

Marianne Halberg

Tomme tribuner

- En kvantitativ studie av tilskuersvikt i norsk herrelandslagsfotball

Masteroppgave i idrettsvitenskap

Seksjon for kultur og samfunn

Norges idrettshøgskole, 2015|

Sammendrag

De senere år har Norges Fotballforbund (NFF) vært vitne til en negativ trend i etterspørselen etter herrelandslagskamper i fotball. Denne trenden er spesielt fremtredende i segmentet unge voksne. Formålet med denne studien er å undersøke den avtagende interessen for norske herrelandslagskamper i fotball innenfor dette segmentet. Studien er bygget opp av tre forskningsspørsmål, der de to første omhandler henholdsvis generell fotballinteresse og interesse for herrelandslaget. Det siste forskningsspørsmålet tar sikte på å definere hvilken effekt ulike faktorer har på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper for studiens målgruppe. Faktorene som benyttes er knyttet til samfunnsøkonomiske forhold, kvalitet på kamper, egenskapene til sportslige konkurranser og målgruppens egen fotballbakgrunn. 17 hypoteser er utarbeidet for å besvare forskningsspørsmålene. Disse tar utgangspunkt i eksisterende litteratur knyttet til interesse for idrett, engasjement for idrettslag og forbrukeratferd. Studiens hovedanalyse er forskningsspørsmål tre vedrørende etterspørsel etter herrelandslagskamper. De to foregående forskningsspørsmålene knyttet til interesse for fotball generelt og landslaget spesielt etablerer en nødvendig kontekst ved å måle fotballens posisjon i målgruppen, hvilket danner grunnlag for å kunne vurdere resultatene av hovedanalysen med mer tyngde.

Resultatet av studien viser at segmentet unge voksne i Oslo i gjennomsnitt er middels interessert i fotball, og at svært få foretrekker herrelandslaget fremfor andre lag, både nasjonalt og internasjonalt. Flertallet søker utover landegrensen, noe som tyder på at unge voksne synes norsk fotball generelt er lite spennende og interessant sammenlignet med sin internasjonale motpart. Likevel viser resultatene at flertallet i denne målgruppen er villig til å betale for kampbilletter til herrelandslagskamper, og at betalingsvilje øker proporsjonalt med grad av interesse for fotball. Samtidig har respondenter som er eller har vært aktiv i organisert fotballaktivitet signifikant høyere interesse for fotball enn sine medstudenter. For NFF innebærer resultatet at det kan være hensiktsmessig å rette markedsføringskampanjer mot de som har størst kjøpsvilje, her representert ved de som allerede har en høy grad av interesse for idretten.

Studien viser også at spenningsnivå i kampen, målt ved motstander og kampens betydning har en stor innflytelse på etterspørsel. Kvalifiseringskamper til EM eller VM

har fortsatt et relativt høyt tilskuerantall, og kamper mot lag som troner øverst på FIFA-rankingen eller mot våre naboland er fortsatt i øverste popularitetssiktet. Dette underbygger resultatet fra denne studien. Studien viser at kampene blir uinteressante fordi spenningselementet forsvinner, og som en følge av dette uteblir publikum fra stadion. Funnet innebærer at NFF strategisk kan bruke markedsføring for å bygge opp spenningsnivået i forkant av kamper for å tiltrekke publikum. Eksempelvis kan markedsføringen spille på kampens viktighet, rivalisering med naboland eller dueller mellom stjernespillere. Samlet tilsier funnene i studien at NFF kan ha mye å hente på å benytte en strategisk tilnærming til segmentering og markedsføring for å vinne publikum tilbake på Ullevål.

Nøkkelord: *fotball; fotballinteresse; fotballaktivitet; tilskuere; tilskuersvikt; etterspørsel; nasjonale fotballag; nasjonal identitet; Norges fotballforbund; NFF; forbrukeratferd*

Forord

Da jeg ble uteksaminert fra videregående visste jeg allerede hvor veien videre skulle gå - Norges Idrettshøgskole (NIH). Det viste seg fort at NIH var riktig valg for meg og fem minnerike og utfordrende år senere skal jeg nå levere min masteroppgave.

Arbeidet med masteroppgaven har vært krevende, spennende, morsomt og veldig lærerikt. Jeg har tilegnet meg store mengder ny kunnskap innenfor flere ulike felt. Ikke mist har det vært svært motiverende å gjennomføre et forskningsprosjekt innenfor et område som engasjerer stort på det personlige plan. Fotball har alltid fanget min interesse. Helt fra jeg var liten har den særegne spenningen og atmosfæren som alltid ligger i luften på landslagskamper på Ullevål vært en stor opplevelse. Valget av tema for denne masteroppgaven grunner derfor i en interesse for utfordringen den norske fotballen nå står overfor med sviktende tilskuerinteresse blant den norske befolkningen. Samtidig har det vært ekstra motiverende å studere et problem som er svært dagsaktuelt. Jeg ønsker med min forskning å identifisere og kartlegge et problemområde som kan gi relevant informasjon til sentrale aktører innenfor fotballfeltet i Norge, og spesielt Norges Fotballforbund (NFF).

Det er flere personer jeg ønsker å takke. Først vil jeg takke min veileder, Ørnulf Seippel, for veiledning, konstruktiv kritikk og verdifulle bidrag gjennom hele prosessen med denne masteroppgaven. Jeg vil også takke Matti Goksøyr for gode råd og tilbakemeldinger på veien. Videre vil jeg takke Tom Fodstad og André Krystad fra NFF for verdifull informasjon og innspill vedrørende tilskuersvikten i norsk toppfotball. Videre vil jeg takke min nærmeste familie som hele veien har kommet med oppmuntrende og støttende ord. Jeg ønsker også å rette en takk til min storesøster, Linn Halberg, for all assistanse og motivasjon underveis i prosessen.

01.06.2015

Marianne Halberg

Innhold

Sammendrag	3
Innhold	6
1.1 Hvorfor tilskuere på idrettsarrangementer er interessant.....	9
1.2 Hvorfor fotballtilskuere i Norge er interessant	10
1.3 Hvorfor forske på herrelandslaget	10
1.4 Hvorfor forske på unge voksne	12
1.5 Forskningsspørsmål og forskningsmodell	13
1.6 Studiens videre struktur	14
2.1 Forskningsspørsmål 1: Fotballinteresse	17
2.1.1 Demografi.....	17
2.1.2 Fotballaktivitet.....	18
2.2 Forskningsspørsmål 2: Interesse for herrelandslaget	18
2.2.1 Demografi.....	19
2.2.2 Fotballaktivitet og fotballinteresse	20
2.3 Forskningsspørsmål 3: Etterspørsel etter herrelandslagskamper	20
2.3.1 Demografi.....	21
2.3.2 Fotballaktivitet, fotballinteresse og interesse for herrelandslaget	22
2.3.3 Etterspørselsteori.....	23
2.3.4 Samfunnsøkonomiske forhold	25
2.3.5 Kvalitet	26
2.3.6 Egenskapene til idrettskonkurranser	28
2.4 Forskningsmodell med tilhørende hypoteser	32
3.1 Forskningsmetode	34
3.2 Forskningsdesign.....	34
3.2.1 Ethiske betraktninger	36
3.3 Målinger	37
3.3.1 Variabeltyper	37
3.3.2 Forskningsspørsmål 1: Fotballinteresse	37
3.3.3 Forskningsspørsmål 2: Interesse for herrelandslaget	38
3.3.4 Forskningsspørsmål 3: Etterspørsel etter herrelandskamper	39
3.4 Datainnsamling	41
3.4.1 Populasjon	41
3.4.2 Utvalg og fremgangsmåte.....	42
3.4.3 Utvalgets størrelse.....	43
3.4.4 Pilotstudie og gjennomføring av datainnsamling.....	43
4.1 Databeskrivelse	46

4.2	Kodinger.....	49
4.3	Inkluderte variabler	51
4.4	Analyseverktøy og tester av forutsetninger	54
4.4.1	Forskningsspørsmål 1: Fotballinteresse	54
4.4.2	Forskningsspørsmål 2: Interesse for herrelandslaget	58
4.4.3	Forskningsspørsmål 3: Etterspørsel etter herrelandskamper	61
4.5	Gjennomføring av analyser.....	63
5.1	Forskningsspørsmål 1: Fotballinteresse	66
5.1.1	Effekten av demografiske variabler	66
5.1.2	Effekten av fotballaktivitet	68
5.2	Forskningsspørsmål 2: Interesse for herrelandslaget	70
5.2.1	Effekten av demografiske variabler	71
5.2.2	Effekten av fotballaktivitet og fotballinteresse	74
5.3	Forskningsspørsmål 3: Etterspørsel etter herrelandslagskamper	76
5.3.1	Effekten av demografiske variabler	77
5.3.2	Effekten av fotballinteresse, interesse for herrelandslaget og fotballaktivitet.....	78
5.3.3	Effekten av samfunnsøkonomiske forhold, kvalitet og egenskaper til idrettskonkurranser.....	81
5.4	Konklusjon	89
6.1	Implikasjoner	91
6.2	Styrker og svakheter	94
6.2.1	Ekstern validitet	94
6.2.2	Intern validitet.....	95
6.2.3	Reliabilitet	97
6.3	Videre forskning.....	98
	Tabelloversikt	104
	Figuroversikt.....	105
	Vedlegg	106

*Playing is one way of expressing a love of soccer.
Going to watch matches is another.*

(Kuper & Szymanski, 2009, s. 184)

1. INNLEDNING, FORSKNINGSSPØRSMÅL OG FORSKNINGSMODELL

Temaet for denne studien er etterspørsel og interesse for norske herrelandslagskamper i fotball. I dette kapitlet skal jeg vise til hvorfor dette er et dagsaktuelt tema, samt presentere forskningsspørsmålene med tilhørende forskningsmodell.

1.1 ***Hvorfor tilskuere på idrettsarrangementer er interessant***

Idrett er en viktig del av det moderne samfunn, og har en fremtredende plass både i næringslivet og det kulturelle miljøet. Et stort antall mennesker verden over følger tilskueridretter gjennom blant annet aviser, tv-sendte konkurranser og som tilskuere på ulike idrettsarenaer. I tillegg er millioner av mennesker delaktig i idrettsrelatert aktivitet hver dag. Den store interessen for idrett har ført til en økt nysgjerrighet omkring flere felter innenfor idrettsindustrien (Eschenfelder & Li, 2007). Dette har resultert i et omfattende forskningsfelt knyttet til publikum innenfor idrett, med tverrfaglige tilnærminger basert på teoretiske aspekter fra sosiologi, psykologi, markedsføring og atferd knyttet til forbruk (Funk & James, 2004).

Selv om flere forskere har undersøkt hva som kjennetegner tilskuere innenfor idrett, hevder Funk og James (2004) at “*research in this area remains fragmented and inconsistent*”(s.120). Dette innebærer at kunnskap innenfor området inneholder gap, og at det derfor eksisterer et behov for ytterligere forskning på fenomenet.

De siste ti årene har forskningsfeltet utvidet seg betraktelig med bidrag fra blant annet Wladimir & Szymanski (2006); Hjelseth (2006; 2010); Downward, Dawson & Dejonghe (2009); Kuper og Szymanski (2009); Hjelseth & Hognestad (2012) og Gøksøy (2014). Forskningen har benyttet ulike teoretiske perspektiver for å belyse temaet og det eksisterer dermed et stort mangfold i kunnskapen innenfor nettopp dette feltet. Forskning og resultater viser at det er store variasjoner i tilskuerantall over tid.. Det som er trendy blant befolkningen i en populasjon på et tidspunkt er kanskje ikke like trendy i andre perioder (Gøksøy, 2014). Således kan en tilskuers motivasjon for å delta på bestemte idrettsarrangementer situasjonsbetinget og kan variere mellom ulike mennesker, kulturer og over tid.

1.2 Hvorfor fotballtilskuere i Norge er interessant

Fotball er godt forankret i den norske idrettskulturen og har vært en sentral del av det norske samfunnet langt tilbake i tid. Hjelseth (2012) hevder at i tråd med samfunnets modernisering har flere aktører fått innpass i sportens utvikling gjennom en gradvis kommersialisering. Fotballens modernisering har ført til en jakt etter nye markeder, noe som har åpnet for et bredere spekter av forskjellige tilskuere (Hjelseth, 2012). Ulike mediekkanaler tilbyr nå fotballopplevelser til befolkningen og fotballstadion har ikke lenger enerett på tilskuernes oppmerksomhet. Ifølge Hjelseth (2012) handler tilskuere eksplisitt eller implisitt på måter som endrer fotballkulturen i henhold til visjoner sentrale aktører sannsynligvis har eller hadde. Dette innebærer at publikum er en sentral del av det å forme fotballkulturen i et samfunn. Dette gjør fotballtilskuere til et interessant studieobjekt.

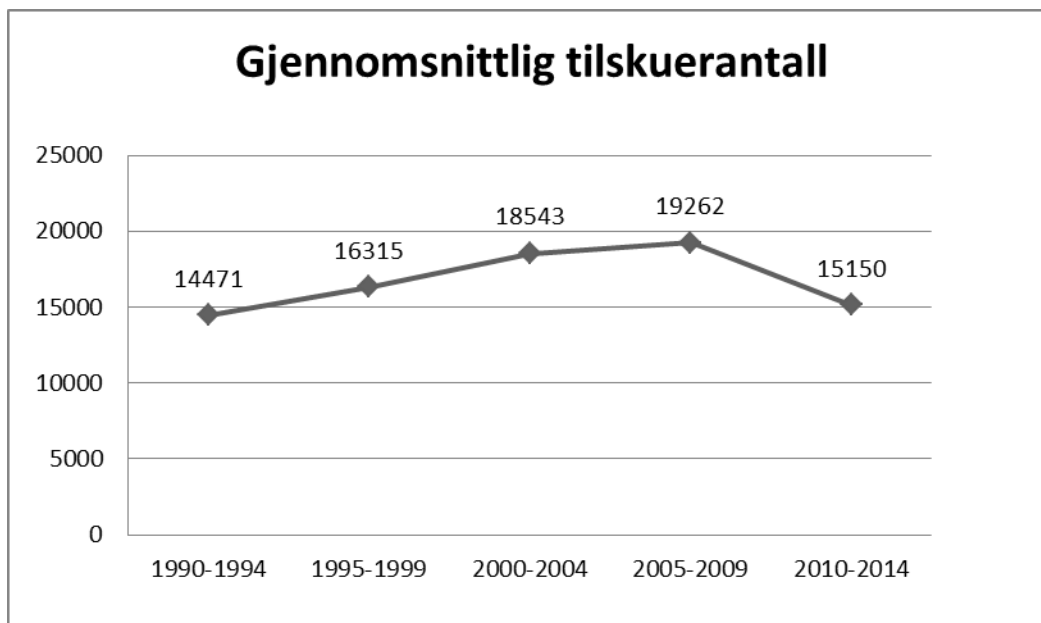
I boken *Soccernomics* fra 2009 kårer Kuper og Szymanski Norge som Europas mest entusiastiske fotballnasjon. Det overraskende resultatet henger sammen med at Norge var av nasjonene med høyest antall mennesker som spilte og så på fotball i forhold til innbyggertall. Siden den gang har det imidlertid oppstått en endring i tilskuerinteressen for fotballkamper i Norge. Norsk toppfotball har de senere årene opplevd økende tilskuersvikt, en problemstilling som har blitt belyst både i mediene og i forskning. Blant annet retter Aftenposten fokus mot sviktende tilskuerantall i Tippeligaen ved å hevde at de gode årene på slutten av 1900-tallet har passert og at nedturene har stått i kø for den norske toppfotballen (Nesje & Haugli, 2014). Samtidig retter idrettsosialog Arve Hjelseth (sitert av Nesje og Haugli, 2014) fokus mot at vi står overfor en reduksjon i trendfaktoren knyttet til å gå på fotballkamper.

Det eksisterer allerede forskning knyttet til fotballtilskuere i en norsk kontekst. Hovedfokuset for tidligere studier har imidlertid vært på interessen for klubblag, noe som gjør at Mehus (2005) etterlyser blant annet forskning på tilskuersituasjonen for nasjonale landslag.

1.3 Hvorfor forske på herrelandslaget

Herrelandslaget opplever sviktende publikumstall på hjemmekamper som spilles i Oslo. Registrert kampstatistikk i perioden 1990 til 2014 viser store variasjoner i

tilskuerantallet¹ med en tydelig nedgang de siste årene. Dette illustreres i figur 1 presentert under.



Figur 1 Gjennomsnittlig tilskuerantall på norske herrelandslagskamper spilt i Oslo i perioden 1990-2014. Beregnet ut i fra registrert kampstatistikk

Figuren viser en jevn økning i gjennomsnittlig tilskuerantall fra perioden 1990-1994 og frem til toppunktet i perioden 2005-2009. Den etterfølgende perioden 2010-2014 viser imidlertid en reduksjon i det gjennomsnittlige tilskuerantallet. Det eksisterer variasjoner innenfor femårsperiodene, men trenden viser likevel en tydelig nedgang i interessen for å se herrelandskamper de senere år.

Perioden 1990 til 1998 fremstilles ofte som «Drillo-epoken» i norsk fotball. Denne epoken kjennetegnes av gode resultater sammenlignet med tidligere år, under Egil Drillo Olsen's ledelse. De gode resultatene bidro til å skape en stor fotballentusiasme blant den norske befolkningen (Hjelseth, 2013), og i disse årene var det norske herrelandslaget høyt oppe på FIFA-rankingen over verdens beste lag. I tillegg deltok Rosenborg i Champions League i ti sesonger på rad, noe som kastet lys over Norge som fotballnasjon til omverdenen (Seippel 2014). Hjelseth (2013) hevder likevel at

¹ Tilskuerantall hentet fra Norges Fotballforbund (2015).

prestasjonene internasjonalt var relativt beskjedne, men for lilleputtnasjonen Norge skapte resultatene et nytt liv for norsk landslagsfotball. Det kan tenkes at entusiasmen for det norske herrelandslaget, som følge av «Drillo-epoken», varte i flere år, og at det er denne effekten som kan leses av i figuren ovenfor.

De senere år har imidlertid norsk fotball hatt en negativ utvikling. Det norske herrelandslaget er per dags dato rangert som nummer 70 av FIFA. Ifølge Seippel (2014) har ingen norske klubblag representert Norge i Champions League. Samtidig er det færre tilskuere på fotballkamper og antall personer som deltar i organisert fotballaktivitet synker (Seippel, 2014). 1990-årene var en gullalder for norsk herrelandslagsfotball, men oppturen tok dessverre slutt og entusiasmen for herrelandslaget har falmet i den norske befolkningen. Det er rimelig å anta at tilskuerantallet har en sterk sammenheng med prestasjonene til det norske herrelandslaget. Således kan en ny gullperiode igjen engasjere befolkningen. Samtidig virker det svært lite sannsynlig at Norge noensinne vil stå øverst på pallen i et fotball VM eller EM for herrer (Goksøyr, 2014). Det er imidlertid ikke sikkert at det er dette som må til for å øke interessen, det finnes kanskje andre faktorer som kan snu den negative tilskuertrenden for Norsk landslagsfotball..

1.4 Hvorfor forske på unge voksne

Richard Jansen (2012) at den mest aktive fotballsupportergruppen (ofte organisert i en supporterklubb) i Norge er mellom 18 og 30 år. Norges Fotballforbund opplever sviktende publikumstall i nettopp dette segmentet. Færre unge voksne² velger å gå på kamp nå enn tidligere, ifølge T. Fodstad og A. Krystad (møte, 11. august 2014). Med bakgrunn i dette er NFF interessert i oppdatert forskning på hva som påvirker etterspørsel etter herrelandslagskamper i fotball blant ungdom og unge voksne med bosted i Oslo. Med bakgrunn i NFF sitt behov og viktigheten av nettopp denne supportergruppen er det derfor relevant å undersøke denne målgruppen (unge voksne) og hvilket forhold de har til det norske herrelandslaget.

² Ungdom og unge voksne defineres til aldersgruppen 16 til 30 i artikkelen Ungdoms levekår (Toril Sandnes/Statistisk sentralbyrå (2013)).

1.5 *Forskningsspørsmål og forskningsmodell*

En undersøkelse av etterspørsel etter norske herrelandslagskamper i fotball er både interessant og høyt dagsaktuelt. Denne studien vil bidra med ny informasjon om tilskuere for nasjonale landslag, noe Mehus (2005) hevder er mangelvare.

Forskningsfeltet innenfor dette området har imidlertid utvidet seg de siste ti årene, og Mehus' behov kan derfor oppleves som noe utdatert.

Samtidig kan det argumenteres med at idrett og idrettskonsum er i konstant forandring (Mehus, 2012). Tilskuersvikten i Norge er et relativt nytt fenomen, noe som gjør det både interessant og relevant å undersøke temaet ytterligere. En studie innenfor området fremstår også som nødvendig ettersom NFF etterspør mer informasjon innenfor emnet. Studien kan således bidra med dagsaktuell og nyttig informasjon i arbeidet med å få tilskuerne tilbake på Ullevål.

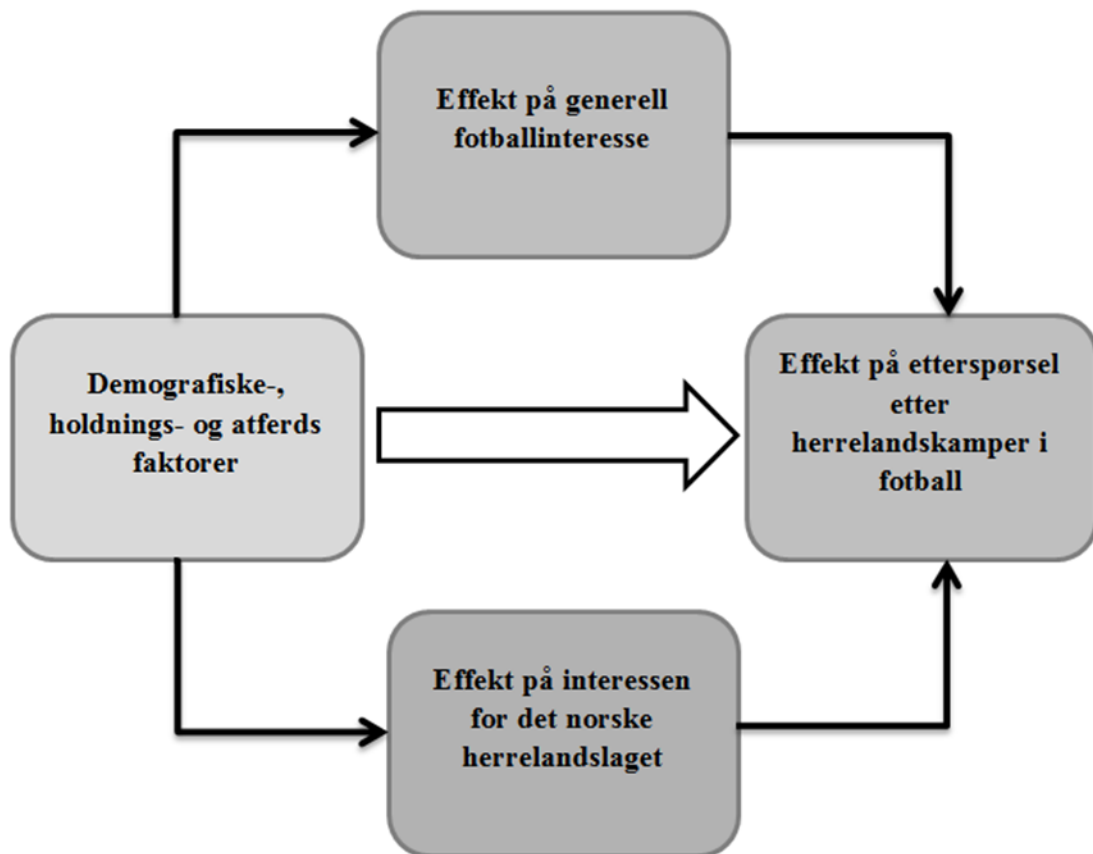
Basert på overnevnte argumentasjon er det relevant å se dypere på etterspørselen for norske herrelandslagskamper i fotball blant unge voksne med bosted Oslo. For å kunne si noe om etterspørselen er det relevant å undersøke hvilken posisjon det norske herrelandslaget har i målgruppen. For å etablere rett kontekst for forskningen er det derfor viktig å undersøke hvor interessert målgruppen er i fotball generelt og landslaget spesielt. I denne studien vil jeg derfor svare på følgende tre forskningsspørsmål:

- 1. Hvordan er interessen for fotball generelt blant unge voksne i Oslo og hva kjennetegner de med høy fotballinteresse?*
- 2. Hvordan er interessen for det norske herrelandslag i fotball blant unge voksne i Oslo, sammenliknet med interessen for norske klubblag og internasjonale klubb/landslag? Og hva kjennetegner de som foretrekker herrelandslaget fremfor norske klubblag og internasjonale klubb/ landslag?*
- 3. Hvilke faktorer påvirker etterspørselen etter norske herrelandskamper i fotball blant unge voksne i Oslo?*

Forskningsspørsmål tre vedrørende etterspørsel etter herrelandslagskamper er hovedfokuset for denne studien. De to foregående forskningsspørsmålene knyttet til

interesse for fotball generelt og landslaget spesielt etablerer en nødvendig kontekst for å måle fotballens posisjon i målgruppen, hvilket danner grunnlag for å kunne vurdere resultatene av hovedanalysen med mer tyngde.

Med utgangspunkt i forskningsspørsmålene og hensikten med denne studien, har jeg utviklet følgende forskningsmodell:



Figur 2 Forskningsmodell

1.6 Studiens videre struktur

Studien er strukturert i seks kapitler. Kapittel 2 presenterer det teoretiske rammeverket og gir et overblikk over eksisterende forskning på feltet. Basert på det teoretiske rammeverket presenteres 17 hypoteser utviklet for å svare på forskningsspørsmålene. Videre fremstiller kapittel 3 metoder som er anvendt for å besvare forskningsspørsmålene, inkludert beskrivelser av forskningsstrategi, forskningsdesign, målinger og datainnsamling. I kapittel 4 presenteres analyser, mens resultatet og

tilhørende diskusjon av hypotesetestene beskrives og diskuteres i kapittel 5. Kapitlet avsluttes med en kort konklusjon, før implikasjoner, styrker og svakheter ved studien, samt forslag til videre forskning, presenteres i kapittel 6.

Normalt liv opphørte. Folk stormet ut i gatene for å feire. «Mirakelet i Marseilles», da Norge slo Brasil 2-1 i fotball-VM i 1998, er et av disse øyeblikkene som kan vokse inn i en kollektiv hukommelse og styrke en nasjonal selvbevissthet.

(Goksøy, 2014, s.88)

2. TEORETISK BAKGRUNN

I dette kapitlet presenteres det teoretiske rammeverket som er lagt til grunn for studien og som danner grunnlaget for hypotesene som skal testes. Kapitlet er delt inn i tre hoveddeler, der hver del tar for seg et av de tre forskningsspørsmålene. Den første delen presenterer teori knyttet til generell fotballinteresse blant unge voksne i Oslo, i tråd med forskningsspørsmål 1. Del to presenterer relevant teori knyttet til forskningsspørsmål 2, som tar sikte på å utrede interessen for det norske herrelandslaget i fotball. Del tre tar sikte på å definere teori som kan besvare forskningsspørsmål 3 - hva påvirker etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo.

Jeg vil benytte tidligere forskning knyttet til overnevnte konsepter til å definere flere teoretisk forankrede hypoteser som tar sikte på å besvare forskningsspørsmålene.

2.1 *Forskningsspørsmål 1: Fotballinteresse*

Det teoretiske rammeverket som er lagt til grunn for å beskrive fotballinteressen blant unge voksne i Oslo er basert på funn fra tidligere forskning som har anvendt psykologiske teorier på publikumsinteresse.

2.1.1 Demografi

Funk et al. (2010) hevder engasjement for lagidretter defineres som en psykologisk tilstand, der motivasjon, opphisselse eller interesse for et idrettslag eller en klubb og relaterte aktiviteter, står sentralt. Den psykologiske tilstanden fremkalles av blant annet individuelle karakteristikk (Funk, et al., 2010). I følge Mehus og Kolstad (2011) er det for lite forskning på forholdet mellom lagidentifisering og kjønn. Forfatterne presenterer motsigende funn fra tidligere forskning på feltet, og hevder forholdet mellom kjønn og engasjementet for et idrettslag eller klubber er uklart i litteraturen. Funn fra deres studie viser imidlertid at mannlige tilskuere ofte interesserer seg i større grad for et lag/klubb, sammenlignet med kvinner (Mehus & Kolstad, 2011). Samtidig har forskning av Mehus og Osborn (2010) vist at kvinner forbruker mindre fotball, sammenlignet med menn.

I følge Mehus (2005) er det store forskjeller mellom sosiale motiver for å være tilskuer på et idrettsarrangement og ulike idretter, aldersgrupper og utdanningsnivå. Samtidig hevdes det at yrke/ utdanning og forbruksmønster henger sammen. Individene som for eksempel arbeider med idrett er ofte mer involvert i idrett enn individer som arbeider innenfor andre yrker (Merkur Cappelen Damm, u.å). Basert på nevnte funn, ser jeg relevansen i å utvikle og teste hypoteser basert på demografiske variabler for samtlige spørsmål som skal besvares i denne studien.

I henhold til forskningsspørsmål 1, utarbeider jeg følgende hypotese:

H1₁: *Det er demografiske forskjeller i forhold til fotballinteresse basert på kjønn, alder og yrke/utdanning.*

2.1.2 Fotballaktivitet

Funk og James (2001) hevder graden av hvor mye et individ involverer seg i et objekt, kan gi en bedre forståelse av interessen for produktet. Det betyr at interesse for fotball og verdien som oppnås ved å være delaktig i fotballaktivitet henger sammen (Funk og James, 2001).

Relasjonen mellom aktivitet og interesse for et produkt, presentert i forskningen til Funk og James (2001), har resultert i følgende hypotese:

H1₂: *Det ventes at unge voksne som spiller eller har spilt organisert fotball har en større interesse for fotball, sammenlignet med unge voksne som aldri har vært delaktig i sporten.*

2.2 Forskningsspørsmål 2: Interesse for herrelandslaget

I tillegg til å utforske fotballinteressen blant målgruppen, er det relevant å undersøke hvilke lag som interesserer unge voksne i Oslo i størst grad. Hensikten er å etablere en nødvendig kontekst for fotballens posisjon i målgruppen, hvilke danner grunnlaget for å kunne diskutere resultater med mer tyngde. Det andre forskningsspørsmålet har derfor til hensikt å beskrive interessen for det norske herrelandslaget, sammenlignet med interesse for norske klubblag og internasjonale klubb/landslag. I tillegg vil jeg undersøke hva som kjennetegner de som interesserer seg mest for herrelandslaget,

sammenlignet med de som interesserer seg mest for andre lag. Teori som er lagt til grunn er baseres på funn fra tidligere forskning som har anvendt psykologiske teorier på publikumsinteresse.

Forskere som undersøker forholdet mellom publikum og engasjement for nasjonale idrettslag, anvender ofte begreper som *nasjonal identitet* og *nasjonalfølelse*. Ifølge Kolstad (2002) er det en sterk forbindelse mellom idrett og nasjonal identifikasjon³. Som følge av den sterke relasjonen, er idrett i stand til å utløse en felles entusiasme og ergrelse blant befolkningen i en nasjon (Kolstad, 2002). Det norske herrelandslaget i fotball representerer hele nasjonen, og er en nasjonal underholdningsidrett, konstruert som en konkurranse mellom «oss» og «dem». I følge Jönsson (2007) fremmer dette nasjonalfølelse, noe som ble tydeliggjort under VM i 1998 da Norge vant kampen mot Brasil.

2.2.1 Demografi

På lik linje med det første forskningsspørsmålet, inkluderes en hypotese med hensikt å undersøke om individuelle karakteristikk påvirker interessen for fotball, denne gangen målt med engasjement for herrelandslaget, sammenlignet med norske klubb og internasjonale klubb/landslag. Tidligere forskning på nasjonal identitet og individer viser at høyere utdannelse kan assosieres med en lavere tilknytning til nasjonal identitet. Samtidig blir nasjonal identitet viktigere jo eldre individer blir (Jones og Smith, 2001). Mehus og Kolstad (2011) undersøkte hvordan identitet skapes og opprettholdes blant tilskuere, spesielt for nasjonale fotballag. Deres funn viser at kjønn har en betydning for hvor mye man identifiserer seg med et nasjonalt lag.

Basert på nevnte funn er det sannsynlig at interesse for det norske herrelandslaget varierer ut i fra hvilke karakteristikk individer besitter. Jeg vil derfor teste følgende hypotese:

H2₁: *Det er demografiske forskjeller i forhold til interesse for herrelandslaget i fotball basert på kjønn, alder og yrke/utdanning.*

³ Kolstad (2002) anvender begrepet nasjonal identitet som en identifikasjon med nasjonen gjennom nasjonale landslag, og hevder det er et viktig begrep for publikumsinteresse.

2.2.2 Fotballaktivitet og fotballinteresse

Herrelandslagskamper regnes som en arena for nasjonal identitet. Det norske herrelandslaget i fotball vekker en nasjonalfølelse, der seier over andre nasjoner fører til en stolthet av å være norsk. Det kan derfor antas at et engasjement for herrelandslaget påvirkes av noe "sterkere" enn interesse for fotball alene og aktiv deltakelse i idretten. I tillegg hevder Mehus og Kolstad (2011) at nordmenn som interesserer seg for herrelandslaget regnes som svært passive, sammenlignet med interessen nordmenn har for eventuelle lokale lag. Dette henger sammen med at nordmenn identifiserer seg svakt med herrelandslaget (Mehus & Kolstad, 2011).

Samtidig hevder Funk og James (2001) at det er en relasjon mellom hvor delaktig individer er i fotball og graden av fotballinteresse de besitter. Det blir derfor naturlig å anta at unge voksne som spiller eller har spilt organisert fotball har en større interesse for det nasjonale fotballandslaget, sammenlignet med unge voksne som aldri har engasjert seg i fotballaktivitet. I tillegg hevder Funk et al. (2004) at interesse for lagidretter ofte henger sammen med interesse for et spesifikt lag. Det er derfor sannsynlig at unge voksne som interesserer seg for fotball også har en interesse for Norges herrelandslag i fotball.

Grunnet nevnte funn fra tidligere forskning utarbeides følgende to hypoteser:

H₂: *Unge voksne som spiller eller har spilt organisert fotball har større interesse for det nasjonale herrelandslaget i fotball, sammenlignet med unge voksne som aldri har engasjert seg i fotballaktivitet.*

H₃: *Grad a fotballinteresse har en positiv effekt på interessen for det norske herrelandslaget blant unge voksne i Oslo.*

2.3 Forskningsspørsmål 3: Etterspørsel etter herrelandslagskamper

Forskningsspørsmål tre representerer hoved-analysen i denne studien. Spørsmålet har til hensikt å undersøke ulike faktorer som kan ha innvirkning på betalingsvillighet i forhold til etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo.

''Etterspørsel er ønsker om bestemte produkter, støttet av evnen til å betale'' (Kotler, 2005, s. 12). I følge Eschenfelder og Li (2007) kjøper forbrukere varer og tjenester for å tilfredsstill e egne ønsker og behov. Behovet for en vare eller tjeneste representerer det som er nødvendig, som mat, klær og husly (Eschenfelder & Li, 2007). For å tilfredsstill behovet rettes fokuset mot bestemte ting individer ønsker seg (Kotler, 2005). Det finnes mange måter å tilfredsstill forbrukeres ønsker og behov. Alle disse måtene resulterer i en etterspørsel for en spesifikk vare eller tjeneste (Eschenfelder & Li, 2007).

I denne studien anvendes etterspørsel som et begrep for ønsket og intensjonen for å se på herrelandslagskamper som tilskuer på tribunen. I henhold til forskningsspørsmålet, utarbeides flere hypoteser ut i fra relevante faktorer fra etterspørselsteori. I tillegg inkluderes hypoteser som skal teste hvilken effekt demografi, fotballinteresse, interesse for herrelandslaget og aktiv deltakelse i fotballaktivitet har på etterspørselen etter herrelandslagskamper. Den teoretiske forankringen for hypotesene baseres på både psykologiske perspektiver og etterspørselsteorier. Jeg vil først presentere de psykologiske perspektivene med inkluderte hypoteser. Deretter vil jeg ta for meg etterspørselsteori og presentere hypotesene basert på utvalgte faktorer i teorien.

2.3.1 Demografi

I forhold til demografiske forskjeller, varierer forbruksmønster av varer og tjenester mellom kjønn. Kvinner forbruker mindre fotball enn menn (Mehus og Osborn, 2010). Samtidig hevder Mehus (2005) at motiver for å være tilskuer på idrettsarrangementer varierer mellom aldersgrupper og utdannelsesnivå. Dette støttes av Mehus og Osborn (2010), som hevder at store studier, som ikke skiller mellom idretter, har funnet negative forhold mellom alder og lag-identifisering. Det er derfor sannsynlig at etterspørselen etter herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo varierer mellom kjønn, alder og utdanning.

Med utgangspunkt i nevnte demografiske forskjeller basert på forbruksmønster i en idrettsrelatert kontekst, vil jeg teste følgende hypotese:

H3₁: *Det er demografiske forskjeller i forhold til etterspørselen etter herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo basert på kjønn, alder og yrke/utdanning*

2.3.2 Fotballaktivitet, fotballinteresse og interesse for herrelandslaget

Interesse for et produkt og intensjon av å gjennomføre en atferd henger sammen (Pritchard og Funk, 2010). Ifølge Funk et al. (2004) antas interesse for en vare eller tjeneste å være en avgjørende faktor for en intensjon om atferd knyttet til å forbruke eller kjøpe varen eller tjenesten. Pritchard og Funk (2010) undersøkte individer som interesserer seg for idretten Baseball. Funn fra deres studie viser at tilskuere deltar på kamper på grunn av en interesse for en gitt idrett eller klubb. I følge Mehus og Kolstad (2011) er dette en form for lokal identitet dersom det er snakk om interesse for et lokalt lag. Ved å endre konteksten til herrelandslaget i fotball, svekkes den lokale identiteten, mens den nasjonale identiteten aktiveres (Mehus og Kolstad, 2011).

Basert på nevnte funn fra tidligere forskning, om relasjonen mellom interesse og atferd, er det naturlig å anta at interesse for fotball har en positiv effekt på etterspørselen etter fotballkamper. Det er derfor relevant å undersøke om fotballinteresse og interesse for herrelandslaget spesifikt, har en sammenheng med etterspørselen etter herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo. Samtidig vil jeg teste forholdet mellom fotballaktivitet og etterspørselen. Jeg inkluderer derfor følgende tre hypoteser:

H3₂: *Generell fotballinteresse har en positiv effekt på etterspørsel etter norske herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo.*

H3₃: *Det er forskjeller i etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo basert på hvor interessert man er i det norske herrelandslaget, sammenlignet med interessen for andre lag.*

H3₄: *Det er forskjeller i etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo basert på om man selv driver eller har drevet aktivt med fotball og de som aldri har spilt aktivt i forhold til intensjonen for å være tilskuer på norske herrelandslagskamper.*

2.3.3 Eterspørselsteori

Temaet etterspørselen etter idrett har fått mye oppmerksomhet blant akademikere innenfor idrettsøkonomi og markedsføring (MacDonald, 2003). De første studiene på tilskuerdeltakelse på idrettsarrangementer ble publisert tidlig på 1970-tallet. Demmert (1973, sitert av Feehan, 2006) presenterte en økonometrisk modell av tilskuertall i baseball. Noll (1974, sitert av Feehan, 2006) undersøkte drivere for publikumsdeltakelsen i fire store idretter i USA, mens den første statistiske undersøkelsen på tilskuerdeltakelse på fotballkamper i en engelsk kontekst ble gjennomført av Hart et al. i 1975 (sitert av Feehan, 2006). Siden da har flere forskere forsøkt å undersøke variasjoner i tilskuerantall.

Økonomifaget har tatt en sentral rolle innenfor profesjonell idrett, og MacDonald (2003) hevder forskeres interesse for temaet stammer fra nettopp dette. I tillegg trekker han frem Walter Neale's artikkel fra 1964 som en forklaring på det voksende forskningsfeltet. Neale var den første som forsøkte å definere en sportslig liga i økonomiske termer med artikkelen «The peculiar economics of sports». Artikkelen har bidratt til å sette fokus på to viktige temaer innenfor økonomisk analyse av profesjonelle lagidretter; en tilstrekkelig økonomisk oppfatning av idrett, og et klart utsagn om hypotesen som omhandler usikkerhet på utfall (Bougheas og Downward, 2000). I følge Eschenfelder og Li (2007) er det nødvendig at profesjonelle ledere i idrett tilegner seg betydelig kunnskap om etterspørsel.

Økonomisk teori på etterspørselen etter idrettsarrangementer blant tilskuere er basert på klassisk konsumentteori. Klassisk konsumentteori bygger på fremstillingen om at en representativ forbruker antas å velge en forbrukerpakke for å maksimere nytten, underlagt en budsjettbegrensning (MacDonald, 2003). Det vil si at valget individer gjør på hva de forbruker blant annet avhenger av hvor mye de er selv villig og har mulighet til å betale for produkter de ønsker. Å anvende konsumentteori til idrett er imidlertid ikke enkelt (Simmons, 2006). Selv om pris ofte er den viktigste driveren for etterspørsel, er et idrettsarrangement mer komplekst enn andre varer og tjenester. Det er derfor mange andre faktorer som påvirker etterspørselen (Eschenfelder og Li, 2007).

Gammelsæther og Ohr (2002) stiller imidlertid spørsmål ved om fotball som produkt kan selges på lik linje med andre varer, tjenester og opplevelser. Bedrifter produserer varer og tjenester for et marked. I forhold til fotball vil man selge produktet til flest mulig og til høyest mulig pris. Fotball har utviklet seg til å bli et produkt som kan selges til langt flere dersom det pakkes bedre inn. Gammelsæther og Ohr (2002) hevder at ved å presentere en mer innbydende innpakning med forbedret markedsføring, kan det tiltrekke flere tilskuere og gi større inntekter. Det blir dermed viktig å definere hva som egentlig er fotballens produkt og marked (Gammelsæther og Ohr, 2002).

Kjerneproduktet som blir etterspurt i profesjonell fotball er kampen (MacDonald, 2003). Gammelsæther og Ohr (2002) hevder at for å forstå fotball som et produkt, bør man skille mellom opplevelse og identifisering. Opplevelsen bygger på det som skjer på fotballbanen og rammen rundt arrangementet. Det er situasjonene som utspiller seg på banen som blir sentrale, som for eksempel mål, sjanser og taklinger. Kamper uten slik underholdning blir fort kjedelig for tilskuere og verdien på opplevelsen synker (Gammelsæther og Ohr, 2002).

Begrepet *identifisering* bygger på en forsterket assosiasjon med et spesielt lag (MacDonald, 2003). For mange er identifisering med et spesielt lag eller en klubb et livsvarig engasjement uavhengig av tid og rom. Klubben eller laget symboliserer noe viktig for tilhengerne, på lik linje som herrelandslaget i fotball symboliserer noe viktig for nordmenn på tvers av bosted, klubber og kulturell tilhørighet (Gammelsæther og Ohr, 2002). På en generell basis er identifisering med et lag ofte forankret i en geografisk eller emosjonell tilknytning (MacDonald, 2003).

I følge Gammelsæther og Ohr (2002) identifiserer ikke alle tilhengere seg like sterkt med et lag eller en klubb. De skiller mellom *trofaste tilskuere* og *medgangssupportere*. For de trofaste tilskuerne er opplevelsen av kampen viktig, men i mindre grad. De identifiserer seg sterkt med laget/klubben og tilgir det meste av både lite underholdende spill på banen og manglende sportslige resultater. Medgangssupportere derimot drar på kamper på grunn av en spesiell begivenhet eller en periode med gode resultater. Disse tilhengerne er ofte trofaste til laget/klubben, men de identifiserer seg ikke sterkt nok til at de drar på kamper i perioder med negative opplevelser knyttet til klubben/laget de holder med (Gammelsæther og Ohr, 2002).

2.3.4 Samfunnsøkonomiske forhold

Det kan forventes at standard sett med samfunnsøkonomiske faktorer påvirker etterspørselen for deltakelse på idrettsarrangementer (MacDonald, 2003).

Ifølge Feehan (2007) er det en generell enighet om at tilskuere i alle lagidretter ikke reagerer på forandringer i adgangspris. Dette er et overraskende resultat siden det ofte antas at et idrettslag maksimerer fortjenesten ved blant annet å ha høye billettpriser (Feehan, 2006). Samtidig hevder MacDonald (2003) at tidligere funn tenderer mot at adgangsprisen til et idrettsarrangement har en negativ effekt på deltakelsen, spesielt på fotballkamper i Europa (MacDonald, 2003). Jeg antar derfor at den norske befolkningen er opptatt av prisen på herrelandslagskampene. Flere studier viser i tillegg at deltakelsen reduseres med avstanden mellom hjemmet og stedet der lagene spiller. Det betyr at reisekostnader og reisetid betyr noe for publikum (MacDonald, 2003).

En annen samfunnsøkonomisk driver som kan påvirke etterspørselen for publikumsdeltakelse er tilgjengeligheten av substitutter og prisen på disse. (MacDonald, 2003). I forhold til et idrettsarrangement, kan erstattende varer omfatte andre idrettsarrangementer eller andre fritidstilbud som kino og kjøpesentre. Feehan (2006) hevder imidlertid at det ofte er uklart hva som kan regnes som indirekte substitutter for publikumsdeltakelse på idrettsarrangementer. Andre substitutter kan regnes som direkte, som å se kamper i opptak eller på en betalt tv-kanal. Det foreligger imidlertid en utfordring med å utarbeide et passende mål av tv-sendinger til slike analyser (MacDonald, 2003). I henhold til nevnte vanskeligheter med å undersøke substitutter tilstrekkelig, har jeg valgt å ikke inkludere substitutter som en forklaringsfaktor i denne studien. Det er likevel viktig å påpeke at substitutter kan påvirke etterspørselen etter herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo selv om det er få bevis for det.

I tillegg har modeller av tilskuerdeltakelse på idrettsarrangementer ofte vanskeligheter med å identifisere forhold mellom variabler som pris, inntekt og arbeidsledighet. MacDonald (2003) hevder at inntekten til en idrettsentusiast eller populasjonen som er de potensielle deltakerne på et idrettsarrangement har en innvirkning på etterspørselen etter idrettsarrangementer. I tillegg kan også arbeidsledighet ventes å ha en positiv påvirkning på tilskuerdeltakelse (MacDonald, 2003). De fleste studier på tilskuerdeltakelse på kamper mangler tilstrekkelig tidsdimensjon for å være i stand til å

identifisere forholdet mellom pris, inntekt og arbeidsledighet over tid, og variasjoner i publikumsantallet (MacDonald, 2003). Spørsmål om inntekt og arbeidsledighet kan i tillegg oppleves som sensitiv informasjon for respondenter, noe som kan føre til at færre vil svare på spørreskjemaet. Samtidig er målgruppen for denne undersøkelsen unge voksne, og inntekt og arbeidsledighet blir dermed mindre relevant i denne konteksten. Jeg har derfor valgt å ikke inkludere inntekt og arbeidsledighet i denne undersøkelsen.

Pris er inkludert som en forklaringsvariabel fordi den er en av de mest anvendte variablene i tidligere studier på temaet. Jeg har imidlertid bare konsentrert meg om billettpriser og ekskludert reisetid og reisekostnader. Dette grunner i at populasjonen som undersøkes er unge voksne i Oslo og stadion som herrelandslaget spiller sine hjemmekamper ligger sentralt i Oslo. Reisetid og reisekostnader blir dermed mindre relevant. Basert på nevnte funn fra tidligere forskning inkluderes følgende hypotese:

H3₅: *Pris på billetter til norske herrelandslagskamper har en negativ effekt på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo.*

2.3.5 Kvalitet

Det forventes at kvaliteten på arrangementer i form av tidspunktet kamper spilles, vær og stadion-fasiliteter påvirker etterspørselen for tilskuerdeltakelse på idrettsarrangementer.

Vi er i en tid hvor fritid og tilgjengelighet av alternative fritidsprodukter er mer mangfoldig enn noen sinne. Et interessant spørsmål er dermed hvordan planlegging av kamper i form av tidspunkt på dagen og dag påvirker deltakelsen (Forrest og Simmons, 2006). Tidligere studier viser at tiden kampen spilles virker å ha en effekt på deltakelsen på måter som er forventet. Funn fra studier på engelsk fotball, rugby ligaen og cricket viser at deltakelsen er høyere når kampen spilles på en offentlig høytidsdag. I australsk fotball er deltakelsen høyere når kamper spilles spredt over en lengre tidsperiode. Mens for Baseball i USA og cricket i England er deltakelsen fra publikum høyere i helgen (MacDonald, 2003). Forrest og Simmons (2006) hevder at planlegging bør ha en positiv effekt i forhold til å maksimere tilskuerantallet og inntekter for klubber. I engelsk fotball er for eksempel publikumsdeltakelsen lavere hvis det er stor avstand mellom lagene

eller hvis kampen spilles på hverdag. Tidligere funn viser også at deltakelsen er høyere mot slutten av en sesong (Forrest & Simmons, 2006).

Basert på funn fra tidligere forskning, som viser at planlegging av kamper har en effekt på etterspørselen etter idrettsarrangementer, er det relevant å undersøke om kampdag har samme effekt på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper i fotball. Jeg utarbeider derfor følgende hypotese:

H3₆: *Hvilken dag kamper spilles har en effekt på etterspørselen etter herrelandslagskamper i fotball blant unge voksne i Oslo*

Et solid funn fra studier som har undersøkt forholdet mellom vær og tilskuerdeltakelse er at typer værforhold som er kjent for å ha en forstyrrende effekt på spillet har en negativ effekt på deltakelsen. For cricket vil for eksempel regn (som stopper spillet) en sterk negativ effekt på tilskuerantallet. Temperatur og mengde sol vil derimot ikke ha noen kjent effekt på deltakelsen. Andre funn viser at det er geografiske forskjeller på effekten av vær. I britiske studier har ikke regn og temperatur noen signifikant effekt på deltakelsen på idrettsarrangementer. I Amerika derimot viser funn fra fotball og baseball at uønsket vær, som regn og ekstreme temperaturer, har en negativ effekt på deltakelsen (MacDonald, 2003).

Med utgangspunkt i de nevnte funnene fra tidligere studier som har inkludert vær som en forklaringsfaktor for etterspørsel etter idrettsarrangementer blant tilskuere, antar jeg at norske tilskuere ikke påvirkes av været på lik linje som britiske studier. Denne antakelsen grunner i at Storbritannia og Norge opplever mye likt vær. Jeg vil derfor teste denne antakelsen med følgende hypotese:

H3₇: *Etterspørselen etter norske herrelandslagskamper i fotball blant unge voksne i Oslo er ikke væravhengig.*

Ifølge MacDonald (2003) regnes fasilitetene på idrettsarenaen der konkurransen finner sted som en form for kvalitet på arrangementet. Inkludert i fasilitetene er blant annet kvaliteten på seter på stadion, distansen fra tribuneplassen til banen der konkurransen utspiller seg, matutsalg og toalettfasiliteter. Kvaliteten på stadion har ved flere

anledninger blitt målt ved å bruke alderen på idrettsarenaer. Funn fra tidligere studier viser imidlertid at tilskuerdeltakelse er omvendt relatert til hvor gammel idrettsarenaen er (MacDonald, 2003). Det vil si at en renovert fotballstadion ikke nødvendigvis tiltrekker flere tilskuere. Jeg har derfor valgt å ikke inkludere stadion-fasiliteter som en forklaringsfaktor i denne studien siden Ullevål Stadion ble renovert i 2013 der det norske herrelandslaget spiller sine hjemmekamper.

2.3.6 Egenskapene til idrettskonkurranser

Det er sannsynlig at flere av karakteristikkene ved en idrettskonkurranse kan assosieres med fan-interessen og dermed også etterspørselen for tilskuerdeltakelse. Egenskapene til idrettskonkurranser har to dimensjoner; underholdningsverdi på banen og usikkerhet rundt utfall (MacDonald, 2003).

Konkurranser, der utøvere viser underholdende ferdigheter - og spesielt tilfeller av ekstraordinær fysisk prestasjon - gir bedre kvalitet på kampen. MacDonald (2003) hevder at fans ofte tiltrekkes til kamper der det er stor sjanse for høy kvalitet på ferdigheter. Funnene fra den empiriske studien til Forrest og Simmons (2006) viser at tilskuere påvirkes av lagets prestasjoner, inkludert antall poeng laget får per kamp og hvilken form laget har vært i den siste tiden. Formen til et idrettslag kan representere flere mål: lagets prestasjoner, resultater fra de siste spilte kampene eller antall mål laget har scoret den siste tiden (Forrest og Simmons, 2006). De fleste tidligere studiene på drivere for tilskuerdeltakelse har anvendt historiske mål av lagets resultater som forklarende variabel. Funn fra disse studiene viser at hjemmelagets resultater har en positiv effekt på deltagelse fra publikum (Forrest & Simmons, 2006).

I følge Gammelsæther og Ohr (2002) er spillets underholdningsverdi og eventuelle stjernespillere en del av opplevelsen tilskuere ønsker på kamper. Det er imidlertid blandede funn på effekten av stjernespillere på etterspørselen. Noen studier finner en positiv effekt, mens de fleste finner ingen signifikant effekt (MacDonald, 2003). Selv om de fleste funnene fra tidligere forskning finner ingen sammenhenger mellom tilskuerdeltakelse og stjernespillere, antar jeg at store profiler i fotballen kan trekke flere tilskuere til herrelandslagskampene. Det kan hevdes at Norge ikke har spesielt store stjernespillere per i dag, men den siste tiden har flere unge spillere, som for eksempel Martin Ødegaard og Mats Møller Dæhli, blitt spådd en lysende karriere innenfor fotball

- både i Norge og internasjonalt. Dette skaper stjernespillere og vil antakelig også trekke flere tilskuere til herrelandslagskampene. I tillegg antar jeg at stjernespillere fra motstanderes lag kan engasjere flere tilskuere, som for eksempel dersom Zlatan Ibrahimovic spiller når Norge møter Sverige i 2015. Jeg ser derfor relevansen med å undersøke om stjernespillere har en betydning for etterspørselen etter herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo med følgende hypotese:

H3₈: *Stjernespillere har en positiv effekt på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo.*

Gammelsether og Ohr (2002) hevder videre at situasjoner som utspiller seg på banen i form av antall mål, keeperredninger og taklinger gjør fotballkamper mer spennende og øker underholdningsverdien. Ifølge Dobson og Goddard (2001) inkluderte Simmons (1996) og Dobson og Goddard (1995) i sine undersøkelser antall scorede mål som et mål for underholdningsverdien til hvert enkelt lag. Antall mål et lag scorer kan derfor være en indikator på hvor god form laget har i den spesifikke perioden. Siden Forrest og Simmons (2006) hevder tilskuere påvirkes av lagets form, ser jeg relevansen med å teste om antall mål det norske herrelandslaget scoret sist kamp har en effekt på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper. Jeg utarbeider derfor følgende hypotese:

H3₉: *Antall scorede mål på sist spilte kamp har en positiv effekt på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper i fotball blant unge voksne i Oslo.*

Dobson og Goddard (2001) hevder tilskuere som kjøper billetter til hver enkelt kamp (ikke sesongbilletter) er mer sensitive for lagets prestasjoner og kvaliteten på motstanderlaget, sammenlignet med tilskuere som kjøper sesongbilletter. Det vil derfor være relevant å teste om etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo påvirkes av hvilken motstander Norge møter. Følgende hypotese vil derfor testes:

H3₁₀: *Hvilken motstander det norske herrelandslaget møter har en positiv effekt på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper i fotball blant unge voksne i Oslo.*

MacDonald (2003) hevder en idrettskonkurranse gir en form for drama. Graden av drama er avhengig av usikkerheten rundt utfallet. Usikkerheten avhenger ofte av den historiske suksessen til lagene i kampen. Fans for et spesielt lag foretrekker mest sannsynlig å se laget sitt vinne kampen eller serien. På en annen side har derimot andre tilhengere med mindre tilknytning til et lag ofte en større interesse for en jevn konkurranse (MacDonald, 2003).

Litteraturen identifiserer tre typer for usikkerhet rundt utfallet. Den første er usikkerhet i det lange løp. Denne typen usikkerhet omfatter dominansen i serien med en gruppe lag over en lengre periode. Det hevdes at dersom et lag dominerer over flere sesonger, vil deltakelsen reduseres for mindre suksessfulle lag (Feehan, 2006). Et eksempel på dette i Norge kan være Rosenborg som dominerte på toppen av tabellen i flere år. Det norske herrelandslaget dominerer imidlertid ingen tabeller og denne formen for usikkerhet er derfor svært lite relevant i denne studien.

Videre har det blitt forsket mye på om sesongens usikkerhet har noen effekt på etterspørselen blant tilskuere (Simmons, 2006). Denne typen usikkerhet relateres ofte til identiteten til sesongens vinner (Feehan, 2006). Tidligere funn tilsier at kamper blir mer attraktive for tilskuere når det er flere lag som har mulighet til å rykke opp til en høyere divisjon, vinne serien eller har en betydning for mesterskapskvalifisering. Det betyr at når balansen i konkurransen øker, så øker også den totale deltakelsen (Simmons, 2006).

Den tredje typen er usikkerhet rundt utfallet i en individuell kamp (Feehan, 2006). Temaet har fått svært mye oppmerksomhet. Hypotesen tilsier at det er mer sannsynlig at folk deltar på kamper der utfallet er usikkert (Simmons, 2006). Publikum foretrekker en kamp som er jevn og uforutsigbar. Når tilskuere forventer at det er liten sjanse for seier for laget de holder med, er det liten grad av usikkerhet på kamputfallet. Dette kan resultere i at deltakelsen påvirkes negativt. Deltakelsen vil derimot påvirkes positivt hvis sannsynligheten for at laget skal vinne øker. Denne effekten minker imidlertid når sannsynligheten for serier blir for stor. Hvis sannsynligheten for seier øker over maksimum vil usikkerheten og deltakelsen reduseres igjen (Feehan, 2006).

I henhold til nevnte funn fra tidligere forskning, ser jeg relevansen av å teste om herrelandslagskamper med usikkert utfall har en effekt på etterspørselen etter

herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo. Jeg utarbeider derfor følgende hypotese:

H3₁₁: *Kamper med usikkert utfall har en positiv effekt på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper i fotball blant unge voksne i Oslo.*

Hypotesen om at høy usikkerhet for kampens utfall tiltrekker flere tilskuere har blitt testet i flere idretter (Simmons og Forrest, 2006). Det er imidlertid svak empirisk støtte for hypotesen. Szymanski (2003) fremhever i sin artikkel 22 tilfeller i litteraturen der effekten av usikkerhet rundt kamputfall har blitt testet. Av de 22 tilfellene er det ti som støtter hypotesen, sju gir svak støtte og fem tilfeller viser ingen støtte. Bevisene er altså motstridende og uklare (Feehan, 2006). Hovedsakelig finner de fleste studiene enten ingen signifikante forhold mellom forskjell i lagets prestasjoner og deltakelse, eller at deltakelsen er monotont økende med sannsynligheten for at et hjemmelag vinner (MacDonald, 2003). Tilhengere ser ikke ut til å påvirkes av usikkerheten rundt kampens utfall (Forrest & Simmons, 2006), og bevisene for en eventuell effekt er dermed svake (MacDonald, (2003).

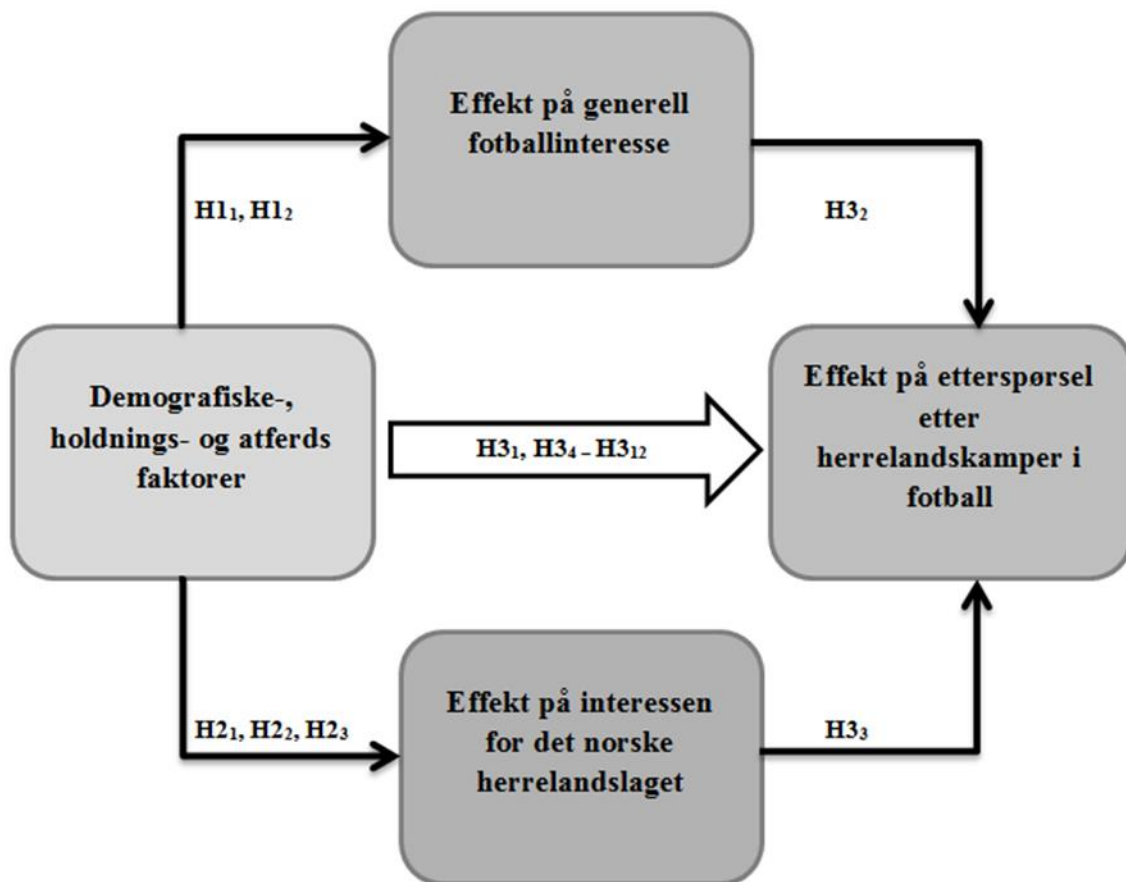
Det er imidlertid sterkere bevis for at usikkerheten på sesongens utfall har en effekt på deltakelse fra publikum. Flere studier finner at hvis en kamp er signifikant for nedrykk eller opprykk, eller mulighet for play-offs, er tilskuerantallet høyere. MacDonald (2003) hevder at dersom det er høy grad av jevnhet i en idrettskonkurranse i en sesong, og dermed et større antall kamper som vil være viktige, vil det i teorien være økt deltakelse. Kampens betydning kan altså ha en effekt på publikumsdeltakelsen fordi fan-interessen ofte er høyere der konkurransens resultat har en signifikant betydning (MacDonald, 2003). Forrest og Simmons (2006) fant også at kamper, der det er en eller flere muligheter for opprykk, kan generere til ekstra interesse og støtte blant tilhengere. De hevder imidlertid at variabelen har en større påvirkning på tilskuerantallet mot slutten av en sesong fordi kampene blir mer signifikante for sesongens utfall (Forrest & Simmons, 2006)

Basert på nevnte funn er det relevant å teste om norske herrelandslagskamper i fotball, der utfallet har en betydning, tilstrekker flere tilskuere enn privatlandskamper. Jeg vil derfor teste følgende hypotese:

H3₁₂: Kamper som har en betydning for kvalifisering til Verdensmesterskap eller Europamesterskap har en positiv effekt på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper i fotball blant unge voksne i Oslo.

2.4 Forskningsmodell med tilhørende hypoteser

Figuren nedenfor viser forskningsmodellen som er utviklet for denne studien. Modellen er basert på figuren fra kapittel 1.6, og er videreutviklet ved å inkludere tilhørende hypoteser som ble presentert tidligere i dette teorikapittelet.



Figur 3 Forskningsmodell med tilhørende hypoteser

Utan eit lidenskapelig engasjement vil det sosiale dramaet, og dermed også livsgrunnlaget for fotballen som industri, forvitra.

(Hognestad, 2012, s.9)

3. METODE

I dette kapittelet skal jeg presentere og begrunne metodene som brukes i denne studien. Kapittelet deles inn i fire deler: forskningsstrategi, forskningsdesign, målinger (måleverktøy) og datainnsamling.

3.1 *Forskningsmetode*

Forskningsmetode er ulike verktøy som brukes for å innhente og analysere data for å svare på forskningsspørsmålene (Saunders, Lewis og Thornhill, 2009). Valget av metode påvirkes av hva forskeren vil finne ut, samt målet med studien (Laake, et al., 2013). Målet med denne studien er å få dypere kjennskap til etterspørselen etter norske herrelandskamper i fotball blant unge voksne i Oslo. I tillegg vil jeg beskrive hvordan den generelle fotballinteressen, og interessen for herrelandslaget spesifikt, er i målgruppen. Jeg har derfor valgt å gjennomføre en kvantitativ studie.

Styrkene med kvantitative studier er for det første at forskningsprosessen er strukturert og innsamlingsmetoder er regelbundet. Dette gjør at forskningsprosessen kan gjennomføres kontrollert. I tillegg er metoden ekstensiv, som vil si at datainnsamling kan baseres på store utvalg og relativt få variabler. Funn kan dermed generaliseres til hele populasjonen utvalget trekkes fra dersom utvalget er representativt. Samtidig er metoden lite ressurskrevende, noe som er hensiktsmessig for min studie.

På en annen side er kvantitative data som samles inn ofte overfladisk. Det vil si at metoden ikke gjør det mulig å gå i dybden og fortolke et fenomen. Samtidig er det en svakhet at det er svært vanskelig å innhente tilleggsinformasjon dersom dette er nødvendig. Likevel vurderes en kvantitativ tilnærming som best egnet for denne studien.

3.2 *Forskningsdesign*

Forskningsdesign er den generelle planen for hvordan forskning skal foregå for å svare på forskningsspørsmålene (Saunders et al., 2009). Ifølge Saunders et al. (2009) skal valg av design baseres på hensikten med forskningen, samt hva vi ønsker å belyse med undersøkelsen. Hensikten med denne studien er å beskrive både den generelle fotballinteressen og interessen for herrelandslaget, i tillegg til å beskrive etterspørselen

etter norske herrelandslagskamper. Samtidig vil studien gi en analyse på hvilke faktorer som har en effekt på etterspørselen etter herrelandskamper. Ifølge Robson beskriver deskriptiv forskning en nøyaktig profil av personer, arrangementer eller situasjoner (2002, sitert av Saunders, et al., 2009, s. 59). Denne studien kan derfor defineres som deskriptiv.

Selv om deskriptiv forskning er nyttig, er det ofte ikke nok alene (Saunders, et al., 2009). Saunders, et al (2009) hevder at 'it should be thought of as a means to an end rather than an end itself' (2009, s.140). Forskere bør søke etter å forklare fenomenet, analysere forhold, sammenligne hva som foregår med ulike forskningsstrategier, predikere utfall og generalisere. Det vil si at deskriptive forskningsprosjekter sannsynligvis er en forløper til forklaring (Saunders, et al., 2009).

Forklarende forskning undersøker en situasjon eller et problem for å forklare sammenhenger mellom variabler (Saunders, et al., 2009). Ifølge Saunders, et al. (2009) er det viktig at forskeren er klar over hvilke forhold han/hun tror eksisterer mellom variablene dersom hensikten er å forklare et fenomen. I tillegg til å beskrive holdninger til fotball, herrelandslaget og herrelandslagskamper, skal jeg forklare sammenhenger mellom de antatte forholdene basert på hypotesene. Studien tilhører derfor også forklarende design. Samtidig er studien deduktiv i sin natur. En deduktiv tilnærming fokuserer på å teste et teoretisk forslag ved anvendelse av forskningsdesign spesielt utviklet for formålet med testingen (Saunders, et al., 2009).

Forskningsstrategien skal gjøre det mulig å besvare de aktuelle forskningsspørsmålene og møte forskningens mål. Valg av strategi avhenger av forskningsspørsmål, målsetting, mengden av eksisterende kunnskap på feltet, hvor mye tid som er disponibel og andre ressurser som er tilgjengelig for forskeren (Saunders, et al., 2009). Survey strategien blir ofte assosiert med en deduktiv tilnærming. Data fra survey-undersøkelser kan brukes til å foreslå mulige grunner til spesielle forhold mellom variabler, samt til å utvikle modeller for disse forholdene (Saunders, et al., 2009). Sentralt i denne studien er å undersøke hvordan interessen og etterspørselen er betinget av andre faktorer. Denne studien er derfor gjennomført innenfor survey rammeverket. I følge Saunder, et al. (2009) brukes survey-undersøkelser mest i utforskende og deskriptiv forskning.

Samtidig hevder Yin at de fleste strategier ikke er låst til bestemte forskningsdesign (ifølge Saunders, 2009, s. 141).

Robson hevder at spørreskjemaer fungerer best med standardiserte spørsmål, der forskeren kan være sikker på at alle respondenter tolker spørsmålene på samme måte (Ifølge Saunders, 2009, s. 362). Spørreskjemaer blir derfor anvendt mest til deskriptiv og forklarende forskning (Saunders, et al., 2009). Spørreskjemaer ble dermed vurdert som passende til denne studien. Ved å bruke spørreskjemaer kan jeg identifisere og beskrive variasjoner i fenomenet, samt forklare forholdet mellom variabler (Gill & Johnson, 2002. i Saunders, et al. 2009, s. 362). I tillegg er det mulig å samle inn store mengder data fra en stor populasjon effektivt og til lave kostnader (Saunders, et al., 2009), noe som er hensiktsmessig for denne studien.

Spørreskjemaet i denne studien ble basert på egen-administrerte spørreskjemaer. I enkelte tilfeller kan respondenter misforstå eller ikke ha gode nok kunnskap om det forskeren spør om. Dette kan føre til at respondenter gjetter på svaret og spesielt hva han/ hun tror forskeren ønsker at de skal svare. Ved å velge egen-administrerte spørreskjemaer reduseres sjansen for at respondenter gjetter. På en annen side kan de imidlertid diskutere spørsmål med andre rundt seg. Dette fører til at svarene blir forurenset (Saunders, et al., 2009).

3.2.1 Ethiske betraktninger

I forskning stilles det krav til forskerens atferd. Disse kravene omfatter blant annet rettighetene til inkluderte forskningsobjekter i undersøkelser og eventuelle andre som kan bli berørt av forskningen (Saunders, et al., 2009). Forskning som omhandler mennesker må derfor oppfylle spesifikke kriterier (Grønmo, 2004). For å ta høyde for disse kriteriene ble det inkludert et informasjonsskriv om studien på spørreskjemaets første side. Informasjonsskrivet inneholdt først formålet med studien. Videre informerte jeg om at deltakelsen er frivillig og at respondentene når som helst kan trekke sin deltakelse. I tillegg informerte jeg om at undersøkelsen er anonym og at hele prosjektet er meldt inn til Norsk Samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD).

Flere forskningsetiske normer er nedfelt i formelle regelverk og i noen tilfeller lovverket, som for eksempel loven om personvernopplysninger (Grønmo, 2004). Siden

denne studien skal samle inn data om personer, meldte jeg inn prosjektet til NSD. NSD vurderer om hensynet til personvern ivaretas på en akseptabel måte i den planlagte forskningen. Personvernombudet vurderte at spørreskjemaet ikke fører til innsamling av personvernopplysninger, og prosjektet er derfor ikke meldepliktig. For en oversikt over brevet fra NSD, se vedlegg 1.

3.3 Målinger

I dette kapitlet skal jeg først beskrive ulike variabeltyper og hva de måler. Videre presenteres spørsmålene fra spørreskjemaet i forhold til oppbygning, hvilken hensikt de har og hva de måler. Spørsmålene som presenteres skal brukes videre i analysene. En komplett oversikt over hele spørreskjemaet finnes i vedlegg 2.

3.3.1 Variabeltyper

Ifølge Dilmann (sitert av Saunders, et al., 2009, s. 368) er det viktig å skille mellom ulike typer datavariabler. Data som samles inn gjennom spørreskjemaer kan enten være holdnings-, atferds- eller demografiske variabler. Holdningsvariabler registrerer hva respondenter føler om noe og hva de tror er sant eller usant. Atferds-variabler måler derimot respondenters atferd. Slike variabler inneholder data på hva individer har gjort, gjør nå eller kommer til å gjøre i fremtiden (Dilmann, i Saunders, et al., 2009, s. 368). For å utforske hvordan meninger og atferd varierer mellom individer, kan det inkluderes demografiske variabler (Saunders, et al., 2009). Demografiske variabler måler ting et individ besitter og inneholder data på individenes karakteristikk (Dilmann, i Saunders, et al., 2009, s. 368). Eksempler på slike karakteristikk er kjønn, alder og utdanning. Således kan variablene også teste at innsamlet data er representativ for populasjonen som undersøkes (Saunders, et al., 2009).

3.3.2 Forskningsspørsmål 1: Fotballinteresse

Intensjonen med det første forskningsspørsmålet er å undersøke fotballinteressen.

Basert på forskningsspørsmålet utarbeidet jeg hypotese H_{11} og H_{12} .

For å undersøke hvor fotballinteresserte unge voksne i Oslo faktisk er, har jeg inkludert et holdningsspørsmål som måler respondentenes generelle interesse for fotball.

Fotballinteresse vil i denne settingen være avhengig variabel i analysen. For å skaffe en dekkende oversikt, blir respondentene bedt om å plassere seg selv på en ti-punkts

numerisk rating-skala. Når det anvendes numeriske rating-skalaer, er det viktig at alle nummere reflekterer følelsen til respondenten (Saunders, et al., 2009). Tallet én på skalaen representerer derfor *ikke interessert*, mens tallet ti representerer *svært interessert* i spørreskjemaet.

Med hypotese H1₁ skal jeg teste hvilken effekt karakteristikene kjønn, alder og utdanning/yrke har på fotballinteressen. Det var derfor nødvendig å inkludere spørsmål som kan måle disse karakteristikene i spørreskjemaet. De demografiske variablene som er inkludert i spørreskjemaet er kjønn og alder. Spørsmålet for kjønn fikk en kategorisk oppbygning, der kun ett svaralternativ passer for hvert individ (Saunders, et al., 2009). For dette tilfellet er det to svaralternativer, mann eller kvinne. Spørsmålet som måler respondentenes alder ble basert på et tall-spørsmål. Svaret på et tall-spørsmål skal avgis i et nummer, som angir mengden av en karakteristikk (Saunders, et al., 2006). For å svare på spørsmålet skal respondentene selv fylle inn de to siste desimalene i året de ble født.

I tillegg til å måle kjønn og alder, skal jeg registrere hvor datamaterialet samles inn. Siden dette er en observasjon jeg selv kan notere, valgte jeg å ikke inkludere stedene som et spørsmål i spørreskjemaet. Stedene presenteres senere i delkapittel 3.4.2, der utvalget beskrives.

Hensikten med hypotese H1₂ er som tidligere nevnt å teste effekten av fotballaktivitet på fotballinteressen. For å svare på hypotesen, inkluderte jeg et spørsmål som måler hvor mange unge voksne som spiller eller har spilt organisert fotball. Det betyr at spørsmålet måler en atferd. For å skaffe en dekkende oversikt, valgte jeg å inkludere svaralternativene *ja, spiller nå, ja, har spilt før* og *nei, har aldri spilt*. Respondentene skal svare på spørsmålet ved å krysse av for kun ett av svaralternativene.

3.3.3 Forskningsspørsmål 2: Interesse for herrelandslaget

Intensjonen med det andre forskningsspørsmålet er å undersøke hvordan interessen for det norske herrelandslaget i fotball er blant unge voksne i Oslo, sammenlignet med interessen for andre norske og internasjonale lag. For å svare på forskningsspørsmålet, må jeg undersøke hvilket lag som interesserer respondentene mest. Jeg inkluderte derfor et holdningsspørsmål med hensikt å måle dette. Jeg valgte å bruke *engasjerer* i

spørsmålsteksten fordi *interesserer* ofte assosieres med interesse for et lag eller interesse for idretten. Siden det er sannsynlig at ikke alle respondentene i studien er interessert i et spesifikt fotballag, kan *engasjerer* oppfattes som en mildere form. På den måten kan jeg undersøke hvilke lag respondentene har størst interesse for, selv om ikke alle er interessert i fotball. For å skaffe en dekkende oversikt, skal respondentene rangere det norske herrelanglaget, norske klubb lag og internasjonale klubb/landslag fra minst viktig til mest viktig. Ifølge Saunders, et al (2009) kan slike spørsmål finne viktigheten av det vi spør om individuelt blant respondentene. Det er imidlertid svært viktig at instruksjer i spørsmålsteksten presenteres klart og tydelig når rangeringsspørsmål anvendes (Saunders, et al., 2009). Jeg vurderte derfor formuleringer og instruksjoner i spørsmålet svært nøye. Spørsmålet anvendes som avhengig variabel i analysene.

Basert på forskningsspørsmålet, ble hypotesene H_{2,1}, H_{2,2} og H_{2,3} utarbeidet. For å undersøke om respondentenes karakteristikk har en sammenheng med interessen for det norske herrelandslaget i fotball (H_{2,1}), skal jeg bruke de demografiske variablene kjønn, alder og sted. Videre vil jeg anvende spørsmålet som måler fotballaktiviteten blant respondentene for å teste om fotballaktivitet har en effekt på interessen for herrelandslaget (H_{2,2}). Til slutt skal hypotese H_{2,3} teste om fotballinteresse har signifikante sammenhenger med interessen for herrelandslaget med spørsmålet som måler grad av fotballinteresse blant unge voksne i Oslo. I motsetning til det første forskningsspørsmålet, der spørsmålet om fotballinteresse er avhengig variabel, vil spørsmålet om fotballinteresse i denne settingen være uavhengig variabel i analysen. Siden samtlige spørsmål ble presentert i kapittel 3.3.2 vil jeg ikke gå nærmere inn på oppsett.

3.3.4 Forskningsspørsmål 3: Etterspørsel etter herrelandskamper

Hensikten med det tredje forskningsspørsmålet er å undersøke hvilke faktorer som påvirker etterspørselen etter norske herrelandskamper blant unge voksne i Oslo. Det blir derfor viktig å måle respondentenes holdninger til hvor viktig disse faktorene er for deres vilje til å kjøpe billetter og dra på herrelandslagskampene. I dette kapitlet presenteres oppbyggingen av spørsmål i spørreskjemaet som tar sikte på å måle de respektive hypotesene.

For å svare på forskningsspørsmålet, må det innhentes informasjon om respondentenes etterspørsel. *Etterspørsel* imidlertid ikke et direkte målbart begrep i survey undersøkelser. Siden etterspørsel kan defineres som viljen og muligheten til å kjøpe en vare eller tjeneste (Eschenfelder og Li, 2007) anvendes betalingsvilje som et mål for etterspørsel. Betalingsvilje måler respondentenes maksimale villighet til å kjøpe billetter til norske herrelandskamper i fotball. Med andre ord måles intensjonen for å være tilskuer på kampene. For å skaffe en dekkende oversikt av betalingsviljen, skal respondentene angi hvor mye de maksimalt er villig til å betale for kampbilletter i 2015. Med utgangspunkt i priser på kampbilletter per dag dato, er svaralternativene *300 kr, 200 kr, 100 kr, ingenting* eller en *annen sum* (fyll inn hvor mye). Spørsmålet skal brukes som avhengig variabel i analysen.

Det er ønskelig å vurdere om demografi har en innvirkning på etterspørselen etter herrelandslagskamper, illustrert ved H3₁. Videre vil det gjøres en vurdering på om respondentenes bakgrunn i fotball, målt ved generell fotballinteresse, interesse for landslaget spesifikt og fotballaktivitet, har innvirkning på etterspørselen i henhold til de respektive hypotesene H3₂, H3₃ og H3₄. Siden jeg allerede har presentert de demografiske spørsmålene og spørsmålene som måler respondentenes fotballbakgrunn tidligere i dette kapittelet, vil jeg ikke gå nærmere inn på beskrivelser.

Hoved-analysen på etterspørselen etter herrelandslagskamper i fotball bygger imidlertid på Simmons (2006) og McDonald (2003) der fokus var på hvordan etterspørselen påvirkes av ulike faktorer. Dette la grunnlag for hypotesene H3₅, H3₆, H3₇, H3₈, H3₉, H3₁₀, H3₁₁ og H3₁₂. For å svare på hypotesene H3₅ til H3₁₂, ble flere spørsmål som måler respondentenes holdninger til utvalgte faktorer inkludert i spørreskjemaet. De utvalgte faktorene er pris, vær, kampdag, form (målt med antall mål), motstander, stjernespillere, kampens betydning og usikkerhet (målt med jevn kamp). Ifølge Saunders, et al (2009, s. 378) blir *rating* spørsmål, og spesielt Likert-stil rating skala der respondenten blir spurt om hvor sterkt han eller hun er enig eller uenig med en påstand, ofte brukt for å samle inn data på holdninger. Jeg valgt derfor å bruke en fem-punkts Likert- rating skala på holdningsspørsmål 10 og 11 i spørreskjemaet (se vedlegg 2). I spørsmål 10 måles viktigheten av faktorene pris, vær, antall mål, motstander, kampdag, stjernespillere og kampens betydning for respondentenes intensjon om å dra på herrelandskamper. Svaralternativene for hver faktor er *svært viktig, litt viktig, nøytral,*

lite viktig og *ikke viktig*. Usikkerhet måles i det andre holdningsspørsmålet, der respondentene skal svare på hvor enig eller uenig de er i en rekke påstander. Spørsmålet måler hva som skal til for at respondenten vil dra på herrelandskamper i fremtiden. Svaralternativene for hver påstand er *svært enig*, *litt enig*, *nøytral*, *litt uenig* og *svært uenig*. Jevn kamp måler hvor stor betydning usikkerhet rundt kampens utfall har for etterspørselen.

3.4 Datainnsamling

3.4.1 Populasjon

Forskning som anvender spørreskjemaer baseres ofte på et representativt utvalg. Et representativt utvalg gjenspeiler populasjonen og forskeren kan derfor trekke slutninger om hele populasjonen basert på undersøkelser av utvalget. En undersøkelse på etterspørselen etter herrelandskamper i en norsk kontekst bør fortrinnsvis foregå med alle som er relevante i Norge. Dess verre har jeg ikke ressurser til å gjennomføre undersøkelsen på en så stor populasjon. Populasjonen jeg ønsker å undersøke må derfor begrenses.

En begrensning i populasjon innebærer at resultatene fra studien ikke automatisk kan generaliseres for hele den norske befolkningen. Samtidig er det forsket relativt lite på den nye tilskuersvikten som har oppstått de senere år for det norske herrelandslaget. Det er derfor hensiktsmessig at temaet undersøkes fra flere sider før en generalisering om hele populasjonen kan gjøres. Generalisering for hele befolkningen blir dermed overlatt til fremtidige studier.

For å begrense populasjonen og omfanget av studien, kontaktet jeg NFF. Som tidligere nevnt i kapittel 1.3, etterlyser NFF oppdatert forskning på hva som påvirker etterspørselen etter norske herrelandskamper blant unge voksne i Oslo. Med dette som grunnlag, vurderte jeg hvor innsamling av data var mulig som samtidig treffer målgruppen til NFF. Populasjonen som undersøkes i denne studien er derfor studenter i Oslo i aldersgruppen 19-30 år. Det kan være lettere å nå ut til studenter, i forhold til andre målgrupper som drar eller ikke drar på landskamper. Dette gjør datainnsamlingen effektiv, noe som passer tiden jeg har til rådighet. Jeg valgte å fokusere på studenter i Oslo fordi jeg ikke har ressurser til å reise rundt til utvalgte utdanningsinstitusjoner i

hele Norge. Samtidig er det mer relevant å undersøke holdninger til studenter i Oslo siden herrelandslaget spiller sine hjemmekamper (per dags dato) i Oslo.

Begrensningen innebærer imidlertid ikke at studien er irrelevant. Resultater vil i det minste være verdifulle for aktører som har studenter som målgruppe, og spesielt NFF. Samtidig kan funn, sammen med eventuelle undersøkelser av andre målgruppers etterspørsel, sammenlignes for å gi et helhetlig bilde av etterspørselen. I tillegg er aldersgruppen svært relevant i forhold til fremtidig tilskuerdeltakelse. Hva de mener nå kan ha en innvirkning på hva de mener senere.

3.4.2 Utvalg og fremgangsmåte

Utvalget består av studenter fra 19 til 30 år fra fire forskjellige skoler med høyere utdanning i Oslo. Saunders, et al. (2009) hevder at dersom utvalgsrammen ikke er komplett, er ikke forskningen representativ for den generelle populasjonen, og konklusjoner som trekkes fra studien kan være basert på defekt forskning. At utvalgsrammen ikke er komplett vil si at noen tilfeller utelukkes (Saunders, et al., (2009). Utvalget for denne studien er studenter på Norges Idrettshøgskole (NIH), Høgskolen i Oslo og Akershus (HIOA), Universitetet i Oslo (UIO) og Handelshøgskolen BI (BI). Det var hensiktsmessig å oppsøke store utdanningsinstitusjoner for å oppnå ønsket antall. Valget av undervisningsinstitusjoner begrunnes i kapasitet.

Studiens utvalg er et resultat av studenter som var fysisk tilstede ved utdanningsinstitusjonen på et gitt tidspunkt og villig til å delta i undersøkelsen. Jeg valgte jeg å levere ut spørreskjemaer i papirutgaver på de respektive skolene. Sådan ble det opprettholdt en viss kontroll over når og hvor spørreskjemaene ble fylt ut. Samtidig hadde ikke alle studenter lik sannsynlighet for å være med siden jeg samlet inn data til en bestemt tid på skolene. Samtidig kan det at spørreskjemaene ble fylt ut på skolene med andre kjente rundt være et faktum av forstyrrelser fra miljøet, som igjen kan påvirke resultatene. For å kontrollere dette gjorde jeg stikkprøver ved å sammenlikne spørreskjemaer fra personer som har sittet sammen. Jeg fant imidlertid få likheter, noe som kan tyde på at miljøet rundt ikke forstyrret påliteligheten til svarene i spørreskjemaet.

3.4.3 Utvalgets størrelse

En større utvalgsstørrelse vil redusere sannsynlighet for at slutninger som trekkes fra datamaterialet ikke samsvarer med virkeligheten (Saunders, et al., 2009). En sentral faktor som forhindrer at slike falske effekter oppstår, er at analysene baseres på et normalfordelt datamateriale (sett inn fotnote). Saunders, et al. (2009) hevder at en utvalgsstørrelse på 30 respondenter vanligvis resulterer i en utvalgsfordeling som er nær normalfordeling (Saunders, et al. 2009). Det betyr at en tilfredsstillende utvalgsstørrelse i denne studien i utgangspunktet er 30 studenter. Det totale antall respondenter som svarte på spørreskjemaet ble 100 fra hver skole, som vil si 400 respondenter til sammen. Det totale antall respondenter som svarte på spørreskjemaet ble 100 fra hver skole, noe som resulterte i 400 respondenter til sammen.

3.4.4 Pilotstudie og gjennomføring av datainnsamling

Tidsrommet for en masteroppgave ved NIH er vanligvis 12 måneder. Denne tidsbegrensningen gjør det hensiktsmessig å gjennomføre en tversnittundersøkelse. Det vil si en undersøkelse av et bestemt fenomen eller fenomener ved en bestemt tid (Saunders, et al., 2009, s. 590).

Som tidligere nevnt i dette kapittelet skal data samles inn med spørreskjemaer. Før datainnsamling kan begynne er det viktig å teste spørreskjemaet for å sikre at spørsmålene svarer på det de er ment for å besvare og minimalisere sjansen for at respondentene får problemer med å svare på spørsmålene (Saunders, et al., 2009). Dette kan gjøres med en pilotstudie, der spørreskjemaet testes på et mindre utvalg. Det er hensiktsmessig at disse personene ligner på det ordentlige utvalget i studien (Grønmo, 2004). Jeg gjennomførte derfor en pilotstudie på fire personer. Samtlige i testutvalget var studenter og innenfor alderskriteriet i studien. I tillegg til å svare på spørreskjemaet, gav testutvalget individuelle tilbakemeldinger på spørreskjemaets utseende, lengde og innhold. Med utgangspunkt i disse tilbakemeldingene ble spørreskjemaet vurdert nøye i samarbeid med veileder før det ble tatt i bruk i datainnsamlingen.

Utvalget ble kontaktet personlig på de utvalgte skolene og bedt om å svare på spørreundersøkelsen. Deretter fikk respondentene selv velge om de ville svare på spørreskjemaet. Avsatt tid var én dag per skole. Det betyr at det tok til sammen fire dager med innsamling av data. Respondentene ble «tilfeldig» valgt fra hver skole, men

kun studenter som var tilstede på gitt dag og tid hadde mulighet til å delta i studien. Siden utfylling av spørreskjemaet ikke tok langt tid, var det mange som var villig til å svare. Som en følge var det relativt enkelt å nå det ønskede antallet respondenter på 100 fra hver skole og totalantallet på 400 til sammen. Den problemfrie innsamlingen skyldes nok også til dels at spørreskjemaene var egenadministrerte og ble levert personlig for hånd. Selv om det ofte er intervju-administrerte spørreskjemaer som får høyest svarprosent (Saunders, et al., 2009), var det antakelig en enklere prosess å svare på spørreskjemaet når respondentene fikk det personlig rett i hånden.

*If they ever get a decent team, they might really start to
like football*

(Kuper & Szymanski, 2009, s. 202)

4. ANALYSE

I dette kapitlet skal jeg beskrive analysemetoder som anvendes i denne studien. Kapitlet starter med en beskrivelse av innsamlet data. Videre presenteres ulike kodinger av datamaterialet, før jeg begrunner variablene som inkluderes i analysene. I tillegg vurderes målingene basert på forutsetninger for de utvalgte testene, henholdsvis lineære- og logistiske regresjonsanalyser. Til slutt oppsummeres fremgangsmåter for analysene. Alle testene har benyttet verktøyet SPSS Statistics versjon 21.

4.1 Databeskrivelse

Størrelsen på utvalget var 400 studenter, der 17 respondenter ikke tilfredsstilte kravene for å være med i undersøkelsen. Dette kalles en dekningsfeil, som vil si at det enten mangler representanter for deler av befolkningen som studeres eller at det inkluderes enheter som egentlig ikke skulle undersøkes (Eikemo og Clausen, 2012). For denne studien ble det inkludert enheter som hadde en høyere alder enn kriteriet. Jeg ekskluderte derfor disse enhetene, noe som reduserte utvalget til $n = 383$.

Samtlige respondenter som fikk spørreskjemaet besvarte det. Det betyr at det ikke fantes tilfeller av enhetsfeil (Eikemo og Clausen, 2012). Det var imidlertid noen tilfeller av partielt frafall, som innebærer at det finnes mangler av svar på enkeltspørsmål i spørreskjemaet (Eikemo og Clausen, 2012). Det var spesielt ett tilfelle der store deler av spørreskjemaet ikke var besvart. Denne respondenter ble derfor utelatt fra samtlige analyser og tester. Det totale antallet respondenter som tilfredsstillt kravene for deltakelse i studien og som er inkludert i analysene er $n = 382$.

For å kontrollere fordelingene i utvalget, anvendte jeg frekvensanalyser i SPSS. I tabellen nedenfor presenteres fordelingene mellom kjønn, alder og studiested.

Tabell 1 Fordelinger i demografiske variabler

Demografiske variabler	%	N
Studiested		382
NIH	25	96
HIOA	24	92
UIO	26	99
BI	25	95
Kjønn		382
Kvinner	40	153
Menn	60	229
Alder		382
Gjennomsnittsalder alle	24	382
Gjennomsnittsalder kvinner	23	229
Gjennomsnittsalder menn	24	153

Respondentene er fordelt relativt jevnt mellom de fire studiestedene. Den kjønnsmessige fordelingen er imidlertid skjev. Respondentenes alder strekker seg fra de som fyller 19 år til de som fyller 30 år i 2015. Samtidig finnes det en overvekt av respondenter i alderen 21 til 26 år. Denne fordelingen i aldersgruppene er fornuftig siden utvalget består av studenter. Skjevfordelingen kan imidlertid skape problemer i analysene og det kan derfor være behov for å slå sammen aldersgruppene.

I den påfølgende tabellen presenteres fordelingene i variablene som måler fotballbakgrunnen til respondentene. I tillegg inkluderes variabelen betalingsvilje.

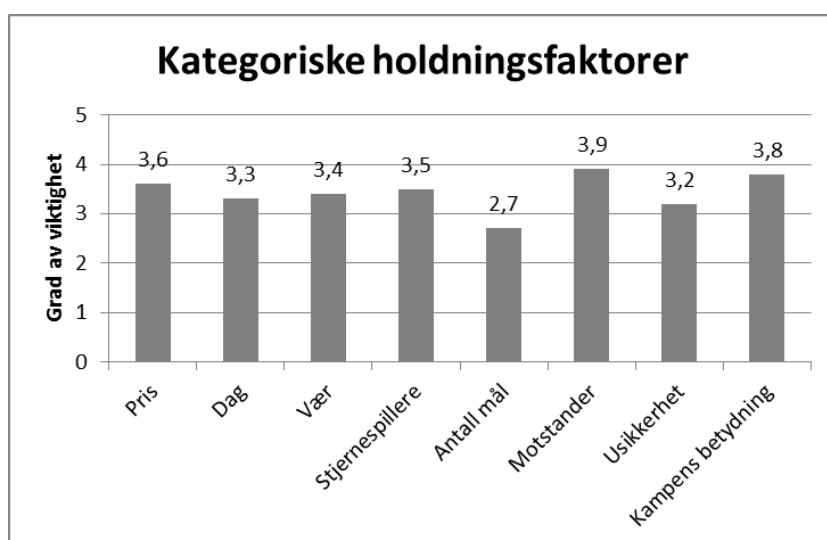
Tabell 2 Fordelinger i generell fotballinteresse, interesse for lag, fotballaktivitet og betalingsvilje

Fotballbakgrunn	Skala:1-10	N
Generell fotballinteresse		381
Gjennomsnitt alle	5	381
Gjennomsnitt kvinner	4	153
Gjennomsnitt menn	6	228
Hvilket lag som engasjerer mest	%	353
Norske lag	28	98
Utenlandske lag	56	196
Herrelandslaget	17	59
Fotballaktivitet		382
Spiller organisert fotball	13	49
Spilte organisert fotball	61	232

Aldri spilt organisert fotball	26	101
Betalingsvilje		380
Ingenting	14	52
100 kr	25	93
200 kr	43	162
300 kr	19	73

Det er en relativt jevn fordeling på fotballinteressen blant studentene. Menn har imidlertid en høyere gjennomsnittinteresse, sammenlignet med kvinner. Samtidig er internasjonale lag mest populære, noe som fører til en skjevfordeling i svarene. I tillegg har majoriteten spilt organisert fotball. Siden det er så få respondenter som fortsatt spiller organisert fotball, er ikke svarene normalfordelt. Skjevfordelingene har jeg tatt høyde for i kapittel 4.2, som fremstiller kodinger av datasettet. Fordelingen av data på betalingsvilje viser at mange er villig til å betale for kampbilletter, og at 200 kr er en akseptabel pris for å se herrelandslaget spille.

I figur 4 nedenfor presenteres de kategoriske holdningsvariablene pris, kampdag, vær, stjernespillere, form, motstander og kampens betydning. Variablene blir fremstilt med den totale gjennomsnittsverdien, basert på samtlige fem svaralternativer.



Figur 4 Oversikt over den totale gjennomsnittsverdien for hver enkelt av de kategoriske holdningsvariablene, målt på en skala fra 1 (ikke viktig) til 5 (svært viktig).

Av 382 respondenter svarte 381 på hvor viktig pris er for deres intensjon om å dra på herrelandskamper i fotball. Videre svarte 379 respondenter på spørsmålet om kampdag,

377 på spørsmålet om været, 370 på spørsmålet om stjernespillere, 380 på spørsmålet om form og 374 på spørsmålet om motstander. I tillegg var det én respondent som ikke svarte på spørsmålet om kampens betydning. Figuren viser at spesielt motstandere og kampens betydning er i gjennomsnitt mest viktig, mens formen til herrelandslaget (målt med antall mål) er minst viktig for intensjonen om å dra på herrelandskampene.

På spørsmålet om studentene er enig eller uenig i at de kunne dratt på kamp hvis det er ventet en jevn kamp, svarte 378 av 382 studenter. Den totale gjennomsnittsverdien, basert på samtlige fem svaralternativer, er 3.2. For en fullstendig oversikt over fordelinger på de åtte sistnevnte faktorene, se tabell 3.1 i vedlegg 3.

4.2 Kodinger

All data bør registreres med numeriske koder, med unntak av noen få tilfeller. Koding av data med tall gjør det enklere å overføre data fra spørreskjemaene til datafilen. I tillegg blir det lettere å gjennomføre analyser (Saunders, et al., 2009). I dette kapitlet presenteres kodinger av variablene som vil inkluderes i videre analyser.

Registrering av hvilken skole respondentene kommer fra, ble opprinnelig laget som en kategorisk variabel med fire verdier. Respondenter fra NIH fikk verdien 1, respondenter fra HIOA fikk verdien 2, respondenter fra UIO fikk verdien 3 og respondenter fra BI fikk verdien 4. Siden hensikten med å registrere dette er å undersøke om det er forskjeller mellom hvilken skole studentene tilhører i forhold til samtlige forskningsspørsmål i studien, valgte jeg å splitte variabelen og lage fire dummy-variabler. Dummykoding vil si å kode om en kategorisk variabel til flere variabler, der alle variablene er dikotome (Field, 2009). Dikotome variabler er variabler med bare to verdier, og bør alltid kodes med verdiene 1 og 0 (Eikemo & Clausen, 2012). For eksempel ble dummyvariabelen for studenter fra NIH kodet med verdien 1 for respondenter fra NIH og verdien 0 for respondenter fra de andre skolene. Ifølge Eikemo og Clausen (2012) skal navnet på dikotome variabler alltid være basert på kategorien som får verdien 1. Dummy-variabelen, der studenter fra NIH fikk verdien 1, heter dermed NIH. Ved å lage fire dummy-variabler skal tre av dem inkluderes i analysene, mens en variabel utelukkes som referansekategori (Eikemo og Clausen, 2012).

Variabelen for kjønn ble først registrert med verdiene 1 for kvinner og 2 for menn. Siden kjønn er en dikotom variabel, ble den omkodet med verdiene 1 for menn og 0 for kvinner. Variabelens navn ble dermed *menn*.

Aldersspørsmålet ble først registrert med fødselsår. Ifølge Eikemo og Clausen (2012) bør slike variabler omkodes til alder. De registrerte fødselsårene ble derfor kodet om til alder med verdiene 19 for de som blir 19 år i 2015, 20 for de som blir 20 år i 2015 osv. Etter denne omkodningen bestod variabelen av 12 kategorier. Siden disse verdiene er unødvendig høye, omkodet jeg verdiene en gang til. Kategorien for de som blir 19 år i 2015 fikk verdien 1, kategorien for de som blir 20 år i 2015 fikk verdien 2 osv.

Spørsmålet om fotballinteresse ble registrert og kodet med tallene fra skalaen i spørsmålet. Det vil si at respondenter som krysset av for tallet 1 på skalaen fra 1 til 10 har fått verdien 1 i datasettet, de som krysset av for 2 har fått verdien 2 osv. Variabelen har fått navnet fotballinteresse og er kontinuerlig. At variabelen er kontinuerlig vil si at avstanden mellom kategoriene er lik (Eikemo og Clausen, 2012). Samtidig er variabelen en diskret kontinuerlig variabel fordi respondentene bare har mulighet til å svare på hele tall fra 1 til 10, og skalaen dekker dermed bare visse verdier (Field, 2009).

Variabelen som målte hvilket lag som interesserer studentene mest mellom landslaget, norske klubb lag og internasjonale lag, ble som tidligere nevnt bygget opp som et rangeringsspørsmål der respondentene ble bedt om å plassere tallene 1, 2 og 3 i rutene ved siden av lagene. Svarene fra respondentene ble derfor først delt opp i tre variabler basert på «førsteplass», «andreplass» og «tredjeplass». Siden hensikten med spørsmålet er å måle interessen for herrelandslaget, sammenlignet med interessen for de andre lagene, valgte jeg å bare anvende førsteplassene (laget respondentene rangerte som mest interessant med tallet 1). Deretter ble variabelen splittet til tre dummyvariabler som heter *herrelandslaget*, *norske klubb lag* og *internasjonale klubb/landslag*.

Variabelen for fotballaktivitet ble først kodet som en kategorisk variabel med verdiene 1 (spiller), 2 (har spilt) og 3 (aldri spilt). Siden frekvensanalysen viste at det var få studenter som spiller aktivt fotball, ble kategorien slått sammen med kategorien for de som har spilt organisert fotball tidligere. Ifølge Eikemo og Clausen (2012) mister man data som følge av å slå sammen kategorier. Samtidig vil kategorier med få enheter gi

usikre estimater. Det er derfor ofte en skjønsmessig vurdering om det er best å slå sammen kategorier eller ikke (Eikemo og Clausen, 2012), noe som i dette tilfellet ble vurdert som hensiktsmessig. Variabelen ble dermed dikotom, og fikk navnet *otballaktivitet*. De som spiller eller har spilt organisert fotball fikk verdien 1, mens de som aldri har spilt organisert fotball fikk verdien 0.

Betalingsvilje målte respondentenes etterspørsel etter norske herrelandslagskamper i fotball. Variabelen ble først kodet som en kategorisk variabel bestående av fem verdier. Verdiene var 100 (100 kr), 200 (200 kr), 300 (300 kr), 0 (ingenting), og annen sum. Siden variabler bør kodes med numeriske verdier (Eikemo & Clausen, 2012) ble variabelen omkodet. I tillegg fordelte jeg svarene fra kategorien *annen sum* til de fire andre kategoriene der summen passet inn. For eksempel ble 80 kr inkludert i kategorien 100 kr. Den nye variabelen bestod dermed av fire kategorier med verdiene 0 (ingenting), 1 (100 kr), 2 (200 kr) og 3 (300 kr).

Svarene fra spørsmål 10, som målte studentenes holdninger til pris, vær, kampdag, antall mål, nøkkelspillere, motstander og kampens betydning, ble registrert med sju kategoriske variabler. Alle variablene ble kodet med like verdier. Det vil si at hver variabel fikk verdiene 1 (ikke viktig), 2 (lite viktig), 3 (nøytral), 4 (litt viktig) og 5 (svært viktig). Dette gjør det enklere å tolke resultater fra analysene (Saundert, et al., 2009).

For å registrere svarene fra spørsmålet som målte usikkerhet med jevn kamp, kodet jeg variabelen på samme måte som svarene fra spørsmål 10. Variabelens navn ble *usikkerhet* og består av verdiene 1 (svært uenig), 2 (litt uenig), 3 (nøytral), 4 (litt enig) og 5 (helt enig).

4.3 Inkluderte variabler

Dette kapittelet gir en oversikt over variabler som brukes i videre analyser. Variablene presenteres i to tabeller, en for avhengige variabler og en for uavhengige variabler.

Den påfølgende tabellen gir et overblikk over de avhengige variablene for studien. Tabellen inneholder variablene, hva de måler, koding og i hvilken kontekst de benyttes. Alle variabler fremstilles omkodet.

Tabell 3 Oversikt over avhengige variabler

Variabel	Mål	Koding	Kontekst
Betalingsvilje	Holdning	1 = 100 kr 2 = 200 kr 3 = 300 kr 4 = Ingenting	Lineær regresjonsanalyse
Interesse for fotball generelt	Holdning	10-punkts rating skala (1 = ikke interessert) (10 = svært interessert)	Lineær regresjonsanalyse
Interesse for landslaget spesifikt	Holdning: Engasjement for landslaget i forhold til andre lag	1 = Høyest engasjement for landslaget 0 = Høyest engasjement for annet lag	Logistisk regresjonsanalyse
Interesse for internasjonale lag spesifikt	Holdning: Engasjement for internasjonale lag i forhold til andre lag	1 = Høyest engasjement for internasjonalt lag 0 = Høyest engasjement for annet lag	Logistisk regresjonsanalyse
Interesse for norske klubblag spesifikt	Holdning: Engasjement for	1 = Høyest engasjement for norske klubblag	Logistisk regresjonsanalyse

Den påfølgende tabellen gir en oversikt over de uavhengige variablene for studien.

Tabellen inneholder variablene, hva de måler, koding og i hvilken kontekst de benyttes.

Alle variabler fremstilles omkodet.

Tabell 4 Oversikt uavhengige variabler

Variabler	Måler	Koding	Kontekst
Menn	Karakteristikk	0 = kvinne 1 = mann	Demografisk variabel i OLS/Logit analyser av samtlige forskningsspørsmål, anvendt på H1 ₁ , H2 ₁ og H3 ₁
Alder	karakteristikk	Skala fra 1 til 12 (1 = 19 år) (12 = 30 år)	Demografisk variabel i OLS/Logit analyser av samtlige forskningsspørsmål, anvendt på H1 ₁ , H2 ₁ og H3 ₁
NIH	Karakteristikk	1 = NIH 0 = HIOA, UIO, BI	Referansekategori i OLS/Logit analyser av samtlige forskningsspørsmål, anvendt på H1 ₁ , H2 ₁ og H3 ₁
HIOA	Karakteristikk	1 = HIOA 0 = NIH, UIO, BI	Demografisk variabel i OLS/Logit analyser av samtlige forskningsspørsmål, anvendt på H1 ₁ , H2 ₁ og H3 ₁
UIO	Karakteristikk	1 = UIO 0 = NIH, HIOA, BI	Demografisk variabel i OLS/Logit analyser av samtlige forskningsspørsmål, anvendt på H1 ₁ , H2 ₁ og H3 ₁
BI	Karakteristikk	1 = BI 0 = NIH, HIOA, UIO	Demografisk variabel i OLS/Logit analyser av samtlige forskningsspørsmål, anvendt på H1 ₁ , H2 ₁ og H3 ₁
Fotballinteresse	Holdning	10-punkts rating skala (1 = ikke interessert) (10 = svært interessert)	Uavhengig variabel i Logit analyser av forskningsspørsmål 2, anvendt på H2 ₂ Uavhengig variabel i OLS analyse av forskningsspørsmål 3, anvendt på H3 ₂
Landslaget	Holdning	1 = høyest engasjement for landslaget 0 = høyest engasjement for andre lag	Referansekategori i OLS analyse av forskningsspørsmål 3.
Internasjonale klubb/landslag	Holdning	1 = høyest engasjement for internasjonale lag 0 = høyest engasjement for andre lag	Uavhengig variabel i OLS analyse av forskningsspørsmål 3, anvendt på H3 ₃
Norske klubblag	Holdning	1 = høyest engasjement for norske klubblag 0 = høyest engasjement for andre lag	Uavhengig variabel i OLS analyse av forskningsspørsmål 3, anvendt på H3 ₃
Fotballaktivitet	Atferd	1 = spiller/spilt 0 = Aldri spilt	Uavhengig variabel i OLS/Logit analyser av samtlige forskningsspørsmål, anvendt på H1 ₂ , H2 ₂ og H3 ₄
Pris	Holdning	Kategorisk 1 = ikke viktig 5 = svært viktig	Uavhengig variabel i OLS analyse av forskningsspørsmål, anvendt på H3 ₅
Kampdag	Holdning	Kategorisk 1 = ikke viktig 5 = svært viktig	Uavhengig variabel i OLS analyse av forskningsspørsmål, anvendt på H3 ₆
Vær	Holdning	Kategorisk 1 = ikke viktig 5 = svært viktig	Uavhengig variabel i OLS analyse av forskningsspørsmål, anvendt på H3 ₇
Stjernespiller	Holdning	Kategorisk 1 = ikke viktig 5 = svært viktig	Uavhengig variabel i OLS analyse av forskningsspørsmål, anvendt på H3 ₈

Antall mål	Holdning	Kategorisk 1 = ikke viktig 5 = svært viktig	Uavhengig variabel i OLS analyse av forskningsspørsmål, anvendt på H3 ₉
Motstander	Holdning	Kategorisk 1 = ikke viktig 5 = svært viktig	Uavhengig variabel i OLS analyse av forskningsspørsmål, anvendt på H3 ₁₀
Kampens betydning	Holdning	Kategorisk 1 = ikke viktig 5 = svært viktig	Uavhengig variabel i OLS analyse av forskningsspørsmål, anvendt på H3 ₁₂
Jevn kamp	Holdning	Kategorisk 1 = svært uenig 5 = svært enig	Uavhengig variabel i OLS analyse av forskningsspørsmål, anvendt på H3 ₁₁

4.4 Analyseverktøy og tester av forutsetninger

I dette kapitlet presenteres analyseverktøy som anvendes for å besvare de tre forskningsspørsmålene i denne studien. I tillegg skal jeg beskrive prosedyrer for testing av forutsetninger for å anvende valgte analyser og utfallet av disse testene.

4.4.1 Forskningsspørsmål 1: Fotballinteresse

Intensjonen bak forskningsspørsmål 1 er å undersøke hvordan interessen for fotball er blant studentene. For å svare på forskningsspørsmålene ble hypotese H1₁ og H1₂ utarbeidet i kapittel 2.1. Jeg finner at Multivariat lineær regresjonsanalyse (OLS) er et passende analyseverktøy for å teste de nevnte hypotesene.

Med OLS- analyser kan vi estimere effekten av en uavhengig variabel på den avhengige variabelen, samtidig som det kontrolleres for effekten av de andre uavhengige variablene som inkluderes i analysen (Eikemo og Clausen, 2012).

Den avhengige variabelen som inkluderes i denne analysen er fotballinteresse. OLS vil teste hvilken effekt de demografiske variablene og variabelen fotballaktivitet har på den avhengige variabelen fotballinteresse. De inkluderte demografiske variablene er menn, alder og studiestedene HIOA, UIO og BI. Studiestedet NIH er referansekategori. Det betyr at jeg vil sammenligne resultater for studiestedsvariablene fra analysen med respondenter fra NIH.

I følge Eikemo og Clausen (2012) har alle former for regresjonsanalyser bestemte forutsetninger som må være oppfylt for at man kan stole på at resultatene er riktige. Det er imidlertid ikke mulig å teste alle forutsetninger for regresjon, men det er viktig å teste

de forutsetningene som kan testes. For å anvende OLS, må seks forutsetninger tilfredsstilles: normalfordeling, fravær av heteroskedastisitet, fravær av autokorrelasjon, fravær av multikollinearitet, linearitet og fravær av innflytelsesrike enheter (Eikemo & Clausen, 2012). Jeg vil nå vurdere data basert på disse forutsetningene.

Forutsetning 1: Normalfordelte residualer

Modellens residualer (feilledd) skal være normalfordelte. Lineære regresjonsanalyser minimerer eventuelle feil i modellene, og det er derfor hensiktsmessig at avstanden mellom det som forventes (predikerte verdier) og det som faktisk er observert, skal være normalfordelt (Eikemo og Clausen, 2012). Som tidligere nevnt i [kapittel x](#) er det mindre alvorlig å bryte denne forutsetningen hvis datamaterialet baseres på en stor utvalgsstørrelse. Samtidig vil normalfordeling aldri oppfylles helt, og tester av normalfordeling må derfor baseres på en skjønnsmessig vurdering (Eikemo og Clausen, 2012).

For å teste om innsamlet data er normalfordelt, bestilte jeg et histogram av residualene i SPSS. I følge Eikemo og Clausen (2012) skal histogrammet ha toppunkt i midten av grafen og «haler» som er like lange. Siden histogrammet viser at toppunktet er sentrert midt i grafen og «halene» er tilnærmet like lange, vurderes histogrammet som tilnærmet normalfordelt. Histogrammet fra testen finnes i figur 4.1 i vedlegg 4.

Forutsetning 2: Fravær av heteroskedastisitet

Forutsetning to innebærer at modellen ikke skal være heteroskedastisk.

Heteroskedastisitet vil si at variasjonen i feilleddene ikke er konstant og at modellen bommer mer på enkelte predikerte verdier av Y enn andre (Eikemo & Clausen, 2012).

For å teste om modellen er heteroskedastisk, bestilte jeg et scatterplott med residualer og predikerte verdier i SPSS. Dersom modellen er heteroskedastisk, er spredningen i plottet formet som en vifte (Eikemo & Clausen, 2012). Scatterplottet har imidlertid ikke antydninger til vifteform, noe som betyr at variansen er omtrent den samme for alle verdier av X-variablene (Eikemo og Clausen, 2012). Resultatet fra scatterplottet finnes i figur 4.2 i vedlegg 4.

Forutsetning 3: Fravær av autokorrelasjon

Verdier på samme variabel skal ikke korrelere. Dersom de gjør det er det et tilfelle av autokorrelasjon. Autokorrelasjon utgjør sjeldent noe problem dersom det anvendes tradisjonelle individdata basert på én observasjon per enhet, men det er likevel hensiktsmessig å teste forutsetningen (Eikemo og Clausen, 2012).

For å teste variablene for autokorrelasjon, brukte jeg Durbin-Watson testen i SPSS. For at autokorrelasjon ikke skal være et problem, skal Durbin-Watson verdien være nær 2 (Eikemo & Clausen, 2012). Resultatet fra testen viser at variabler som inkluderes i analysen ikke har problem med autokorrelasjon, siden Durbin-Watson verdien er på 2,007. Resultatet fra testen finnes i tabell 4.2 i vedlegg 4.

Forutsetning 4: Fravær av multikollinearitet

De uavhengige variablene skal ikke korrelere med hverandre. Dersom de gjør det, er det et tilfelle av multikollinearitet, og det kan bli vanskelig å skille variablenes effekter fra hverandre (Eikemo & Clausen, 2012).

For å teste om de uavhengige variablene menn, alder, HiOA, UiO, BI og fotballaktivitet korrelerer med hverandre, bestilte jeg en korrelasjonstabell i SPSS. Tabellen viser ingen verdier over 0,8, noe som i følge Pearson's korrelasjon betyr at ingen variabler korrelerer sterkt med hverandre (Eikemo & Clausen, 2012). En oversikt over korrelasjonstabellen for analysen finnes i tabell 4.1 i vedlegg 4.

Forutsetning 5: Ikke-linearitet

Sammenhengen mellom den avhengige og uavhengige variabelen skal være lineær. Det vil si en modell som er basert på en rett linje mellom X og Y (Field, 2009). Det er imidlertid lite sannsynlig at alle sammenhenger virkelig er lineære (Eikemo & Clausen, 2012). Ifølge Eikemo og Clausen (2012) er det ikke like alvorlig å bryte denne forutsetningen. Samtidig er det mer praktisk å tolke resultater fra modeller som er tilnærmet lineære.

For å teste om sammenhengen mellom X og Y er lineær, kan SPSS kjøre observasjonsplott for den uavhengige - og avhengige variabelen. Grafen vil gi en indikasjon på om sammenhengen er lineære eller ikke. Dersom grafen for eksempel stiger, og deretter synker, er det et tilfelle av ikke-linearitet (Eikemo & Clausen, 2012).

Resultatene fra observasjonsplottene viser at aldersvariabelen ikke har en lineær sammenheng med den avhengige variabelen (figur 4.4 i vedlegg 4). Det er derfor nødvendig å fange opp ikke-lineariteten. Med utgangspunkt i en krysstabell av aldersvariabelen og fotballinteresse, ble alder 19 år og 20 år samlet, og alder 29 og 30 år samlet. Deretter ble det kjørt et nytt observasjonsplott av den nye aldersvariabelen og fotballinteresse. Resultatet viser at lineariteten mellom X og Y er forbedret (figur 4.5 i vedlegg 4). De resterende variablene har en tilnærmet lik lineær sammenheng med den avhengige variabelen og det er ikke nødvendig å endre disse (figur 4.3, 4.6, 4.7, 4.8 og 4.9 i vedlegg 4).

Forutsetning 6: Fravær av innflytelsesrike enheter

Innflytelsesrike enheter påvirker regresjonsresultatene substansielt. Ifølge Eikemo og Clausen (2012) bør datasettet sjekkes for innflytelsesrike enheter. Det kan imidlertid være vanskelig å oppdage disse, men visse tester i SPSS vil gi en oversikt over de mest innflytelsesrike (Eikemo & Clausen, 2012).

Innflytelsesrike enheter kan påvirke både enkeltvariabler og modellen som en helhet. For å identifisere eventuelle uvanlige kombinasjoner av verdier på de uavhengige variablene, bestilte jeg bokplott av leverage-verdien i SPSS. I følge Huber (1981, sitert av Eikemo & Clausen, 2012) bør leverage-verdier være under 0,2.

Testen viser ingen leverage-verdier over 0,2. Likevel er det hensiktsmessig å identifisere enheter som skiller seg ut fra resten, og finne ut hvem de er og hva som skaper den potensielle innflytelsen. Jeg sjekket derfor to enheter for eventuelle feilregistreringer ved å sammenligne det originale datasettet med det omkodede. Deretter vurderte jeg nøye hvert svar de to enhetene har avgitt for å identifisere eventuelle rare kombinasjoner eller feilsvar. Det var imidlertid ingen feilregistreringer av svar eller tydelige feilsvar blant de to respondentene. Det var noen rare kombinasjoner, men disse kan ikke regnes som feilsvar. En oversikt over bokplottet finnes i figur 4.10 i vedlegg 4.

For å identifisere innflytelsen hver enkelt enhet har på hver enkelt variabel, bestilte jeg et bokplott av et nytt variabelsett med DfBetas verdier i SPSS. Resultatene fra det nye bokplottet viser at fire enheter har DfBetas verdier over grensen på 0,2. Ifølge

Hamilton (1981, sitert av Eikemo og Clausen, 2012, s.166) bør verdier over 0,5 unngås, mens verdier mellom 0,5 og 0,2 er risikable. Ingen verdier er over 0,5, men siden fire enheter er over 0,2 er disse risikable. Eikemo og Clausen (2012) hevder imidlertid at det er viktigere å konsentrere seg om tallene i et relativt forhold til hverandre, enn å fokusere for mye på grenseverdier.

For å undersøke de mest innflytelsesrike enhetene brukte jeg samme fremgangsmåte som i leverage-testen. Det er imidlertid ingen tilfeller av feilregistreringer eller feilsvar på noen av enhetene. Oversikt over boksplottet finnes i figur 4.11 i vedlegg 4.

Cook's D- testen gir mål på hvor stor den totale innflytelsen hver enhet har på modellen som helhet. Ifølge Shokrollahi og Baradaran (2014) inneholder datasettet ingen innflytelsesrike enheter dersom Cook's D-verdien er under 1. For å sjekke den totale innflytelsen til hver enkelt enhet, bestilte jeg enda et boksploott med en Cook's D variabel. Resultatet fra boksplottet viser ingen enheter med verdier over 1. Det er heller ingen verdier med feilregistreringer eller tydelige feilsvar. Oversikt over boksplottet finnes i figur 4.12 i vedlegg 4.

Innflytelsesrike enheter vil alltid eksistere i datasettet (Eikemo & Clausen, 2012). Ifølge Eikemo og Clausen (2012) skal man være svært forsiktig med å ekskludere enheter hvis det ikke er tydelige tegn på feilsvar. Siden det ikke finnes feilkodinger eller tydelige feilsvar blant enhetene som ble sjekket, beholdes alle enheter.

4.4.2 Forskningsspørsmål 2: Interesse for herrelandslaget

Hensikten med forskningsspørsmål 2 er å undersøke hvordan interessen er for det norske herrelandslaget, sammenlignet med andre lag. For å besvare forskningsspørsmålet, med relaterte hypoteser H_{21} , H_{22} og H_{23} , anvendes tre logistiske regresjonsanalyser. De tre analysene vil inkludere forskjellige avhengige variabler: interesse for herrelandslaget, interesse for norske klubb lag og interesse for internasjonale klubb/landslag. Resultatene fra de tre analysene danner et sammenligningsgrunnlag, og er nyttig for å forklare resultater fra hoved-analysen senere.

I motsetning til lineær regresjon, som minimerer avstanden mellom observerte og predikerte verdier til Y, beregner logistiske regresjonsanalyser regresjonskoeffisienter i forhold til den maksimale sannsynligheten for at den avhengige og uavhengige variabelen opptrer sammen (Eikemo & Clausen, 2012). Det betyr at det er mulig å predikere hvilken av to (eller flere) kategorier en person mest sannsynligvis tilhører, basert på visse andre opplysninger. For denne studien er det anvendt binære logistiske regresjonsanalyser med to verdier på de avhengige variablene.

Logistisk regresjon bygger på flere av de samme forutsetningene som lineær regresjon, med ett unntak: logistiske regresjonsanalyser krever at det ikke skal være tilfeller av diskriminering. I tillegg skal forutsetningene om multikollinearitet, linearitet og innflytelsesrike enheter testes (Eikemo & Clausen, 2012).

Forutsetning 1: Diskrimineringsproblem

Diskriminering kan være et problem i logistiske regresjonsanalyser for kategoriske uavhengige variabler. Diskriminering vil si at sammenfallet mellom bestemte verdier av X og Y er lite heldig. Ifølge Eikemo og Clausen (2012) kan man først se på resultatene fra den logistiske regresjonsanalysen. Dersom B-koeffisientene, standardfeilene og p-verdiene fra resultatet er svært høye, kan det være et tilfelle av diskrimineringsproblem.

Resultatene fra de tre logistiske regresjonsanalysene viser ingen uvanlig høye verdier. Det er dermed ikke nødvendig å utforske variablene videre for diskriminering. Resultatene fra analysene presenteres i kapittel 5.

Forutsetning 2: Fravær av multikollinearitet

Som tidligere nevnt i kapittel oppstår det multikollinearitet når X-variabler korrelerer. Fortrinnsvis bør slike korrelasjoner unngås fordi det blir vanskelig å skille variablenes effekter fra hverandre (Eikemo & Clausen, 2012).

Siden det er de samme uavhengige variablene som inkluderes i de tre logistiske analysene, er det bare nødvendig å bestille én korrelasjonstabell i SPSS for å teste forutsetningen. Resultatene fra tabellen viser ingen verdier over 0,8. For en fullstendig oversikt over verdiene fra korrelasjonstabellen, se tabell 5.1 i vedlegg 5.

Forutsetning 3: Ikke-linearitet

På lik linje med lineære regresjonsanalyser, bør sammenhengen mellom X og Y være lineær. Det er imidlertid lite sannsynlig at sammenhengen blir helt lineær. Hensikten med testen er å tilpasse modellene til å bli så nær idealet som mulig (Eikemo og Clausen, 2012).

For å teste lineariteten i den lineære regresjonsanalysen, brukte jeg observasjonsplott. For logistiske regresjonsanalyser vil ikke observasjonsplott gi informasjon om lineariteten fordi den avhengige variabelen bare har to verdier. Fremgangsmåten som kan benyttes er å lage en graf av logitene mot alle x-gruppene (Eikemo og Clausen, 2012). Logiten til tallene regnes ut ved å ta logaritmen av oddsratio ($\ln(\text{odds}) = \text{logit}$). Deretter settes logitene inn i en graf i for eksempel excel. Grafene fra mine tester viste at alle de uavhengige variablene har tilnærmet lik lineær sammenheng med de avhengige variablene. Grafene av lineær sammenheng mellom alder og de tre avhengige variablene er basert på den nye aldersvariabelen som ble kodet om i kapittel 4.2.

Forutsetning 4: Fravær av innflytelsesrike enheter

Dersom resultater fra regresjonsanalyser endres substansielt ved utelatelse av enheter, er enhetene innflytelsesrike. For å teste datasettet for innflytelsesrike enheter, anvender jeg samme fremgangsmåte som for den lineære analysen i kapittel 4.4.1.

Resultatet fra boksploTTene med herrelandslaget som avhengig variabel viser ingen leverage- eller Dfbetas-verdier over 0,2, eller Cook's D verdier over 1. Det er imidlertid noen enheter som skiller seg ut fra resten i samtlige bokplott. Disse enhetene sjekkes for eventuelle feilkodinger og/ eller uvanlige kombinasjoner. Noen av enhetene har uvanlige kombinasjoner, som for eksempel en respondent som aldri har spilt organisert fotball, men som har høy fotballinteresse og er kvinne. Slike kombinasjoner er uvanlig i forhold til andre kombinasjoner i datasettet, men det betyr ikke at det er en umulig kombinasjon. Datasettet viser ingen tydelige tegn på brudd. Siden Eikemo og Clausen (2012) hevder vi ikke bør ekskludere enheter fra datasettet hvis det ikke er tydelige tegn på feilsvar, beholdes alle enheter for videre analyser. En oversikt over boksploTTene finnes i figur 5.1, 5.2 og 5.3 i vedlegg 5.

Resultatene fra boksploottene med internasjonale lag og norske klubblag som avhengige variabler viser færre enheter som skiller seg ut, sammenlignet med boksploottene med landslaget som avhengig variabel. Ingen enheter har leverage- og DfBetas-verdier over 0,2, eller Cook's D verdier over 1. Datasettet inneholder ingen feilkodinger eller tydelig antydninger til feilsvar. Samtlige enheter beholdes derfor til videre analyser.

Oversikt over boksploottene for leverage, DfBetas og Cook's D, basert på interesse for internasjonale lag, finnes i figur 6.1, 6.2 og 6.3 i vedlegg 6. Resultatene basert på norske klubblag vises i figur 7.1, 7.2, og 7.3 i vedlegg 7.

4.4.3 Forskningsspørsmål 3: Etterspørsel etter herrelandskamper

Hensikten med forskningsspørsmål 3 er å undersøke etterspørselen etter norske herrelandskamper i fotball. Basert på forskningsspørsmålet ble 12 hypoteser utarbeidet i kapittel 2.3. For å teste hypotesene vil jeg anvende OLS som analyseverktøy.

De uavhengige variablene som inkluderes i analysen er fotballinteresse, fotballaktivitet, internasjonale klubblag/landslag, norske klubblag, pris, kampdag, vær, stjernespillere, antall mål, motstander, jevn kamp og kampens betydning. I tillegg vil de demografiske variablene, menn, alder og studiestedene HiOA, UiO og BI, inkluderes. Variabelen interesse for herrelandslaget og studiestedet NIH er referanse kategorier.

Før analysen kan gjennomføres må jeg teste om variablene som inkluderes oppfyller forutsetningene. Siden OLS er samme analyseverktøy som anvendes for å besvare hypotesene for det første forskningsspørsmålet (presentert i kapittel 4.4.1) skal jeg teste de samme seks forutsetningene.

Forutsetning 1: Normalfordelte residualer

For å teste om innsamlet data er normalfordelt bestilles et nytt histogram i SPSS basert på residualene. Histogrammet viser en liten skjevhet. Denne skjevheten er imidlertid minimal, og variablene vurderes som tilnærmet normalfordelte. Histogrammet fra testen finnes i figur 8.1 i vedlegg 8.

Forutsetning 2: Fravær av heteroskedastisitet

For å teste om modellen er heteroskedastisk, vil jeg anvende samme metode som ble presentert i kapittel 4.4.1. Resultatet fra testen viser at scatterplottene ikke har vifteform, som vil si at variansen til residualene er omtrentlig den samme for alle verdier av X-variablene (Eikemo & Clausen, 2012). Scatterplottet finnes i figur 8.2 i vedlegg 8.

Forutsetning 3: Fravær av autokorrelasjon

Verdier på samme variabel skal ikke korrelere. Dersom de gjør det er det et tilfelle av autokorrelasjon (Eikemo og Clausen, 2012). For at autokorrelasjon ikke skal være et problem, skal Durbin-Watson verdien være nær to (Eikemo & Clausen, 2012). Durbin-Watson verdien for mitt datamateriale er 1,928, som vil si at det ikke er problem med autokorrelasjon. Resultatet kan leses av i tabell 8.2 i vedlegg 8.

Forutsetning 4: Fravær av multikollinearitet

Det er hensiktsmessig å unngå at variabler korrelerer med hverandre (Eikemo og Clausen, 2012). Spørreskjemaet består av flere variabler som måler holdninger, og det kan være tilfeller av multikollinearitet mellom noen av variablene i spørsmål 10 og 11. Etter en vurdering av hvilke variabler det var nødvendig å inkludere for å kunne besvare forskningsspørsmål 3, kjørte jeg korrelasjonstest på variablene. Korrelasjonen mellom variablene skal ifølge Pearsons korrelasjon ikke har verdier over 0,8. Resultatet fra tabellen viser at ingen av variablene har verdier over kravet. En oversikt over korrelasjonstabellen finnes i tabell 8.1 i vedlegg 8.

Forutsetning 5: Ikke-linearitet

For å teste om sammenhengen mellom avhengig variabel og de uavhengige variablene er lineære vil jeg bruke samme fremgangsmåte som ble anvendt for de to første forskningsspørsmålene.

Resultatene fra observasjonsplottene viser at samtlige uavhengige variabler har en tilnærmet lik lineær sammenheng med den avhengige variabelen betalingsvilje. Observasjonsplottet av lineær sammenheng mellom alder og etterspørsel er basert på den nye aldersvariabelen. Resultatet fra testene kan leses av i figur 8.3 til og med figur 8.17.

Forutsetning 6: Fravær av innflytelsesrike enheter

På lik linje med de andre forskningsspørsmålene, anvendes boksploTT for å identifisere innflytelsesrike enheter.

Resultatet fra det første boksploTTet viser at ingen enheter har leverage-verdier over 0,2. Samtidig er det seks enheter som skiller seg ut fra resten. Jeg gikk dermed tilbake i det opprinnelige datasettet for å sjekke ut eventuelle feilregistreringer av enhetene. Det var ingen feilregistreringer av svar eller feilsvar blant de seks respondentene. Det var noen rare kombinasjoner, men jeg kan ikke med sikkerhet si at disse er tydelige feilsvar.

Resultatet fra boksploTTet finnes i figur 8.18 i vedlegg 8.

Resultatet fra det andre boksploTTet viser flere enheter med $DF\beta$ -verdier over 0,2 og under -0,2. Disse verdiene betraktes som risikable (Eikemo og Clausen, 2012).

Enhetene som skiller seg ut ble derfor sjekket for eventuelle feil. Ingen av enhetene har feilregistrerte svar eller tydelige feilsvar. Resultatet fra testen finnes i figur 8.19 i vedlegg 18.

Resultatet fra Cook's D testen viser ingen verdier over 1. Datasettet inneholder heller ingen feilkodinger eller tydelig antydninger til feilsvar. Samtlige enheter beholdes derfor til videre analyser. For en fullstendig oversikt over boksploTTet for Cook's D, se figur 8.20 i vedlegg 8.

4.5 Gjennomføring av analyser

Hypotesetestene gjennomføres med «hierarkiske» metoder. Det vil si at de uavhengige variablene inkluderes stegvis. Denne metoden gjør det mulig å se om de uavhengige variablene bidrar signifikant til modellen og for å avgjøre hvilken modell som gir best forklaringskraft (Eikemo og Clausen, 2012). For lineære regresjonsanalyser blir hvert steg kalt modell, mens i logistiske regresjonsanalyser anvendes betegnelsen blokk.

Den første analysen (fotballinteresse) inkluderte to modeller. Modell 1 består av resultatene fra de demografiske variablene, mens modell to har lagt til variabelen fotballaktivitet. Ved hjelp av F-testen kan jeg lese av at begge modellene er signifikante hver for seg. Modellens forklaringskraft øker imidlertid fra modell 1 til modell 2. R^2 change viser at forklart varians øker fra 0,171 til 0,317, mens Sig. F-change viser at endringen fra modell 1 til modell 2 er signifikant. Det betyr at fotballaktivitet

bidrar signifikant til modellen. Jeg kan derfor konkludere med at det er best å benytte modell 2 med de demografiske variablene og fotballaktivitet. Oversikt over resultatet i modellene finnes i tabell 9.1 i vedlegg 9, mens endringer fra modell 1 til modell 2 finnes i tabell 4.2 i vedlegg 4.

De tre logistiske regresjonsanalysene inkluderte de samme uavhengige variablene. Analysene inkluderte fem blokker hver. Den første blokken består av variabelen menn, den andre blokken alder og den tredje inkluderte studiestedene HiOA, UiO og BI. Deretter ble fotballaktivitet lagt til i den fjerde blokken, mens fotballinteresse ble inkludert i den siste blokken. For å vurdere hvilken blokk det er best å benytte i logistiske regresjonsanalyser, kan vi ta utgangspunkt i Nagelkerke R^2 . Denne testen illustrerer hvor mye av variasjonen i utfallet som kan forklares av de ulike blokkene i modellen (Pallant, 2013). Siden testen viser at den siste blokken (med alle variabler inkludert) har høyeste verdi i alle de tre logistiske analysene, kan jeg konkludere med at det er best å benytte resultatene fra blokk 5. Oversikt over blokkene fra samtlige tre analyser finnes i tabell 9.2 (herrelandslaget), tabell 9.3 (internasjonale lag) og tabell 9.4 (norske lag) i vedlegg 9.

Hoved-analysen (etterspørsel) bestod av tre modeller. Modell 1 inkluderte de demografiske variablene, mens variablene fotballinteresse, interesse for internasjonale klubblag, interesse for norske klubblag og fotballaktivitet ble inkludert i modell 2. Til slutt ble de kategoriske holdningsfaktorene inkludert i modell 3. F-testen viser at modell 2 og 3 er signifikante hver for seg. Forklart varians øker fra 0,007 (modell 1) til 0,129 (modell 2) til 0,223 (modell 3). I tillegg viser Sig. F-Change kolonnen at endringen fra modell 1 til modell 2 er signifikant. Det betyr at variablene fotballinteresse, fotballaktivitet, interesse for norske klubblag og interesse for internasjonale lag bidrar signifikant til modellen. Samtidig er endringen til modell 3 signifikant, som vil si at holdningsvariablene også bidrar signifikant til modellen. 30 % av variansen i den avhengige variabelen kan forklares ved hjelp av de uavhengige variablene som er inkludert i modell 3. Siden verdien til R^2 er høyest når alle de nevnte variablene inkluderes i modellen, kan jeg konkludere med at modell 3 er beste alternativ. En oversikt over modellene fra analysen finnes i tabell 9.5 i vedlegg 9, mens endringer fra modell 1 til modell 2 og 3 vises i tabell 9.2 i vedlegg 9.

5. RESULTATER OG DISKUSJON

Dette kapittelet deles inn i fire hoveddeler. De tre første følger hvert sitt forskningsspørsmål der resultater og trender for hypotesetestene beskrives og diskuteres. Avslutningsvis vil jeg konkludere studien.

5.1 *Forskningsspørsmål 1: Fotballinteresse*

Hensikten med forskningsspørsmål 1 er å undersøke fotballinteressen blant unge voksne i Oslo, samt identifisere hva som kjennetegner de som i stor grad interesserer seg for fotball. Frekvensanalysen, tidligere presentert i kapittel 4.1, viser at den gjennomsnittlige fotballinteressen blant respondentene er 5, og at menn har en større interesse for fotball enn kvinner. Siden interesseskalaen jeg valgte å anvende strekker seg fra 1 til 10, kan det hevdes at unge voksne i Oslo i gjennomsnitt er middels interessert i fotball.

Hypotesene $H1_1$ og $H1_2$ tester påvirkning av utvalgte karakteristikk på grad av fotballinteresse. Tabellen nedenfor viser resultatet.

Tabell 5 Resultat fra analyse av fotballinteresse

Uavhengige variabler	B	S.E.
Menn	0,950 **	0,301
Alder	0,004	0,06
HIOA	-0,942*	0,364
UIO	-1,247***	0,357
BI	-0,842*	0,364
Fotballaktivitet	2,932***	0,329

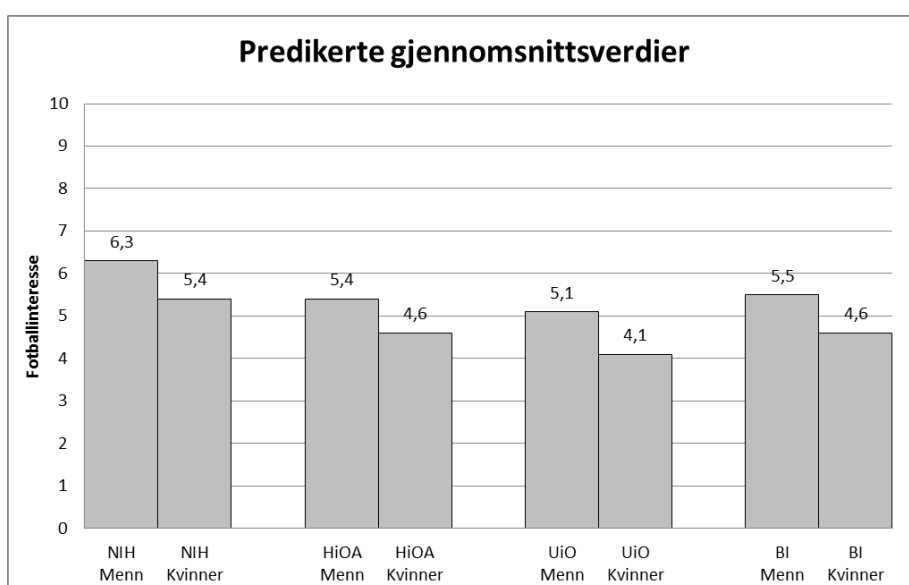
$p < 0,001$ ***, $p < 0,01$ ** , $p < 0,05$ *, *Adjusted R*² = 0,306

5.1.1 Effekten av demografiske variabler

Hensikten med hypotese $H1_1$ er å teste påstanden om fotballinteressen varierer ut i fra karakteristikkene kjønn, alder og yrke/utdanning. Resultatet fra testen viser at mannlige studenter i Oslo i gjennomsnitt har en signifikant høyere interesse for fotball, sammenlignet med sine kvinnelige medstudenter. Videre viser resultatet at studenter fra HiOA, UiO og BI har signifikant lavere interesse for fotball, sammenlignet med studenter fra NIH. Den uavhengige variabelen alder har derimot ingen stor effekt på

fotballinteressen. Resultatet tenderer mot at interessen øker proporsjonalt med alder, men denne tendensen er imidlertid svært minimal.

Med utgangspunkt i regresjonsligningen for modellen regnet jeg ut predikert gjennomsnittlig fotballinteresse basert på forskjeller mellom kjønn, skoler og fotballaktivitet. Figuren nedenfor viser tydelig at studenter ved NIH har størst interesse for fotball generelt. I motsetning forventes det at studenter fra UiO er minst interessert i fotball. Samtidig forventes det at kvinner har en predikert lavere interesse for fotball, sammenlignet med menn, for studenter ved samtlige studiesteder i undersøkelsen.



Figur 5 Predikert gjennomsnittlig fotballinteresse for studenter i alderen 24 år. Modellen inkluderte gjennomsnittsverdien for fotballaktivitet, mens forskjeller i kjønn og studiested er beregnet individuelt.

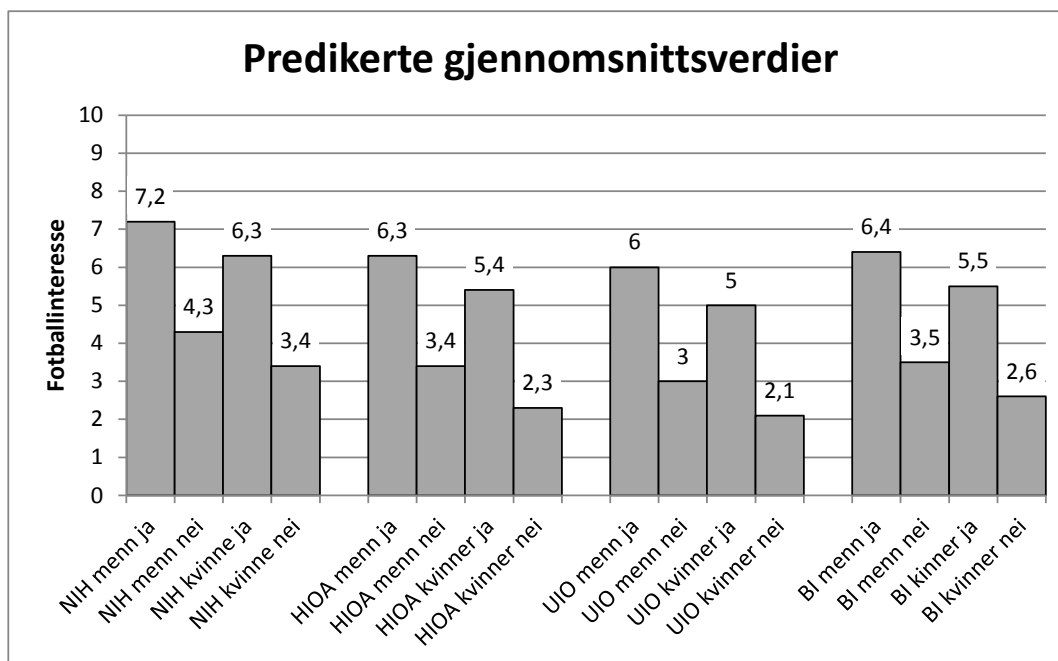
Trendene viser varierende resultater i forhold til hypotesen. Karakteristikkene kjønn og studiested støtter det påståtte forholdet i hypotesen, mens alder har en motstridende effekt. De avvikende resultatene gjør det utfordrende å identifisere en generell retning for forholdet mellom demografiske variabler og fotballinteresse. Det finnes enkelte demografiske karakteristikk som har signifikant sammenheng med grad av fotballinteresse. Resultatet innebærer imidlertid at en ikke kan benytte demografi som en enhetlig forklaringsvariabel.

At menn er signifikant mer interessert i fotball enn kvinner er ikke et overraskende funn. Selv om det er lite forskning på forholdet mellom interesse for et idrettslag og kjønn (Mehus og Kolstad, 2011), er det allment kjent at menn interesserer seg mest for fotball. Videre er det heller ikke overraskende at studenter fra NIH er gjennomsnittlig mer interessert i fotball enn studenter fra de andre tre studiestedene. NIH er en skole der idrett og fysisk aktivitet står sentralt. Valg av utdanning og yrke er ofte et resultat av individers interesser (Merkur Cappelen Damm). Det er derfor ikke uventet at studenter med en idrettsrelatert utdanning har en gjennomsnittlig høyere interesse for fotball enn studenter ved andre utdanningsinstitusjoner.

Det er overraskende at fotballinteressen blant studentene ikke varierer mellom ulike aldersgrupper. Tidligere forskning viser at interesse for varer og tjenester varierer mellom ulike aldersgrupper (Merkur Cappelen Damm, u.å.). I tillegg hevder Mehus (2005) at det er store forskjeller mellom sosiale motiver for å være tilskuer på idrettsarrangementer og ulike aldersgrupperinger. Samtidig er en mulig forklaring utvalget. Utvalget i denne studien er unge voksne og avstanden mellom ulike alderstrinn er derfor liten. Som en konsekvens av funnene blir argumentet om at fotballinteresse varierer mellom aldersgrupper motbevist, men kun for utvalget studien dekker. Det er sannsynlig at en studie der flere aldersgrupper inkluderes kan gi resultater med en positiv effekt.

5.1.2 Effekten av fotballaktivitet

Hypotese H1₂ tester hvorvidt deltakelse i fotballaktivitet har en effekt på grad av fotballinteresse blant unge voksne. Resultatet fra analysen viser at fotballaktivitet har en sterk relasjon til grad av fotballinteresse. Dette kommer også tydelig frem i figur 6 nedenfor. Figuren viser den predikerte gjennomsnittlige fotballinteressen blant kvinner og menn i aldersgruppen 24 år basert på effekten av fotballaktivitet mellom de fire utdanningsinstitusjonene.



Figur 6 Predikert gjennomsnittlig fotballinteresse blant menn og kvinner i alderen 24 år fordelt på studiested og fotballaktivitet, der ja betyr spiller eller har spilt organisert fotball og nei betyr aldri vært delaktig i fotballaktivitet.

Mannlige studenter fra NIH som spiller eller har spilt organisert fotball i aldersgruppen 24 år predikeres en gjennomsnittlig fotballinteresse på litt over 7 på en skala fra 1 til 10, mens kvinnelige medstudenter forventes en gjennomsnittlig fotballinteresse på litt over 6. Den predikerte fotballinteressen blir imidlertid betydelig svekket dersom studentene aldri har spilt organisert fotball. De samme trendene vises blant de resterende skolene. Figuren viser at det er en betydelig sammenheng mellom fotballaktivitet og fotballinteresse. Resultatene fra analysen i tabell 5 ovenfor viser også at fotballaktivitet er variabelen med størst effekt på fotballinteressen, kontrollert for de andre inkluderte variablene i analysen.

Resultatet samsvarer med tidligere forskning på emnet, blant annet Funk og James' (2001) funn om at interesse for fotball og fotballaktivitet har en positiv relasjon. Det som er spesielt interessant med resultatet i denne studien er den sterke sammenhengen som påvises mellom variablene. Fotballaktivitet er den uavhengige variabelen med størst effekt på fotballinteresse blant samtlige inkluderte variabler i analysen. Funnet innebærer at fotballaktivitet har mye å si for graden av fotballinteresse blant studentene i Oslo.

På en annen side betyr ikke resultatene at samtlige studenter som er eller har vært aktive fotballspillere har høy fotballinteresse, og at studenter som aldri har spilt organisert fotball ikke er interessert i fotball. Resultatene viser den gjennomsnittlige predikerte effekten basert på alle enheter i studien. Det er derfor mulig å anta at studenter som er eller har vært aktiv i fotballaktivitet i gjennomsnitt har en høyere fotballinteresse, sammenlignet med studenter som aldri har spilt fotball aktivt. Samtidig er det viktig å nevne at det kan finnes unntak.

5.2 Forskningsspørsmål 2: Interesse for herrelandslaget

Hensikten med forskningsspørsmål 2 er å undersøke interessen for det norske herrelandslaget blant unge voksne i Oslo, sammenlignet med interessen for norske klubblag og internasjonale klubb/landslag. Frekvensanalysen i kapittel 4.1 viser at det er flest som interesserer seg mest for internasjonale lag. Av 382 respondenter som svarte på spørsmålet, svarte 55,5 % at de interesserer seg mest for internasjonale lag og 27,8 % at de interesserer seg mest for norske klubblag. Bare 16,7 % svarte at de interesserer seg mest for herrelandslaget.

Hypotesene $H_{2,1}$, $H_{2,2}$ og $H_{2,3}$ tester påvirkning av utvalgte karakteristikk på interesse for herrelandslaget, norske klubblag og internasjonale klubb/landslag. Hypotesetestene gjennomføres med tre logistiske regresjonsanalyser. Tabellen nedenfor viser resultatet. Videre presenteres og drøftes resultatene fra hypotesetestene presentert i tabellen.

Tabell 6 Resultater fra analysene av interesse for herrelandslaget, internasjonale lag og norske klubblag

	Herrelandslaget	Internasjonale lag	Norske klubblag
Variabel	OR	OR	OR
Konstant	0,4	0,25	1,44
Menn	1,03	1,69	0,52*
Alder	1,14	1	0,91
HIOA	0,92	1,55	0,65
UIO	1,01	1,46	0,66
BI	0,78	2,38**	0,42*
NIH	1	1	1
Spiller/spilt	1,02	1	1,05
Fotballinteresse	0,78***	1,18***	0,97
	Endring	Endring	Endring
	-2LL***	-2LL***	-2LL
Nagelkerke R ²	12,10 %	13,70 %	8,20 %

$p < 0,001$ ***, $p < 0,01$ ** , $p < 0,05$ *, OR = Oddsratio, -2LL = -2*LogLikelihood

5.2.1 Effekten av demografiske variabler

Hypotese H₂₁ tester hvorvidt utvalgte karakteristikker har sammenheng med interesse for herrelandslaget, sammenlignet med interesse for andre lag.

Resultatet fra analysen av herrelandslaget viser at samtlige inkluderte demografiske variabler har en minimal sammenheng med interesse for herrelandslaget. Ved å beregne den prosentvise endringen i odds mellom mannlige og kvinnelige studenter (100*(Exp(B)-) finner jeg at sannsynligheten for at individer foretrekker herrelandslaget fremfor andre lag øker minimalt fra kvinner til menn med 3 % forskjell. Videre øker sannsynligheten for å interessere seg mest for herrelandslaget med 14 % fra yngste aldersgruppe til eldste aldersgruppe i denne studien. Trendene viser varierende effekt på studiesteder. Sannsynligheten for å interessere seg mest for herrelandslaget er 8 % lavere blant studenter fra HiOA og 22 % lavere blant studenter fra HiOA, sammenlignet med studenter fra NIH. Det er imidlertid tilnærmet lik sannsynlighet for at studenter fra UiO og NIH foretrekker herrelandslaget fremfor andre lag. Likevel er forskjellene minimale.

Sannsynligheten å engasjere seg mest for internasjonale lag er 69 % høyere for menn enn for kvinner, kontrollert for de andre inkluderte variablene i analysen. Denne forskjellen er relativt stor. Samtidig er ikke effekten stor nok til at den er signifikant.

Videre øker sannsynligheten med 138 % for at studenter fra BI interesserer seg mest for internasjonale lag, sammenlignet med studenter fra NIH. Resultatet viser det samme for studenter fra HiOA (55 %) og UIO (46 %), sammenlignet med studenter fra NIH. Det er imidlertid bare forskjellen mellom BI og NIH som viser signifikant forskjell. I tillegg er det ingen forskjeller i aldersgruppene.

I forhold til den siste analysen av interessen for norske klubb lag, er sannsynligheten for å engasjere seg mest for norske lag 48 % lavere for menn enn for kvinner kontrollert for de andre uavhengige variablene. Samtidig er sannsynligheten for at studenter fra BI foretrekker norske lag 58 % lavere, sammenlignet med NIH. Ingen av de resterende demografiske variablene viser betydelige effekter i analysen.

Trendene fra de tre analysene viser varierende resultater i forhold til effekten av demografiske variabler på interesse for lag. Likevel er det få variabler som har signifikant effekt på interessen for de ulike lagene og som støtter det forventede forholdet. Resultatet viser at mannlige studenter interesserer seg mest for utenlandske lag, mens kvinnelige studenter foretrekker norske klubb lag. Samtidig er sammenhengen mellom kjønn og interesse for internasjonale lag ikke signifikant. Likevel er det overraskende at kvinner interesserer seg mest for norske lag. Ifølge Mehus (2005) er menn ofte mer interessert i fotball, og det er derfor grunn til å tro at menn er mer interessert i norske lag, sammenlignet med kvinner. Funnet viser imidlertid at forholdet er omvendt. Samtidig er en mulig forklaring at studenter med høy interesse for fotball foretrekker internasjonale lag. Frekvensanalysen (kapittel 4.1) viser at menn er generelt mer interessert i fotball, sammenlignet med kvinner. Sannsynligheten for at menn interesserer seg mest for internasjonale lag er derfor større fordi menn har en større interesse for fotball enn kvinner.

Engasjement for et nasjonalt lag avhenger av hvor sterk den nasjonale identiteten er forankret blant individer i en befolkning (Kolstad, 2002). Ifølge Mehus og Kolstad (2011) har kjønn betydning for hvor mye individer identifiserer seg med nasjonale lag. Det er derfor overraskende at resultatet fra analysen viser en svært liten forskjell mellom menn og kvinner. Samtidig hevder Mehus og Kolstad (2011) at nordmenn identifiserer seg svakt med nasjonale lag, noe som er en mulig forklaring til det motstridende funnet. Sammenlignet med interesse for eventuelle lokale lag er nordmenn

mer passive overfor det norske herrelandslaget (Mehus & Kolstad, 2011). I lys av dette avkreftes påstanden om at det er kjønnsmessige forskjeller i interessen for herrelandslaget i fotball.

Videre viser trenden i datamaterialet motstridende funn til hypotesen om at interesse for herrelandslaget varierer ut i fra alder. Funn fra analysen av herrelandslaget viser at sannsynligheten for å interessere seg mest for herrelandslaget øker jo eldre man blir. Dette samsvarer med Jones og Smith's (2001) påstand om at jo eldre individer blir, jo viktigere blir den nasjonale identiteten. Samtidig er forskjellen minimal, noe som gjør at sammenhengen ikke er signifikant. I forhold til interesse for norske lag og interesse for internasjonale lag er sammenhengen heller ikke signifikant.

En mulig forklaring til hvorfor alder ikke har en signifikant sammenheng med interesse for lag er utvalget. Ifølge Jones og Smith (2001) har individer med høyere utdanning en lavere tilknytning til nasjonal identitet. Det betyr at det kan eksistere en negativ forbindelse mellom høyere utdanning og interessen for herrelandslaget. Siden utvalget består av studenter som tar høyere utdanning, er det naturlig å anta at dette har hatt en innvirkning på aldersvariabelen i analysen. I tillegg er avstanden fra laveste til høyeste alder blant respondentene i utvalget liten. Det er dermed mulig å anta at resultatet har blitt påvirket av dette. Dersom studien hadde basert seg på hele Norges befolkning kan det tenkes at resultatet hadde vist mer variasjon. En analyse på dette er derfor relevant til videre forskning på feltet.

I delkapittel 5.1.1 forklarte jeg hvorfor det ikke var overraskende at studenter fra NIH er gjennomsnittlig mer interessert i fotball, sammenlignet med studenter ved andre studiesteder. Resultatet fra analysene av interesse for ulike fotballag er mer variert. Det er ingen signifikante forskjeller mellom skolene. Det betyr at hypotesen, som testet forholdt mellom utdanning/yrke og interessen for herrelandslaget, ikke støttes av mine funn. Variabelen BI har derimot en signifikant effekt på interessen for internasjonale lag. Det betyr at påstanden støttes i denne analysen, men på en annen måte enn forventet. Funnet støtter ikke Merkur Cappelen Damm (u.å) sin påstand om at individer som har en interesse for noe også gjerne arbeider eller tar utdanning innenfor dette interessefeltet, siden det er mer sannsynlig at studenter fra BI er mest interessert i internasjonale fotballag, sammenlignet med studenter fra NIH. Av de fire studiestedene,

er det studenter fra NIH som er minst interessert i internasjonale lag. Resultatet fra den tredje analysen viser imidlertid at det er mer sannsynlig at studenter fra NIH interesserer seg mest for norske klubblag. Alle de andre studiestedene i analysen har en negativ effekt, sammenlignet med NIH. Nok en gang er det bare variabelen BI som er signifikant. I motsetning til analysen av interesse for internasjonale lag, viser trenden i datamaterialet at det er mindre sannsynlig at studenter fra BI interesserer seg for norske lag, sammenlignet med studenter fra NIH. Dette funnet støtter dermed Merkur Cappelen Damm (u.å) sin påstand.

Analyseresultatet falsifiserer hypotese H_{2_1} . Det er minimale karakteristiske forskjeller mellom studenter som interesserer seg mest for herrelandslaget og studenter som foretrekker andre lag. Totalt viser resultatet få signifikante variasjoner i kjønn, alder og studiested i forhold til interesse for lag i alle tre analysene. Hypotesen kan derfor forkastes hypotesen, mens nullhypotesen om at det ikke finnes forskjeller i interessen for det norske herrelandslaget basert på de nevnte karakteristikkene beholdes.

5.2.2 Effekten av fotballaktivitet og fotballinteresse

Hypotese H_{2_2} tester effekten av fotballaktivitet på interessen for herrelandslaget, sammenlignet med andre lag.

Resultatene fra testen viser at fotballaktivitet har liten sammenheng med interessen for herrelandslaget. Sannsynligheten for at studenter som spiller eller har spilt organisert fotball interesserer seg mest for det norske herrelandslaget, er tilnærmet lik sannsynligheten for at studenter som aldri har vært delaktig i idretten interesserer seg mest for herrelandslaget. Det betyr at det ikke er signifikante forskjeller mellom gruppene.

Resultat fra analysene med interesse for norske klubblag og internasjonale lag som avhengige variabler, samsvarer med resultatet fra den første analysen i forhold til effekten av fotballaktivitet. Resultatet fra begge analysene viser at aktiv deltakelse i fotball har liten relasjon med interessen for norske klubblag eller internasjonale klubb/landslag. Trenden viser at forskjellen mellom de som spiller eller har spilt og de som aldri har spilt, er tilnærmet lik for begge analysene.

Hypotese H₂₃ tester sammenhengen mellom fotballinteresse og interessen for herrelandslaget, sammenlignet med andre lag. I motsetning til fotballaktivitet, har fotballinteresse sterk sammenheng med interessen for herrelandslaget. Sammenhengen er imidlertid negativ, som vil si at sannsynligheten for at studenter foretrekker det norske herrelandslaget er lavere jo høyere fotballinteresse studentene besitter. Den prosentvise endringen viser for eksempel at sannsynligheten for å engasjere seg mest for herrelandslaget synker med 90 % ved en økning fra minste til største fotballinteressen målt på en skala fra 1 til 10. Interesse for fotball har også en sterk signifikant sammenheng med interessen for internasjonale lag. I motsetning til interessen for herrelandslaget, er effekten positiv. Sannsynligheten for at studenter foretrekker lag i utlandet fremfor andre lag i Norge øker med 345 % fra laveste til høyeste fotballinteresse. Fotballinteresse har derimot en minimal sammenheng med interessen for norske lag blant studentene. Resultatet fra analysen viser at sannsynligheten for at studenter foretrekker norske lag synker med 25 % jo høyere interessen for fotball er. Forskjellen er derimot så minimal at den kan vurderes som tilnærmet lik.

Hypotese H₂₂ falsifiseres i de tre analysene. Resultatene viser ingen signifikante forskjeller mellom studenter som spiller eller har spilt organisert fotball og de som aldri har spilt organisert fotball i forhold til interesse for lag. Funnet er motstridene til Funk og James' (2001) påstand om at det er en sammenheng mellom fotballaktivitet og grad av interesse. Det samme hevder Merkur Cappelen Damm (u.å) i forhold til at forbruksmønster og interesse har en relasjon. Funn fra denne studien støtter dermed ikke påstandene. Studentenes interesse for herrelandslaget, internasjonale lag eller norske klubblag påvirkes ikke av fotballaktivitet, og det kan derfor hevdes at dette er et sterkt motstridende funn.

Resultatene fra de tre analysene viser varierte funn i forhold til sammenhengen mellom fotballinteresse og interesse for lag. At interessen for herrelandslaget blant studentene varierer ut i fra fotballinteressen er ikke overraskende. På en annen side er det uventet at det er en negativ effekt. Studenter som foretrekker det norske herrelandslaget er generelt mindre interessert i fotball. Samtidig identifiserer yngre personer seg sterkere med lokale lag enn nasjonale (Mehus & Kolstad, 2011), noe som er en mulig forklaring til det uventede funnet. I tillegg er den nasjonale identiteten ofte svakere hos individer som tar høyere utdanning (Jones & Smith, 2001).

Fotballinteresse har også en signifikant sammenheng med interesse for internasjonale lag, men i motsetning til analysen av herrelandslaget, er effekten positiv. Dette funnet er ikke uventet. De fleste studentene som interesserer seg mest for fotball svarte at de er mest interessert i internasjonale lag, sammenlignet med norske klubblag og det norske herrelandslaget. Det er derfor ikke overraskende at resultatet fra analysen viser en sterk sammenheng mellom variablene fotballinteresse og interesse for internasjonale lag.

Fotballinteresse har derimot ikke signifikant sammenheng med interesse for norske klubblag blant studentene. Dette funnet er uventet siden Funk, et al. (2004) hevder interesse for et lag henger sammen med interesse for idretten. Mine funn viser imidlertid at det ikke er noen forskjeller i hvor interessert man er i fotball og interessen for norske klubblag. Dette samsvarer heller ikke med Mehus og Kolstad (2011) sin påstand om at nordmenn identifiserer seg sterkere med lokale lag sammenlignet med nasjonale lag. Trendene viser at fotballinteresserte er mest interessert i internasjonale lag.

5.3 *Forskningsspørsmål 3: Etterspørsel etter herrelandslagskamper*

Hensikten med forskningsspørsmål 3 er å undersøke etterspørselen etter norske herrelandslagskamper i fotball blant unge voksne i Oslo. Betalingsvillighet for kampbilletter benyttes som et mål for etterspørsel. Frekvensanalysen viser at 86 % er villig til å betale for kampbilletter. Av disse er flest villig til å betale 200 kr. Samtidig er 14 % av respondentene ikke villig til å betale for kampbilletter. Det er sannsynlig at denne gruppen har en lavere etterspørsel etter herrelandskamper sammenlignet med studenter som er villig til å betale for kampbilletter. Selv om denne informasjonen er nyttig, er det også svært relevant å forklare fenomenet. Hva er det som påvirker etterspørselen og hvorfor? Hvem er egentlig de som er villig til å betale mest? Og hvem er de som ikke er villig til å betale?

Med utgangspunkt i hypotesene H₃₁ – H₃₁₂, har jeg undersøkt hva som påvirker etterspørselen etter norske herrelandslagskamper i fotball blant unge voksne i Oslo. Tabellen nedenfor viser resultatet.

Tabell 7 Resultater fra analyse av etterspørsel, målt med betalingsvilje

Uavhengige variabler	B	S.E
Menn	-0,044	0,114
Alder	0,012	0,021
HIOA	0,112	0,126
UIO	-0,037	0,127
BI	-0,07	0,134
Generell fotballinteresse	0,105***	0,021
Internasjonale lag	-0,245	0,132
Norske lag	0,041	0,141
Fotballaktivitet	0,093	0,133
Pris	-0,178***	0,048
Kampdag	-0,071	0,045
Vær	0,062	0,045
Stjernespillere	0,05	0,053
Antall mål sist kamp	-0,087*	0,042
Motstander	0,145*	0,063
Usikkerhet	0,016	0,049
Kampens betydning	0,134**	0,049

$p < 0,001$ ***, $p < 0,01$ ** , $p < 0,05$ *, *Adjusted R*² = 0,223

Videre i dette kapittelet presenteres og drøftes resultatene fra hypotesetestene.

5.3.1 Effekten av demografiske variabler

Hypotese H3₁ tar for seg de demografiske variablene, kjønn, alder og studiested, og tester deres sammenheng med etterspørselen.

Resultatene fra analysen viser ingen signifikante sammenhenger mellom samtlige demografiske variabler og etterspørselen med p-verdiene $p = .698$ (menn), $p = .568$ (alder), $p = .373$ (HiOA), $p = .769$ (UiO) og $p = .600$ (BI).

Trendene viser at mannlige studenter i gjennomsnitt er villig til å betale mindre for kampbilletter enn kvinnelige studenter. Videre øker den maksimale betalingsviljen proporsjonalt med alder. I forhold til studiestedene er både studenter fra UIO og BI villig til å betale mindre, sammenlignet med studenter fra NIH. Studenter fra HIOA er imidlertid villig til å betale litt mer enn studenter fra NIH.

I den påfølgende tabellen oppsummeres trendene fra analyseresultatet.

Selv om trendene viser forskjeller blant studentenes maksimale betalingsvilje i forhold til karakteristikk, er disse forskjellene minimale. De demografiske variablene har dermed lite å si for hvordan etterspørselen er blant studentene. Resultatene støtter dermed ikke påstanden om at forbruksmønster av varer og tjenester varierer mellom kjønn. Hypotesen tilsier at menn er oftere på fotballkamper enn kvinner (Merkur Cappelen Damm, u.å), men etterspørselen etter herrelandskamper viser derimot ingen signifikante forskjeller mellom kjønn. Det samme viser resultatet på effekten av alder og studiested. Hva betyr egentlig resultatene?

Resultatet viser at mannlige studenter er villig til å betale gjennomsnittlig like mye for kampbilletter, sammenlignet med kvinnelige medstudenter. Med andre ord er etterspørselen lik mellom kjønn. Videre viser funnene at selv om studenter fra NIH i gjennomsnitt har en høyere interesse for fotball, er de villig til å betale i gjennomsnitt like mye for kampbilletter som studenter med høyere utdanning fra andre studiesteder. Alderen på studentene påvirker heller ikke studentenes vilje til å betale for kampbilletter.

Etterspørselen påvirkes ikke av karakteristikkene kjønn, alder eller utdanning, som betyr at hypotese H3₁ forkastes. Samtidig beholdes nullhypotesen, som sier at etterspørselen etter herrelandskamper blant unge voksne i Oslo har ingen sammenheng med kjønn, alder og utdanning.

5.3.2 Effekten av fotballinteresse, interesse for herrelandslaget og fotballaktivitet

Hypotese H3₂ tester om etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant unge voksne i Oslo påvirkes av fotballinteresse. Resultatene fra testen viser at fotballinteresse har en sterk positiv signifikant effekt på den maksimale betalingsviljen blant studentene med p-verdi $p = .000$. Trenden viser at jo høyere fotballinteressen er blant studentene, jo høyere er betalingsviljen. Dette funnet er som forventet. Studenter i Oslo som er svært interessert i fotball, er villig til å betale mer for kampbilletter enn studenter med liten fotballinteresse. Det er sannsynlig at etterspørselen er høyere blant disse studentene, sammenlignet med studenter som ikke er interessert i fotball.

Hypotese H3₃ tester hvorvidt det er forskjeller i etterspørselen basert på interesse for det norske herrelandslaget, sammenlignet med interessen for andre lag. Resultatet fra analysen viser ingen signifikante sammenhenger mellom hvilket lag studentene engasjerer seg mest for og viljen til å betale for kampbilletter. P-verdiene for interesse for norske klubblag og internasjonale lag er $p = .771$ og $p = .064$. Trenden tenderer mot at etterspørselen er større blant studenter som foretrekker internasjonale lag, sammenlignet med studenter som interesserer seg mest for herrelandslaget. Studenter som foretrekker norske klubblag har derimot en høyere etterspørsel, sammenlignet med studenter som interesserer seg mest for herrelandslaget.

Det kan virke litt rart at studenter som engasjerer seg mest for norske lag er villig til å betale gjennomsnittlig mer for å se herrelandslaget spille, enn studenter som foretrekker herrelandslaget fremfor andre lag. Årsaken grunner nok i at de som interesserer seg mest for herrelandslaget har en lavere interesse for fotball generelt, enn studenter som foretrekker norske klubblag. Siden studenter med høy interesse er villig til å betale mer, blir også effekten av interesse for norske lag på etterspørselen positiv, sammenlignet med interessen for herrelandslaget. Det er imidlertid viktig å huske at forskjellene ikke er signifikante og at relasjonen med hensyn til trenden ikke kan betraktes som vitenskapelig bevist.

Hypotese H3₄ tester om etterspørselen etter norske herrelandskamper påvirkes av fotballaktivitet. Resultatet fra testen viser ingen signifikant sammenheng mellom variablene med p-verdi $p = .482$. Trendene i datamaterialet viser at studenter som spiller eller har spilt organisert fotball er villig til å betale gjennomsnittlig mer enn studenter som aldri har spilt organisert fotball. Forskjellen er imidlertid minimal.

I henhold til nevnte resultater bekreftes hypotese H3₂. Grad av fotballinteresse har en signifikant effekt på både interesse for herrelandslaget (presentert i delkapittel 5.2.2) og etterspørselen etter herrelandslagskamper. I forhold til etterspørselen har imidlertid fotballinteresse en positiv effekt, mens den samme variabelen har en negativ effekt på interessen for herrelandslaget. Det kan tyde på at laget studenter foretrekker mest har en effekt på etterspørselen etter herrelandskamper. Trendene viste at dette stemmer. Studenter som interesserer seg mest for norske lag er villig til å betale mer for kampbilletter, sammenlignet med studenter som foretrekker herrelandslaget. En

forklaring på denne trenden kan være at kvinner engasjerte seg mest for norske lag, og kvinner er også villig til å betale mer for kampbilletter, sammenlignet med menn. Det er derfor ikke overraskende at variabelen internasjonale lag har en negativ effekt på etterspørselen, siden menn er mest interessert i internasjonale lag og de er samtidig villig til å betale mindre for kampbilletter enn kvinner.

Resultatet fra hypotese H3₂ samsvarer med Pritchard og Funk (2010) sine funn. De fant i sin studie at tilskuere deltar på kamper på grunn av en interesse for en gitt idrett eller klubb. De hevdet derfor at interesse for en idrett og intensjonen av å gjennomføre en atferd knyttet til idretten henger sammen. Funn fra denne studien bekrefter at interessen for fotball blant studenter har en positiv effekt på etterspørselen etter norske herrelandskamper. På en annen side støtter ikke resultatene fra hypotese H3₃ Pritchard og Funk (2010) sine funn. Interessen for herrelandslaget antas å være en avgjørende faktor for intensjonen om å kjøpe kampbilletter. Resultatet fra hypotesen viser derimot at forskjellen mellom interessen for norske lag og internasjonale lag (sammenlignet med interessen for herrelandslaget) og etterspørselen er signifikant. Hypotese H3₃ kan derfor forkastes, mens nullhypotesen om at det ikke er sammenheng mellom interesse for lag og etterspørsel beholdes.

Med utgangspunkt i Pritchard og Funk (2010) antar jeg at fotballaktivitet påvirker fotballinteressen blant studentene positivt og at interessen for fotball påvirker intensjonen for å dra på kamper positivt. Trendene i datamaterialet antyder at fotballaktivitet har en signifikant positiv sammenheng med den generelle fotballinteressen blant studentene presentert i kapittel 5.1.2. Illustrert i kapittel 5.2.2 var derimot relasjonen mellom interesse for lag og fotballaktivitet fraværende. Det samme viser resultatet fra hypotese H3₄. Modellen predikerer at studenter som driver eller har drevet med fotballaktivitet er villig til å betale mer for kampbilletter, sammenlignet med andre studenter som aldri har vært aktive fotballspillere. Likevel er ikke forskjellen mellom de to gruppene betydelig i henhold til etterspørselen.

De samlede effektene av fotballaktivitet i de fem analysene viser imidlertid variasjoner. For det første er fotballaktivitet antydning å ha en positiv sammenheng med grad av fotballinteresse blant studentene. Dette er ikke uventet. For det andre har fotballinteresse en predikert positiv effekt på etterspørselen, mens fotballaktivitet har

ingen effekt. Dette funnet var mer overraskende og det ble derfor nødvendig å utforske hvilke variabler som påvirker fotballaktivitet med en ny lineær regresjonsanalyse (resultatet fra analysen finnes i vedlegg ()). Resultatet viser at fotballaktivitet har en signifikant effekt på etterspørselen blant unge voksne dersom variabelen fotballinteresse ikke er inkludert. Effekten fra fotballaktivitet blir dermed "spist opp" av effekten til fotballinteresse i analysen.

For denne studien endres ikke utfallet av H3₄. Samtidig er det viktig å poengtere at fotballaktivitet kan ha en effekt på etterspørselen blant studenter, men kontrollert for de andre variablene som inkluderes, er forskjellen minimal i denne settingen. Siden fotballaktivitet har ingen signifikant effekt på etterspørselen, forkastes hypotese H3₄, mens nullhypotesen om at det ikke er sammenheng mellom fotballaktivitet og etterspørsel etter norske herrelandslagskamper i fotball bekreftes.

5.3.3 Effekten av samfunnsøkonomiske forhold, kvalitet og egenskaper til idrettskonkurranser

Hypotesene H3₅ til og med H3₁₂ er basert på kjente drivere for etterspørsel etter tilskueridretter. Resultatet fra hypotese H3₅ viser at pris har en sterk signifikant sammenheng med etterspørselen etter herrelandslagskamper blant studenter ($p = .000$). Trendene i datasettet viser imidlertid at effekten er negativ.

Videre viser resultatene at hverken kampdag (H3₆), vær (H3₇) eller stjernespillere (H3₈) har signifikante sammenhenger med etterspørselen. Både vær og stjernespillere har en positiv effekt på etterspørselen. Det betyr at jo viktigere vær og stjernespillere er for intensjonen for å dra på herrelandskamper blant studentene, jo mer er de villig til å betale for kampbilletter. Kampdag har derimot en negativ effekt på etterspørselen. Studenter er villig til å betale mindre for kampbilletter dersom kampdag er viktig for intensjonen om å dra på herrelandslagskamper, sammenlignet med studenter som ikke påvirkes av hvilken dag kampen spilles. Selv om trendene i datamaterialet viser at det er forskjeller, er det ikke godt nok grunnlag til å generalisere om effektene fordi forskjellene er minimale.

Resultatet fra hypotese H3₉ og H3₁₀ viser derimot signifikante forskjeller med p-verdier $p = .037$ og $p = .022$. Trendene i datamaterialet viser at jo viktigere antall mål Norge scorete sist kamp er for lysten til å dra på herrelandskamper blant studentene, jo mindre

er studentene villig til å betale for kampbilletter. Denne effekten er dermed negativ. Studenter er derimot villig til å betale mer for kampbilletter dersom de mener motstander er viktig for intensjonen.

Resultatet fra analysen viser at usikkerhet (H_{311}) har ingen signifikant sammenheng med etterspørselen blant studentene ($p = .752$). Dersom studenter mener en jevn kamp er viktig for at de skal ville dra på herrelandslagskamper, er de villig til å betale mer for kampbilletter. Denne forskjellen er derimot minimal og det er ikke grunnlag for generalisering. Kampens betydning (H_{312}) har derimot en signifikant sammenheng med etterspørselen ($p = .007$). Trenden i datamaterialet viser at jo viktigere det er at kampen har en betydning for studentenes intensjon om å dra på kamper, jo høyere er den maksimale betalingsviljen for kampbilletter.

I henhold til nevnte resultater er det store variasjoner. Enkelte hypoteser bekreftes, samtidig som andre hypoteser avkreftes. Forskjellene mellom forklaringsvariablene kan antakelig skyldes at variablene som er inkludert påvirker hverandres utfall. Variablene pris og antall mål ikke har signifikant sammenheng med betalingsvilje alene, men sammen med de andre inkluderte variablene i analysen blir utfallet motsatt. Pris blir spesielt påvirket av variabelen fotballinteresse, mens variabelen antall mål blir signifikant når stjernespiller og kampens betydning inkluderes i analysen. Selv om den opprinnelige analysen beholdes er det interessant å vite hvilke variabler som påvirker hverandre i analysen.

Resultatet fra analysen bekrefter hypotese H_{35} . Hypotesen ble basert på MacDonald (2003) sin påstand om at pris på kampbilletter har en negativ effekt på etterspørselen. MacDonald (2003) hevder pris på billetter er spesielt viktig blant tilskuere på fotballkamper i Europa. Trenden i datamaterialet er derfor ikke uventet. Dette henger sammen med at dersom pris er en viktig faktor for individers ønske om å dra på herrelandskamper, har han/hun en lavere godttatt grense for hvor mye det er verdt å betale, sammenlignet med individer som ikke inkluderer pris som en viktig bestemmelsesfaktor. På en annen side hevder Feehan (2006) at forandringer i pris ikke påvirker tilskuere i alle lagidretter. I lys av denne studien kan det likevel tyde på at pris har stor innvirkning på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper i fotball blant studenter i Oslo.

Pris spiller en stor rolle i forhold til markedets etterspørsel etter en bestemt vare eller tjeneste (Eschenfelder & Li, 2007), noe som er en mulig forklaring til hvorfor pris har en så stor effekt på etterspørselen i denne studien. Representative forbrukere foretrekker antakelig å forbruke varer eller tjenester som maksimerer nytten. Valget på hvilke varer eller tjenester som kjøpes er imidlertid underlagt en individuell budsjettbegrensning (MacDonald, 2003). Det vil si at valget individer gjør på hva de forbruker, blant annet avhenger av hvor mye de selv er villig og har mulighet til å betale for produkter de ønsker. En økning i billettpriser fører ofte til en nedgang i antall billetter som blir kjøpt (Eschenfelder og Li, 2007). Det er tydelig at pris ofte har en sammenheng med forbruksmønster. Det er derfor ikke overraskende at studenter i Oslo mener pris er viktig for deres intensjon om å dra på herrelandslagskamper, og at pris har en negativ sammenheng med etterspørselen.

Ifølge Forrest og Simmons (2006) er det interessant å undersøke om hvilken dag kamper spilles på har en effekt på etterspørselen etter kampen siden fritid og tilgjengelighet av fritidsaktiviteter har økt kraftig i de senere år. Tidligere funn viser at planlegging av kampdag har en effekt på etterspørsel, der tilskuerantallet er høyere dersom kamper spilles i helgen MacDonald (2003). Funn fra min analyse viser derimot at kampdag ikke har sammenheng med etterspørselen etter herrelandslagskamper blant studenter i Oslo. Funnene MacDonald (2003) refererer til er basert på idrettene baseball (USA) og cricket (England). En mulig forklaring til at funn i denne studien ikke samsvarer med den tidligere forskningen kan derfor være at de nevnte funnene ikke inkluderte undersøkelser på fotballtilskuere. På en annen side samsvarer imidlertid ikke mine funn med tidligere forskning på etterspørselen blant tilskuere i fotball i en engelsk kontekst. I engelsk fotball er publikumsdeltakelsen lavere hvis kampen spilles på hverdag. (Forrest & Simmons, 2006). Mine funn viser derimot at etterspørsel ikke har sammenheng med når kamper spilles. Hypotese H3₆ kan dermed forkastes, mens nullhypotesen, om at det ikke er sammenheng mellom studentenes etterspørsel etter herrelandslagskamper og hvilken dag kamper spilles, beholdes.

Hypotese H3₇ samsvarer derimot med tidligere funn fra britiske studier på at etterspørselen ikke er væravhengig. Disse funnene er imidlertid basert på geografiske forskjeller. Forskning på etterspørselen blant tilskuere i Amerika antyder at regn og ekstreme temperaturer har en negativ effekt på befolkningen. Britiske studier insinuerer

derimot at tilskuere ikke påvirkes av uønsket vær (MacDonald, 2003). Som tidligere nevnt målte spørsmålet hvor viktig været er for respondentenes intensjon om å dra på herrelandslagskamper i fotball. Siden jeg antok at nordmenn ikke påvirkes av været, på lik linje med funn fra britiske studier, kan H3₇ bekrefte. Som en følge forkastes nullhypotesen om at det er en sammenheng.

Norge opplever mye likt vær som Storbritannia. Dette er derfor en mulig forklaring til hvorfor etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant studenter i Oslo ikke signifikant påvirkes av vær er. På en annen side betyr ikke mine funn at hele Norges befolkning ikke bryr seg om været. Det er mulig at andre målgrupper, som for eksempel eldre, har andre holdninger til uønsket vær. Dersom studien baseres på hele Norges befolkning kan det tenkes at resultater viser mer variasjon. En analyse på når det faktisk kommer flest tilskuere kan dermed være relevant til videre forskning på feltet for å undersøke hvilken effekt vær har på etterspørselen etter herrelandslagskamper i andre målgrupper.

Resultatene er motstridende til H3₈. Selv om det er få funn fra tidligere forskning som støtter hypotesen om at tilskuerantall påvirkes positivt av stjernespillere (MacDonald, 2003), ble hypotesen basert på at stjernespillere har en positiv effekt. Resultatet viser riktignok at effekten er positiv på studentenes etterspørsel, men den er minimal. Det kan derfor tyde på at mine funn samsvarer med de fleste tidligere studier, som finner ingen sammenheng mellom stjernespillere og etterspørsel (MacDonald, 2003). Dette støtter derimot ikke Gammelsæther og Ohr (2002) sin påstand om at spillets underholdningsverdi og eventuelle stjernespillere er en del av opplevelsen tilskuere ønsker på kamper. Funnet er derfor litt overraskende.

En mulig forklaring på hvorfor stjernespillere ikke har en signifikant effekt på etterspørselen blant unge voksne i Oslo, kan være situasjonen som er i Norge. Det kan hevdes at det norske herrelandslaget ikke har store stjernespillere per dags dato. Dette kan føre til at den forventede underholdningsverdien på kamper, spesielt i forhold til ekstraordinære ferdighet (MacDonald, 2003), svekkes blant studenter i Oslo. Det norske herrelandslaget har ingen fotballprofiler som kan måle seg med entusiasmen for de beste i verden. Det betyr derimot ikke at det norske herrelandslaget aldri kommer til å bestå av stjernespillere som kan trekke flere tilskuere. Den siste tiden har flere unge spillere,

som for eksempel Martin Ødegaard, blitt spådd en lysende karriere innenfor fotball, både i Norge og internasjonalt. Antakelig kan spillere som Martin Ødegaard tiltrekke flere tilskuere til herrelandslagskampene. Funn fra denne studien er ikke en fasit. Det er imidlertid en indikasjon på hvordan situasjonen er per i dag. Det er derfor relevant å undersøke om mine funn stemmer med andre målgrupper. Basert på funn fra denne studien forkastes H_{38} , mens nullhypotesen om at etterspørselen ikke påvirkes av stjernespillere beholdes inntil videre.

Hypotese H_{39} , som tester effekten av antall mål, bekreftes av resultatene fra analysen. Det er ikke overraskende at antall mål Norge scorete sist kamp har en effekt på etterspørselen blant studenter i Oslo. Det som derimot er uventet er at effekten er negativ. Antall mål et lag klarer å score er en indikasjon på lagets form i den perioden (Dobson og Goddard, 2001) og dermed også et mål for hvor høy den forventede underholdningsverdien er (Gammelsæther og Ohr, 2002). Det er derfor overraskende at studenter som mener antall mål Norge scorete sist kamp er viktig for deres intensjon om å dra på herrelandslagskampene har en lavere betalingsvilje, sammenlignet med studenter som mener antall mål ikke er viktig.

Herrelandslaget resultater har uteblitt de siste årene, noe som er en mulig forklaring på det uventede negative effekten. Herrelandslaget har ikke klart å kvalifisere seg til mesterskap. For å vinne kamper, må man kunne score mål. Det norske herrelandslaget scorer tydeligvis ikke nok mål når det gjelder. Det kan føre til at studenter antakelig ikke forventer ekstraordinære prestasjoner siden det er få tilskuere på kampene. Dette støttes av Simmons og Forrest (2006) som hevder at få tilskuere på kampene antas å ha sammenheng med lagets prestasjoner (Simmons og Forrest, 2006). Det er derfor sannsynlig at studenter som mener at antall mål er viktig, ikke forventer at herrelandslaget kan bevilge underholdende fotballkamper. Disse studentene regnes som medgangssupportere, som er sensitive til dårligere perioder (Dobson & Goddard, 2001). Det presenterte funnet på variabelen mål støtter dermed påstanden om at etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant studenter i Oslo påvirkes av hvor mange mål laget scorete sist kamp, men ikke som forventet. Likevel bekreftes hypotese H_{39} . Som en følge forkastes nullhypotesen, om at det ikke er sammenheng mellom antall mål Norge scorete sist kamp og etterspørselen etter norske herrelandskamper blant unge voksne i Oslo.

Videre harmonerer resultatet fra analysen med hypotese H3₁₀. Hypotesen tester påstanden vedrørende motstander. At motstander har en signifikant positiv effekt på etterspørselen etter herrelandslagskamper blant studenter i Oslo er ikke uventet. Avsnittet ovenfor presenterte en teori på at flertallet av studenter kan regnes som medgangssupportere siden effekten på antall mål er negativ. Medgangssupportere regnes ofte som individer som kjøper billetter per kamp og de er ofte mer sensitive til kvaliteten på motstanderlaget, sammenlignet med individer som kjøper sesongbilletter (Dobson og Goddard, 2001). Basert på presenterte funn fra analysen er studenter i Oslo sensitive for kvaliteten av motstander siden motstanderlaget siden etterspørselen påvirkes av motstander. Medgangssupportere drar på kamper på grunn av en spesiell begivenhet (Gammelsæther og Ohr, 2002), og det kan derfor tenkes at en kamp mot et lag som Argentina er mer interessant enn en kamp mot Malta. (kampstatistikk fra kamp uten betydning). Noen kamper oppnår flere tilskuere enn andre på grunn av rivaliserende lag som spiller (Forrest & Simmons, 2006). I forhold til tidligere kampstatistikk er det flere tilskuere på kamper mot nabolandene våre Sverige og Danmark (NFF, 2015) sammenlignet med lag som Malta. De nevnte argumentene og kampstatistikk kan forklare hvorfor motstander er viktig for studentenes etterspørsel etter norske herrelandslagskamper.

Usikkerhet har en sammenheng med graden av drama på en fotballkamp, både før, under og etter kampen (MacDonald, 2003). Kamper som har et usikkert utfall, altså det er umulig å si at den ene eller den andre vinner med stor sannsynlighet, tiltrekker ofte flere tilskuere (Simmons, 2002). Resultatene fra analysen støtter Feehan's (2006) utsagn om at etterspørsel har en positiv sammenheng med sannsynligheten for at det er ventet en jevn kamp mellom lagene. Samtidig bekreftes ikke hypotesen siden effekten av usikkerhet på etterspørsel er minimal. Funnet er imidlertid ikke helt uventet siden tidligere forskning viser svak empirisk støtte for at det er en sammenheng mellom etterspørsel og usikkerhet på kamputfallet (Szymanski, 2003). Forrest og Simmons (2006) hevder at tilskuere antakelig ikke påvirkes av usikkerhet på kamputfall, og mine funn støtter nettopp dette. Likevel er det uventet at studentene ikke foretrekker dramatikken i større grad.

En mulig forklaring er at herrelandslaget representerer nasjonen, og at kamper skaper en nasjonalfølelse blant nordmenn (Jönsson, 2007). MacDonald (2003) hevder individer

med mindre tilknytning til et lag ofte ønsker å se en jevn konkurranse. Det er derfor naturlig å anta at i forhold til det norske herrelandslaget er den nasjonale identiteten viktig og at befolkningen derfor ønsker at det norske herrelandslaget vinner. Dette er derimot ikke tilfellet. Trenden i datamaterialet viser at etterspørselen til studenter som mener en jevn kamp er viktig er tilnærmet lik etterspørselen til studenter som mener en jevn kamp ikke er viktig.

En annen mulig forklaring til hvorfor usikkerhet ikke har en effekt på etterspørselen er at variabelen motstander er signifikant. Det norske herrelandslaget er rangert som nummer 70 på FIFA-rankingen (FIFA, 1994-2015). Det er derfor lite sannsynlig at det norske herrelandslaget vil spille jevnt med for eksempel Argentina som ligger på plass nummer 2. Funnet kan tyde på at studenter heller vil se kamper som kan by på stor underholdningsverdi i form av stjernespillere, enn en jevn kamp mot et antatt dårligere lag enn Norge. Selv om trenden i datamaterialet viser at etterspørselen påvirkes positivt dersom studenter mener at usikkerhet er viktig, er effekten svært mye mindre enn effekten av motstander. Hypotese H3₁₁, som sier at usikkerhet rundt kampens utfall har en positiv effekt på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant studenter i Oslo, forkastes derfor i denne studien.

Resultatet fra analysen bekrefter derimot den siste hypotesen, H3₁₂. Hypotesen ble basert på MacDonald (2003), som hevder at signifikante kamper tiltrekker flere tilskuere. Signifikante kamper vil si kamper der utfallet har en stor betydning for blant annet play-off's. Tilskuerantallet påvirkes ofte positivt hvis kampen har en stor betydning fordi etterspørselen blant befolkningen blir høyere (MacDonald, 2003). Trenden, som viser at kampens betydning har en positiv effekt på etterspørselen etter norske herrelandslagskamper blant studenter i Oslo, er derfor ikke uventet. I henhold til herrelandslaget vil kvalifiseringskamper til VM eller EM regnes som kamper med betydning. I tillegg kan også kamper mot rivaler som Sverige ha en emosjonell betydning. Studenter som mener kampens betydning er viktig for deres intensjon om å dra på herrelandslagskamper i fotball er villig til å betale mer for kampbilletter, sammenlignet med studenter som mener betydning ikke er essensielt.

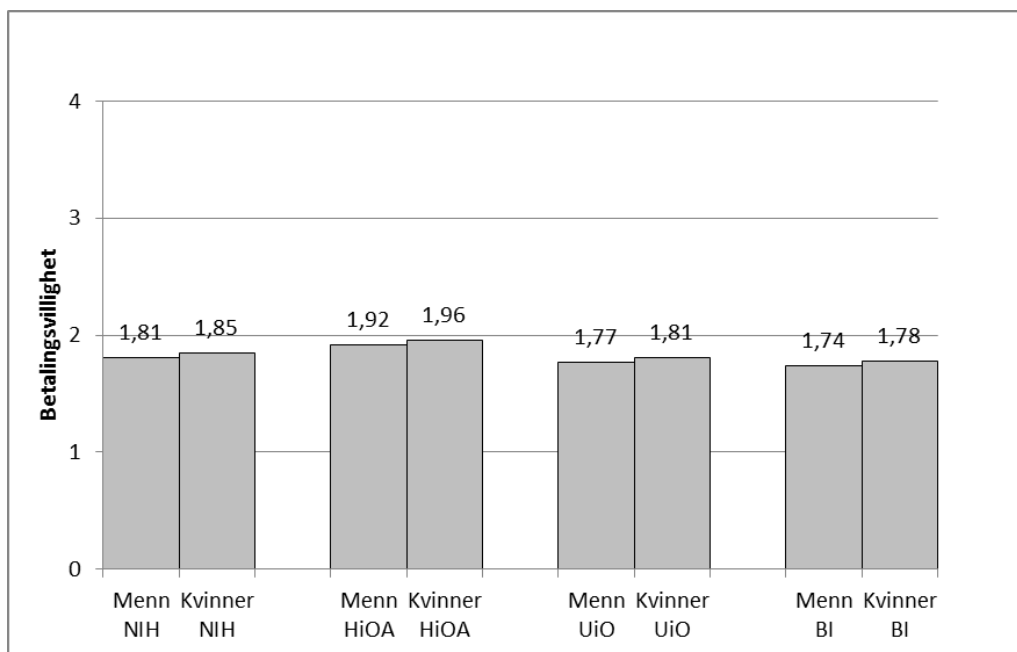
En mulig forklaring til hvorfor kamper med betydning øker etterspørselen er at slike kamper øker spenningsnivået. Idrettsarrangementer er mer komplekse, sammenlignet

med andre arrangementer, og spenning regnes som en viktig faktor vedrørende underholdningsverdien tilskuere ønsker å oppleve (Simmons, 2006). Det er derfor naturlig å anta at kvalifiseringskamper vil tiltrekke flere tilskuere, sammenlignet med privatlandskamper, fordi slike kamper tilfører spenning allerede før første spark på ballen er tatt.

Samtidig kan den positive effekten ha en sammenheng med at medgangssupportere drar på kamper på grunn av en spesiell begivenhet (Gammelsæther & Ohr, 2002). Når spenningsnivået øker i henhold til kvalifiseringskamper, tiltrekkes medgangssupportere til kampene. Kampstatistikk viser tydelig denne trenden. Kamper som er avgjørende for Norges deltakelse i VM eller EM tiltrekker flere tilskuere enn kamper som ikke har en betydning. Unntaket er privatlandskamper mot lag som Argentina, der stjernespillere tiltrekker tilskuerne (Norges Fotballforbund, 2015). Trenden snur imidlertid dersom Norges sjanse for EM eller VM deltakelse minker eller blir umulig. Resterende kamper i gruppespill der Norge er ute av konkurransen om en billett til mesterskapsdeltakelse tiltrekker færre tilskuere. Dette grunner sannsynligvis i at medgangssupportere ikke drar på kamper i perioder med dårlige resultater (Gammelsæther & Ohr, 2002). I tillegg representerer nasjonale lag hele nasjonen (Kolstad, 2002) og fremmer nasjonalfølelsen blant befolkningen (Jönsson, 2007). Det er derfor ikke overraskende at kamper som har en betydning for mesterskapsdeltakelse tiltrekker flere tilskuere. Slike kamper styrker båndet mellom oss, og at vi skal slå dem. Når kamper har en stor betydning er det sannsynlig at engasjementet over å slå dem blir sterkere. Derfor er det naturlig å anta at det er mer interessant å se på kamper som har den ekstra spenningen.

I henhold til resultatet fra analysen bekreftes hypotese H_{312} , mens nullhypotesen om at det ikke er sammenheng mellom betydning av kamper og etterspørsel forkastes.

Med utgangspunkt i regresjonsligningen for modellen regnet jeg ut predikert gjennomsnittlig betalingsvillighet basert på forskjeller mellom kjønn og skoler. Figuren nedenfor viser at det er få forskjeller både mellom kjønn og mellom ulike skoler. Imidlertid ser vi at høyest predikert betalingsvillighet finner vi blant kvinner og menn på HIOA.



Figur 7 Predikert gjennomsnittlig betalingsvillighet for studenter i alderen 24 år. Modellen inkluderte gjennomsnittsverdien for holdningsfaktorer, mens forskjeller i kjønn og studiested er beregnet individuelt.

5.4 Konklusjon

Med utgangspunkt i forskningsspørsmål 1 forventet jeg at fotballinteressen ville variere ut i fra karakteristikkene kjønn, alder, utdanning og variabelen fotballaktivitet. Jeg fant signifikante resultater i henhold til forventingen, men alder støtter imidlertid ikke antakelsen. Dette innebærer at jeg ikke kan bekrefte hypotesen for de demografiske variablene. Jeg kan imidlertid konkludere med at fotballinteressen varierer ut i fra kjønn og utdanning, og at fotballaktivitet har en positiv effekt på grad av fotballinteresse. Svaret på forskningsspørsmål 1 blir derfor at unge voksne i Oslo, målt med studenter, er i gjennomsnitt middels interessert i fotball, og at mannlige studenter fra NIH som spiller eller har spilt organisert fotball er gruppen med størst interesse for fotball.

Hypotese H₂₁ til H₂₃ ble testet for å finne et svar på forskningsspørsmål 2, som undersøker interessen for det norske herrelandslaget, sammenlignet med andre lag. Resultatet fra flere av hypotesene er ikke signifikante, som betyr at svaret på forskningsspørsmålet blir mindre utfyllende. Jeg kan imidlertid konkludere med at det er en signifikant negativ sammenheng mellom fotballinteresse og interesse for herrelandslaget, og en signifikant positiv sammenheng mellom interesse for internasjonale lag og grad av fotballinteresse. I tillegg har studenter fra BI en signifikant

høyere interesse for internasjonale lag og en signifikant lavere interesse for norske klubblag, mens kjønn har en signifikant sammenheng med interessen for norske lag. Svaret på forskningsspørsmålet blir derfor at interessen for herrelandslaget i gjennomsnitt er lav blant unge voksne i Oslo, målt med studenter, og at studenter med lav interesse for fotball foretrekker herrelandslaget fremfor andre lag. I tillegg kan jeg si at studenter fra BI er mest interessert i internasjonale lag, mens kvinnelige studenter fra NIH foretrekker norske klubblag. I tillegg fant jeg at interessen for internasjonale lag er størst blant studentene generelt.

De siste hypotesene, $H3_1$ til $H3_{12}$, ble testet for å svare på forskningsspørsmål 3, som undersøker hvilke faktorer som påvirker etterspørselen. Jeg avviste flere av hypotesene som følge av resultatene fra analysen. Jeg fant imidlertid at grad av interesse for fotball har en sterk positiv signifikant effekt på etterspørselen. Det samme har variabelen pris. I tillegg er herrelandslagets form, hvilken motstander herrelandslaget møter og kampens betydning signifikant sammenheng med studentenes etterspørsel. For å besvare forskningsspørsmålet kan jeg konkludere med at etterspørselen påvirkes av de nevnte signifikante faktorene. Etterspørselen er størst blant unge voksne, målt med studenter, som er svært interessert i fotball, som ikke påvirkes av pris på kampbilletter eller herrelandslagets form, men som hevder motstander og at kampen har en signifikant betydning for mesterskapsdeltakelse er viktig for at de skal ville dra på kamper. Jeg kan dessverre ikke presisere nøyaktig hvor stor etterspørselen er. Samtidig er flertallet villig til å betale for å se herrelandslaget spille, noe som indikerer at det er en etterspørsel etter herrelandskamper blant studentene.

6. IMPLIKASJONER, STYRKER OG SVAKHETER OG VIDERE FORSKNING

Dette kapittelet er delt inn i tre deler. Den første delen gir et kort overblikk over potensielle implikasjoner av funnene i denne studien. Den neste delen inneholder en vurdering av både styrker og svakheter ved forskningen, mens den siste delen presenterer et kort forslag til videre forskning på temaet publikumssvikt.

6.1 Implikasjoner

Interessen for å se herreladskamper har de senere år minket blant den norske befolkningen. Norges Fotballforbund (NFF) ønsker å snu denne trenden, men har dessverre ikke mulighet til å påvirke alle faktorer og tilfredsstille alle ønsker den norske befolkningen har knyttet til gjennomføring av kamper. Landslagets prestasjoner på fotballbanen er et eksempel på et område som kan ha betydning, men som Fotballforbundet ikke direkte kan påvirke. For å kunne gjøre noe med publikumssvikten er det derfor essensielt at NFF fokuserer på de områdene der de kan gjøre en forskjell for å snu den negative trenden. Basert på studiens funn er det tre fokusområder som potensielt kan bidra med dette, henholdsvis bevisst segmentering, økning av spenningsnivået i kampene og strategisk markedsføring av landslagskamper.

Selv om enkelte av mine analyser viste ikke-signifikante effekter, har jeg flere funn som kan være relevante for NFF. Funnene viser forskjeller i interesse for fotball generelt og landslaget spesielt blant studenter med ulike karakteristikk. For NFF innebærer dette at det kan være hensiktsmessig å dele opp befolkningen i segmenter, for så å vurdere hvilke grupper som er de mest potensielle kjøperne. Dette er en kjent og velbrukt markedsføringsstrategi (Kotler, 2005). I forhold til unge voksne, målt ved studenter, indikerer resultatene fra denne studien at de som har størst interesse for fotball generelt er villig til å betale mest for kampbilletter, og denne gruppen defineres dermed som gruppen med størst kjøpspotensiale. Denne gruppen kjennetegnes ofte ved at de er, eller har vært, aktive i organisert idrett. NFF har dermed mulighet til å kartlegge hvem disse personene er, for deretter å skreddersy markedsføringsmateriell og kampanjeprodukter mot denne gruppen.

Ifølge resultatene i denne studien har mannlige studenter fra NIH, som driver eller har drevet med organisert fotballaktivitet, størst interesse for fotball generelt. Proporsjonalt med interessen øker også betalingsviljen til disse studentene. Samtidig viser resultatet fra analysen av betalingsvillighet at kvinner er villig til å betale mer for kampbilletter enn menn. Sammenhengen kan stamme fra at menn er mest interessert i internasjonale lag, mens kvinner på generell basis foretrekker norske klubb lag og landslag. Det er også antydninger til at de med størst interesse for fotball generelt ikke interesserer seg spesielt for lag i Norge, men heller søker sine fotballopplevelser utenfor landegrensen. Dette kan være en utfordring for NFF ved at de som foretrekker internasjonale lag i gjennomsnitt er villig til å betale minst for landslagskamper enn de som foretrekker norske klubb lag og/eller det norske landslaget. I studiens utvalg er det BI-studenter som i størst grad kjennetegnes av karakteristikken høyest interesse for internasjonale lag, mens NIH-studenter interesserer seg mer for norske lag. Som en følge kan en potensiell målgruppe for NFF blant unge voksne være både mannlige og kvinnelige studenter fra NIH. Det neste spørsmålet blir derav hvordan NFF kan henvende seg med reklamer og markedsføringsstrategier mot denne målgruppen.

Det er relativt enkelt å komme i kontakt med studenter, spesielt på NIH, både gjennom mer høytidelige strategier som foredrag og debatter, og med mer nøytral reklamering på fellessider for studenter fra NIH, på sosiale medier eller plakater på skolens områder (med tillatelse). Samtidig er studenter fra NIH en liten gruppe i forhold til resten av unge voksne i Oslo. Det kan derfor være hensiktsmessig å utvide en eventuell markedsføringskampanje til flere utdanningsinstitusjoner i Oslo. For å nå ut mot de virkelig fotballengasjerte studentene kan Fotballforbundet for eksempel tilby «studentpakker» til studenter som aktivt deltar i studentfotballen. En annen mulighet kan være å innføre studentrabatter eller vennerabatter som to for én for kampbilletter, siden pris er en viktig faktor for betalingsvilligheten.

NFF markedsfører sine kamper i stor grad rundt kvalifiseringer til EM eller VM, med fokus på TV som reklamekanal. Disse kampene har som oftest et relativt høyt tilskuerantall, spesielt dersom Norge har en sjanse til å kvalifisere seg videre fra gruppespill. Tribunene blir enda mer fullsatt dersom kamper spilles mot svært interessante lag, som for eksempel Brasil eller Argentina. Kamper som ikke lenger har en betydning for avansement eller som ikke spilles mot interessante lag har derimot et

problem knyttet til tilskueroppmøte. Kampene blir fort uinteressante fordi spenningen synker. Som en følge uteblir publikum fra stadion, og kun den harde kjernen sitter igjen på de glisne tribunen på Ullevål.

NFF avgjør ikke hvilke nasjoner herrelandslaget skal møte i kvalifiseringskamper. I slike tilfeller er det derfor tilfeldig om motstandere blir populære lag eller lag som tiltrekker færre tilskuere. Det NFF imidlertid kan ta grep om er å arrangere vennskapskamper, tidligere kalt privatlandskamper, mot lag som kan tiltrekke flere tilskuere - spesielt i perioder der herrelandslaget ikke har mulighet til å kvalifisere seg til mesterskapsdeltakelse. Resultatet av denne studien viser at dette kan være en mulig strategi for å fange flere tilskuere ved at interessen og betalingsvilligheten øker når motstanderen er et spennende lag.

Fokus for NFF bør også ligge på å skape spenning knyttet til kampene som står på programmet gjennom sin promotjon for kampen i forkant. Dette kan gjøres ved å spille på kampens viktighet (for eksempel kvalifiseringskamp), naborivalisering (for eksempel i kamper mot Sverige eller Danmark), kampens effekt på FIFA-rankingen (kan Norge gå opp eller ned) eller andre elementer som kan knytte spenning til enkeltkamper. NFF må forsøke å «fange» inn den norske befolkningen med nyskapende og spennende markedsføringsstrategier og –kampanjer, som igjen kan skape fotballspenning og nasjonalfølelse. NFF må søke etter å igjen skape den store fotballopplevelsen som kjennetegner 90-tallets storhetstid. Dette kan gjøres ved å skreddersy markedsføringen av hver kamp og rette den mot det riktige publikumet. På sikt kan en slik strategi kanskje fylle tribunen.

Resultatene og implikasjonene som ble presentert ovenfor baseres på funn fra denne studien. Det foreligger derfor en risiko for at resultatene kan ha blitt påvirket av svakheter i forskningsdesignet. I det påfølgende kapitlet vil jeg derfor presentere styrker og svakheter ved arbeidet. Resultatene og implikasjonene som ble presentert ovenfor baseres på funn fra denne studien. Det foreligger derfor en risiko for at resultatene kan ha blitt påvirket av svakheter i forskningsdesignet. I det påfølgende kapitlet vil jeg derfor presentere styrker og svakheter ved arbeidet.

6.2 Styrker og svakheter

All forskning har styrker og svakheter (Saunders, et al., 2009), og denne studien er ikke et unntak. Jeg vil derfor belyse noen av styrkene og svakhetene med arbeidet som er gjort i denne studien

I kapittel 1 argumenterte jeg for at det er et behov for mer forskning på etterspørsel etter tilskuerdeltakelse på idrettsarrangementer, og spesifikt nasjonale lag. Dette innebærer at det er lite forskning på nasjonale lag. Å overføre resultater fra nasjoner som USA og England, der studier på variasjoner i tilskuerantall har blitt forsket på hyppigere i forhold til tilskuere på kamper med klubb lag og ikke minst andre idretter enn fotball, til et land som Norge kan bli problematisk, spesielt i et kulturelt perspektiv. Til tross for disse argumentene, har jeg for det meste anvendt resultater fra forskning som er utført i USA og England som grunnlag for hypotesene. Mangelen på norsk forskning innenfor tilskuersvikt gjorde det umulig å etablere hypoteser basert på norske funn alene. Jeg så derfor ikke annet alternativ enn å anvende funn fra andre nasjoner og andre idretter.

6.2.1 Ekstern validitet

Ekstern validitet refererer til hvilken grad funn fra en spesifikk forskning kan generaliseres til alle relevante kontekster (Saunders, et al., 2009). Den eksterne validiteten er vurdert som relativt lav i denne studien. For det første er forskningen utført på unge voksne i Oslo, noe som resulterte i at respondentene er hovedsakelig i 20-årene. Dette innebærer at resultatene ikke er aktuelle for befolkningen som en helhet. For det andre er utvalget begrenset til studenter i Oslo. Det betyr at funn ikke kan generaliseres for alle unge voksne i Oslo. Videre foregikk innsamling av data på fire utvalgte studiesteder med høyere utdanning. Funn fra studien kan dermed ikke regnes som representative for alle studenter i Oslo siden studenter fra andre utdanningsinstitusjoner for høyere utdanning i Oslo ikke ble inkludert i undersøkelsen. Dette bør derfor regnes som en svakhet ved studien. På en annen side har resultatene en nytteverdi for NFF i forbindelse med eventuelle markedsføringstiltak for å tiltrekke flere studenter fra de fire skolene til kampene.

I tillegg er NIH en idrettsvitenskapelig utdanningsinstitusjon. Det er derfor sannsynlig at respondenter fra NIH kan ha en høyere grad av generell fotballinteresse enn andre studenter i Oslo. Resultatet fra analysen av fotballinteresse bekrefter denne påstanden.

Det kan derfor være en fare for at disse studentene påvirker resultatene i analysen av etterspørsel i stor grad. Resultatene fra hoved-analysen viste imidlertid at etterspørselen blant studentene ikke varierer signifikant mellom studiestedene, noe som derfor øker den eksterne validiteten.

Videre var det ingen respondenter som «droppet» ut av studien etter at spørreskjemaet var utlevert. Det var imidlertid noen tilfeller av partielle frafall, der respondenter ikke besvarte alle spørsmålene i spørreskjemaet. Når spørsmål ikke blir besvart kan det gi et feilaktig inntrykk av forholdene undersøkelsen skal utforske (Eikemo og Clausen, 2012). Jeg kan derfor ikke med sikkerhet hevde at svarene til respondenter som hoppet over spørsmål samsvarer med respondentene som svarte på samtlige spørsmål i skjemaet Dette må regnes om en svakhet (Saunders, et al, 2009).

6.2.2 Intern validitet

Intern validitet refererer til forskningens evne til å måle det den er utviklet til å måle. Ifølge Saunders, et al. (2009) kan vi dele intern validitet inn i tre kategorier; innhold, kriterie-relatert og begrepsvaliditet. Innholds-validitet refererer til om måleinstrumentet gir en tilstrekkelig dekning av forskningsspørsmålet (Saunders, et al., 2009). I forhold til forskningsspørsmålene er det flere ting som kan ha betydning for fotballinteresse, interesse for herrelandslaget og etterspørselen etter norske herrelandslagskamper i fotball. Spørreskjemaet som ble laget for å måle konseptene presentert i hypotesene og forskningsspørsmålene, ble derfor grundig utformet basert på målinger fra tidligere forskning og forslag fra teoretisk litteratur på emnet. Innholdet ble deretter diskutert nøye med veiledere. Totalt føler jeg at studien har en relativt høy grad av innholds-validitet.

Videre omhandler kriterierelatert validitet målenes evne til å regne ut nøyaktige prediksjoner (Saunders, et al., 2009). Siden jeg utførte forskningen som en survey-undersøkelse og brukte kvantitative data, var det mulig å bruke statistiske analyser for å predikere om fenomenet. Selv om resultatene fra samtlige analyser i studien viste flere signifikante sammenhenger, var det flere av hypotesene som ikke ble bekreftet. Det betyr at studien kan ha et problem med kriterie-relatert validitet. Samtidig er en mulig forklaring på de avkreftede hypotesene at litteraturen viser varierende funn fra tidligere forskning. Siden

hypotesene er basert på funn som er vurdert som passende for en undersøkelsen i en norsk kontekst, er det ikke overraskende at ikke alle funn kan predikeres.

Den siste typen av intern validitet viser til hvilken grad målinger gjenspeiler variabelen (begrepet) vi virkelig ønsker å studere, men som ikke kan måles direkte (Laake, et al., 2008). De påståtte og testede sammenhengene i denne studien er godt forankret i teori og funn fra tidligere forskning, noe som øker sannsynligheten for at relasjonene som undersøkes faktisk eksisterer. Samtidig viste jeg til flere forskere som hevder funn fra tidligere forskning er varierende, spesielt innen området etterspørsel etter idrettsarrangementer, i kapittel 2. Det er derfor utfordrende å måle effekter på de avhengige variablene. For eksempel er det vanskelig å måle at effekter av karakteristikkene kjønn, alder, studiested og fotballaktivitet er de eneste variablene som har en effekt på fotballinteresse blant studenter i Oslo. I tillegg ble flere av etterspørselsfaktorene (H3₅ til H3₁₂) målt med et annet måleverktøy enn det som vanligvis blir anvendt i forskning på etterspørsel. I denne studien ble det anvendt spørreskjemaer, mens tidligere forskning er basert på økonometriske analyser av etterspørselen ved å samle inn faktabasert tidsseriedata. Datamaterialet i denne undersøkelsen er hentet fra individer, noe som gjør at den interne validiteten styrkes.

Videre er ikke etterspørsel et direkte målbart begrep. Tidligere forskning har ofte anvendt tilskuerantall som avhengig variabel i de økonometriske analysene av etterspørsel. Dette var imidlertid ikke mulig for forskningsdesignet i denne studien. Det var derfor nødvendig å identifisere et passende mål for begrepet. Betalingsvillighet er ikke et direkte mål for etterspørsel, samtidig hevder Eschenfelder og Li (2007) at det er en sterk sammenheng mellom vilje til å betale for noe og etterspørsel. Jeg anvendte derfor maksimal betalingsvilje som et mål for etterspørsel. basert på funn fra tidligere forskning var det passende å teste om herrelandslagets form, usikkerhet på kampenes utfall og kampenes betydning har effekt på etterspørselen. Variablene er ikke direkte målbare og en operasjonalisering av begrepene var derfor nødvendig. Siden jeg anvendte variabler som er godt forankret i teorien, er det en større sannsynlighet for at spørsmålene måler faktoren det var ment at det skulle måle.

Siden undersøkelsen ble gjennomført med spørreskjemaer, var det en faktor det ikke var umulig å eliminere fullstendig, nemlig tid og sted for forskningen. Å anvende

egenadministrerte spørreskjemaer og levere dem for hånd øker forutsetningen om at skjemaene utfylles med like forhold for alle respondentene. På en annen side kan miljøet forstyrre påliteligheten i svarene Saunders et.al. (2009). Dette kan ha påvirket resultatene i analysene og dermed svekket validiteten. For å eliminere eventuelle forstyrrende svar (bias) gjennomførte jeg tester ved å sammenligne svar i spørreskjemaer der flere satt på samme bord når de fylte ut skjemaene. Dette øker påliteligheten. I tillegg utførte jeg testen av forutsetningen om at svar mellom respondenter ikke skal korrelerer i stor grad i kapittel 4.

6.2.3 Reliabilitet

Reliabilitet refererer til hvilken grad datainnsamlingsteknikker eller analyseprosedyrer i en studie vil gi konsistente funn. Ifølge Saunder, et al. (2009) eksisterer det fire trusler mot reliabilitet: deltakerfeil, deltaker bias, observatør feil og observatør bias. Jeg har redusert effekten av de to sistnevnte ved å anvende strukturerte spørreskjemaer med rangeringspåstander. Dessverre kan deltaker bias oppstått i denne studien. Respondenter svarer ofte i tråd med hva de tror forskeren er ute etter (Saunders, et al., 2009). For å redusere denne faktoren sørget jeg for at respondentene var anonyme. I tillegg ble alle spørsmål grundig formulert for å unngå ledende spørsmål i spørreskjemaet, siden det er hensiktsmessig at respondentene ikke vet hva forskeren ønsker at de skal svare. Å skjule årsaken bak spørreskjemaet er imidlertid ikke mulig siden det foreligger forskningsetiske krav til ulike typer informasjon respondentene må få for at de skal kunne samtykke til studien (Saunders et al. 2009). Likevel var det mulig å sikre at respondentene ikke visste nøyaktig hva jeg forventet å finne siden ingen informanter fikk informasjon om hypotesene. Derfor kan det hevdes at det ikke var mulig for respondentene å svare på spørsmålene i samsvar med mine forventninger. I tillegg ble datamaterialet kontrollert for feilsvar i SPSS, der enheter som skilte seg ut ble sjekket grundig. Dette vil styrke reliabiliteten i studien.

Deltakerfeil kan redusere reliabiliteten i studien. Respondentenes forståelse av spørsmålene i spørreskjemaet, samt når og hvor informanter svarer på spørreskjemaet, kan ha innvirkning på respondentenes svar. For å redusere muligheten for at respondenter har misforstått spørsmål, ble det viet mye oppmerksomhet til språklige formuleringer, format og innholdet i spørreskjemaet. I tillegg vil pilotstudien styrke reliabiliteten. Likevel var det spesielt ett spørsmål i spørreskjemaet som flere respondenter besvarte feil i forhold til instruksene i spørsmålsteksten.

Rangerings spørsmålet, der respondentene ble spurt om å rangere herrelandslaget, norske klubb lag og internasjonale lag, var det flere som satt kryss på alternativet for laget som interesserte dem mest. Hensikten var at de skulle rangere lagene fra mest til minst viktig med tallene 1, 2 og 3. Dette spørsmålet må derfor vurderes som en svakhet. En løsning på problemet ble imidlertid å bare anvende «førsteplassene» i analysene.

Selv om forskningen inneholder flere svakheter, kan den vurderes som et bidrag til å kartlegge fotballinteresse, interesse for ulike lag og etterspørsel etter norske herrelandskamper i fotball blant studenter i Oslo. Så vidt jeg vet, er dette den eneste studien som eksplisitt har forsket på studenter som målgruppe på dette emnet i en norsk kontekst. Derfor er denne studien relevant, i det minste som et bidrag til utarbeiding av eventuelle markedsføringsstrategier for å få unge voksne tilbake til Ullevål.

6.3 Videre forskning

Fremtidige studier bør forbedre noen av svakhetene ved denne studien for å finne signifikante effekter på den avhengige variabelen etterspørsel, målt med betalingsvilje, under forskjellige behandlingsforhold. Det kan også være interessant å studere andre målgrupper enn studenter for å skaffe en bedre oversikt over segmentet unge voksne og deres syn på fotball generelt, herrelandslaget spesielt og norske herrelandslagskamper i fotball. Samtidig kan forskning på et representativt utvalg for andre aldersgrupper av befolkningen i Oslo, så vel som hele den norske befolkningen, være verdifull.

Studien har testet flere sentrale aspekter som er fremtredende i undersøkelser av tilskuere på idrettsarrangementer. En mulig vei videre kan være å utarbeide en dybdeundersøkelse som tar utgangspunkt i hypotesene som ble bekreftet i denne studien. Ved å belyse hvorfor faktorene har en effekt kan vi oppnå en dypere forståelse av fenomenet.

Til sist vil jeg peke ut medier sin påvirkningskraft. Hjelset hevdet i 2006 at norsk fotball opplevde en betydelig vekst i blant annet tilskuerinteresse i takt med fotballens stadige mer sentrale posisjon i mediene. Medier tenderer mot å dekke positive saker i idrett, men samtidig er det en balansegang der også dårlige resultater viderefremmes til det norske folk- ofte med en svært negativ innfallsvinkel. I lys av dette er det rimelig å antyde at den norske befolkningens interesse for herrelandslaget kan ha blitt påvirket av

medienes negative fremstilling av den norske fotballen. Et sentralt spørsmål er i så fall i hvilken grad segmentet unge voksne, og andre målgrupper i Norge, adopterer media sine fremstillinger om det norske herrelandslaget i fotball.

Denne studien er et bidrag til forskningen på tilskuersvikt i norsk toppfotball, med fokus på herrelandslaget. Senere forskning kan bygge videre på den plattformen denne studien har etablert ved gå dypere inn på enkeltfaktorer, inkludere nye elementer i forskningen eller fokusere på andre målgrupper.

Referanser

- Bougheas, S. & Downward, P. (2000). *The economics of professional sports: A bargaining approach*. Nottingham: University Park. Hentet fra <http://www.nottingham.ac.uk/economics/documents/discussion-papers/00-06.pdf>
- Dillman, D.A. (2007). *Mail and internet Surveys – The Tailored Design Method* (2. utg.). New York: Wiley.
- Dobson, S. & Goddard, J. (2001). *The economics of football*. Cambridge: Cambridge university press.
- Eikemo, T. A. & Clausen, T. H. (2012). *Kvantitativ analyse med SPSS: En praktisk innføring* (2. utg.). Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.
- Eschenfelder, M. J. & Li, M. (2007). *Economics of Sport* (2. utg.). West Virginia: West Virginia University.
- Feehan, P. (2006). Attendance at sports events. I W. Andreff & S. Szymanski (Red.), *Handbook on the economics of sport* (s. 90-99). Cornwall: MPG Books Ltd.
- Field, Andy. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3. utg.). London: SAGE Publications.
- Forrest, D. & Simmos, R. (2006). New issues in attendance demand: The case of English Football League. *Journal of sports economics*, Vol. 7, 247-266. doi: 10.1177/1527002504273392.
- Funk, D.C. & James, J.D. (2004). The Fan Attitude Network (FAN) Model: Exploring Attitude Formation and Change among Sport Consumers, *Sport Management Review*, 7(1). doi: 10.1016/S1441-3523(04)70043-1
- Funk, D.C. & James, J. (2001). The Psychological Continuum Model: A Conceptual Framework for Understanding an Individual's Psychological Connection to

Sport, *Sport Management Journal*, 4(2), s. 119-150. doi: 10.1016/S1441-3523(01)70072-1

Funk, D.C., Ridinger, L.L. & Moorman, A.M. (2010). Exploring Origins of Involvement: Understanding the Relationship Between Consumer Motives and Involvement with Professional Sport Teams, *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 26(1). doi: 10.1080/01490400490272440.

Jönsson, K. (2007). *Idrottsfilosofiska introduktioner*. Lund: Mediatryk. Hentet fra www.forskningsradet.no

Gammelsæther, H. & Ohr, F. (2002). *Kampen uten ball: Om penger, ledelse og identitet i norsk fotball*. Oslo: Abstrakt Forlag AS.

Goksøy, M. (2014). *Hva er fotball?* Oslo: Universitetsforlaget

Grønmo, S. (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke.

Hjelseth, A. (2006). *Mellom Børs, Katedral og Karneval: norske supporterers forhandlinger om kommersialisering av fotball*. Bergen: Universitetet i Bergen.

Hjelseth, A. (29.09.13). *Drilloepoken i Norsk Fotball – Del 1*. Hentet fra <http://idrottsforum.org/forumbloggen/drilloepoken-i-norsk-fotball-del-1/>

Hognestad, H. K. & Hjelseth A. (2012). *Kampen om tribunen. Fotball, identitet og makt*. Trondheim: Akademika Forlag

Jones, F. L., Smith, P. (2001a), Individual and societal bases of national identity: a comparative multi-level analysis, *European sociological review*, 17(2), s. 103-118.

Kolstad, A. (29.11.2003). *Når nasjonen vinner – om underholdningsidrettens betydning for moderne nasjonalisme*. Hentet fra www.forskningsradet.no

- Kotler, P. (2005). *Markedsføringsledelse*. Oslo: Gyldendal Akademisk Forlag
- Kuper, S. & Szymanski, S. (2009). Why England loses, why Germany and Brazil win, and why the U.S, Japan, Australia, Turkey – and even Iraq- are destined to become the kings of the world's most popular sport. New York: Nation Books.
- Laake, P., Olsen, B. R. & Benestad, H. B. (Red.). (2013). *Forskning i medisin og biofag* (2. utg.). Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- MacDonald, R. (2003). Demand for sport. *Oxford Review of Economic Policy*, Vol. 19, 478-502.
- Mehus, I. (2005). Sociability and Excitement Motives of Spectators Attending Entertainment Sport Events: Spectators of Soccer and Ski-jumping. I: I. Mehus. (2012). *Norwegian spectators of entertainment sport*. Trondheim: Norwegian University of Science and Technology.
- Mehus, I. & Kolstad, A. (2011). Football team identification in Norway: Spectators of local and national football matches. *Social Identities: Journal for the Study of Race, Nation and Culture*, 17(6), 833-845. doi: 10.1080/13504630.2011.606677.
- Mehus, I. & Osborn, G. (2010). Consuming Football: The Norwegian Experience, the English Impact, and the Possibilities of Interdisciplinary Research. I: I. Mehus. (2012). *Norwegian spectators of entertainment sport*. Trondheim: Norwegian University of Science and Technology.
- Merkur Cappelen Damm (u.å). Målgrupper og Markedssegmentering, *Entreprenørskap og Bedriftsutvikling 1*. Hentet fra <https://merkur3.cappelendamm.no/c425779/merkurmodul/vis.html?tid=425793>
- Neale, W. (1964) The Peculiar Economics of Professional Sports, *Quarterly Journal of Economics*, 78, s. 1-14.

- Pritchard, M.P. & Funk, D.C. (2010). The formation and effect of attitude importance in professional sport, *European Journal of Marketing*, 44(7/8), s. 1017-1036. doi: 10.1108/03090561011047508
- Pallant, J. (2013). *SPSS survival manual: a step by step guide to data analysis using IBM SPSS* (4. utg.). Middleton: Open University Press.
- Sandnes, T. (2013). *Ungdoms levevilkår*. Hentet fra http://www.ssb.no/sosiale-forhold-og-kriminalitet/artikler-og-publikasjoner/_attachment/117607?_ts=13f13996378
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students* (5. utg.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Seippel, Ø. (2014). *Professionalizing Football Clubs: Legitimacy, Structure and Looseness*. Paper presentert på seminaret “*Voluntary organization of Sport – Development and Challenges*”, Syd Dansk Universitet, desember 2014
- Shokrollahi, M. & Baradaran, A. (2014). On the Relationship Between Iranian EFL Teachers’ Perfectionism and their Reflectivity, *International Journal of Language and Applied Linguistics World*, 7(3), s. 13-28. Hentet fra http://www.academia.edu/11283412/ON_THE_RELATIONSHIP_BETWEEN_IRANIAN_EFL_TEACHERS_PERFECTIONISM_AND_THEIR_REFLECTIVITY
- Simmons, R. (2006). The demand for spectator sports. I W. Andreff & S. Szymanski (Red.), *Handbook on the economics of sport* (s. 77-89). Cornwall: MPG Books Ltd.

Tabelloversikt

Tabell 1 Fordelinger i demografiske variabler	47
Tabell 2 Fordelinger i generell fotballinteresse, interesse for lag, fotballaktivitet og betalingsvilje.....	47
Tabell 3 Oversikt over avhengige variabler	52
<i>Tabell 4 Oversikt uavhengige variabler</i>	<i>53</i>
Tabell 5 Resultat fra analyse av fotballinteresse	66
Tabell 6 Resultater fra analysene av interesse for herrelandslaget, internasjonale lag og norske klubblag	71
Tabell 7 Resultater fra analyse av etterspørsel, målt med betalingsvilje	77

Figuroversikt

Figur 1 Gjennomsnittlig tilskuerantall på norske herrelandslagskamper spilt i Oslo i perioden 1990-2014. Beregnet ut i fra registrert kampstatistikk.....	11
Figur 2 Forskningsmodell	14
Figur 3 Forskningsmodell med tilhørende hypoteser	32
Figur 4 Oversikt over den totale gjennomsnittsverdien for hver enkelt av de kategoriske holdningsvariablene, målt på en skala fra 1(ikke viktig) til 5 (svært viktig).	48
Figur 5 Predikert gjennomsnittlig fotballinteresse for studenter i alderen 24 år. Modellen inkluderte gjennomsnittsverdien for fotballaktivitet, mens forskjeller i kjønn og studiested er beregnet individuelt.....	67
Figur 6 Predikert gjennomsnittlig fotballinteresse blant menn og kvinner i alderen 24 år fordelt på studiested og fotballaktivitet, der ja betyr spiller eller har spilt organisert fotball og nei betyr aldri vært delaktig i fotballaktivitet.....	69
Figur 7 Predikert gjennomsnittlig betalingsvillighet for studenter i alderen 24 år. Modellen inkluderte gjennomsnittsverdien for holdningsfaktorer, mens forskjeller i kjønn og studiested er beregnet individuelt.....	89

Vedlegg

Vedlegg 1: Kvittering og godkjenning fra NSD

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Ørnulf Seippel
Seksjon for kultur og samfunn Norges idrettshøgskole
Postboks 4014 Ullevål stadion
0806 OSLO

Harald Håbergsgate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel: +47 55 58 21 17
Fax: +47 55 58 96 50
nsd@nord.uib.no
www.nsd.uib.no
Orgnr: 985 321 884

Vår dato: 16.01.2015

Vår ref: 41399 / 3 / LT

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 02.01.2015. Meldingen gjelder prosjektet:

41399	<i>Tomme tribuner - en kvantitativ studie av ungdommens fravær på norske herrelandskamper i fotball</i>
Behandlingsansvarlig	<i>Norges idrettshøgskole, ved institusjonens øverste leder</i>
Daglig ansvarlig	<i>Ørnulf Seippel</i>
Student	<i>Marianne Halberg</i>

Etter gjennomgang av opplysninger gitt i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon, finner vi at prosjektet ikke medfører meldeplikt eller konsesjonsplikt etter personopplysningslovens §§ 31 og 33.

Dersom prosjektopplegget endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for vår vurdering, skal prosjektet meldes på nytt. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>.

Vedlagt følger vår begrunnelse for hvorfor prosjektet ikke er meldepliktig.

Vennlig hilsen

Vigdís Namtvedt Kvalheim

Lis Tenold

Kontaktperson: Lis Tenold tlf: 55 58 33 77

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Marianne Halberg marianne.halberg@gmail.com

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.

Avdølingskontorer / District Offices:

OSLO NSD, Universitet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47 22 85 52 11. nsd@uo.no
TRONDHEIM NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47 73 59 19 07. kjro.svarvalvet@ntnu.no
TRONDHØI NSD SM, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47 77 64 41 36. nsdmas@is.uib.no



Det foreliggende prosjektet er en melding for en spørreundersøkelse blant et tilfeldig utvalgt personer, ca. 100 personer.

Det gis muntlig informasjon og utfylling av skjema er ensbetydende med samtykke til deltakelse.

Det er personvernombudets vurdering at spørreskjemaet i foreliggende versjon i seg selv ikke medfører innsamling/behandling av personopplysninger. Spørreskjemaet inneholder ikke spørsmål som direkte eller indirekte kan identifisere den enkelte foreldre eller barn. Skjemaet er heller ikke merket med et løpenummer som viser til en identifiserbar navneliste.

På bakgrunn av dette finner personvernombudet at prosjektet ikke er omfattet av meldeplikt all den tid den beskrevne prosedyren følges og undersøkelsen gjennomføres anonymt.

Vedlegg 2: Spørreskjema

Publikum på norske herrelandskamper

Jeg skriver en masteroppgave ved Norges Idrettshøgskole der jeg ønsker å finne ut hva som påvirker unge menn og kvinner til å (ikke) dra på herrelandskamper i fotball. I den forbindelse gjennomfører jeg en spørreundersøkelse i samarbeid med Norges Fotballforbund.

Svar du gir i dette spørreskjemaet vil bli behandlet anonymt og kan ikke spores tilbake til deg. Innsamling av data gjennomføres i henhold til Personvernopplysningsloven og er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste. Undersøkelsen inkluderer et tilfeldig utvalg menn og kvinner ved Høgskoler og Universitetet i Oslo.

Undersøkelsen tar ca. 5 minutter. De første spørsmålene i spørreskjemaet handler om din fotballinteresse mer generelt. Deretter fokuseres det på faktorer som kan ha betydning for om du velger å dra eller ikke dra på herrelandskamper i Norge. Til slutt rettes spørsmålene mot fremtidige herrelandskamper.

Din deltakelse i denne undersøkelsen er frivillig. Du kan når som helst ombestemme deg og trekke din deltakelse fra undersøkelsen.

Takk for din hjelp!

1. Er du:

Kun ett kryss mulig

Kvinne Mann

2. Hvilket år ble du født?

Fyll inn riktig årstall

1	9		
---	---	--	--

3. Hvilken kommune kommer du opprinnelig fra?

Fyll inn på linjen under

4. Spiller eller har du spilt organisert fotball?

Kun ett kryss mulig

Ja, spiller nå Ja, spilte før Nei, har aldri spilt

5. Hvor interessert er du i fotball? Plasser deg på skalaen nedenfor.

Kun ett kryss mulig

Ikke interessert

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Svært interessert

6. Hvilke fotballag engasjerer deg mest? Ranger med tallene 1 (viktigst) til 3 (minst viktig). Vi ønsker også at du skriver hvilke lag dette dreier seg om.

OBS! Fyll inn tallene 1, 2 og 3 i firkantene

Fotballag i norsk liga (Hvilket: _____)

Fotballag i utenlandsk liga/landslag (Hvilket: _____)

Det norske herrelandslaget i fotball

7. Det ble spilt 5 herrelandskamper på hjemmebane i 2014. Hvor mange kamper var du på i 2014?

Kun ett kryss mulig

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Var på alle fem kampene | <input type="checkbox"/> Var på én kamp |
| <input type="checkbox"/> Var på fire kamper | <input type="checkbox"/> Ingen, <u>men har vært på kamp(er) før</u> |
| <input type="checkbox"/> Var på tre kamper | <input type="checkbox"/> Ingen, <u>har aldri vært på landskamp</u> |
| <input type="checkbox"/> Var på to kamper | |

8. Hva ville du maksimalt vært villig til å betale for kampbillett i 2015?

Kun ett kryss mulig

- | | | |
|----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 300 kr. | <input type="checkbox"/> 100 kr. | <input type="checkbox"/> Annen sum |
| <input type="checkbox"/> 200 kr. | <input type="checkbox"/> Ingenting | Hvor mye: _____ |

9. Om du skulle på landskamp i år, hvilken kamp ville du helst dratt på?

Kun ett kryss mulig

- Norge mot Sverige i privatlandskamp
- Norge mot Aserbajdsjan i EM-kvalifiseringskamp
- Norge mot Kroatia i EM-Kvalifiseringskamp

10. Det er ulike grunner til hvorfor folk velger å (ikke) dra på landskamper. Angi hvor viktig hver faktor er for din lyst til å dra på herrelandskamp.

	Svært viktig	Ganske viktig	Nøytral	Lite viktig	Ikke viktig
Pris	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vær	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Antall mål Norge <u>scorete</u> sist kamp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hvilket lag Norge møter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hvilken dag i uken kampen spilles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stjernespillere/nøkkelspillere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
At kampens utfall har stor betydning for kvalifisering til mesterskap (EM, VM)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Hvor sannsynlig eller usannsynlig er det at du vil dra på landskampen mot Sverige

hvis det er:

Kun ett kryss mulig for hvert alternativ

	Svært sannsynlig	Ganske sannsynlig	Vet ikke	Lite sannsynlig	Svært usannsynlig
Fint vær, lav pris og Zlatan spiller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fint vær, lav pris og Zlatan spiller ikke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dårlig vær, lav pris og Zlatan spiller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dårlig vær, lav pris og Zlatan spiller ikke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fint vær, høy pris og Zlatan spiller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fint vær, høy pris og Zlatan spiller ikke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dårlig vær, høy pris og Zlatan spiller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dårlig vær, høy pris og Zlatan spiller ikke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Hvilke av disse fem hjemmekampene som ble spilt i fjor så du direkte på TV?

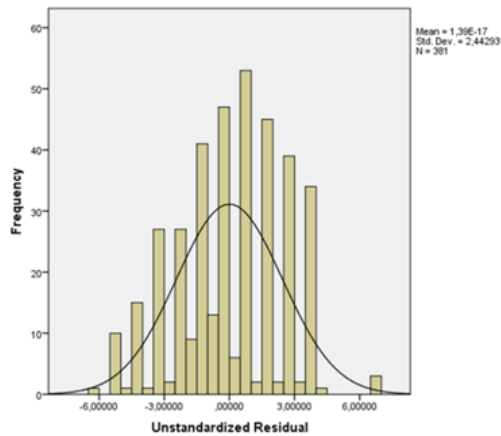
Flere kryss mulig på kampene (kun ett kryss mulig for ingen-alternativene)

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Norge – Russland | <input type="checkbox"/> Norge – Bulgaria | <input type="checkbox"/> Norge – Italia |
| <input type="checkbox"/> Norge – De forente arabiske emirater | <input type="checkbox"/> Norge – Estland | |
| <input type="checkbox"/> Ingen, <u>men så kamper på tv før</u> | <input type="checkbox"/> Ingen, <u>aldri vært interessert i å se kamper på TV</u> | |

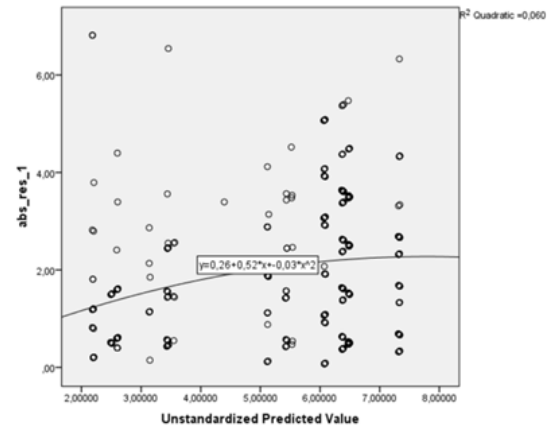
Vedlegg 3: Resultater frekvensanalyse

		%	N
Pris	Gjennomsnittsverdi alle 3,6		381
	1 Ikke viktig	3,4	13
	2 Lite viktig	10,5	40
	3 Nøytral	25,1	96
	4 Ganske viktig	42,4	162
	5 Svært viktig	18,3	70
Vær	Gjennomsnitt alle 3,4		377
	1 Ikke viktig	6,4	24
	2 Lite viktig	12,7	48
	3 Nøytral	25,2	95
	4 Ganske viktig	37,7	142
	5 Svært viktig	18,4	70
Antall mål sist kamp	Gjennomsnittsverdi alle 2,7		380
	1 Ikke viktig	20,8	79
	2 Lite viktig	23,2	88
	3 Nøytral	32,1	122
	4 Ganske viktig	17,4	66
	5 Svært viktig	6,6	25
Hvilket lag Norge møter	Gjennomsnittsverdi alle 3,9		374
	1 Ikke viktig	4	15
	2 Lite viktig	5,3	20
	3 Nøytral	12,8	48
	4 Ganske viktig	47,6	178
	5 Svært viktig	30,2	113
Kampdag	Gjennomsnittsverdi alle 3,3		379
	1 Ikke viktig	8,4	32
	2 Lite viktig	15	57
	3 Nøytral	27,7	105
	4 Ganske viktig	39,8	151
	5 Svært viktig	9	34
Stjernespiller	Gjennomsnittsverdi alle 3,5		-370
	1 Ikke viktig	8,4	31
	2 Lite viktig	9,2	34
	3 Nøytral	24,3	90
	4 Ganske viktig	42,2	156
	5 Svært viktig	15,9	59
Betydning	Gjennomsnittsverdi alle 3,8		-381
	1 Ikke viktig	5	19
	2 Lite viktig	6,8	26
	3 Nøytral	18,1	69
	4 Ganske viktig	42,8	163
	5 Svært viktig	27,3	104

Vedlegg 4: Tester av forutsetninger – fotballinteresse



Figur 4.1 Test av normalfordeling



Figur 4.2 Test av heteroskedastisitet

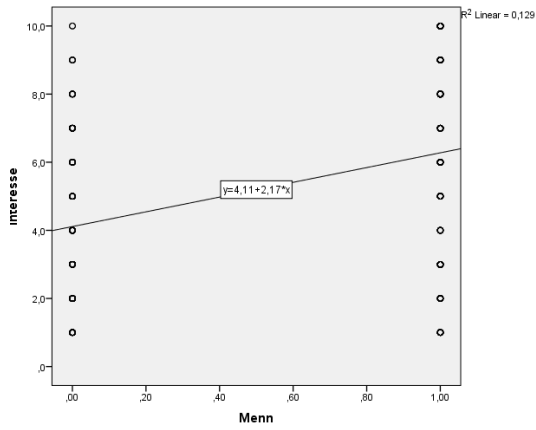
Tabell 4.1 Test av multikollinearitet

Correlations

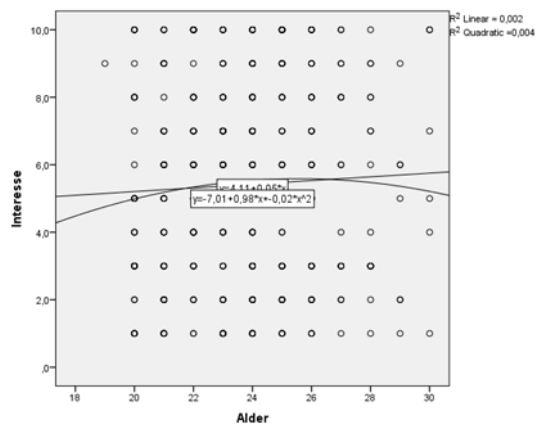
		Menn	Alder2	HIOA	UIO	BI	Spillerfotball
Menn	Pearson Correlation	1	,117*	,048	-,090	,149**	,479**
	Sig. (2-tailed)		,022	,349	,080	,004	,000
	N	382	382	382	382	382	382
Alder2	Pearson Correlation	,117*	1	-,037	-,130*	,108*	,034
	Sig. (2-tailed)	,022		,472	,011	,035	,514
	N	382	382	382	382	382	382
HIOA	Pearson Correlation	,048	-,037	1	-,333**	-,324**	,018
	Sig. (2-tailed)	,349	,472		,000	,000	,720
	N	382	382	382	382	382	382
UIO	Pearson Correlation	-,090	-,130*	-,333**	1	-,340**	-,079
	Sig. (2-tailed)	,080	,011	,000		,000	,124
	N	382	382	382	382	382	382
BI	Pearson Correlation	,149**	,108*	-,324**	-,340**	1	,002
	Sig. (2-tailed)	,004	,035	,000	,000		,975
	N	382	382	382	382	382	382
Spillerfotball	Pearson Correlation	,479**	,034	,018	-,079	,002	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,514	,720	,124	,975	
	N	382	382	382	382	382	382

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

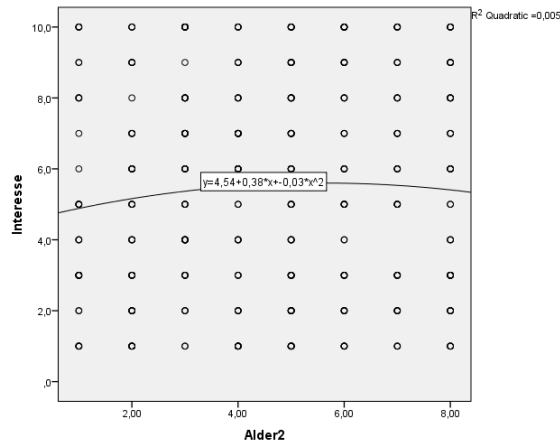
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



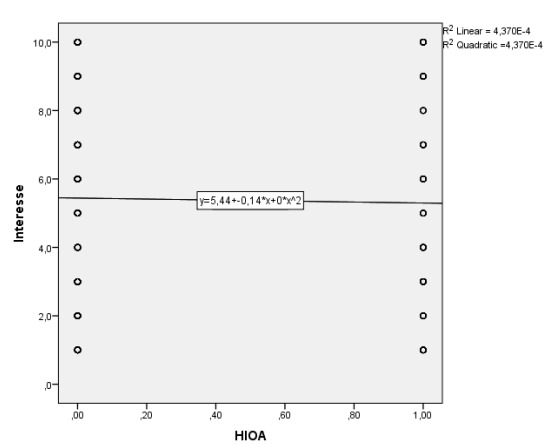
Figur 4.3 Test av linearitet kjønn



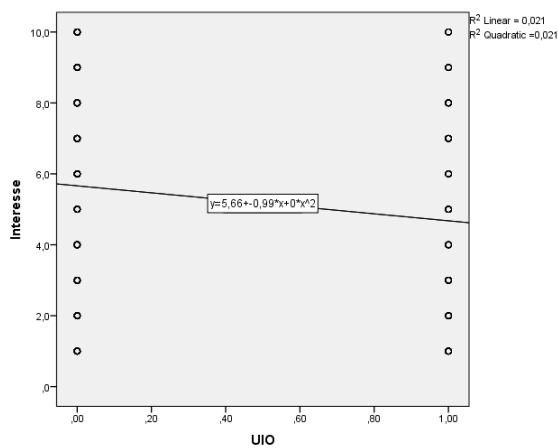
Figur 4.4 Test av linearitet alder



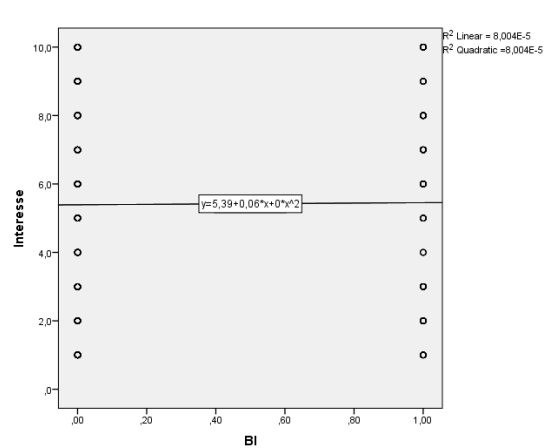
Figur 4.5 Test av linearitet alder(omkodet)



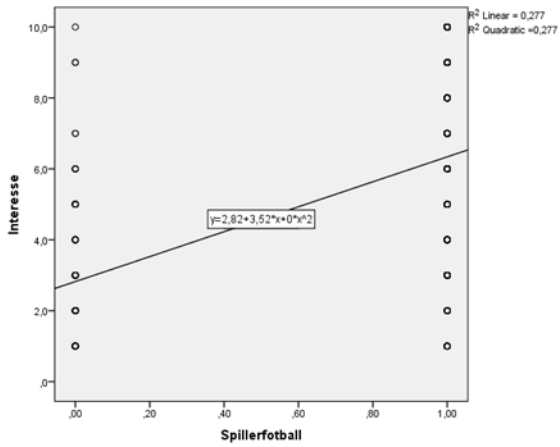
Figur 4.6 Test av linearitet HiOA



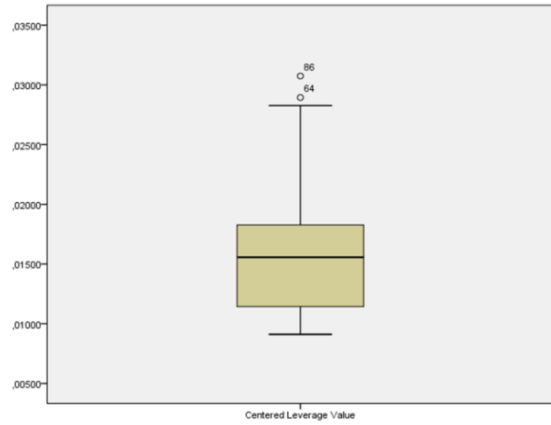
Figur 4.7 Test av linearitet UiO



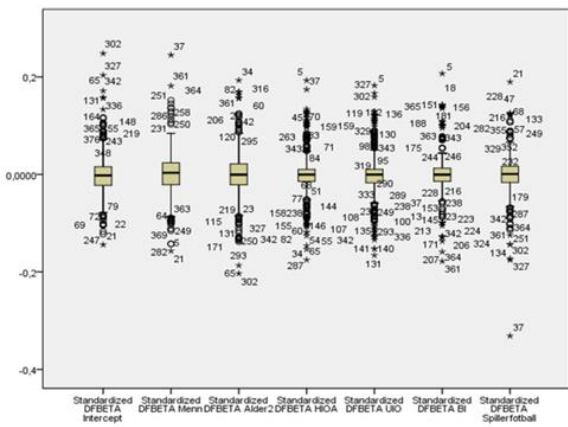
Figur 4.8 Test av linearitet BI



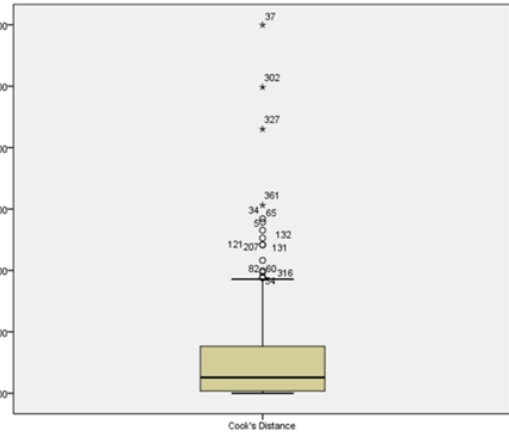
Figur 4.9 Test av linearitet fotballaktivitet



Figur 4.10 Test av innflytelsesrike enheter



Figur 4.11 Test av innflytelsesrike enheter



Figur 4.12 Test av innflytelsesrike enheter

Tabell 4.2 Test av autokorrelasjon

Model Summary ^c											
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change		
1	,414 ^a	,171	,160	2,7082	,171	15,477	5	375	,000		
2	,563 ^b	,317	,306	2,4624	,145	79,584	1	374	,000	2,007	

a. Predictors: (Constant), BI, Alder2, Menn, HIOA, UIO

b. Predictors: (Constant), BI, Alder2, Menn, HIOA, UIO, Spillerfotball

c. Dependent Variable: Interesse

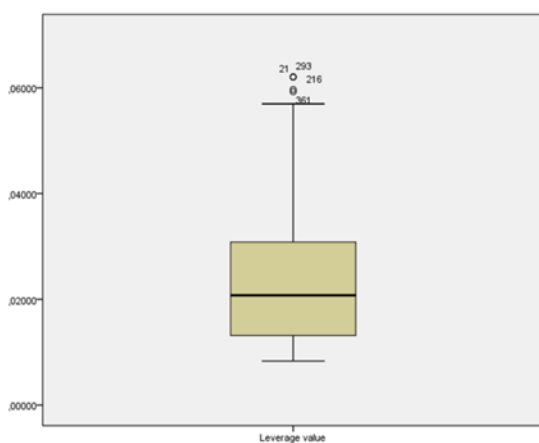
Vedlegg 5: Tester av forutsetninger – herrelandslaget

Tabell 5.1 Test av multikollinearitet (Gjelder for herrelandslaget, norske klubblag og internasjonale lag).

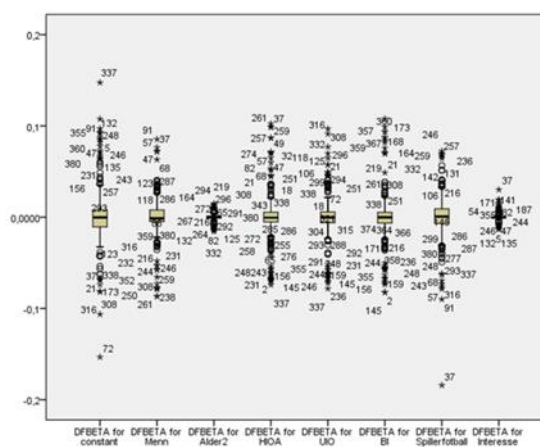
		Menn	Alder2	HIOA	UIO	BI	Spillerfotball	Interesse
Menn	Pearson Correlation	1	,117*	,048	-,090	,149**	,479**	,360**
	Sig. (2-tailed)		,022	,349	,080	,004	,000	,000
	N	382	382	382	382	382	382	381
Alder2	Pearson Correlation	,117*	1	-,037	-,130*	,108*	,034	,051
	Sig. (2-tailed)	,022		,472	,011	,035	,514	,318
	N	382	382	382	382	382	382	381
HIOA	Pearson Correlation	,048	-,037	1	-,333**	-,324**	,018	-,021
	Sig. (2-tailed)	,349	,472		,000	,000	,720	,684
	N	382	382	382	382	382	382	381
UIO	Pearson Correlation	-,090	-,130*	-,333**	1	-,340**	-,079	-,147**
	Sig. (2-tailed)	,080	,011	,000		,000	,124	,004
	N	382	382	382	382	382	382	381
BI	Pearson Correlation	,149**	,108*	-,324**	-,340**	1	,002	,009
	Sig. (2-tailed)	,004	,035	,000	,000		,975	,862
	N	382	382	382	382	382	382	381
Spillerfotball	Pearson Correlation	,479**	,034	,018	-,079	,002	1	,526**
	Sig. (2-tailed)	,000	,514	,720	,124	,975		,000
	N	382	382	382	382	382	382	381
Interesse	Pearson Correlation	,360**	,051	-,021	-,147**	,009	,526**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,318	,684	,004	,862	,000	
	N	381	381	381	381	381	381	381

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

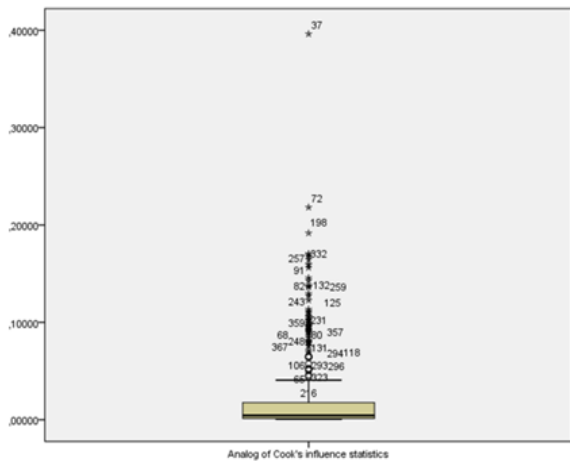
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Figur 5.1 Test av innflytelsesrike enheter

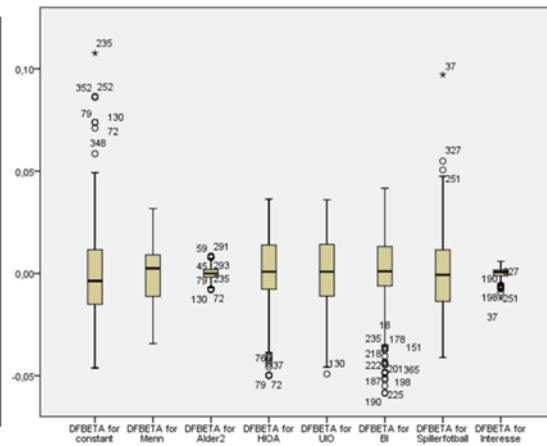
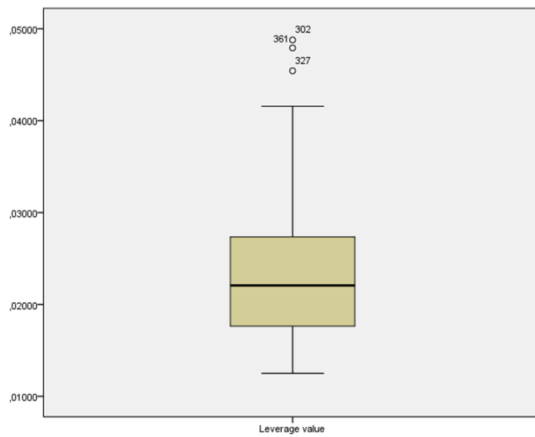


Figur 5.2 Test av innflytelsesrike enheter



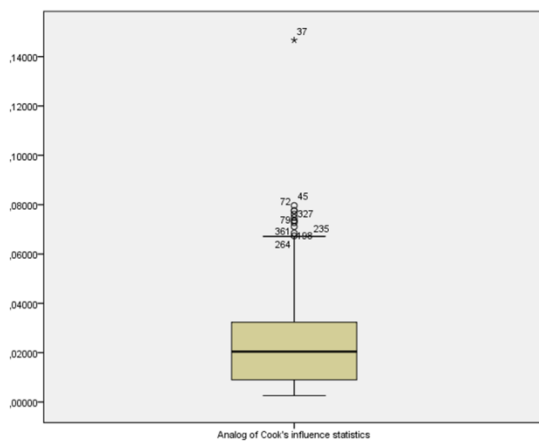
Figur 5.3 Test av innflytelsesrike enheter

Vedlegg 6: Tester av forutsetninger – Internasjonale lag



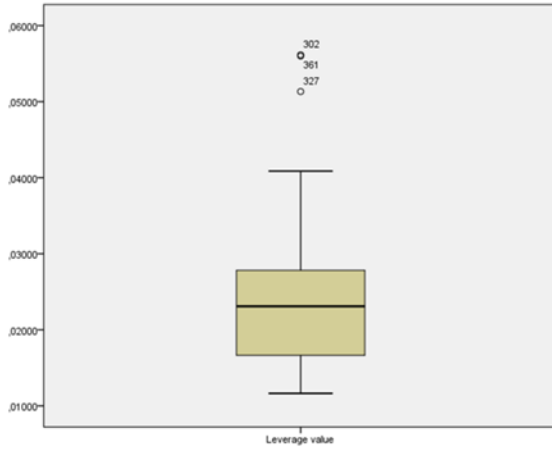
Figur 6.1 Test av innflytelsesrike enheter

Figur 6.2 Test av innflytelsesrike enheter

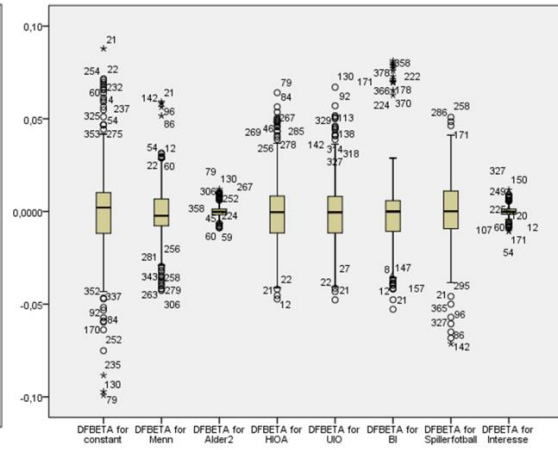


Figur 6.3 Test av innflytelsesrike enheter

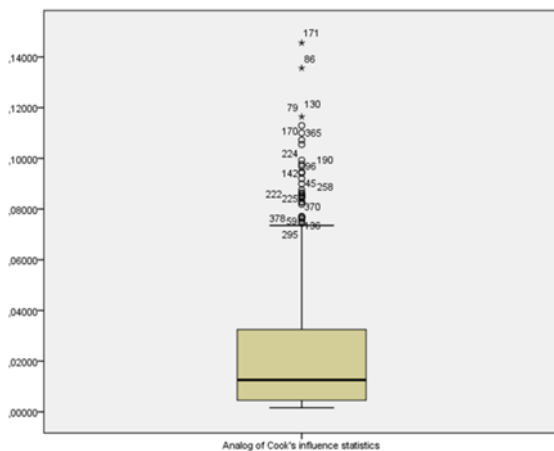
Vedlegg 7: Tester av forutsetninger – norske klubblag



Figur 7.1 Test av innflytelsesrike enheter

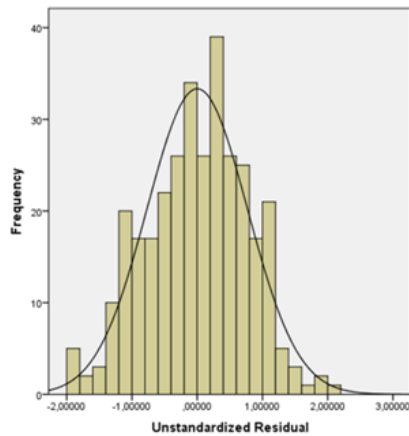


Figur 7.2 Test av innflytelsesrike enheter

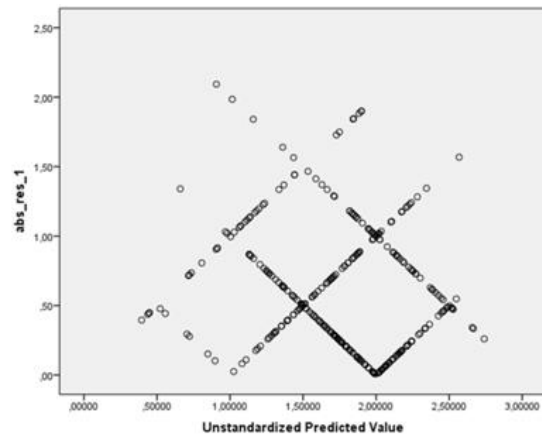


Figur 7.3 Test av innflytelsesrike enheter

Vedlegg 8: Tester a forutsetninger – betalingsvilje



Figur 8.1 Test av normalfordeling

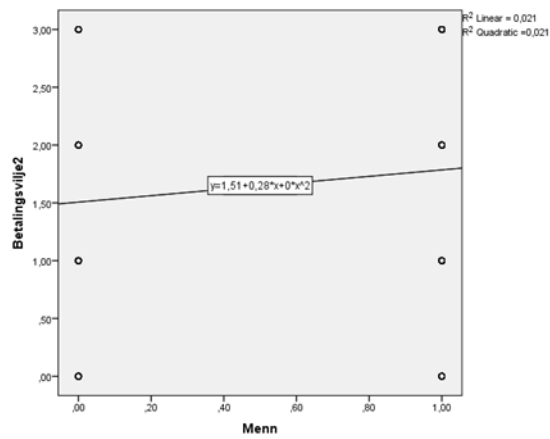


Figur 8.2 Test av heteroskedastisitet

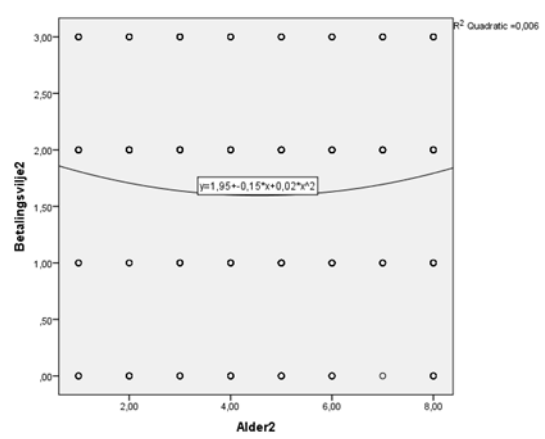
Tabell 8.1 Test av multikollinearitet

		Correlations																		
		Interesse	Pris	Vær	Antall mål sist kamp	Hvilket lag Norge meter	Kampdag	Stjernespiller	Betydning	Jevn kamp	Norge	Utlend	Spillerfotball	Menn	UIO	HIOA	BI	Alder2		
Interesse	Pearson Correlation	1	.227**	-.143*	.147**	.317**	-.045	.333	.289*	.233	-.079	.258	.526**	.360*	-.147*	-.021	.009	.051		
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.004	.000	.385	.000	.000	.000	.138	.000	.000	.000	.004	.684	.862	.318		
	N	381	380	376	379	373	378	369	380	377	352	381	381	381	381	381	381	381		
Pris	Pearson Correlation	.227**	1	-.242**	.138*	.146*	.111	.013	.081	.025	.027	.060	.094	.070	-.032	.030	-.050	.178**		
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.005	.031	.806	.115	.632	.616	.263	.066	.173	.539	.539	.334	.000		
	N	380	381	376	379	373	378	369	380	377	352	381	381	381	381	381	381	381		
Vær	Pearson Correlation	-.143**	.242**	1	.061	.136*	-.298**	.025	.038	.032	-.063	.015	-.178*	-.184**	-.110	.109	.075	.086		
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.235	.009	.000	.630	.467	.537	.239	.775	.001	.000	.033	.034	.147	.094		
	N	376	376	377	375	369	374	365	376	374	348	348	377	377	377	377	377	377		
Antall mål sist kamp	Pearson Correlation	.147**	.138*	.061	1	.294**	.086	.316	.198**	.106	-.049	.086	.058	.155**	-.057	-.039	.119	.066		
	Sig. (2-tailed)	.004	.007	.235		.000	.095	.000	.000	.040	.362	.106	.259	.002	.270	.445	.021	.201		
	N	379	379	375	380	372	377	369	379	376	351	351	380	380	380	380	380	380		
Hvilket lag Norge meter	Pearson Correlation	.317**	.146*	.136*	.294**	1	.191**	.512**	.460**	.234*	-.094	.185*	.211*	.094	-.053	.043	-.013	-.050		
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.009	.000		.000	.000	.000	.000	.082	.001	.000	.070	.309	.412	.804	.335		
	N	373	373	368	372	374	371	363	373	370	346	346	374	374	374	374	374	374		
Kampdag	Pearson Correlation	-.045	.111	.298**	.086	.191**	1	.186**	.196**	.153**	-.045	.003	-.080	-.121*	-.108	.078	.015	.032		
	Sig. (2-tailed)	.385	.031	.000	.095	.000		.000	.000	.003	.400	.953	.122	.018	.035	.128	.769	.591		
	N	378	378	374	371	379	379	367	378	375	350	350	379	379	379	379	379	379		
Stjernespiller	Pearson Correlation	.333**	.013	.025	.316**	.512**	.186**	1	.434**	.233**	-.087	.175**	.141**	.031	-.103*	.028	.038	-.018		
	Sig. (2-tailed)	.000	.806	.630	.000	.000	.000		.000	.000	.109	.001	.007	.555	.047	.575	.471	.728		
	N	369	369	365	369	363	367	370	369	366	342	342	370	370	370	370	370	370		
Betydning	Pearson Correlation	.289**	.081	.038	.198**	.460**	.186**	.434**	1	.272**	-.021	.078	.150*	.088	.022	-.012	-.003	.071		
	Sig. (2-tailed)	.000	.115	.467	.000	.000	.000	.000		.000	.695	.145	.000	.087	.664	.812	.952	.169		
	N	380	380	376	379	373	378	369	381	377	352	352	381	381	381	381	381	381		
Jevn kamp	Pearson Correlation	.233**	.025	.032	.106*	.234**	.153**	.233**	.272**	1	-.036	.077	.023	-.050	.033	-.018	-.039	-.048		
	Sig. (2-tailed)	.000	.632	.537	.040	.000	.003	.000	.000		.504	.150	.658	.330	.517	.730	.451	.352		
	N	377	377	374	376	370	375	366	377	378	350	350	378	378	378	378	378	378		
Norge	Pearson Correlation	-.079	.027	-.063	-.049	-.094	-.045	-.087	-.021	-.036	1	-.693**	-.078	-.181**	.019	-.006	-.131*	-.104		
	Sig. (2-tailed)	.138	.616	.228	.362	.082	.400	.109	.695	.504		.000	.157	.001	.725	.906	.014	.051		
	N	352	352	348	351	346	350	342	352	350	353	353	353	353	353	353	353	353		
Utlend	Pearson Correlation	.258**	.060	.015	.086	.185**	.003	.178**	.078	.077	-.693**	1	.169*	.223**	-.045	.002	.141**	.027		
	Sig. (2-tailed)	.000	.263	.775	.106	.001	.953	.001	.145	.150	.000		.001	.000	.401	.973	.008	.614		
	N	352	352	348	351	346	350	342	352	350	353	353	353	353	353	353	353	353		
Spillerfotball	Pearson Correlation	.526**	.094	-.178**	.058	.211**	-.080	.141**	.158**	.023	-.076	.165**	1	.479**	-.079	.018	.002	.034		
	Sig. (2-tailed)	.000	.066	.001	.259	.000	.122	.007	.002	.658	.157	.001		.000	.124	.720	.975	.514		
	N	381	381	377	380	374	379	370	381	378	353	353	382	382	382	382	382	382		
Menn	Pearson Correlation	.360**	.070	-.184**	.155**	.094	-.121*	.031	.089	-.050	-.181**	.223**	.479**	1	-.090	.048	.149**	.117*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.173	.000	.002	.070	.018	.555	.087	.330	.001	.000	.000		.080	.349	.004	.022		
	N	381	381	377	380	374	379	370	381	378	353	353	382	382	382	382	382	382		
UIO	Pearson Correlation	-.147**	-.032	-.110*	-.057	-.053	-.108*	-.103*	-.022	-.033	-.019	-.045	-.079	-.090	1	-.333**	-.340**	-.130*		
	Sig. (2-tailed)	.004	.539	.033	.270	.309	.035	.047	.664	.517	.725	.401	.124	.080		.000	.000	.011		
	N	381	381	377	380	374	379	370	381	378	353	353	382	382	382	382	382	382		
HIOA	Pearson Correlation	-.021	.030	.109*	-.039	.043	.078	.029	-.012	-.018	-.006	.002	.018	.048	-.333**	1	-.324**	-.037		
	Sig. (2-tailed)	.684	.553	.034	.445	.412	.128	.575	.812	.730	.906	.973	.720	.349	.000		.000	.472		
	N	381	381	377	380	374	379	370	381	378	353	353	382	382	382	382	382	382		
BI	Pearson Correlation	.009	-.050	.075	.119*	-.013	.015	.038	-.003	-.039	-.131**	.141**	.002	.149*	-.340**	-.324**	1	.108*		
	Sig. (2-tailed)	.862	.334	.147	.021	.804	.769	.471	.952	.451	.014	.008	.975	.004	.000	.000		.035		
	N	381	381	377	380	374	379	370	381	378	353	353	382	382	382	382	382	382		
Alder2	Pearson Correlation	.051	.178**	.086	.066	-.050	-.032	-.018	.071	-.048	-.104	.027	.034	.117*	-.130*	-.037	.108*	1		
	Sig. (2-tailed)	.318	.000	.094	.201	.335	.531	.728	.169	.352	.051	.614	.514	.022	.011	.472	.035			
	N	381	381	377	380	374	379	370	381	378	353	353	382	382	382	382	382	382		

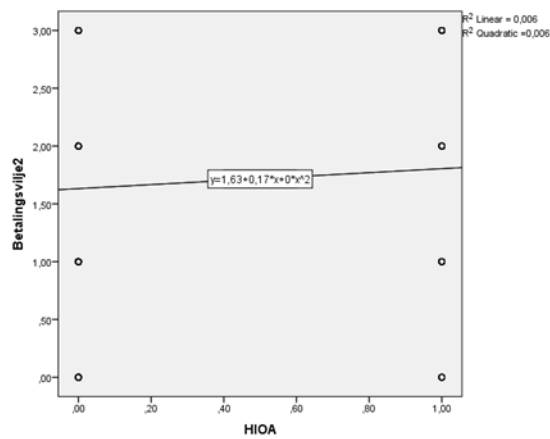
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



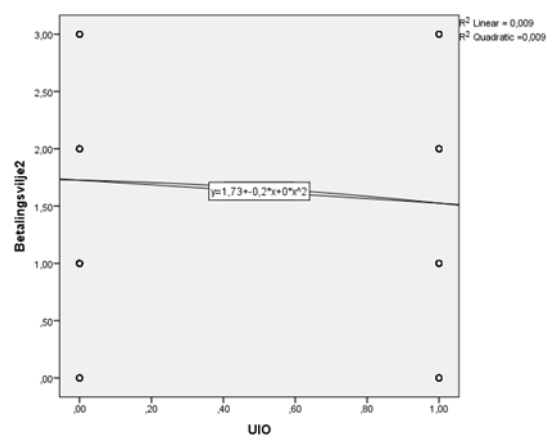
Figur 8.3 Test av linearitet kjønn



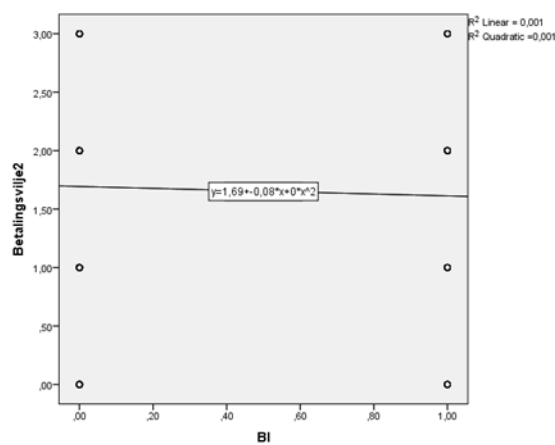
Figur 8.4 Test av linearitet alder(omkodet)



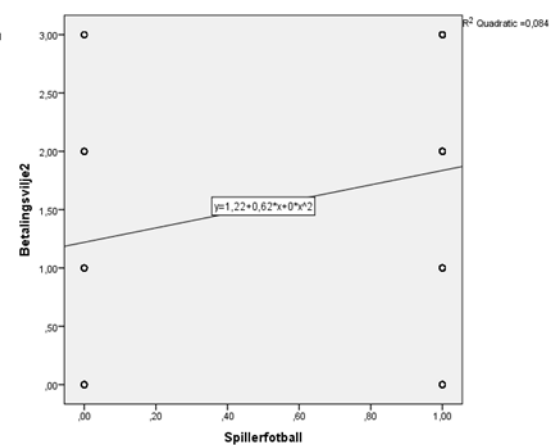
Figur 8.5 Test av linearitet HiOA



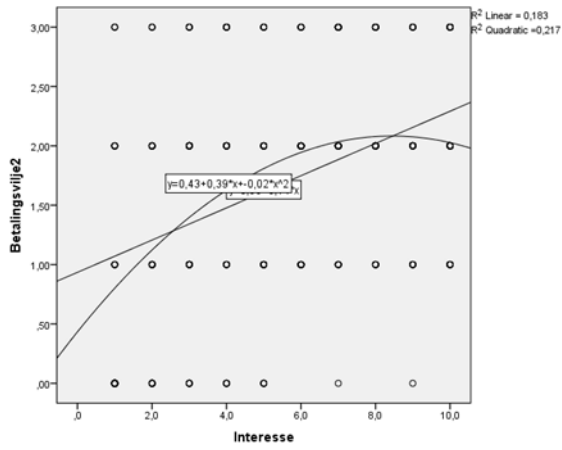
Figur 8.6 Test av linearitet UiO



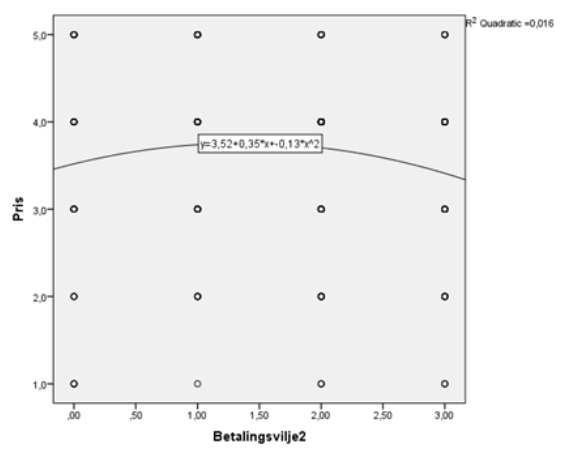
Figur 8.7 Test av linearitet BI



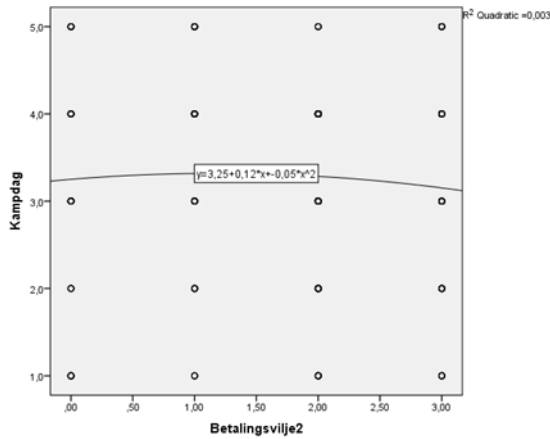
Figur 8.8 Test av linearitet fotballaktivitet



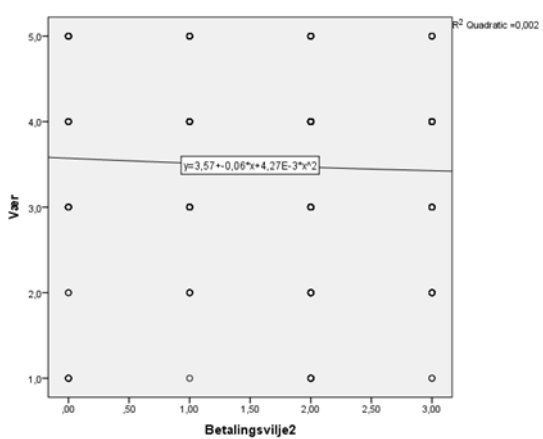
Figur 8.9 Test av linearitet interesse



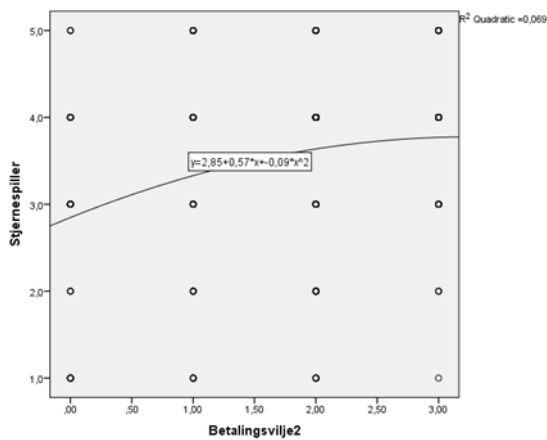
Figur 8.10 Test av linearitet pris



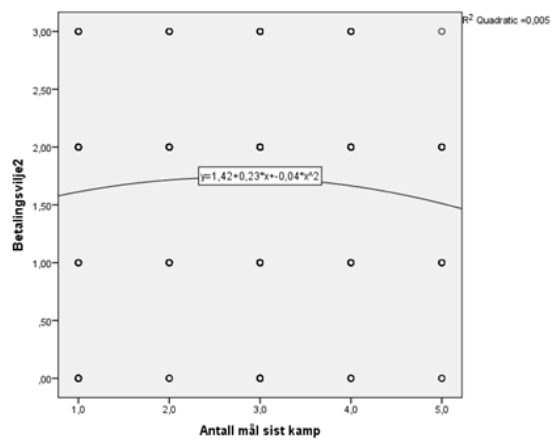
Figur 8.11 Test av linearitet kampdag



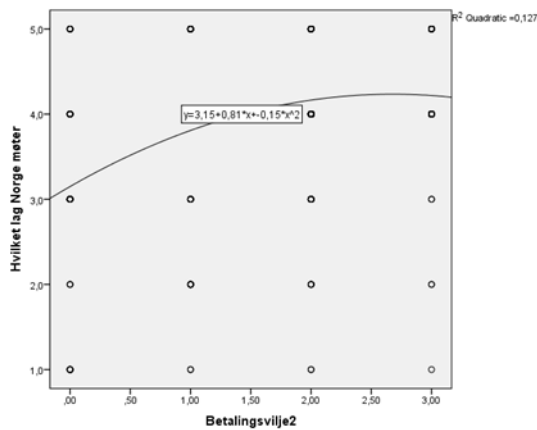
Figur 8.12 Test av linearitet vær



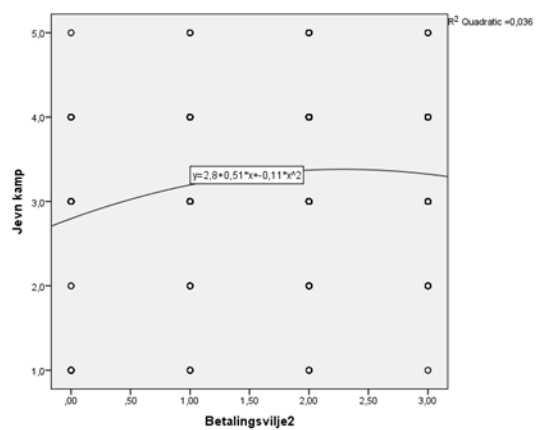
Figur 8.13 Test av linearitet stjernespiller



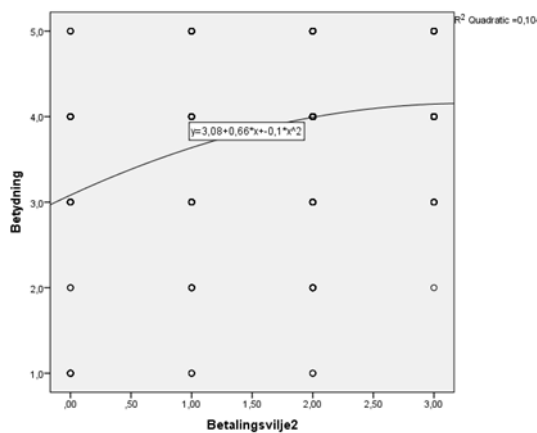
Figur 8.14 Test av linearitet antall mål



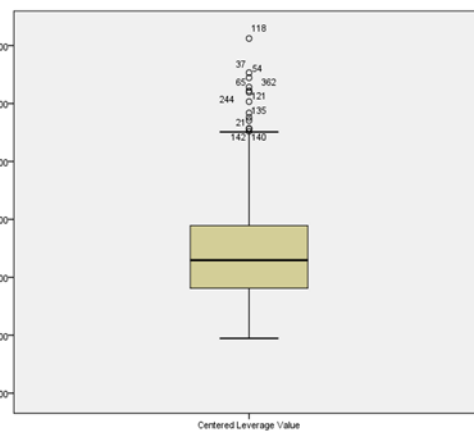
Figur 8.15 Test av linearitet motstander



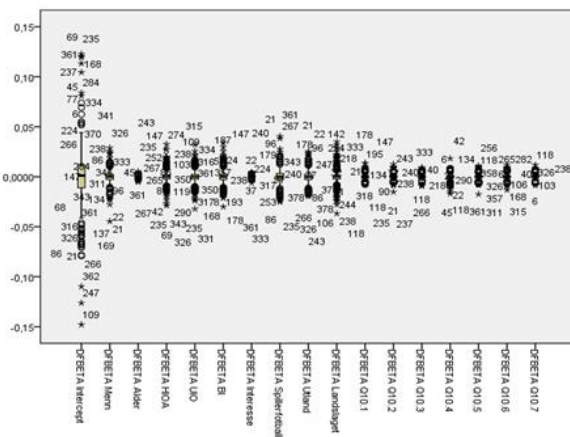
Figur 8.16 Test av linearitet usikkerhet



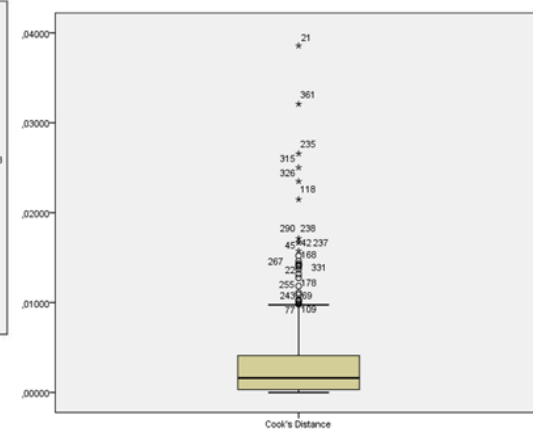
Figur 8.17 Test av linearitet betydning



Figur 8.18 Test av innflytelsesrike enheter



Figur 8.19 Test av innflytelsesrike enheter



Figur 8.20 Test av innflytelsesrike enheter

Tabell 8.2 Test av autokorrelasjon

Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,149 ^a	,022	,007	,89523	,022	1,442	5	316	,209	
2	,391 ^b	,153	,129	,83851	,131	12,048	4	312	,000	
3	,514 ^c	,264	,223	,79188	,111	5,728	8	304	,000	1,928

a. Predictors: (Constant), BI, Alder2, Menn, HIOA, UIO

b. Predictors: (Constant), BI, Alder2, Menn, HIOA, UIO, Norge, Interesse, Spillerfotball, Utland

c. Predictors: (Constant), BI, Alder2, Menn, HIOA, UIO, Norge, Interesse, Spillerfotball, Utland, Kampdag, Antall mål sist kamp, Pris, Betydning, Jevn kamp, Vær, Hvilket lag Norge møter, Stjernespiller

d. Dependent Variable: Betalingsvilje2

Vedlegg 9: Resultater fra analyser med modeller/blokk.

Tabell 9.1 Resultater fra analysen med fotballinteresse som avhengig variabel

	Modell 1			Modell 2		
	Variabel	B	Sig.	Variabel	B	Sig.
Kjønn	Menn	2,26	.000	Menn	0,95	.002
Alder	Alder2	-0,013	.840	Alder2	0,004	.950
	HiOA	-1,214	.003	HiOA	-0,942	.010
Studiested	UiO	-1,585	.000	UiO	-1,247	.001
	BI	-1,252	.002	BI	-0,842	.021
Fotballaktivitet				Spiller/Spilt	2,932	.000
R ²	17,10 %			31,70 %		

Tabell 9.2 Resultater fra analyse med herrelandslaget som avhengig variabel

	Modell 1		Modell 2		Modell 3		Modell 4		Modell 5	
	Variabel	OR	Variabel	OR	Variabel	OR	Variabel	OR	Variabel	OR
	Konstant	0,26	Konstant	0,15	Konstant	0,12	Konstant	0,18	Konstant	0,4
Kjønn	Menn	0,66	Menn	0,61	Menn	0,62	Menn	0,85	Menn	1,03
Alder			Alder2	1,14	Alder2	1,15*	Alder2	1,14	Alder2	1,14
					HIOA	1,2	HIOA	1,14	HIOA	0,92
Studie sted					UIO	1,36	UIO	1,28	UIO	1,01
					BI	0,98	BI	0,89	BI	0,78
					NIH	1	NIH	1	NIH	1
Fotballaktivitet							Spiller/spilt	0,51	Spiller/spilt	1,02
Generell interesse for fotball									Fotballinteresse	0,78***
	Endring		Endring		Endring		Endring		Endring	
	-2LL		-2LL		-2LL		-2LL		-2LL***	
Hosmer og Lemeshow test			0,983		0,344		0,554		0,903	
Nagelkerke R ²	1 %		2,70 %		3,10 %		4,70 %		12,10 %	

Tabell 9.3 Resultater fra analyse med internasjonale lag som avhengig variabel

	Modell 1		Modell 2		Modell 3		Modell 4		Modell 5	
	Variabel	OR	Variabel	OR	Variabel	OR	Variabel	OR	Variabel	OR
	Konstant	0,71	Konstant	0,71	Konstant	0,6	Konstant	0,45	Konstant	0,25
Kjønn	Menn	2,57	Menn	2,56***	Menn	2,37***	Menn	1,95*	Menn	1,69
Alder			Alder	1	Alder	1	Alder	1	Alder	1
Stuedsted					HIOA	1,28	HIOA	1,32	HIOA	1,55
					UIO	1,15	UIO	1,2	UIO	1,46
					BI	1,97	BI	2,09*	BI	2,38**
					NIH	1	NIH	1	NIH	1
Fotballaktivitet							Spiller/spilt	1,59	Spiller/spilt	1
Generell interesse for fotball									Interesse	1,18***
	Endring		Endring		Endring		Endring		Endring	
	-2LL***		-2LL		-2LL		-2LL		-2LL***	
Hosmer og Lemeshow test			0,958		0,228		0,664		0,494	
Nagelkerke R2	6,70 %		6,70 %		8,40 %		9,30 %		13,70 %	

Tabell 9.4 Resultater fra analyse med norske klubblag som avhengig variabel

	Modell 1		Modell 2		Modell 3		Modell 4		Modell 5	
	Variabel	OR	Variabel	OR	Variabel	OR	Variabel	OR	Variabel	OR
	Konstant	0,61	Konstant	0,91	Konstant	1,25	Konstant	1,28	Konstant	1,44
Kjønn	Menn	0,43**	Menn	0,45**	Menn	0,49**	Menn	0,5*	Menn	0,52*
Alder			Alder	0,91	Alder	0,91	Alder	0,91	Alder	0,91
Stuedsted					HIOA	0,67	HIOA	0,67	HIOA	0,65
					UIO	0,69	UIO	0,69	UIO	0,66
					BI	0,43*	BI	0,43*	BI	0,42*
					NIH	1	NIH	1	NIH	1
Fotballaktivitet							Spiller/spiller	0,96	Spiller/spiller	1,05
Generell interesse for fotball									Fotballinteresse	0,97
	Endring		Endring		Endring		Endring		Endring	
	-2LL**		-2LL		-2LL		-2LL		-2LL	
Hosmer og			0,937		0,969		0,963		0,986	
Nagelkerke R2	4,80 %		5,90 %		8 %		8 %		8,20 %	

Tabell 9.5 Resultater fra analyse med betalingsvilje som avhengig variabel

	Modell 1			Modell 2			Modell 3		
	Variabel	B	Sig.	Variabel	B	Sig.	Variabel	B	Sig.
Kjønn	Menn	0,176	.719	Menn	-0,099	.395	Menn	-0,044	.698
Alder	Alder2	-0,008	.097	Alder2	-0,004	.837	Alder2	0,012	.568
Stuedsted	HiOA	-0,002	.986	HiOA	0,136	.303	HiOA	0,112	.373
	UiO	-0,231	.098	UiO	-0,04	.764	UiO	-0,037	.769
	BI	-0,215	.141	BI	-0,049	.727	BI	-0,07	.600
Generell interesse for fotball				Fotballinteresse	0,116	.000	Fotballinteresse	0,105	.000
Fotballaktivitet				Spiller/spilt	0,143	.301	Spiller/spilt	0,093	.482
Interesse for lag				Norske klubblag	-0,018	.092	Norske klubblag	0,041	.771
				Internasjonale lag	-0,235	.905	Internasjonale lag	-0,245	.064
Pris							Pris	-0,178	.000
Kampdag							Kampdag	-0,071	.118
Vær							Vær	0,062	.173
Stjernespillere							Stjernespillere	0,05	.346
Form							Antall mål	-0,087	.037
Motstander							Motstander	0,145	.022
Usikkerhet							Jevn kamp	0,016	.752
Kampens betydning							Kampens betydning	0,134	.007
Adjusted R ²	0,70 %			12,90 %			22,30 %		