

(Van)föreställningar kring produkten allsvensk fotboll

Abstract

The purpose of this Bachelor's thesis was to empirically study three popular cognitive beliefs associated with the product Swedish football. Our ambition was to confirm or discard each cognitive belief and discuss what measures Swedish football clubs and the Swedish Football Association can take in terms of marketing endeavors with the aim of improving the product. Data from 1198 games during the seasons 2013-2017 of the Swedish football league Allsvenskan was utilized. The results show that there is a systematic home bias of Swedish referees, that the conception of momentum in Allsvenskan is a myth and that changing a team's coach does not improve team performance. Given our results, the thesis finishes with proposals of marketing efforts that Swedish football clubs and the Swedish Football Association can consider in order to improve the product Swedish football for consumers.

Keywords

Football, sports marketing, demand for football, referee bias, managerial succession.

Authors

Emma Sahlin, 23705
Steven Nehme, 23684

Tutors

Patric Andersson
Gustav Almqvist

STORT TACK!

Docent Patric Andersson
Handelshögskolan i Stockholm
För ovärderlig handledning, energi och engagemang

Doktorand Gustav Almqvist
Handelshögskolan i Stockholm
För idéer, stöd och expertis

1. Introduktion	3
1.1 Inledning.....	3
1.2 Bakgrund	4
1.3 Problemområde	5
1.4 Syfte och frågeställning.....	6
1.5 Avgränsningar.....	6
1.6 Förväntat kunskapsbidrag	7
2. Teoretisk referensram.....	7
2.1 Efterfrågan av produkten fotboll.....	7
2.2 Föreställningar kring produkten fotboll	8
2.2.1 Domares partiskhet gentemot hemmalag.....	8
2.2.2 Förekomsten av momentum	10
2.2.3 Tränarbytenas effekt.....	12
3. Metod	15
3.1 Val av ansats	15
3.2 Val av metod	15
3.4 Datainsamling	16
3.5 Verktyg vid analys	16
3.6 Tillvägagångssätt	16
3.6.1 Domares partiskhet.....	16
3.6.2 Momentum.....	17
3.6.3 Tränarbyten.....	18
3.7 Reliabilitet och tillförlitlighet.....	19
3.8 Avvikande värden	20
4. Resultat.....	21
4.1 Egenskaper hos produkten allsvensk fotboll	21
4.2 Domaren är partisk gentemot hemmalaget.....	23
4.2.2 Sambandet mellan målskillnad och extratid i andra halvlek	23
4.2.3 Sambandet mellan målskillnad och tilläggstid i jämna matcher	24
4.2.4 Sambandet mellan publikstorleken och domarens val av tilläggstid.....	26
4.3 Förekomsten av momentum är en vanföreställning	27
4.3.1 Spelarnivå.....	27
4.3.2 Lagnivå.....	27
4.4 Byte av tränare saknar effekt på hur ett lag presterar	28

4.4.1 Tränarbytens effekt på antal vunna poäng.....	28
4.4.2 Tränarbytens effekt på antal gjorda mål.....	29
4.4.3 Tränarbytens effekt på antal insläppta mål.....	30
5. Diskussion	32
5.1 Sammanfattning av resultat	32
5.2 Föreställning: Domare är partiska gentemot hemmalaget	32
5.2.1 Implikationer för marknadsföring av produkten allsvensk fotboll	34
5.3 Föreställning: Lag och spelare kan ha momentum.....	35
5.3.1 Implikationer för marknadsföring av produkten allsvensk fotboll	36
5.4 Föreställning: En ny tränare leder till förbättrat resultat	37
5.4.1 Implikationer för marknadsföring av produkten allsvensk fotboll	38
5.5 Begränsningar och kritik	39
5.6 Framtida forskning	39
6. Referenser	40

1. Introduktion

1.1 Inledning

Ivriga och förväntansfulla inväntar 50 000 besökare de två kommande timmarna som förväntas inbringa glädje och spänning. Stämningen är god och besökarna som samlats vid evenemanget varierar mellan olika åldrar. Både män och kvinnor från olika typer av bakgrunder finns på plats. En sak har de dock gemensamt, de är alla där för att bevittna samma sak. De är alla där för att ta del av den fotbollsmatch som strax ska börja. Hur kommer det att gå? Vilket lag kommer att vinna?

Underhållningsindustrin, vilken fotbollen anses tillhöra, innehåller en stor variation av evenemang. Dessa sträcker sig mellan allt från världsartisters konserter, till olika typer av sporter. Det ovanstående scenariot hade lika gärna kunnat utspela sig i samband med att världsartister besöker Globen. Något som dock skiljer sig mellan dessa två underhållningsprodukter är möjligheten att för sportevenemang, till skillnad från till exempel konserter, konsumera denna produkt oavsett om man är på plats på läktaren eller inte. Det här gjorde att 1,013 miljarder människor kunde följa finalen i fotbolls-VM 2014 (FIFA, 2014). Det enorma intresset för sportevenemangen tycks till stor del ligga i ovissheten kring slutresultatet. Däri ligger något som skiljer sportevenemangen ytterligare från de övriga delarna av underhållningsindustrin. Dessa evenemang är inte regisserade på förhand och de innehåller en mycket stor grad av ovisshet (Shank & Lyberger 2014)¹. Den spänning och förväntan som konsumenterna av sporten upplever beror till stor del på att man de närmaste timmarna kommer att få uppleva något man i förväg till stor del inte kan förutspå. Ovissheten lägger till viss del alltså grunden för efterfrågan av sporten. Icke desto mindre, fotbollsfantaster tycks alltid spekulera om hur en match ska gå. Det finns en tendens hos de som följer sporten att vilja förutspå matchutfallet på förhand. De grundar sina prediktioner på olika vedertagna föreställningar. Frågan är dock om dessa föreställningar faktiskt stämmer.

¹ Värt att notera är dock att det finns fall av matchfixning där matcher är uppgjorda på förhand. Detta rör sig dock endast om ett fåtal fall.

1.2 Bakgrund

Ett forskningsområde som attraherat ett ökat intresse inom forskningen kring marknadsföring är *sports marketing*. Shank och Lyberger (2014) definierar sports marketing som applicerandet av marknadsföringsprinciper på sportprodukter. Sportindustrin upplever en kraftig tillväxt och sports marketing spelar en viktig roll i den här utvecklingen. Kommersialiseringen av sporten ökar och enligt en rapport från A.T. Kearney är industrin idag värd 480-620 miljarder dollar (A.T. Kearney, 2011). Sportindustrin är en naturlig del i underhållningsindustrin. Likt underhållning som att titta på film eller gå på konsert är sportens syfte att distrahera oss från dagliga rutiner och skapa engagemang. (Shank & Lyberger 2014). Likheter har gjort att sportorganisationer betraktar andra former av underhållning som direkt konkurrens, varför de definierar sin egen verksamhet som att tillhandahålla underhållning för konsumenter.

Att tillhandahålla underhållning för konsumenter sker genom erbjudandet av underhållningsprodukter. Produkter anses inom marknadsföring vara kärnan i marknadsföringsmixen, vilken uppfyller de funktionella kraven som konsumenterna efterfrågar och som tillgodoser deras behov (Jobber & Ellis-Chadwick, 2012). Vår uppsats ämnar att fokusera på den underhållningsprodukt som fotbollsklubbar levererar till de som konsumerar fotboll.

Den allsvenska herrfotbollen är just en sådan underhållningsprodukt som efterfrågas av svenska konsumenter. Allsvenskan grundades år 1924 och har sedan dess varit den högsta divisionen för klubbblagsfotboll i Sverige. Fotbollssäsongen inleds på våren och avslutas under hösten. Varje år deltar 16 fotbollslag i 30 omgångar, där alla lag spelar mot varandra 2 gånger, på hemma- respektive bortaplan (SVFF 2018a).

Konsumenterna är lojala gentemot den underhållningsprodukt som levereras av deras favoritlag (Gladden, 2001). Det är inte ovanligt att konsumenterna är emotionellt involverade i produkten, vilket gör resultaten ännu viktigare. Den högsta herrligan inom fotboll i Sverige, Allsvenskan, lockade under 2017 totalt 2,2 miljoner besökare till de 240 matcherna som spelades (SvFF 2017). Dessa konsumenter stod samma år för 23% av Allsvenskans totala nettoomsättning i form av biljettförsäljning.

Underhållningsprodukten fotboll tillhandahålls av de olika fotbollsklubbarna i ligan. Klubbarna utser varje säsong en tränare och en uppsättning fotbollsspelare vars uppgift är att leverera produkten i enlighet med konsumenternas efterfrågan. Olika klubbar har olika förutsättningar när det kommer till att rekrytera tränare och spelare, vilken i sin tur påverkar möjligheterna att prestera. Klubbarna skiljer sig i antalet lojala konsumenter vilket i sin tur leder till varierande intäkter i form av biljettförsäljning och sponsorintäkter. Med olika budgetstorlek är det betydligt enklare för storklubbar att attrahera topptränare och stjärnspelare. Storklubben Malmö FF har exempelvis 47 miljoner kronor mer i eget kapital än samtliga övriga allsvenska fotbollsklubbar tillsammans (EY 2017), något som gör det möjligt att köpa dyra spelare.

Svenska Fotbollsförbundet och FIFA reglerar de tävlingsregler och spelregler som följs av underhållningsindustrin. Deras uppgift är att garantera kvaliteten på den levererade underhållningsprodukten. Kvaliteten rör till exempel att matcher ska spelas under regelrätta förhållanden, där kvalificerade domare fattar beslut enligt spelets regler. Svenska Fotbollsförbundet ansvarar för att utse, utveckla och utbilda dessa domare (SvFF 2018a).

1.3 Problemområde

Inom marknadsföringslitteraturen är en vanligt förekommande föreställning den så kallade 80/20-regeln. Denna regel säger att 20% av marknadsföringen resulterar i 80% av försäljningen. Trots att föreställningen saknar empiriskt stöd (Brynjolfsson et al., 2011), fortsätter den att läras ut i näringslivet. På liknande sätt finns ett antal föreställningar kring produkten fotboll som ofta diskuteras och analyseras, trots att de i vissa fall har varit svåra att finna bevis för. Till exempel finns en föreställning om att domare skulle gynna hemmalaget. En annan föreställning är att spelare eller lag som har varit heta i en match kommer förbli det i nästa match, ofta kallat *momentum*. Ytterligare en vanligt förekommande föreställning är att ett lag som just bytt tränare skulle uppnå förbättrade resultat.

Människan har en tendens att förklara verkligheten med olika föreställningar som inte alltid har forskningsstöd. Föreställningarna fungerar som tumregler för att förenkla verkligheten, men leder i vissa fall till systematiska felbedömningar (Kahneman & Tversky, 1974).

Tidigare forskning har undersökt ovan nämnda föreställningar kring produkten fotboll i tyska, spanska och engelska fotbollsligor (Sutter & Kocher, 2004; Gilovich, 1985; Ayton & Braennberg, 2008; Brown 1982). Dock saknas forskning som empiriskt undersöker föreställningar kring fotbollen i Sverige. Vår uppsats ämnar därför att fylla detta tomrum i forskningen. De tidigare nämnda föreställningarna anses vanliga då de ofta refereras till i media och diskuteras bland supportrar. Därtill är de väldokumenterade med gott om referenser till.

1.4 Syfte och frågeställning

Syftet med vår uppsats är att empiriskt undersöka ett antal föreställningar kring produkten fotboll under svenska förhållanden. De frågeställningar som kommer att undersökas är följande:

- Är svenska fotbollsdomare partiska i sin bedömning gentemot hemmalaget?
- Bidrar en ny fotbollstränare till att förbättra resultatet för sitt lag?
- Förekommer momentum på lag- och spelarnivå?

1.5 Avgränsningar

Det finns ett flertal föreställningar kring produkten fotboll. (Andersson et al., 2008). Det vore omöjligt att undersöka alla föreställningar i endast den här rapporten, vilket tvingat oss att välja ut ett fåtal. Valet av föreställningar har baserats på huruvida tillgänglig data finns att tillgå och hur relevanta de är för fotbollen som underhållningsprodukt i Sverige.

Vidare har den produkt vi valt att studera begränsats till högsta herrligan inom fotboll i Sverige, Allsvenskan. Valet av Allsvenskan motiveras av att inga studier tidigare gjorts på denna liga och av att de svenska förhållanden anses skilja sig från förhållandena i andra ligor i världen. Sammantaget används data från säsongerna 2013-2017 på grund av bristande tillgänglighet på data från tidigare säsonger.

1.6 Förväntat kunskapsbidrag

Våra resultat har teoretiska såväl som praktiska bidrag. Teoretiskt sett bidrar vi med kunskap kring hur pass väl ett antal föreställningar kring produkten fotboll stämmer under svenska förhållanden. Även om liknande studier redan har gjorts i andra länder, är det outforskat hur det föreligger sig i Sverige. Praktiskt sett ämnar våra resultat att vägleda svenska fotbollsklubbar och fotbollsförbund i att leverera en så bra produkt som möjligt för konsumenterna.

2. Teoretisk referensram

Vår uppsats ämnar att empiriskt undersöka ett antal föreställningar kring produkten fotboll under svenska förhållanden. För att skapa förståelse kring produkten presenteras först teori kring efterfrågan av fotboll. Därefter presenteras tidigare forskning kring tre utvalda föreställningar: domares partiskhet gentemot hemmalag, förekomsten av momentum och tränarbytens effekt.

2.1 Efterfrågan av produkten fotboll

Ett flertal studier har gjorts gällande vad det är som driver publik till fotbollsarenor. En av de drivande faktorerna bakom efterfrågan av produkten anses vara ovissheten kring matchutfallet (Andreff & Szymanski, 2006). En annan drivande faktor bedöms vara skillnader i lagens relativa styrka inom en och samma liga, där en liga med jämnare lag tenderar att attrahera större publik då matchutfallet är mer ovisst (Borland & Macdonald, 2003). Ytterligare en vanligt förekommande förklaring av efterfrågan bland konsumenter är hur ett lag har presterat i föregående matcher; vinster i föregående matcher tenderar att öka publiksiffrorna i nästkommande match (Hansen & Gauthier, 1989).

Utöver de tre drivande faktorerna, finns det ytterligare förklaringsvariabler som förekommer inom forskningen. En sådan förklaringsvariabel är hur högt upp i ligatabellen laget som spelar befinner sig. Ju bättre ett lag ligger till i ligatabellen, desto högre är efterfrågan. Det har även visat sig finnas ett samband mellan antal gjorda mål och efterfrågan av fotboll (Dobson & Goddard, 1995). Att lag som befinner sig högre upp i tabellen lockar mer publik

stöds av Pawlowski och Anders (2012) studie av 306 matcher i tyska Bundesliga, vilken konstaterade att lag som med stor sannolikhet skulle kunna vinna ligan efterfrågades i större utsträckning.

Ett flertal studier har även studerat efterfrågan av fotbollen genom att undersöka tittarsiffror via TV. Fördelen med detta anses vara att även bortalagets supportrars efterfrågan inkorporeras i analysen. Genom att studera högstaligan i amerikansk fotboll i USA, fann Tainsky (2010) att flera av de faktorer som påverkar efterfrågan att gå på sporten, även påverkade efterfrågan att följa den via TV. Lagens vinstprocenter visade sig även i denna studie ha en positiv inverkan på antal tittare.

Huruvida förekomsten av toppspelare påverkar efterfrågan av sport är något som undersökts av flertalet studier. Hausman och Leonard (1997) fann att förekomsten av toppspelare i den amerikanska basketbolligan hade en positiv effekt på antalet personer som valde att följa matcher via TV. Berri och Schmidt (2006) utgick från den senast nämnda studien och fann även de ett samband mellan stjärnspelare och efterfrågan. Vidare undersökte Fedderson och Rodd (2011) detta för det tyska fotbollslandslaget och fann att efterfrågan av produkten ökade då toppspelare fanns med i laget.

2.2 Föreställningar kring produkten fotboll

2.2.1 Domares partiskhet gentemot hemmalag

En vedertagen föreställning kring produkten fotboll är att hemmalaget skulle gynnas av domaren. Hemmafördel i lagsporter beskrivs, av ett flertal tidigare studier, som att idrottslag tenderar att vinna majoriteten av sina hemmamatcher (Sutter & Kocher, 2004; Carron et al., 2005). Fenomenet har noga bekräftats inom ett flertal sporter, inte minst av Pollard och Pollard (2005b) som analyserade 400 000 idrottsmatcher och visade på förekomsten av hemmafördel i baseboll, hockey, amerikansk fotboll, basket och fotboll mellan åren 1876-2003 i Nordamerika och England. Icke desto mindre skiljer sig fenomenet brett mellan olika nationella ligor i Europa (Pollard & Pollard, 2005b), vilket motiverar den här studien till att specifikt undersöka närmare på hur det ser ut i svenska fotbollsligan Allsvenskan.

En huvudsaklig mekanism som ligger bakom fenomenet hemmafördel är publikeffekten. Publikeffekten sägs verka dels genom att domaren blir partisk och gynnar hemmalaget, dels genom att spelarna själva presterar bättre på hemmaplan. Vad gäller publikens inverkan på domaren, har ett flertal studier bekräftat att så är fallet. Garciano et al. (2001) visade att domare i spanska fotbollsligan La Liga systematiskt gynnade hemmalaget genom att addera fler tilläggsminuter vid 90 minuter när hemmalaget låg under och färre tilläggsminuter när hemmalaget ledde. På liknande sätt visade Sutter och Kocher (2004) samt Dohmen (2008) att domare i tyska Bundesliga tenderade att tilldela fler extraminuter i matcher med liten målskillnad där hemmalaget höll på att förlora. Motsvarande resultat har även erhållits för italienska fotbollsligan av Scoppa (2008). Vidare visade Nevill et al. (2002) att professionella domare som fick titta på videoinspelade tacklingar var mindre benägna att tilldela frispark till bortalaget när de hörde ljudet från hemmapubliken, jämfört med domare som inte fick höra publikljudet från hemmafansen faktiskt var mer rättvisa. Förklaringen ansågs ligga i att ljudet från hemmapubliken påverkade domarens beslutsfattande till hemmalagets fördel. Boyko et al. (2007) kom i sin studie fram till att domare varierade i vilken utsträckning de påverkades av ljudet från publiken. De fann signifikanta skillnader i antal tilldelade kort och straffar mellan domare, vilket antydde att hemmafördel är beroende av domares subjektiva bedömningar.

Publikens inverkan på domaren sägs kunna förklaras med hjälp av en teori kring social press. Coleman (1990) argumenterade för att individens beslutsfattande påverkas av möjligheten att bli omtyckt av den sociala omgivningen. Detta kan leda till att individen fattar beslut som inte nödvändigtvis är enligt eget intresse, utan snarare det som den sociala kontexten efterfrågar. Även Bernheim (1994) studerade människors beteenden och visade att människor påverkas av den sociala omgivningens tycke och eventuella påföljder. Omgivningens åsikter och beteenden sägs kunna påverka den upplevda sociala tillfredsställelsen och kan därför resultera i att personen väljer att fatta beslut som ökar chansen för att omgivningen ska acceptera valet. Vidare påpekar författaren att sociala faktorer, såsom popularitet, acceptans och prestige, i hög grad motiverar individers beteenden.

Den tidigare nämnda teorin kring social pressen har bedömts ha ett förklaringsvärde i ett flertal fotbollsrelaterade studier, däribland Sutter & Kocher (2004), Garciano et al. (2005) och Dohmen (2008). I dessa studier har domaren uppvisat tendenser att tilldela mer extratid då hemmalaget ligger under. Detta har förklarats av just den sociala pressen.

Utöver att publikeffekten påverkar domarens partiskhet, finns det studier som pekar på att publiken också driver hemmalagets spelare till att prestera bättre. Även om forskningen kring detta är något tvetydig, visade Neave och Wolfson (2002) att hemmalagets spelare upplevde högre testosteronnivåer. De högre testosteronnivåerna sades göra hemmaspelare mer aggressiva och inställda på att försvara sin egen hemmaarena.

Hypotes 1: Domarens val av tilläggstid i andra halvlek beror på målskillnaden. Ju mindre målskillnad, desto tilläggsminuter adderas av domaren.

Hypotes 2: Domaren kommer i jämna matcher att tilldela fler tilläggsminuter när hemmalaget ligger under med ett mål eller resultatet är oavgjort, än när hemmalaget leder med ett mål.

Hypotes 3: När publikstorleken ökar kommer domaren att addera fler tilläggsminuter

2.2.2 Förekomsten av momentum

En vedertagen föreställning kring produkten fotboll är förekomsten av momentum. Med momentum inom sport avses att spelare eller lag som har varit heta i en match kommer att förbli det i nästa match. Forskare var länge överens om att momentum inte berodde på någonting annat än slump. Detta stämmer dock inte överens med en del av de nyare studierna som gjorts inom området.

En klassisk studie som talade emot momentum utfördes för första gången av Gilovich et al. (1985) som genomförde tre olika undersökningar inom området. I en av studiens delar analyserade de insamlad statistik för spelare i den amerikanska basketligan på collegenivå och kom fram till att tidigare poängförsök inte påverkade kommande framgångar. I en annan del av studien studerade de ett antal spelares straffkastförsök under säsongerna 1980-1981 och 1981-1982 och kom fram till att hur det gick med ett straffkast inte hade något samband med hur det skulle gå med nästa straffkast. Gilovich et al. (1985) undersökte även ifall en spelare som presterat bra en kväll, med större sannolikhet skulle prestera bra vid nästkommande match, men fann att inget samband kunde hittas.

Moskowitz och Wertheim (2011) undersökte momentum på lagnivå. Forskarna kom fram till att ett lag som presterade bra i den ena minuten, inte presterade lika bra i kommande minut.

Tvärtom kom de fram till att laget blev sämre i nästkommande minut. De visade också att ett NBA lag som vunnit flera matcher i rad inte var mer sannolikt att vinna nästkommande match.

Ayton och Braennberg (2008) undersökte motsvarande momentum i engelska fotbollsligan Premier League för säsongerna 1994-1995 och 1995-1996 genom att analysera ifall kända målskyttar som gjort mål i en match faktiskt har större chans att göra mål i nästa match. Deras resultat visade att det inte fanns något samband mellan att en spelare gjorde mål och huruvida spelaren hade gjort mål i föregående match.

Moskowitz och Wertheim (2011) förklarade tron på vanföreställningen kring momentum med att det finns en oförmåga hos människor att förstå sig på slumpmässiga serier. Tversky och Kahneman (1974) samt Bar-Hillel och Wagenaar (1991) visade att människor systematiskt väljer att tillskriva mönster till serier som i själva verket endast är slumpmässiga.

Ovanstående forskning till trots, har senare studier kunnat visa stöd för förekomsten av momentum. Yaari och Eisenmann (2011) undersökte 308 862 straffkast i NBA, vilket påstods vara ett mycket större dataset än motsvarande i Gilovich et als. originalstudie, och fann bevis för föreställningen på individuell nivå. Miller och Sanjurjo (2016) korrigerade för vad de ansåg vara felaktigheter i tidigare studiers grundantaganden och fann därefter bevis för att momentum faktiskt förekommer.

Studier kring momentum i andra sporter än basket, fotboll och baseboll visar att fenomenet existerar inom exempelvis bowling, där studier visat på att sannolikheten att få en strike inte är oberoende av tidigare utfall (Dorsey-Palmateer & Smith, 2004). I en studie av fenomenet inom tennis, visade forskarna Klaassen och Magnus (2001) att det fanns ett samband mellan att ha vunnit föregående poäng och att vinna nästkommande poäng.

Hypotes 4: Det är inte mer sannolikt att en spelare gör mål när denne gjort mål i matchen innan, jämfört med när spelaren inte gjort mål i matchen innan

Hypotes 5: Det är inte mer sannolikt att ett lag vinner en match när laget har vunnit matchen innan, jämfört med när laget inte har vunnit matchen innan

2.2.3 Tränarbytenes effekt

En vanlig föreställning kring produkten fotboll är att ett tränarbyte leder till förbättrat resultat. Situationen som leder upp till att en tränare får lämna ett idrottslag beror ofta på att antalet vinster och därmed antalet vunna poäng, under tiden innan tränarbytet, är lågt och följer en nedåtgående trend. Idrottsklubbars styrelser väljer därmed att avsätta tränaren för att bryta trenden och förbättra lagets resultat (Bruinshoofd & Bas ter Weel, 2003). Då lagen är starkt beroende av sina supportrar, och dåliga resultat riskerar att inte tillfredsställa konsumenternas efterfrågan, är det av stor vikt att idrottslagen presterar (Gladden & Funk, 2001). Vidare riskerar dåliga resultat att sänka värdet på spelarna i idrottslaget, vilket kan sänka värdet på produkten fotboll (Koning, 2003).

Forskningen kring effekten av ledarbyten är tvetydig. Inom näringslivet har VD-bytenes påverkan varit svåra att tyda (Beatty & Zajac, 1987; Cao et al., 2006). På samma sätt är forskningen inte samstämmig vad gäller effekten av byten av idrottslagens tränare.

Ett läger inom forskningen säger att tränarbyten inte har någon effekt på hur laget presterar. Pfeffer och Davis-Blake (1986) analyserade tränarbyten inom basket och fastslog att tränarbytena inte ledde till förbättrat resultat. Resultat mättes i form av andel vinster under säsongen, vilket är ett genomgående mått i forskningen kring tränarbytenes effekt. Pfeffer och Davis Blake (1986) diskuterade ett flertal förklaringar till att tränarbyten saknar effekt. En förklaring ansågs vara att den positiva effekten av att ersätta en tränare som inte varit framgångsrik, tog ut den negativa effekten av att det tar tid för den nya tränaren att komma in i sin roll. En annan förklaring ansågs vara att tränaren inte hade varit problemet från början, utan att problemet snarare låg hos spelarna eller spelstrategin. Att tränarbyten saknar effekt stärks av Bruinshoofd och Bas ter Weel (2003), som studerade den Holländska fotbollsligan. Genom att jämföra fotbollslagets prestation under en längre period, fann de inga skillnader mellan tiden innan och efter tränarbytet. Även Brown (1982) fann bevis för att tränarbyten inom amerikansk fotboll under mitten av säsongen för ett underpresterande lag, inte gjorde att detta lag presterade bättre än liknande lag som inte valde att byta tränare. Brown (1982) förklarade avsaknaden av effekt av tränarbyten med att det finns andra faktorer som påverkar lagets prestation, såsom spelarkvalitet, skador och motivation.

Ett annat läger inom forskningen menar att tränarbyten snarare leder till försämrat resultat. En studie som analyserade insamlad data mellan de 28 säsongerna 1972-1973 till 1999-2000 i engelska Premier League visade att lag som bytte tränare under säsongens gång presterade sämre de kommande tre månaderna än lag som inte bytte tränare (Audas et al., 2002). Studien förklarade att resultatet kunde bero på att den nya tränaren valde att förändra lagets taktik och att det tar tid för spelarna anpassa sig till den nya taktiken.

Ett tredje läger inom forskningen kring tränarbyten menar att det finns en viss positiv effekt av att byta tränare. Koning (2003) studerade den holländska högsta ligan i fotboll och fann resultat för att lagen som gjorde tränarbyten förbättrade sitt försvar, baserat på att antalet insläppta mål minskar. Detta ansågs bero på att tränarna lägger stort fokus på försvarsspelet i hopp om att vända den nedåtgående trenden som laget upplevt innan tränarbytet.

Hypotes 6: Ett byte av tränare förändrar inte lagets prestation vad gäller vunna poäng

Hypotes 7: Ett byte av tränare förändrar inte lagets prestation vad gäller gjorda mål

Hypotes 8: Ett byte av tränare förändrar inte lagets prestation vad gäller insläppta mål

Sammanställning av hypoteser

- H1** Domarens val av tilläggstid i andra halvlek beror på målskillnaden. Ju mindre målskillnad, desto tilläggsminuter adderas av domaren.
- H2** Domaren kommer i jämna matcher att tilldela fler tilläggsminuter när hemmalaget ligger under med ett mål eller resultatet är oavgjort, än när hemmalaget leder med ett mål.
- H3** När publikstorleken ökar kommer domaren att addera fler tilläggsminuter
- H4** Det är inte mer sannolikt att en spelare gör mål när denne gjort mål i matchen innan, jämfört med när spelaren inte gjort mål i matchen innan
- H5** Det är inte mer sannolikt att ett lag vinner en match när laget har vunnit matchen innan, jämfört med när laget inte har vunnit matchen innan
- H6** Ett byte av tränare förändrar inte lagets prestation vad gäller vunna poäng
- H7** Ett byte av tränare förändrar inte lagets prestation vad gäller gjorda mål
- H8** Ett byte av tränare förändrar inte lagets prestation vad gäller insläppta mål

3. Metod

Vår uppsats ämnar att empiriskt undersöka tre föreställningar kring produkten fotboll under svenska förhållanden. Först beskrivs den datainsamling som är gemensam för samtliga delområden i vår uppsats. Därefter beskrivs hur undersökningen av respektive föreställning har gått till väga.

3.1 Val av ansats

Uppsatsen har skrivits utifrån en deduktiv ansats. Detta innebär att de hypoteser som undersöks har granskats genom att använda rådande forskning inom området (Bryman & Bell, 2007). En deduktiv ansats är det vanligaste sättet att undersöka insamlad empiri med utgångspunkt från teori och tidigare forskning (Bryman & Bell, 2007). Tillvägagångssättet är lämpligt för vår uppsats där syftet är att empiriskt undersöka ett antal föreställningar kring produkten fotboll.

3.2 Val av metod

Uppsatsen utfördes genom användandet av en kvantitativ metod. En kvantitativ metod gör det möjligt att empiriskt beskriva och förklara de utvalda föreställningarna kring produkten fotboll. Metoden ämnar ge resultat som är möjliga att kvantifiera och dra generella slutsatser kring (Bryman & Bell 2007).

Sekundärdata har registrerats manuellt från två webbsidor: *whoscored.com*, *transfermarkt.com*. Webbsidorna innehåller detaljerade matchrapporter med information om mål, gula och röda kort, spelarbyten, frisparkar, tilläggstider mm. Matchinformation har registrerats gällande fem Allsvenska säsonger mellan åren 2013-2017. Whoscored användes för säsongerna 2016 och 2017. Transfermarkt användes för säsongerna 2013, 2014 och 2015.

3.4 Datainsamling

Sekundärdata insamlades mellan 20 mars - 12 april 2018. Under utvalda säsonger har Allsvenskan bestått av 16 lag. Varje säsong omfattar 30 omgångar där lagen har mött varandra två gånger, en gång på hemmaplan och en gång på bortaplan. Sammanlagt spelades 240 matcher per säsong. Det inhämtade datasetet innehåller därmed data från 1200 matcher. Under datainsamlingen påträffades dock två matcher som aldrig spelades klart. Då matcherna aldrig spelades klart har dessa matcher tagits ur datasetet. Slutligen innebär detta att data samlats in för 1198 matcher.

3.5 Verktyg vid analys

Samtliga data har manuellt registrerats med hjälp av Microsoft Excel och sedan exporterats till mjukvaruprogrammet IBM SPSS. SPSS har sedan använts för att undersöka de valda föreställningarna kring produkten fotboll. Hypoteserna har prövats genom independent sample t-test, linjär regressionsanalys och chi-två-test.

3.6 Tillvägagångssätt

I nedanstående del av vår uppsats beskrivs det tillvägagångssätt som använts för att empiriskt undersöka tre föreställningar kring produkten fotboll.

3.6.1 Domares partiskhet

Domarnas partiskhet mot hemmalag i Allsvenskan kommer att empiriskt undersökas i enlighet med tidigare studier (Sutter & Kocher, 2004). Vi vill ta reda på om antalet extra minuter som domaren väljer att lägga till tenderar att vara högre om det finns chans för hemmalaget att vända matchen till sin fördel. Vi vill också ta reda på om publikstorleken påverkar domarens val av tilläggstid.

Ovanstående undersöks genom en modell där tilldelad extra tid i andra halvlek sätts som beroende variabel och målskillnaden som oberoende variabel. Målskillnad definieras som skillnaden i gjorda mål mellan hemmalaget och bortalaget. En negativ målskillnad betyder att

hemmalaget ligger under. En positiv målskillnad betyder att hemmalaget leder. Målskillnaden noll indikerar att matchen står lika. I modellen kontrolleras därtill för faktorer som av naturliga skäl leder till mer tilläggstid, såsom spelarbyten, gula kort och röda kort.

Först studeras det generella sambandet mellan tilläggstid och alla målskillnader som finns representerade i datasetet. Detta för att kunna avgöra huruvida målskillnaden inverkar på valet av tilläggstid, oavsett om den är till fördel eller nackdel för hemmalaget. Därefter väljer vi att specifikt studera de matcher där målskillnaden är liten (+1/-1). Det är i dessa fall en partiskhet hos domaren riskerar att ha en stor inverkan på matchens slutresultat, då ett eventuellt mål på tilläggstid kan innebära skillnader mellan vinster och förluster. Slutligen undersöks om domaren tenderar att addera fler tilläggsminuter när hemmalaget ligger under med ett mål jämfört med när bortalaget ligger under med ett mål. På så sätt förväntas vi kunna avgöra om domaren gynnar hemmalaget mer än bortalaget, i termer av adderad tilläggstid.

För att ta reda på huruvida domarens val av tilläggstid påverkas av publikstorleken används en utökning av ovan beskrivna modell. I denna modell används tilldelad tilläggstid som beroende variabel och publikens storlek som oberoende variabel. Även här kontrolleras för de naturliga skäl som leder till mer extratid. En högre publiksiffra kan enligt teorin förväntas öka partiskheten hos domaren genom att denne addera fler tilläggsminuter.

3.6.2 Momentum

Förekomsten av momentum i Allsvenskan kommer att empiriskt undersökas i enlighet med tidigare studier (Ayton & Braennberg, 2008). Vi vill ta reda på om hur spelare och lag presterat i föregående matcher har något samband med hur de presterar i nästkommande match.

När vi studerar förekomsten av momentum på spelarnivå används insamlad data för de 10 bästa målgörarna för respektive av de fyra säsongerna mellan 2014-2017. Flest mål under säsongen 2017 stod Magnus Eriksson (DIF) och Karl Holmberg (IFK Norrköping) för. Dessa gjorde 14 mål vardera under de 30 omgångarna av Allsvenskan det året. Vid datainsamlingen upptäcktes ett flertal matcher då målgörarna inte deltog, antingen till följd av skada eller

avstängning. Dessa matcher exkluderades ur datasetet för att inte påverka beräkningarna av momentum.

Förekomsten av momentum på spelarnivå undersöks genom att beräkna sannolikheten för en spelare att göra mål givet utfallet föregående match: $P(\text{mål}|\text{mål})$ samt $P(\text{mål}|\text{inget mål})$.

De två sannolikheterna jämförs därefter mot varandra med hjälp av chi-två test för avgöra huruvida momentum förekommer. Momentum anses förekomma om sannolikheten att göra mål givet att spelaren gjort mål i föregående match är större än sannolikheten att göra mål givet att spelaren inte gjort mål i föregående match. Viktigt att ta hänsyn till är att spelare ofta gör fler mål på hemmaplan än på bortaplan (Aytton & Braennberg, 2008). För att ta hänsyn till detta kommer vi också att analysera hemma- respektive bortamatcher separat.

När vi studerar förekomsten av momentum på lagnivå används insamlad data för samtliga 30 lag under säsongerna 2016 respektive 2017 i Allsvenskan. Förekomsten av momentum på lagnivå undersöks genom att beräkna sannolikheten för ett lag att vinna en match givet matchutfallet i föregående match: $P(\text{vinst}|\text{vinst})$ samt $P(\text{vinst}|\text{ingen vinst})$. De två sannolikheterna jämförs därefter mot varandra med hjälp av chi-två test för att avgöra huruvida momentum förekommer på lagnivå. Momentum anses förekomma om sannolikheten att vinna givet att laget har vunnit i föregående match är större än sannolikheten att vinna givet att laget inte har vunnit i föregående match. Viktigt att ta hänsyn till är att lagen ofta vinner fler matcher på hemmaplan än på bortaplan. För att ta hänsyn till detta kommer vi också här att analysera hemma- respektive bortamatcher separat.

3.6.3 Tränarbyten

Effekten av tränarbyten kommer att empiriskt undersökas för de allsvenska fotbollsklubbarna. Vi vill ta reda på om ett byte av tränare leder till förbättrat, försämrat eller oförändrat resultat för lagen.

När vi studerar effekten av tränarbyten används insamlad data för fem säsonger mellan 2013-2017. Under den här perioden kommer det att vara möjligt att studera totalt 23 tränarbyten. Endast ett fåtal av dessa har skett under pågående säsong, varför vi har valt att studera alla 23 tränarbyten gemensamt. De tränarbyten som skett tidigt under säsongen 2013 och sent under

säsongen 2017 kunde inte tas med i vår uppsats då det i vårt dataset saknas information som behövs för att bedöma lagens prestation före respektive efter tränarbytena.

För att ta reda på om de lag som väljer att byta tränare upplever ett förbättrat, försämrat eller oförändrat resultat används en jämförelse av tre olika mått som kan tänkas representera lagens styrka. Dessa tre mått är medelvärdena för vunna poäng, antal gjorda mål och antal insläppta mål sett över fem matcher. Vunna poäng anses ha en direkt påverkan på tabellens resultat och räknas ut baserat på matchresultatet: vid vinst tilldelas 3 poäng, vid oavgjort 1 poäng och vid förlust 0 poäng. Då lagen eftersträvar att vinna så många matcher som möjligt ses detta som det primära måttet att tillämpa vid denna studie. Sekundärt anses gjorda och insläppta mål indikera hur lagen presterar rent spelmässigt. Till exempel om de varit starka eller svaga offensivt och defensivt.

För att undersöka effekten av ett tränarbyte jämförs medelvärdena för antal poäng, gjorda mål och insläppta mål innan respektive efter tränarbytet, på kort och lång sikt. Jämförelsen sker med hjälp av t-test. Kort sikt definieras i studien som match 1-5 före och efter tränarbytet. Den långa sikten definieras som match 14-18 före och efter tränarbytet.

I syfte att jämnat ut stora skillnader i hur ett lag kan ha presterat över fem matcher, tillämpas glidande medelvärden för vunna poäng, antal gjorda mål och antal insläppta mål. Detta görs för matcherna 1-18 inför respektive efter tränarbytena. De glidande medelvärdena har utförts med ett intervall om fem på varandra följande matcher. Valet av fem matcher i följd motiveras av att det antas ge ett mer stabilt värde, de fyra matcherna som faller bort till trots.

3.7 Reliabilitet och tillförlitlighet

Reliabilitet

Begreppet reliabilitet syftar till huruvida resultaten är pålitliga och om de hade givit samma resultat om den registrerade datan insamlats på nytt (Bryman & Bell, 2007). Då den manuellt registrerade datan är sekundär och har inhämtats från externa källor är det mycket viktigt att bedöma huruvida datan kan anses korrekt. De två källor vi valt att använda oss av är whoscored.com och transfermarkt.com. Dessa är av olika karaktär och använder olika sätt för att inhämta sin data, men har vid kontroll visat sig tillhandahålla överensstämmande data.

Whoscored.com är en Londonbaserad plattform som använder sig av leverantörerna Opta och Enetpulse vid insamlande av data från fotbollsmatcher. Opta och Enetpulse är två världsledande leverantörer av sportrelaterad data. Dessa leverantörer använder sig av välutvecklade datasystem och professionella analytiker som inhämtar resultat och händelser från respektive match. Transfermarkt.com är en av Tysklands största sporthemsidor vars resultat för svenska matcher uppdateras av administratörer. Dessa rapporterar matchens innehåll, och därefter kan även medlemmar flagga för eventuella otydligheter i informationen.

Gällande de använda webbsidorna anses det inte finnas någon partiskhet som bör beaktas. Den insamlade datan beskriver endast objektivt hur matcherna ser ut. Inga av webbsidorna har heller någon egen vinning i att rapportera felaktig data, tvärtom är det av stor vikt att deras insamlade data är korrekt. Givet ovanstående anses den data som insamlats och använts för att utföra denna studie vara tillförlitlig och användbar.

Validitet

Validitet syftar till huruvida de mått som använts är relevanta för att mäta det som avsetts och innefattar även bedömningar av resultatens generaliserbarhet (Bryman & Bell, 2007). Generaliserbarheten begränsas av urvalet som endast omfattar den Allsvenska fotbollsligan. Detta innebär att möjligheten att generalisera till andra fotbollsligor begränsas. Det kan till exempel tänkas föreligga andra förhållanden som påverkar hur många mål som görs eller hur bollinnehaven ser ut. Till exempel skiljer sig spelstilar, hur jämna ligorna är och hur många toppspelare som finns mellan olika nationella fotbollsligor. Detta förväntas ge upphov till andra resultat. Gällande generaliserbarheten till andra säsonger av Allsvenskan kan resultatet med större säkerhet generaliseras till följd av att skillnaderna mellan förhållandena i olika säsonger inte anses stora.

3.8 Avvikande värden

Då vi undersökt ett stort antal variabler och det kan antas att spridningen i dessa värden stundtals är väldigt stor, har vi valt att studera huruvida våra resultat förändras då avvikande värden exkluderas. Den variabel som kunde tänkas ha en effekt på resultat var den stora

variationen i publikstorlek. Som lägst var denna siffra 886 och som högst 33157, med en standardavvikelse på 6573. Dessa matcher hade inte en stor effekt på vårt resultat och valde därför att inkluderas i studien.

4. Resultat

Vår uppsats ämnar att empiriskt undersöka ett antal föreställningar kring produkten fotboll under svenska förhållanden. Först presenteras egenskaper hos produkten allsvensk fotboll i termer av deskriptiv statistik. Därefter redovisas resultaten för var och en av de empiriskt undersökta föreställningarna kring produkten.

4.1 Egenskaper hos produkten allsvensk fotboll

I tabell 1 redovisas olika egenskaper hos produkten allsvensk fotboll i termer av matchdata. Matchdatan avser de 479 matcher som spelades säsongerna 2016 samt 2017 i Allsvenskan. Konsumenter av produkten allsvensk fotboll kan för en typisk match förvänta sig följande egenskaper: 2.92 mål, 3.36 gula kort, 0.29 röda kort, 0.17 övertidsmål, 0.25 tilldelade straffar, 10.4 tilldelade hörnor, 27.27 tilldelade frisparkar, 3.27 offsides, 1.41 extraminuter i första halvlek, 3.54 extraminuter i andra halvlek, 0.23 spelarbyten i första halvlek och 5.26 spelarbyten i andra halvlek.

Om man exkluderar oavgjorda matchresultat kan konsumenter förvänta sig att hemmalaget vinner 58,47% av matcherna, bortalaget 41,53%. Det går även att förvänta sig att hemmalaget i genomsnitt gör 0,3 mål fler än bortalaget i en typisk allsvensk match.

Tabell 1. Deskriptiv statistik över säsongerna 2016-2017. N=479

	Hemmalag				Bortalag			
	Mean	Std. D	Min	Max	Mean	Std. D	Min	Max
Antal mål	1,61	1,33	0	7	1,31	1,20	0	6
Antal tilldelade straffar	0,15	0,39	0	2	0,10	0,33	0	3
Antal mål på extratid	0,08	0,29	0	2	0,09	0,32	0	4
Antal gula kort	1,61	1,31	0	6	1,75	1,28	0	7
Antal röda kort	0,08	0,28	0	2	0,06	0,25	0	2
Antal tilldelade hörnor	5,69	2,80	0	16	4,71	2,69	0	16
Antal tilldelade frisparkar	13,16	3,80	2	31	13,67	3,743	2	25
Antal offside	1,74	1,57	0	8	1,53	1,56	0	13
Bollinnehav (i %)	52,34	6,50	33	73	47,66	6,504	27	67
			Mean	Std. D	Min	Max		
Målskillnad vid matchens slut			0,30	1,83	-5	7		
Antal extraminuter första halvlek			1,41	0,94	0	9		
Antal extraminuter andra halvlek			3,54	1,207	1	11		
Antal byten första halvlek			0,23	0,486	0	3		
Antal byten andra halvlek			5,26	0,90	2	6		
Antal åskådare			9069	6573	887	33157		

4.2 Domaren är partisk gentemot hemmalaget

4.2.2 Sambandet mellan målskillnad och extratid i andra halvlek

I tabell 2 beskrivs sambandet mellan målskillnaden vid 90 minuter och antalet tilläggsminuter i andra halvlek. En negativ målskillnad innebär att hemmalaget ligger under vid 90 minuter. Det signifikant negativa sambandet tyder på att domaren lägger till fler extraminuter ju mindre målskillnaden är. I modell 2 i tabellen kontrolleras för naturliga skäl för att tilldela extratid såsom gula kort, röda kort och spelarbyten, men även då blir sambandet negativt. Det framgår att antalet gula kort korrelerar signifikant positivt med antalet tilläggsminuter.

Hypotes 1 har empiriskt stöd, målskillnaden påverkar signifikant hur mycket extratid som tilldelas vid matchens slut.

Tabell 2. Sambandet mellan målskillnad och extratid i andra halvlek.
N=479. Standardavvikelser inom parentes.

Modell (Beroende variabel: Målskillnad vid 90-minuter)	(1)	(2)
Målskillnad	- 0,10** (0,030)	-0,087* (0,044)
Antal gula kort andra halvlek		0,175** (0,051)
Antal röda kort andra halvlek		0,141 (0,184)
Antal spelarbyten andra halvlek		0,110 (0,092)
Konstant	3,573** (0,055)	2,596** (0,510)
Adj. R ²	0,023	0,051

* $p < 0.05$

** $p < 0.01$

4.2.3 Sambandet mellan målskillnad och tilläggstid i jämna matcher

I tabellerna 3 och 4 beskrivs sambandet mellan målskillnad och antal tilläggsminuter i andra halvlek, med fokus på matcher där målskillnaden varierar mellan +1 och -1. Tabell 3 fokuserar på matcher med målskillnaderna +1 eller -1, tabell 4 fokuserar på matcher med målskillnaderna 0 eller -1. Detta rör sig om jämna matcher där antal tilldelade extraminuter kan antas ha störst inverkan på slutresultatet. Bägge tabellerna pekar på ett negativt samband mellan målskillnaden i jämna matcher samt antalet extraminuter i andra halvlek. Dock är detta samband enbart signifikant i tabell 4. Med andra ord, när hemmalaget ligger under med endast ett mål eller matchresultatet är oavgjort, adderar domaren fler tilläggsminuter. Antalet gula kort i tabell 3 är den enda kontrollvariabeln som har en signifikant positiv inverkan på antal tilläggsminuter.

Hypotes 2 har empiriskt stöd, domaren kommer i jämna matcher att tilldela fler tilläggsminuter när hemmalaget ligger under med ett mål eller resultatet är oavgjort, än när hemmalaget leder med ett mål.

Tabell 3. Sambandet mellan målskillnad (+1/-1) och tilläggstid i andra halvlek.
N=179. Standardavvikelser inom parentes.

Modell (Beroende variabel: Målskillnad vid 90-minuter)	(1)	(2)
Målskillnad	-0,081 (0,077)	-0,048 (0,113)
Antal gula kort andra halvlek		0,194** (0,074)
Antal röda kort andra halvlek		-0,031 (0,257)
Antal spelarbyten andra halvlek		-0,006 (0,141)
Konstant	3,907** (0,077)	3,517** (0,774)
Adj. R ²	0,001	0,029

* $p < 0.05$

** $p < 0.01$

Tabell 4. Sambandet mellan målskillnad (0/-1) och tilläggstid i andra halvlek
N=204. Standardavvikelser inom parentes.

Modell (Beroende variabel: Målskillnad vid 90-minuter)	(1)	(2)
Målskillnad	-0,419* (0,172)	-0,151 (0,258)
Antal gula kort andra halvlek		0,142 (0,086)
Antal röda kort andra halvlek		0,046 (0,266)
Antal spelarbyten andra halvlek		0,281 (0,130)
Konstant	3,569** (0,109)	1,998** (0,510)
Adj. R ²	0,023	0,034

* $p < 0.05$

** $p < 0.01$

4.2.4 Sambandet mellan publikstorleken och domarens val av tilläggstid

I tabell 5 framgår sambandet mellan publikstorlek och tilläggstid i andra halvlek. Sambandet är svagt positivt, dock insignifikant.

Hypotes 3 saknar empiriskt stöd, när publikstorleken ökar kommer domaren att addera fler tilläggsminuter.

Tabell 5. Sambandet mellan publikstorlek och tilläggstid i andra halvlek (målskillnad +1/-1).
N=179. Standardavvikelser inom parentes.

Modell (Beroende variabel: Målskillnad vid 90-minuter)	(1)	(2)
Målskillnad	-0,089 (0,078)	-0,050 (0,113)
Antal gula kort andra halvlek		0,197** (0,074)
Antal röda kort andra halvlek		0,022 (0,262)
Antal spelarbyten andra halvlek		-0,008 (0,141)
Publiksiffror	1,202E-5 (0,000)	1,682E-5 (0,000)
Konstant	3,800** (0,131)	3,358** (0,791)
Adj. R ²	0,001	0,029

* $p < 0.05$

** $p < 0.01$

4.3 Förekomsten av momentum är en vanföreställning

4.3.1 Spelarnivå

Förekomsten av momentum på spelarnivå studerades genom att beräkna sannolikheten att göra mål givet att mål hade eller inte hade gjorts i föregående match. Sannolikheterna jämfördes med ett chi-två-test, se Tabell 6. Ovanstående undersöktes för alla matcher samtidigt, såväl som hemma- och bortamatcher separat.

Hypotes 4 har empiriskt stöd, det är statistiskt signifikant att det inte är mer sannolikt att en spelare gör mål när denne gjort mål i matchen innan, jämfört med när spelare inte gjort mål i matchen innan ($p_{total}<0,001$, $p_{hemma}<0,001$, $p_{borta}=0,0028$).

Tabell 6: Sannolikheten att göra mål (säsongerna 2014-2017) som en funktion av att ha gjort mål eller inte ha gjort mål i matchen innan.

	Total	Hemma	Borta
P(mål mål)	140/387=36,1%	84/214=39,3%	56/173=32,4%
P(mål inget mål)	224/385=58,1%	123/172=71,5%	101/213=47,4%
	$(\chi^2(1)=37,51, p<0,0001)$	$(\chi^2(1)=39,90, p<0,0001)$	$(\chi^2(1)=8,96, p=0,0028)$

4.3.2 Lagnivå

Förekomsten av momentum på lagnivå studerades genom att beräkna sannolikheten att vinna givet vinst respektive förlust i föregående match. Sannolikheterna jämfördes med ett chi-två-test, se Tabell 7. Ovanstående undersöktes för alla matcher samtidigt, såväl som hemma- och bortamatcher separat.

Hypotes 5 har empiriskt stöd, det är statistiskt signifikant att det inte är mer sannolikt att ett lag vinner en match när laget har vunnit matchen innan, jämfört med när laget inte har vunnit matchen innan ($p_{total}<0,001$, $p_{hemma}<0,001$, $p_{borta}<0,001$).

Tabell 7: Sannolikheten att vinna en match (säsongerna 2016-2017) givet att laget har respektive inte har vunnit föregående match

	Total	Hemma	Borta
P(vinst vinst)	114/352=32,4%	76/205=37,1%	38/147=25,9%
P(vinst ingen vinst)	214/351=60,1%	115/139=82,7%	99/212=46,7%
	$(\chi^2(1)=57,69, p<0,0001)$	$(\chi^2(1)=69,93, p<0,0001)$	$(\chi^2(1)=15,99, p<0,0001)$

4.4 Byte av tränare saknar effekt på hur ett lag presterar

4.4.1 Tränarbyttens effekt på antal vunna poäng

Effekten av ett tränarbyte har nedan studerats genom att jämföra medelvärden av hur många poäng lagen erhåller före respektive efter tränarbytet. En uppdelning mellan match 1-5 inför, match 1-5 efter samt match 14-18 inför, och match 14-18 efter har gjorts för att kunna urskilja eventuella skillnader på kort och lång sikt. I Tabell 8 jämförs medelvärden för antal poäng före och efter tränarbytet med hjälp av independent samples t-tester. För att undersöka antalet mål mer utförligt har även glidande medelvärden över antal poäng per match de 1-18 matcherna inför och 1-18 matcherna efter studerats.

Hypotes 6 saknar empiriskt stöd, det finns inte någon signifikant skillnad mellan medelvärdena för antal poäng innan och efter tränarbytet, på både kort ($\mu=7,217$ motsatt $\mu=7,434$) och lång sikt ($\mu=7,826$ motsatt $\mu=6,565$).

Tabell 8: T-test, Medelvärde för antal poäng över 5 matcher på kort och lång sikt. Uppdelat på innan och efter tränarbytet skett.

	Medelvärden			N
	Före	Efter	Differens	
Match 1-5	7,217	7,434	-0,217	23
Match 14-18	7,826	6,565	1,261	23

*p < 0,05

Tabell 9: Glidande medelvärde över antal poäng per match. Beräknat över 18 matcher med ett intervall om 5.

	Match 1-18 innan tränarbytet	Match 1-18 efter
tränarbytet		
Antal mål per match	1,554	1,539

4.4.2 Tränarbyttens effekt på antal gjorda mål

Tränarbyttens effekt har även studerats genom att jämföra lagets antal gjorda mål före respektive efter bytet av tränare, på kort såväl som på lång sikt. Med hjälp av t-tester jämförs medelvärden av antal gjorda mål innan och efter tränarbytet, se Tabell 10. För att undersöka antalet mål mer utförligt har även glidande medelvärden över antal mål per match de 1-18 matcherna inför och 1-18 matcherna efter studerats.

Hypotes 7 saknar empiriskt stöd, det finns inte någon signifikant skillnad mellan medelvärdena för antal gjorda mål innan och efter tränarbytet, på både kort ($\mu=7,609$ motsatt $\mu=6,652$) och lång sikt ($\mu=8,609$ motsatt $\mu=7,087$).

Tabell 10: T-test, Medelvärde för antal gjorda mål på kort och lång sikt. Uppdelat på innan och efter tränarbytet skett.

	Medelvärden			N
	Före	Efter	Differens	
Match 1-5	7,609	6,652	0,957	23
Match 14-18	8,609	7,087	1,522	23

*p < 0,05

Tabell 11: Glidande medelvärde för antal gjorda mål per match. Beräknat över 18 matcher med ett intervall om 5.

	Match 1-18 innan tränarbytet	Match 1-18 efter
tränarbytet		
Antal mål per match	1,554	1,454

4.4.3 Tränarbyttens effekt på antal insläppta mål

Tränarbyttens effekt har vidare studerats genom att jämföra lagets insläppta mål före respektive efter bytet av tränare, på kort såväl som på lång sikt. Med hjälp av t-tester jämförs medelvärden av insläppta mål innan och efter tränarbytet, se Tabell 12. För att undersöka antalet mål mer utförligt har även glidande medelvärden över antal insläppta mål per match de 1-18 matcherna inför och 1-18 matcherna efter studerats.

Hypotes 8 saknar empiriskt stöd, det finns förvisso en signifikant skillnad mellan medelvärdena för antal insläppta mål innan och efter tränarbytet på kort sikt ($\mu=7,565$ motsatt $\mu=5,435$), dock saknas en signifikant skillnad mellan medelvärdena för antal insläppta mål innan och efter tränarbytet på lång sikt ($\mu=7,304$ motsatt $\mu=6,347$).

Tabell 12: T-test, Medelvärde för antal insläppta mål på kort och lång sikt. Uppdelat på innan och efter tränarbytet skett.

	Medelvärden			N
	Före	Efter	Differens	
Match 1-5	7,565	5,435	2,130**	23
Match 14-18	7,304	6,347	0,957	23

**p < 0,001

Tabell 13: Glidande medelvärde för antal insläppta mål per match. Beräknat över 18 matcher med ett intervall om 5 matcher.

	Match 1-18 innan tränarbytet	Match 1-18 efter
tränarbytet		
Antal mål per match	1,342	1,197

5. Diskussion

5.1 Sammanfattning av resultat

Syftet med denna kandidatuppsats har varit att empiriskt undersöka tre populära föreställningar kring produkten fotboll där vi har använt data från Allsvenskan. Föreställningarna som har undersökts relaterar till tre huvudområden: hemmafördel, momentum och tränarbyten.

Gällande det första området tyder resultaten på en systematisk partiskhet hos domare, till hemmalagets fördel. Specifikt har det visat sig att domaren systematiskt adderar fler tilläggsminuter i matcher där hemmalaget ligger under med ett mål jämfört med när bortalaget ligger under med ett mål. Icke desto mindre fann vi inget samband mellan tilläggstid och publikstorlek.

Gällande området momentum konstaterades att fenomenet inte tycks existera bland målskyttar i Allsvenskan. Resultatet visar att det inte är mer sannolikt att en spelare gör mål när denne gjort mål i matchen innan, jämfört med när spelaren inte gjort mål i matchen innan. Resultatet kvarstod även då jämförelsen gjordes separat mellan spelarens hemma- och bortamatcher. Även på lagnivå erhålls motsvarande resultat.

Vad gäller tränarbytens effekt på hur ett lag presterar, visar resultatet att varken erhållna poäng eller gjorda mål förändras på kort eller lång sikt. Antalet insläppta mål tycks inte heller förändras på lång sikt. Däremot visar resultatet på en signifikant färre insläppta mål på kort sikt.

5.2 Föreställning: Domare är partiska gentemot hemmalaget

Då vi studerar sambandet mellan målskillnad och extratid i andra halvlek (Tabell 2) erhålls ett signifikant negativt samband ($-0,10^{**}$), även då vi kontrollerar för flertalet variabler som regelmässigt bör påverka tilläggstiden ($-0,087^{*}$). Detta innebär att ju lägre målskillnad det är vid 90 minuter, desto mer tilläggstid tenderar domaren att lägga till. Viktigt att poängtera är

dock att denna även inkluderar matcher med stora målskillnader, och därmed matcher som kan anses avgjorda, där domarens beslut om extra tid inte bör ha någon betydelsefull effekt på slutresultatet.

För att kunna undersöka huruvida tilläggs tiden ökar i de fall då matchen är jämn, jämförs de fall då hemmalaget ligger under med ett mål eller leder med ett mål (Tabell 3 & 4). Då målskillnaden är +1/-1 ses ett svagt och insignifikant samband (-0,081) och då målskillnaden är 0/-1, visar resultatet på en stark och signifikant negativ korrelation (-0,419*). Med andra ord, i det fall då både hemma- respektive bortalaget ligger under med ett mål, tenderar domaren att inte lägga till fler extraminuter. Däremot, i det andra fallet, då endast hemmalaget ligger under med ett mål eller matchen är lika, ser vi att domaren lägger till signifikant fler minuter. Domaren tenderar alltså systematiskt addera fler extraminuter vid 90 minuter när hemmalaget ligger under med ett mål eller matchen står lika.

Detta är resultat som är i linje med tidigare studier kring domares partiskhet mot hemmalag gällande tilläggstid (Sutter & Kocher, 2004; Dohmen, 2008; Garciano et al 2005; Scoppa 2008). Dessa studier har utförts i de tyska, spanska och italienska högstaligorna inom fotboll. I samtliga dessa studier erhålls starkare korrelationer. I studien utförd av Sutter och Kocher (2004) erhöles exempelvis en starkt signifikant korrelation (-0.88**) gällande matcher där hemmalaget låg under med ett mål eller matchen stod oavgjort. I vår uppsats är motsvarande korrelation lägre (-0,419*). Detta skulle kunna vara ett bevis för att domares partiskhet är större i dessa ligor. Det kan till stor del bero på det faktum att den genomsnittliga publikstorleken är avsevärt lägre i allsvenskan jämfört med tyska Bundesliga och spanska La Liga. I allsvenskan ligger snittet på 9000, medan 31000 i Tyskland och 28 000 i Spanien.

Anmärkningsvärt är även att vår studie inte ger ett signifikant positivt samband (1,202E-5) mellan publikstorlek och domarens beslut gällande tilläggstid, till skillnad från Sutter och Kocher (2004) som erhöles korrelationen 0,02*. Detta tros kunna förklaras av de stora skillnaderna i publiksnitt. Dock bör det inte tolkas som att hemmapubliken inte ligger bakom domarens partiskhet gällande tilldelade extraminuter. Även om inget signifikant samband funnits mellan ökade publiksiffror och ökade extraminuter i Allsvenskan, är det ändå troligt att hemmapubliken alltid, oavsett storlek, påverkar domaren genom social press. Det är realistiskt att tro att domaren under matchens gång har känt av hemmapublikens närvaro vid olika typer av matchsituationer. Som Nevill et al. (2002) konkluderade är domare som får

höra ljudet från hemmapubliken mindre benägna att tilldela frispark till bortalaget, jämfört med domare som inte får höra publikljudet.

Ovanstående resultat till trots är det viktigt att diskutera de lågt erhållna R^2 värdena. De låga värdena beror på att det finns ett flertal ytterligare oberoende variabler som förklarar domarens beslut om tilläggstid. Exempel på dessa kan tänkas vara klubbstorlek, matchomgång samt publiksammansättning. Klubbstorlek kan tänkas ha ett samband med beslut om extratid, då extratid som uppfattas som felaktig kan orsaka stor medial uppmärksamhet. Matchomgången kan tänkas påverka då matcher i början respektive slutet av säsongen kan anses mer tongivande och direkt avgörande. Även om Sutter och Kocher (2004) inte har kunnat visa att varken klubbstorlek eller matchomgång har ett samband med tilläggstid i andra halvlek, hade det varit intressant att undersöka hur det föreligger i Allsvenskan. Publiksammansättning, definierat som andelen hemma- respektive bortasupportrar, är rimligt att ta i beaktande då en större andel bortasupportrar borde minska partiskheten gentemot hemmalaget. Det kan tänkas finnas en stor andel bortafans när de geografiska avstånden är korta, när bortalaget i fråga är populärt, samt när betydelsen av matchen ökar för bortalaget. Garciano et al. (2005) fann att en jämnare publiksammansättning mellan hemma- och bortasupportrar resulterade i lägre partiskhet gentemot hemmalaget. Med anledning av detta kan publiksammansättningen tänkas ha ett förklaringsvärde även i Allsvenskan.

Värt att nämna vidare är att denna undersökning kring domarens partiskhet gentemot hemmalaget enbart studerar val av tilläggstid vid 90 minuter. En kompletterande studie hade varit att undersöka straffsituationer och huruvida dessa bedömts på ett regelmässigt sätt. Möjlighet till detta begränsades dock till följd av brist på tillgänglighet av relevant data.

5.2.1 Implikationer för marknadsföring av produkten allsvensk fotboll

Resultatet att svenska fotbollsdomare tenderar att gynna hemmalaget i termer av adderade extraminuter kan vägleda svenska fotbollsförbundet i att säkerställa en så bra produkt som möjligt för konsumenterna. Konsumenterna efterfrågar en produkt där matchutfallet är ovisst (Andreff & Szymanski, 2006). De kräver även en neutral produkt som inte påverkas av externa faktorer. Det här är något som Svenska Fotbollsförbundet måste förhålla sig till och aktivt sträva efter.

Då våra resultat pekar på att allsvensk fotboll inte är så neutral som konsumenterna begär, riskerar detta att negativt påverka efterfrågan av produkten. Produkten fotboll har på senaste år tagit skada av ett flertal skandaler som har påverkat dess neutralitet och kvalitet. År 2015 inträffade den så kallade FIFA-skandalen, där ordföranden för två av de viktigaste fotbollsorganisationerna, FIFA och UEFA, misstänktes för inblandning i korruption. Vidare spekuleras det frekvent i att länder som Qatar och Ryssland skall ha mutat sig till att få arrangera VM i fotboll. Med bakgrund mot detta, är det kanske viktigare än någonsin för Svenska Fotbollsförbundet att garantera en neutral produkt med hög kvalitet för sina konsumenter. För att säkerställa kvaliteten på produkten, finns det en del marknadsföringsmässiga åtgärder som Svenska Fotbollsförbundet hade kunnat vidta. Den levererade produkten skulle dels kunna förbättras genom ökad träning av de allsvenska domarna, dels genom att införa lämplig teknik för att minska domares subjektivitet (Boyko et al., 2007).

5.3 Föreställning: Lag och spelare kan ha momentum

Resultatet visar på spelar- såväl som lagnivå att ett mål eller vinst i föregående match inte resulterar i en större sannolikhet att spelaren gör mål eller laget vinner i nästkommande match. Resultatet överensstämmer med Gilovich et al. (1985) klassiska studie av individuella basketspelare. Det som i Allsvenskan kan tänkas uppfattas som momentum har alltså ingenting med momentum att göra, utan sker enbart enligt slump. Anledningen till att människor ändå tror på denna myt förklaras av Tversky och Kahneman (1974) samt Bar-Hillel och Wagenaar (1991) med att människor har en oförmåga att förstå sig på slumpmässighet.

Intressant är att sannolikheten att göra mål eller vinna till och med visar sig öka då spelaren eller laget inte gjorde mål i eller vann den senaste matchen. Detta pekar alltså inte bara på en avsaknad av momentum, utan till och med på en motsatt effekt av momentum. Resultatet ligger i linje med Moskowitz och Wertheims (2011) tidigare studie av momentum på lagnivå som konkluderade att ett lag som presterat bra i den ena minuten presterade sämre i minuten efter. Förklaringen ansågs ligga i att laget under den heta minuten hade förbrukat mer energi än vanligt, varför de inte klarade av att prestera på samma nivå. Ett liknande resonemang

skulle kunna föras i vår studie, även om effekten kan tänkas vara mindre påtaglig mellan matcher då lagen och individuella spelare har möjlighet att återhämta sig. Andra tänkbara förklaringar i deras undersökning låg i att spelarna började slappna av efter att ha gjort flera poäng i rad samtidigt som motståndarna då började anstränga sig mer. Även dessa resonemang skulle kunna appliceras i vårt fall.

Anmärkningsvärt är att Ayton och Braennberg (2008) kom fram till en avsaknad av momentum bland målskyttar i engelska Premier League. Dock kom de inte fram till en motsatt effekt. Det kan tänkas ha att göra med att de svenska målgörarna i vår studie hade gjort färre mål än de engelska målgörarna i deras undersökning. Detta gör det mer troligt att ett mål i Allsvenskan föregås av en mållös match, istället för det motsatta. Värt att poängtera är att våra resultat stämmer överens med den tidigare forskningen kring momentum, men inte det fåtal studier kring området som har gjorts på senare tid (Yaari & Eisenmann, 2011; Miller & Sanjurjo, 2016).

En begränsning av vår studie är att den endast har undersökt förekomsten av momentum mellan matcher, och inte inom en och samma match. Sådana studier har exempelvis gjorts inom basket där man tittat på gjorda poäng mellan minuter (Moskowitz & Wernheim, 2011). En motsvarande studie i fotboll hade kunnat göras genom att undersöka huruvida spelare eller lag som haft flera farliga målchanser i rad har större sannolikhet att göra mål kommande minuter. Ytterligare ett sätt att fördjupa vår undersökning kring momentum hade varit att studera matchvändningar. Detta hade kunnat göras genom att undersöka huruvida ett lag som just reducerat är mer troligt att vinna matchen jämfört med motståndarlaget. Ännu en värdefull fördjupning hade varit att undersöka resultaten från försäsongens inverkan på inledningen av säsongen.

Vad gäller resultaten på lagnivå är det värt att ha i åtanke att förekomsten av självmål inte tagits i beaktning. Självmål har en direkt påverkan på sannolikheterna men bör inte inkluderas då de kan öka eller minska effekten av momentum på ett felaktigt sätt.

5.3.1 Implikationer för marknadsföring av produkten allsvensk fotboll

Våra observerade resultat att det inte förekommer momentum på varken lag- eller spelarnivå, kan vägleda svenska fotbollstränare i att säkerställa en så bra produkt som möjligt för

konsumenterna. Svenska konsumenter efterfrågar en produkt där deras favoritlag vinner matcher (Hansen & Gauthier, 1989) och presterar genom att göra många mål (Dobson & Goddard, 1995). Det är fotbollsklubbens och tränarens uppgift att garantera detta för att leverera en så bra produkt som möjligt till konsumenterna.

Det är inte ovanligt att spelare utesluts eller inkluderas i en laguppställning baserat på hur de har presterat i föregående match. Det är inte heller ovanligt att en laguppställning sätts ihop baserat på hur pass bra olika spelare har samspelat i matchen innan. Våra resultat pekar dock på att hur lag eller spelare har presterat i föregående match, inte har något samband med hur man kommer att prestera i nästkommande match. Den här insikten är värdefull för tränare och fotbollsklubbar när det kommer till att välja ut startelvor och utvärdera spelares prestationer. Med hjälp av våra resultat hoppas vi kunna hjälpa tränare att lägga upp en bättre strategi inför matcher, fri från vanföreställningen att tidigare prestationer har något samband med kommande prestationer, och således hjälpa tränare åstadkomma en förbättrad produkt för konsumenterna.

Vidare kan resultatet att momentum inte förekommer på lagnivå i Allsvenskan utnyttjas av fotbollsklubbar genom att de i sin marknadsföring riktad mot konsumenter trycker på att en förlustsvit inte förutsäger ett dåligt resultat i kommande matcher.

5.4 Föreställning: En ny tränare leder till förbättrat resultat

Våra resultat indikerar att det varken förekommer någon signifikant förbättring eller försämring av lagens erhållna poäng eller gjorda mål i samband med ett tränarbyte. Detta gäller på både kort och lång sikt. Våra resultat överensstämmer alltså med Pfeffer och Davis-Blake (1986) studie av den amerikanska basketligan. Våra resultatet går dock emot delar av den tidigare forskningen där det bland annat konstaterats att ett lag som bytt tränare presterar sämre de kommande matcherna (Audas et al., 2002). Denna studie undersökte dock, till skillnad från vår uppsats, endast tränarbyten som ägt rum under säsongens gång. Dessa tränarbyten kan tänkas skilja sig från tränarbyten som ägt rum innan säsongens start, då det innebär att tränarna får en kortare tid att förbereda sig och implementera nya matchstrategier. Till exempel kan man inte byta ut spelare lika lätt och de befintliga spelarna behöver tid för

att anpassa sig till den nya tränarens stil. Då vårt dataset endast innehöll ett fåtal tränarbyten som skett under pågående säsong, kunde dessa inte undersökas isolerat i Allsvenskan.

Gällande våra resultat kring insläppta mål kan det konstateras att lagen på kort sikt släpper in signifikant färre mål efter ett tränarbyte jämfört med på kort sikt inför tränarbytet. Enligt Koning (2003) anses detta bero på ett fokus på att vända den nedåtgående trenden som laget upplevt genom att främst fokusera på försvarsspelet.

Tydligt är att forskningen kring tränarbytenes effekt inte är samstämmig, något som kan tänkas förklaras av att det finns många olika faktorer att kontrollera för. Olika studier har valt att kontrollera för olika faktorer. Hittills har det varit svårt att ta hänsyn till alla tänkbara kontrollvariabler som kan ha en inverkan på resultaten, utöver just tränarbytet. Vår uppsats begränsas därför av bristen på kontrollvariabler såsom: spelarkvalitet, skador och motivation (Brown, 1982), matchens betydelse och matcher i parallella turneringar (Audas et al., 2002), skillnad i tränarnas kompetens (Pfeffer & Davis-Blake, 1986). Ytterligare en förklaring till de varierande forskningsresultaten kan tänkas ligga i huruvida man väljer att studera tränarbyten mellan säsonger eller inom en och samma säsong.

De olika kontrollvariablerna till trots är det viktigt att understryka att våra resultat även baseras på glidande medelvärden. Samtliga glidande medelvärden, vilka använts för att jämföra ut eventuella stora skillnader i antal poäng, mål och insläppta mål, kan till viss del ersätta delar av ovan nämnda kontroller. Till exempel kan det glidande medelvärdet jämföra ut bristande motivation och kortvariga skador, vilka anses påverka enskilda matchers resultat. Samtliga resultat från studien pekar på att tränarbyten inte heller påverkar de glidande medelvärdena anmärkningsvärt, och att slutsatsen om varken en förbättring eller försämring i resultat kvarstår.

5.4.1 Implikationer för marknadsföring av produkten allsvensk fotboll

Resultatet att ett tränarbyte inte höjer lagets prestation kan öka förståelsen för hur de svenska fotbollsklubbarna istället bör arbeta för att tillhandahålla konsumenter en så bra produkt som möjligt. Konsumenterna efterfrågar en produkt där deras favoritlag uppnår gynnsamma resultat; detta innebär att favoritlaget vinner matcher (Hansen & Gauthier, 1989), gör många mål (Dobson & Goddard, 1995). Med undantag av en förbättring gällande insläppta mål på

kort sikt, pekar våra resultat på att ett byte av tränare i stort inte leder till någon förbättring varken på kort eller lång sikt. Tränarbyten kan därför inte ses som ett sätt att förbättra den levererade produkten.

De erhållna resultaten kan följaktligen vägleda fotbollsklubbar genom att skapa en förståelse för att ett tränarbyte i sig inte räcker för att vända på en nedåtgående trend. Istället för att bara byta tränare kastar våra resultat ljus på att lösningen bör hanteras genom andra tillvägagångssätt. Det kan till exempel vara så att problemet i sig inte ligger hos tränaren, utan snarare hos spelarna. Det kan även handla om att laget måste ändra sin taktik eller strategi. Förståelse för detta skulle kunna hjälpa fotbollsklubbar att uppnå ett förbättrat resultat på riktigt och därmed leda till en produkt som tillfredsställer konsumenterna i högre grad.

5.5 Begränsningar och kritik

Vår uppsats har liksom annan akademisk forskning begränsningar som läsaren bör vara uppmärksam på. Ett alternativt tillvägagångssätt vore att utföra en kvalitativ studie, där intervjuer med aktörer så som svenska fotbollsklubbar och Svenska Fotbollsförbundet hade använts som komplement till vår kvantitativa studie. Intervjuerna hade kunnat hjälpa oss förstå hur våra resultat bättre kan komma till användning vad gäller marknadsföringsmässiga implikationer och arbetet med att förbättra produkten allsvensk fotboll. Genom att till exempel diskutera våra resultat med svenska fotbollstränare hade vi djupare kunnat förstå hur deras vanföreställning kring momentum påverkar val av startelvor och utvärdering av spelare.

5.6 Framtida forskning

I vår uppsats har vi empiriskt undersökt ett antal föreställningar kring produkten allsvensk fotboll. Vi har därefter fört en diskussion om marknadsföringsmässiga implikationer kring våra resultat. I framtiden vore det intressant att undersöka signalvärdet gentemot konsumenter av att införa videodomare i syfte att neutralisera domares partiskhet. Hade produktens trovärdighet ökat om videodomare införts? Det hade också varit intressant att undersöka hur fotbollsklubbar kan utnyttja faktumet att momentum inte förekommer i sin marknadsföring gentemot konsumenter. Kanske kan man i sin kommunikation trycka på att en förlustsvit inte

innebär ett dåligt resultat i kommande matcher? Slutligen vore det i framtiden också intressant att undersöka signalvärdet gentemot konsumenter av att byta tränare. Möjligtvis är det så att konsumenterna kan uppleva ett tränarbyte som positivt, trots att det rent prestationsmässigt inte ter sig ske en förbättring av att byta tränare?

6. Referenser

Tryckta källor

Allen, M. P., Panian, S. K., & Lotz, R. E. (1979). Managerial succession and organizational performance: A recalcitrant problem revisited. *Administrative Science Quarterly*, 24(2), 167-180.

Andersson, P., Ayton, P. & Schmidt C. (2008) *Myths and Facts about Football*, Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Andreff, W. and Szymanski, S. (2006), *Handbook on the Economics of sport*. Northampton: Edward Elgar Publishing, Inc.

Audas, R., Dobson, S., & Goddard, J. (2002). The impact of managerial change on team performance in professional sports.

Ayton, P., Braennbarg, A. (2008). Footballers' Fallacies, Ch. 13. in: Andersson, P., Ayton, P. & Schmidt C. (Eds), *Myths and Facts about Football*, Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Bar-Hillel, M., & Wagenaar, W. A. (1991). The perception of randomness.

Beatty, R. P., & Zajac, E. J. (1987). CEO change and firm performance in large corporations: Succession effects and manager effects. *Strategic Management Journal*, 8(4), 305-317.

Bernheim, B. D. (1994). A theory of conformity. *Journal of Political Economy*, 102(5), 841-877.

Berri, D. J., & Schmidt, M. B. (2006). On the road with the national basketball association's superstar externality. *Journal of Sports Economics*, 7(4), 347-358.

Borland, J., & Macdonald, R. (2003) Demand for Sport (2003). *Oxford Review of Economic Policy*, 19(4), 478-502.

Boyko, R. H., Boyko, A. R., Boyko, M. G. (2007) Referee bias contributes to home advantage in English premiership football. *Journal of Sports Sciences* 25(11): 1185–1194.

Brown, M. C. (1982). Administrative succession and organizational performance: The succession effect. *Administrative Science Quarterly*, 27(1), 1-16.

Bruinshoofd, A., & ter Weel, B. (2003). Manager to go? performance dips reconsidered with evidence from dutch football.

Bryman, A. & Bell, E. 2007, Business research methods, (2nd Ed) Oxford University Press Inc: New York.

Brynjolfsson, E., Hu, Y., Simester, D. (2011). Goodbye pareto principle, hello long tail: The effect of search costs on the concentration of product sales. *Management Science*, 57(8), 1373-1386.

Cao, Q., Maruping, L. M., & Takeuchi, R. (2006). Disentangling the effects of CEO turnover and succession on organizational capabilities: A social network perspective. *Organization Science*, 17(5), 563-576.

Carron, A. V., Loughhead, T. M., & Bray, S. R. (2005). The home advantage in sport competitions: Courneya and carron's (1992) conceptual framework a decade later. *Journal of Sports Sciences*, 23(4), 395-407.

Coleman, J. (1990) Foundations of Social Theory Cambridge, MA: Harvard University Press, xviii. 993 pp.

Dobson, S. M., & Goddard, J. A. (1995). The demand for professional league football in

England and Wales, 1925-92. *Journal of the Royal Statistical Society. Series D (the Statistician)*, 44(2), 259-277.

Dohmen, T. J. (2008). The influence of social forces: Evidence from the behavior of football referees. *Economic Inquiry*, 46(3), 411-424.

Dorsey-Palmateer, R., & Smith, G. (2004). Bowlers' hot hands. *The American Statistician*, 58(1), 38-45.

Feddersen, A., & Rott, A. (2011). Determinants of demand for televised live football: Features of the german national football team. *Journal of Sports Economics*, 12(3), 352-369.

Garicano, L., Palacios-Huerta, I., & Prendergast, C. (2005). Favoritism under social pressure. *The Review of Economics and Statistics*, 87(2), 208-216.

Gilovich, T., Vallone, R., & Tversky, A. (1985). The hot hand in basketball: On the misperception of random sequences.

Gladden, J. M., & Funk, D. C. (2001). Understanding brand loyalty in professional sport: Examining the link between brand associations and brand loyalty. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 3(1), 54-81.

Hansen, H., & Gauthier, R. (1989). Factors affecting attendance at professional sport events. *Journal of Sport Management*, 3(1), 15-32.

Hausman, J. A., & Leonard, G. K. (1997). Superstars in the national basketball association: Economic value and policy. *Journal of Labor Economics*, 15(4), 586-624.

Jobber, D., Ellis-Chadwick, F. (2012). *Principles and Practice of Marketing* (7th Ed). McGraw-Hill Education.

Klaassen, F., & Magnus, J. R. (2001). Are points in tennis independent and identically distributed? Evidence from a dynamic binary panel data model. *Journal of the American Statistical Association*, 96(454), 500-509.

Koning, R. H. (2003). An econometric evaluation of the effect of firing a coach on team performance. *Applied Economics*, 35(5), 555-564.

Miller, J., & Sanjurjo, A. (2016) Surprised by the Gambler's and Hot Hand Fallacies? A Truth in the Law of Small Numbers. IGIER Working Paper No. 552.

Moskowitz, T., Wertheim, L. (2011) Scorecasting: The Hidden Influences Behind How Sports Are Played And Games Are Won. New York: Crown/Archetype

Neave, N., & Wolfson, S. (2003) Testosterone, territoriality, and the “home advantage”. *Physiology & Behavior*, 78(2), 269-75.

Nevill, A. M., Balmer, N. J., & Williams, M. (2002). The influence of crowd noise and experience upon refereeing decisions in football.

Pawlowski, T., & Anders, C. (2012). Stadium attendance in german professional football – the (un)importance of uncertainty of outcome reconsidered. *Applied Economics Letters*, 19(16), 1553-1556.

Pfeffer, J., & Davis-Blake, A. (1986). Administrative succession and organizational performance: How administrator experience mediates the succession effect. *The Academy of Management Journal*, 29(1), 72-83.

Pollard, R., & Pollard, G. (2005b). Long-term trends in home advantage in professional team sports in north america and england (1876–2003). *Journal of Sports Sciences*, 23(4), 337-350.

Scoppa, V. (2008) Are subjective evaluations biased by social factors or connections? An econometric analysis of soccer referee decisions. *Empirical Economics*, Springer, 35(1), 123-140.

Shank, M., Lyberger, M. (2014). Sports Marketing: A Strategic Perspective (5th Ed). London: Routledge

Sutter, M., & Kocher, M. G. (2004). Favoritism of agents – the case of referees' home bias.

Tainsky, S. (2010). Television broadcast demand for national football league contests. *Journal of Sports Economics*, 11(6), 629-640.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124-1131.

Yaari, G., Eisenmann, S. (2011) The Hot (Invisible?) Hand: Can Time Sequence Patterns of Success/Failure in Sports Be Modeled as Repeated Random Independent Trials?. PLoS ONE 6(10).

Digitala källor

A.T. Kearney. (2011) The Sports Market: Major trends and challenges in an industry full of passion. Chicago: A.T. Kearney. Available: <https://www.atkearney.com/communications-media-technology/article/?a/the-sports-market> [Accessed 8 May 2018]

FIFA. (2014) 2014 FIFA World Cup Brazil: Television Audience Report. Available: <http://www.fifa.com/worldcup/news/2014-fifa-world-cuptm-reached-3-2-billion-viewers-one-billion-watched--2745519> [Accessed 8 May 2018]

SvFF, Svenska Fotbollsförbundet. (2017) Verksamhetsberättelse 2017. Available: <http://fogis.se/medieservice/dokumentbank/verksamhetsberattelser/> [Accessed 14 May 2018]

SvFF, Svenska Fotbollsförbundet. (2018a) Tävlingsbestämmelser år 2018. Available: <http://fogis.se/tavling/foreskrifter-och-tavlingsbestammelser/> [Accessed 14 May 2018]

SvFF, Svenska Fotbollsförbundet. (2018b) Verksamhetsberättelse 2017. Available: <http://fogis.se/domare/organisation/svff/domarkommitten/arbetsordning1/> [Accessed 14 May 2018]

EY (2017) Hur mår svensk elitfotboll? En analys av den finansiella ställningen i Allsvenskan.

Available:[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Hur_mar_svensk_elitfotboll/\\$FILE/EY_%20Sport%20Business_Fotboll_LR_single_2017.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Hur_mar_svensk_elitfotboll/$FILE/EY_%20Sport%20Business_Fotboll_LR_single_2017.pdf) [Accessed 9 May 2018]