taraftarlara bu etkinliklere yatırım yapma fırsatı sunmaktadır. Bu şekilde, taraftarlar etkinliklerin gelirlerine ortak olabilir ve daha da katılımcı bir deneyim yaşayabilirler.
4. **Sporcuların ve Takımların Sponsorluk Anlaşmaları İçin Kripto Paraları Kullanması:** Bazı sporcular ve takımlar, kripto paraları kullanarak sponsorluk anlaşmaları yapabilmektedir. Bu, sporcuların ve takımların daha geniş bir sponsorluk ağına ulaşmalarını sağlar.
5. **Lisans ve Telif Haklarının Takibi:** Kripto paralar ve blokzincir teknolojisi, spor sektöründe lisans ve telif haklarının takibi için kullanılabilir. Bu sayede, sporcular ve spor organizasyonları, dijital varlıklarının izlenmesi ve doğrulanmasını sağlayarak daha adil bir gelir paylaşımı elde edebilirler.
6. **Hayırseverlik ve Toplumsal Sorumluluk Projeleri:** Bazı sporcular ve spor organizasyonları, kripto paraları hayırseverlik ve toplumsal sorumluluk projelerine bağış yapmak için kullanmaktadır. Kripto paraların hızlı ve şeffaf işlem özellikleri, bu tür projelerin etkin bir şekilde yürütülmesine yardımcı olabilir.

Bu örnekler, kripto paraların spor sektöründe çeşitli alanlarda kullanıldığını göstermektedir. Ancak, kripto paraların volatil doğası ve düzenleyici durumları göz önünde bulundurulmalı ve dikkatli bir şekilde ele alınmalıdır.

Sonuç

Kripto paralar ve spor arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Kripto paralar, spor takımları ve spor etkinlikleri için önemli bir sponsorluk ve reklam kaynağı olabilir. Birçok spor takımı, kripto para şirketleriyle sponsorluk anlaşmaları yaparak, forma reklamlarında veya stadyum isim haklarında

kripto para şirketlerinin markalarını sergileyebilir. Bunun yanı sıra, kripto para birimleri spor etkinliklerinin bilet satışlarında da kullanılabilir. Bazı spor organizasyonları, kripto para birimleriyle bilet satın alma ve ödeme imkânı sunarak, kullanıcıların daha hızlı ve kolay bir şekilde biletlerini temin etmelerini sağlayabilir. Ayrıca, kripto para birimleriyle birlikte popülerlik kazanan bir diğer konu NFT'lerdir (Non-Fungible Token). Spor dünyasında da NFT'ler, örneğin spor kartları veya diğer dijital koleksiyon öğeleri olarak kullanılarak, takipçiler arasında büyük ilgi görmektedir. Kripto para birimleri aynı zamanda spor bahislerinde ödeme yöntemi olarak da kullanılabilir. Bazı çevrimiçi bahis platformları, kripto para birimlerini kabul ederek, kullanıcıların anonimliklerini korumasını ve hızlı işlem yapmalarını sağlayabilir. Sporcuların da kripto para birimlerine yatırım yaparak gelirlerini çeşitlendirebildikleri görülmektedir. Özellikle ünlü sporcuların kripto para yatırımlarıyla ilgili açıklamaları veya sosyal medya üzerinden kripto para birimlerini desteklediklerini belirtmeleri, kripto para sektöründe ilgi ve bilinirlik oluşturabilir. Tüm bu faktörler, kripto para ve spor arasındaki ilişkinin giderek büyüdüğünü ve gelecekte daha fazla entegrasyonun olabileceğini göstermektedir.

Kripto para ve spor arasındaki ilişkiyi maddeler halinde sıralayacak olursak;

Sponsorluk ve Reklam: Kripto para birimleri, spor takımları ve spor etkinlikleri için önemli bir sponsorluk ve reklam kaynağı olabilir.

Bilet Satışları: Kripto para birimleri, spor etkinliklerinin bilet satışlarında da kullanılabilir.

NFT'ler ve Spor İlgisi: Kripto para birimleriyle birlikte popülerlik kazanan bir diğer konu da NFT'lerdir (Non-Fungible Token). NFT'ler, dijital varlıkların benzersiz olarak tanımlanmasını sağlayan blok zinciri tabanlı tokenlardır.

Spor Bahisleri ve Kripto Para: Kripto para birimleri, spor bahislerinde ödeme yöntemi olarak da kullanılabilir. Bazı çevrimiçi bahis platformları, kripto para birimlerini kabul ederek, kullanıcıların anonimliklerini korumasını ve hızlı işlem yapmalarını sağlayabilir.

Sporcuların Kripto Para Yatırımları: Bazı sporcular, kripto para birimlerine yatırım yaparak gelirlerini çeşitlendirebilirler.

Bu noktalarda, kripto para ve spor arasında giderek artan bir ilişki olduğunu söyleyebiliriz. Ancak, kripto para birimlerinin değişken doğası ve düzenlemelerin belirsizliği, spor dünyasındaki kripto para kullanımını etkileyebilir ve riskleri beraberinde getirebilir.

Kaynakça

- Adıgözel, A. (2023). *Kripto Paraların Yatırım Aracı Olarak Kullanılması Niyetini Etkileyen Değişkenlerin İncelenmesi: Türkiye Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Bilecik.
- Aksoy, E. (2018). *Bitcoin – Paradan Sonraki En Büyük İcat – Blockchain Teknolojisi ve Altcoin'ler*. İstanbul: Abaküs.
- Akşar, T. (2021). *Spor kulüpleri için yeni gelir yaratma araçları olarak kripto para ve fan tokenlar: Futbol Ekonomisi*. <https://www.futbolekonomi.com/haberler/makaleler/mali/110-tugrul-aksar/5360-fan-token-sporafan-tokenkripto-para-vefutbol.html> adresinden alınmıştır.
- Binance. (2022). *Tüm takımlara göz atın*. https://www.binance.com/tr/fan-token/team-profile?utm_source=fan-token adresinden alınmıştır.
- BtcTürk. (2020). *BtcTürk, Kadın ve Erkek Milli Futbol Takımlarının Ana Sponsoru Oldu*. <https://www.btcturk.com/bilgi-platformu/btcturkkadin-ve-erkek-milli-takimlarinin-sponsoru-oldu> adresinden alınmıştır.
- Can, F. (2023). *Kripto Para Madencilikinin Neden Olduğu Çevresel Sorunlara Vergi Çözümleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Gümüşhane.
- Çarkacıoğlu, A. (2016). *Kripto para – Bitcoin*. İstanbul: SPK Araştırma Dairesi.
- Çelik, G. M., ve Kanat, E. (2019). Finans sektöründe girişimci ve yenileşim odaklılık. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(9), 1-8.
- Çetinkaya, Ş. (2018). Kripto paraların gelişimi ve para piyasalarındaki yerinin SWOT analizi değerlendirmesi. *Journal Of Life Economics*, 5(3), 61-76.
- Dilek, Ş. (2018, Şubat). Blockchain Teknolojisi ve Bitcoin. *Seta*, 24. <https://setav.org/assets/uploads/2018/02/231.-Bitcoin.pdf> adresinden alınmıştır.
- Galatasaray. (2021). *Taraftarlarımız, Socios.com'da \$GAL Fan Token'larını kullanarak yeni transferimiz Olimpiu Moruțan'ın forma numarasını seçti*. <https://twitter.com/GalatasaraySK/status/1431705160129122307> adresinden alınmıştır.
- Goodman, L. M. (2014). The face behind bitcoin. *Newsweek*. Web: <https://www.newsweek.com/2014/03/14/face-behind-bitcoin-247957.html> adresinden alınmıştır.
- Günay, H. F. ve Kargı, V. (2018). Kripto paranın vergilendirilmesinin mali yönden değerlendirilmesi. *Journal Of Life Economics*, 5(3), 61-76
- Juventus. (2019). *Choose The Goal Celebration Song Played At The Allianz Stadium Thanks To Socios.Com!* <https://www.juventus.com/en/news/articles/socioscom-choose-the-juventus-goalcelebration-song> adresinden alınmıştır.
- Koç, H. İ. ve Tüfekçi, Ş. (2022). *Spor endüstrisinde sponsorluk anlayışı olarak fan token ve blockchain teknolojisi*. Gündoğdu, C. ve Tüfekçi, Ş. (Editörler)

güncel yaklaşımlar ışığında beden eğitimi ve spor. İstanbul. Efe Akademik Yayıncılık, 58- 59.

Kripto Para Araştırma Raporu (2020). <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/arastirma-raporlari/kriptopara-raporu-5f11dfe709c25.pdf> adresinden alınmıştır.

Nakamoto, S. (2008). *Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system*. www.bitcoin.org adresinden alınmıştır.

Socios. (2020). *Socios.com'da, Galatasaray'ın Taraftar Tokeni “\$GAL” Arzı Başladı* <https://www.socios.com/tr-tr/socios-comda-galatasarayintaraftar-tokeni-gal-arzibasladı/#:~:text=Sadece%20%24GAL%20sahibi%20taraftarlar%20oy,%E2%82%B10'den%20sat%C4%B1%C5%9Fa%20sunuluyor> adresinden alınmıştır.

Sönmez, A. (2014). Sanal para Bitcoin. *Türk Çevrimiçi Tasarım, Sanat ve İletişim Dergisi*. 4(3), 1-14.

Şak, N. (2021). Kripto paralar arasındaki ilişkinin incelenmesi: Hatemi-J asimetrik nedensellik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(29), 149- 175.

Tetik, N. ve Öner, A. (2020). Ülkemiz girişimcileri için yeni bir yatırım desteği modeli: initial coin offering (ICO). *Muhasebe ve Finans İncelemeleri Dergisi*, 3(1), 13-26.

Toraman, A. E. (2020). *Bir Kayıt Zinciri Uygulaması Olarak Kripto Para Uygulaması ve Finansal Piyasalara Etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Malatya, 40-100.

Türkeli, D. (2023). *Türk Futbol Kulüplerinde Kripto Paraların Kullanımının İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı, Ankara.

Yurtsızoğlu, Z., ve Akgül, K. A. (2022). Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin kripto para algısı ve farkındalık düzeyi. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 5(3), 383-397.