



Prosjektnotat nr. 5-2009

Gun Roos

**Forbruk av spa tjenester**  
analyse av data fra SIFO-surveyen 2008

**SIFO**

© SIFO 2009  
Prosjektnotat nr. 5 - 2009

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
Sandakerveien 24 C, Bygg B  
Postboks 4682 Nydalen  
0405 Oslo  
[www.sifo.no](http://www.sifo.no)

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporten er lagt ut på internett for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

<b>Tittel</b> Forbruk av spa tjenester	<b>Antall sider</b> 30	<b>Dato</b> 27.4.2009
<b>Title</b> Consumption of spa services		
<b>Forfatter(e)</b> Gun Roos	<b>Prosjektnummer</b> 11-2008-01	<b>Faglig ansvarlig sign.</b> 
<b>Oppdragsgiver</b>		
<b>Sammendrag</b> Som et case i SIFO-prosjektet "Beauty comes from within. Looking good as a challenge in health promotion" er data på forbruk av spa tjenester fra den landsdekkende SIFO-surveyen 2008 analysert. En av fire respondenter rapporterer at de har benyttet spa tjenester (gjennomsnitt 1,7 ganger i løpet av det siste året). Bruket av spa tjenester varierer med kjønn, alder, utdanning, bosted, husstand og økonomi. Mange forbrukere er interessert i å benytte spa og av de som har benyttet spa sier de fleste at de ønsker å benytte spa igjen. Norske forbrukere forbinder spa med velvære. Spa kobles også til noe man fortjener og til helse. Blant kvinner kobles det i tillegg til skjønnhetspleie.		
<b>Summary</b> Data on spa consumption from the nationwide SIFO-survey 2008 is analysed as a case in the SIFO project "Beauty comes from within. Looking good as a challenge in health promotion." One of four respondents reported that they have used spa services, and the average among those is 1,7 times during the last year. The use of spa services varied based on gender, education, residence, household and economy. Many consumers are interested in using spa and the majority of those who reported that they had used spa said that they wished to use spa again. Norwegian consumers associate spa with comfort. Spa is also connected with something you deserve and health. In addition spa is among women associated with beauty treatment.		
<b>Stikkord</b> Spa, SIFO-survey, velvære, skjønnhet, helse		
<b>Keywords</b> Spa, SIFO-survey, comfort, beauty, health		



Forbruk av spa tjenester  
analyse av data fra SIFO-surveyen 2008

av

Gun Roos

2009

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo



## Forord

Dette notatet presenterer resultater fra en analyse av data på forbruk av spa tjenester fra SIFO-surveyen 2008. Analysen er en del av SIFO-prosjektet "Beauty comes from within. Looking good as a challenge in health promotion" finansiert av Folkehelseprogrammet i Norges forskningsråd 2008-2010. Prosjektet er et samarbeid mellom Centrum for konsumtionsvetenskap (CFK) ved Göteborgs Universitet, Instituttet for sykepleievitenskap og helsefag ved Universitetet i Oslo og SIFO. Formålet med "Beauty"-prosjektet er å utvikle forståelsen av hvordan helse-, forbruks- og velværediskurser bruker, fortolker og tillegger utseende stor betydning. Prosjektet er oppbygget av flere case, bl.a. både en kvantitativ og en kvalitativ studie av spa.

Målsetningen med SIFO-surveyen, som har blitt gjennomført hvert år siden 2005, er å få økt innsikt i forbrukernes situasjon, med vekt på hvordan forbrukerne orienterer seg og gjør valg i markedene. I tillegg til hovedstammen med faste spørsmål inkluderte SIFO-surveyen 2008 noen spørsmål om forbruk av spa tjenester. SIFO-surveyen er basert på ett tusen respondenter i alderen 18-80 år bosatt i Norge. Dataene ble samlet inn gjennom telefonintervjuer (CATI) de to siste ukene i oktober 2008, av datainnsamlingsbyrået Norstat AS. Respondentene er trukket tilfeldig blant telefonnumre fra både fasttelefon og mobiltelefon. I referansegruppen for SIFO-surveyen sitter Eivind Gram-Johannessen (Barne- og likestillingsdepartementet), Lisbet Bjone (Barn- og likestillingsdepartementet), Bjørn Erik Thon (Forbrukerombudet), Terje Isachsen (Forbrukerrådet), Kjell Sunnevåg (Konkurransetilsynet), Ragnhild Brusdal (SIFO), Randi Lavik (SIFO), Christian Poppe (SIFO) og Lisbet Berg (SIFO). Referansegruppen er ikke ansvarlig for innholdet i notatet.

Oslo, 27 april 2009

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING





# Innhold

Forord.....	5
Innhold .....	7
Sammendrag.....	9
Summary .....	11
1 Innledning .....	13
2 Metode .....	15
3 Forbruk av spa tjenester .....	17
3.1 Hvem benytter spa tjenester? .....	17
3.2 Hvem ønsker å benytte spa tjenester? .....	18
3.3 Spa som en vei til helse, velvære eller skjønnhet? .....	19
3.4 Ønske å benytte spa og kosmetisk kirurgi.....	20
4 Avsluttende kommentarer .....	23
Litteratur.....	25
Vedlegg 1 .....	27



## Sammendrag

Som et case i SIFO-prosjektet "Beauty comes from within. Looking good as a challenge in health promotion" er data på forbruk av spa tjenester fra den landsdekkende SIFO-surveyen 2008 analysert. Datainnsamlingen foregikk i oktober 2008. Ett tusen respondenter mellom 18 og 80 år bosatt i Norge ble ringt opp. SIFO-surveyen 2008 inkluderte 8 spørsmål om forbruk av spa tjenester.

En av fire respondenter rapporterer at de har benyttet spa tjenester. Bruket av spa tjenester varierer med kjønn, alder, utdanning, bosted, husstand og økonomi. Blant kvinner er andelen som rapporterer at de har benyttet spa tjenester dobbelt så stor som blant menn. Det er en større andel som sier at de har benyttet spa tjenester blant de som er under 60 år enn blant de som er over 60 år. De med høyere utdanning rapporterer oftere at de har benyttet spa tjenester enn de med lavere utdanning. Det kom også frem at de som bor i byen oftere sier at de benyttet spa tjenester enn de som bor i landkommuner. Blant de som bor i husstand med flere personer er det vanligere å ha benyttet spa enn for de som bor i husstand med 1-2 personer. De som vurderte at økonomien i deres husstand var god rapporterte oftere at de hadde benyttet spa tjenester enn de som sa at økonomien var middels, varierende eller dårlig. Det å gå på spa er ikke noe respondentene gjør ofte. Gjennomsnittet var 1,7 ganger i løpet av de siste 12 månedene.

Mange forbrukere er interessert i å benytte spa og de som har benyttet virker å være fornøyde da de fleste av dem sier at de ønsker å benytte spa igjen. Det var nærmere halvparten som sa at de ønsker å benytte spa. Det var flere kvinner enn menn som ønsket å gå på spa. Spa er også noe som de yngre og middelaldrende ønsker oftere enn de over 60 år. De som bor i større husstand ønsker oftere å benytte spa tjenester enn de som bor i små husstand.

Resultatene tyder på at norske forbrukere kopler spa med velvære. De forbinder også spa med noe man fortjener og med helse. Blant kvinner koples det i tillegg til skjønnhetspleie.

Man kunne kanskje forvente seg at de som ønsker å gå på spa er opptatt av å ta vare på kroppen, og også derfor også mer åpne for tanken å ta kosmetisk kirurgi i fremtiden. Men det var bare 8 prosent av de som sa at de ønsket å benytte spa som svarer positivt på spørsmålet om de kunne tenke seg å ta kosmetisk kirurgi i fremtiden.



## Summary

Data on spa consumption from the nationwide SIFO-survey 2008 is analysed as a case in the SIFO project "Beauty comes from within. Looking good as a challenge in health promotion." The survey was conducted in October 2008. 1000 respondents aged 18-80 living in Norway were phoned. The SIFO-survey 2008 included 8 questions on spa consumption.

One of four respondents reported that they have used spa services. The use of spa services varied based on gender, education, residence, household and economy. The proportion of women who reported that they have used spa services was double compared to that among men. Those under 60 years of age reported to have used spa services more often than those older than 60 years. The respondents with higher education reported more often to have used spa services than those with lower education. The results also showed that urban dwellers more often say that they have used spa services than rural dwellers. Those who live in larger households reported that they have used spa services more often than those who live in one to two person households. Those who estimated that they have a good economy reported more often to have used spa services than those who estimated that they had an average, varied or bad economy. The respondents did not visit spas often, the average was 1,7 times over the last 12 months.

Many consumers are interested in using spa services and of those who reported that they had used spa services the majority said that they wished to use spa again. Close to 50 percent said that they wish to use spa services. It was more women than men that wished to use spa. Spa is also something the young and middle aged wish to visit more than those over 60 years of age. Those who live in larger households wish more often to use spa than those who live in smaller households.

Norwegian consumers associate spa with comfort. Spa is also connected with something you deserve and health. In addition, spa is among women associated with beauty treatment.

You may expect that those who wish to use spa services also are preoccupied by taking care of their bodies, and thus more open to the idea of having cosmetic surgery in the future. However, it was only eight percent of those who reported that they wished to use spa services that gave a positive response to the question if they would consider having cosmetic surgery in the future.



# 1 Innledning

SIFO-prosjektet "Beauty comes from within. Looking good as a challenge in health promotion" inkluderer som et av flere case en analyse av data på forbruk av spa-tjenester fra SIFO-surveyen 2008. Formålet med "Beauty"-prosjektet er å utvikle forståelsen av hvordan helse-, forbruks- og velværediskurser brukes, fortolker og tillegger utseende stor betydning. "Beauty"-prosjektet har i tillegg til denne kvantitative analysen også et kvalitativt spa-relatert case som er basert på deltakende observasjon på spa og analyse av markedsføring (Klepp 2009).

Den landsdekkende SIFO-surveyen 2008, tok blant annet opp forbruk av spa-tjenester. Bakgrunnen til å inkludere spa i SIFO-surveyen er, i tillegg til pågående "Beauty"-prosjektet, at kropsrelatert forbruk har vært et satsningsområde på SIFO.

Spa er et relativt nytt og voksende forbruksfelt i Norge som har blitt knyttet til økt individualisering og forbrukskultur. Antropologen Anne Karen Bjelland (2006) beskriver i sin studie av et spa hvordan den økende bruken av spa kan kobles til et økende fokus på helse og en nær kobling mellom helse og estetikk.

I ordbøker har det engelske ordet spa blitt oversatt til "mineralkilde, mineralbad, kurbad"<sup>1</sup>, men i dag brukes spa i flere ulike sammenheng. Søk på Internet viser at spa forbindes med alt fra enkle behandlinger eller kosmetikk-produkter, til reiser og opphold på spa-hotell.<sup>2</sup> Spa blir beskrevet som en internasjonal betegnelse på moderne kurbadvirksomhet som omfatter sunt kosthold, trening, avslapning og mental balanse, og pleie av kroppen.<sup>3</sup> Denne nye utvidede bruken av ordet spa er ikke en selvfølge, og det gjør det viktig å beskrive hva spa er til forbrukerne.<sup>4</sup> For eksempel, på en norsk Internetside "altomspa" får vi vite at spa er en forkortelse av Salus per aqua (= helse gjennom vann på latin), og at spa i dag har fire hjørnesteiner: 1. Sunt kosthold, informasjon og råd om kost, 2. Trening; 3. Mental balanse; 4. God ansikts- og kroppspleie. Til slutt oppsummeres: "SPA kan oppsummeres i ord som helhetstenkende for kropp og sjel, harmoni og balanse, ny giv og inspirasjon, aktiv vilje og positive opplevelser."<sup>5</sup> Søk på Internet har vist at spa forbindes med bl.a. helse, livsstil, pleie av kroppen, velvære og positive opplevelser, men vi har begrenset kunnskap om hvordan forbrukerne ser på dette og hva som er viktig for forbrukerne.

International SPA Association (ISPA) beskriver følgende som mulige årsaker for å gå på spa: for å håndtere stress, gå ned i vekt, komme i form eller å unne seg selv noe.<sup>6</sup> Det ser basert på preliminnære resultater fra prosjektet "Beauty" ut som om mange av de samme argumentene brukes i markedsføring. Spa beskrives ofte som vedlikehold, investering i egen helse, behandling av kropp og sjel, nytelse, avslapping, luksus og velvære. Det er fremhevet som et

---

<sup>1</sup> Engelsk-norsk ordbok. Kunnskapsforlaget's blå ordbøker. Oslo/Gjøvik: Aschehoug - Gyldendal 1987.

<sup>2</sup> Se for eksempel <http://www.altomspa.no/>

<sup>3</sup> <http://www.spa24.no/no/spa/nyheter/spa---mer-velvaere-enn-helse/>; <http://www.spa24.no/no/spa/nyheter/spa-wikipedia/>

<sup>4</sup> <http://www.altomspa.no/>, <http://www.spa24.no/no/hjem/>

<sup>5</sup> <http://www.altomspa.no/>

<sup>6</sup> <http://www.internationalspaassociation.org/spa-goers/spa-101/>

pusterom, en pause i hverdagen og noe man unner seg selv og andre som gave ”fordi vi fortjener det”.<sup>7</sup>

Det finnes ikke direkte statistikk på spa, men salgsstatistikk viser at norske forbrukere bruker stadig mer penger på hudpleieprodukter, kosmetikk, hårprodukter og hygieneprodukter.<sup>8</sup> SSBs Forbruksundersøkelse viser også at utgiftene til personlig pleie utgjør ca. 2,2% av forbruksutgiftene.<sup>9</sup>

Det at spa er et voksende forbruksfelt som forbindes med helse og velvære gjør det til et interessant felt, men det er inntil videre et lite utforsket felt. I ”Beauty”-prosjektet har vi derfor inkludert både en kvantitativ og en kvalitativ studie. Den kvalitative studien bygger på observasjon og analyse av markedsføring og vil bli gjenstand for analyser av hvordan spa oppleves og hva spa betyr for forbrukere i dagens samfunn (Klepp 2009).

Formålet med denne kvantitative spa studien er å få et bilde av hvor utbredt bruket av spa tjenester er blant norske forbrukere, og hva forbrukerne har for forestillinger om hvorfor de ønsker å benytte seg av spa tjenester.

---

<sup>7</sup> <http://www.spa24.no/no/spa/nyheter/spa---mer-velvaere-enn-helse/>

<sup>8</sup> Kosmetikkleverendørenes forening <http://www.klf.no/?itemID=1448>

<sup>9</sup> <http://www.ssb.no/>





at jeg en gang i fremtiden tar kosmetisk kirurgi” har vært brukt i Sifo-surveyen 2006 (Roos 2006), og ble tatt med for å se om kosmetisk kirurgi ser ut til å bli mer akseptabelt.

Respondentene fikk en til fem svaralternativer å velge mellom. Det var kun noen få, som svarte ”vet ikke” på spa spørsmålene (varierte fra 0 til 1.4%, med unntak av 6.1% på spørsmålet om du ønsker å benytte spa tjenester). ’Vet ikke’ har i analysene blitt omkodet til ”nei” (nei/ja) eller 3 (skala 1-5).

Følgende bakgrunnsvariabler er brukt i analysene: kjønn (menn, kvinner), aldersgrupper (18-29 år, 30-44 år, 45-59 år, 60-80 år), utdanning (folkeskole og annet; høgskole/universitet minst 1 år), bosted (landkommune, bykommune), husstand (1-2 personer, 3 og flere personer), og økonomi (god, middels/varierende/dårlig). Inndelingen i undergrupper gjordes så att gruppene var omtrent like store.

SPSS har blitt brukt til de statistiske analysene. P-verdi  $<0.05$  (\* p-verdi  $<0,05$ , \*\* p-verdi  $<0,01$ , \*\*\* p-verdi  $<0,001$ ) tolkes som statistisk signifikant resultat.

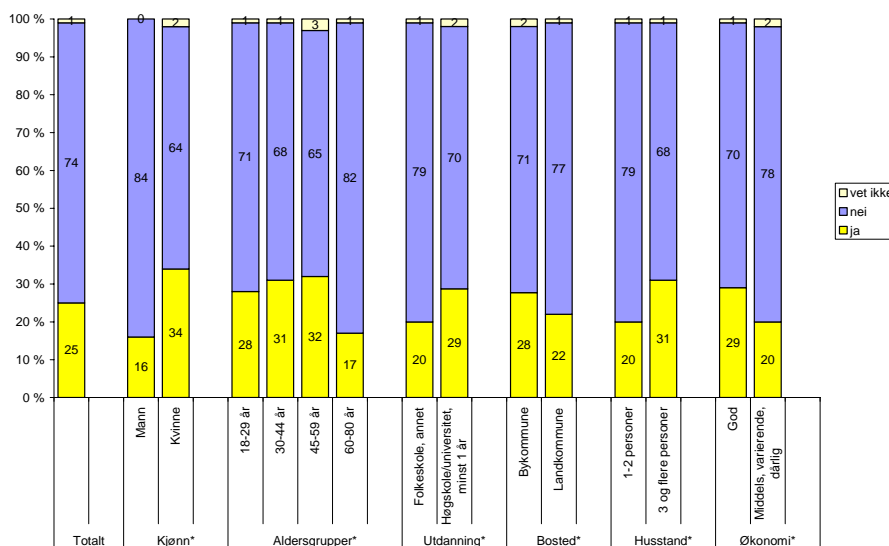
Metoden og materialet har sine begrensninger som det er viktig å peke på. Spa forbindes med mye men vi har vært nødt til å velge bare noen spørsmål. Det er umulig å få dekkende svar om hvorfor man ønsker å benytte spa med noen få spørsmål. Som en følge av at en del av spørsmålene var kun aktuelle for de som svarte at de ønsket å benytte spa tjenester ble antallet respondenter redusert på disse.

I dette notatet presenteres hvordan et utvalg norske forbrukere forholder seg til forbruk av spa tjenester. Formålet er å gi en generell oppsummering av survey-resultatene og peke på tema for mulige, fremtidige, mer dyptgående analyser og fortolkninger.

## 3 Forbruk av spa tjenester

### 3.1 Hvem benytter spa tjenester?

Spa er et relativt nytt forbruksfelt i Norge og det finnes ikke mye informasjon om hvor mange eller hvem som benytter spa. Figur 3-1 nedenfor gir en oversikt over hvor mange som sier at de har eller ikke har benyttet spa tjenester. Det at bare 1 prosent svarte "vet ikke" tyder på at norske forbrukere har kjennskap til spa.

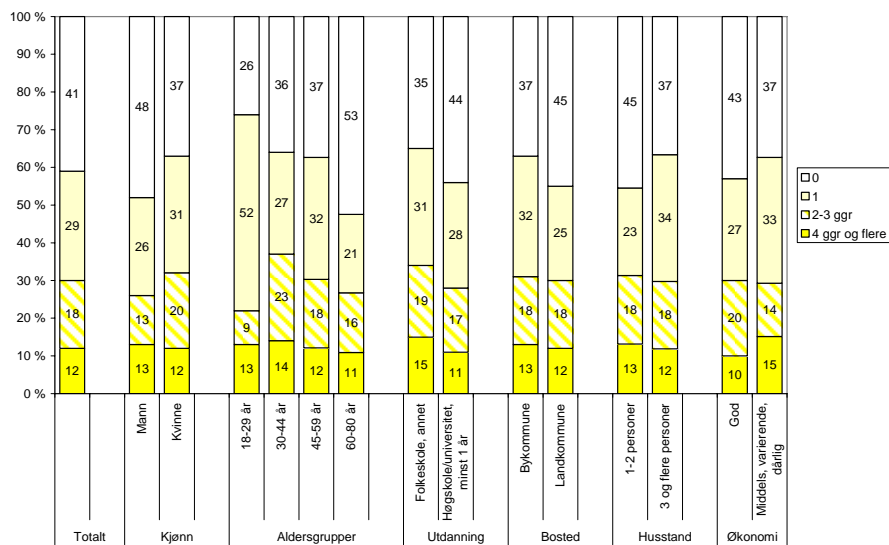


Figur 3-1: Har du benyttet spa tjenester? Prosent. (N=1000) \*=minst signifikant på 5%-nivå

Resultatene i figur 3-1 viser at en av fire har benyttet spa tjenester, mens en stor andel av forbrukerne svarer at de ikke har benyttet spa tjenester. Bruket av spa tjenester varierer med kjønn, alder, utdanning, bosted, husstand og økonomi. Blant kvinner er andelen som rapporterer at de har benyttet spa tjenester dobbelt så stor som blant menn. En av tre kvinner svarer at de har benyttet spa tjenester. Alder spiller også en rolle for bruk av spa. Det er en større andel som sier at de har benyttet spa tjenester blant de som er under 60 år enn blant de som er over 60 år. De med høyere utdanning rapporterer oftere at de har benyttet spa tjenester enn de med lavere utdanning. Det kom også frem at de som bor i byen oftere sier at de benyttet spa tjenester enn de som bor i landkommuner. Blant de som bor i husstand med tre eller flere personer er det vanligere å ha benyttet spa enn for de som bor i husstand med 1-2 personer. De som vurderte at økonomien i deres husstand var god rapporterte oftere at de hadde benyttet spa tjenester enn de som sa at økonomien var middels, varierende eller dårlig.

Det å gå på spa er ikke noe respondentene gjør ofte. Gjennomsnittet var 1.7 ganger i løpet av de siste 12 månedene og antallet ganger varierte fra 0 til 24. Figur 3-2 nedenfor viser at av de

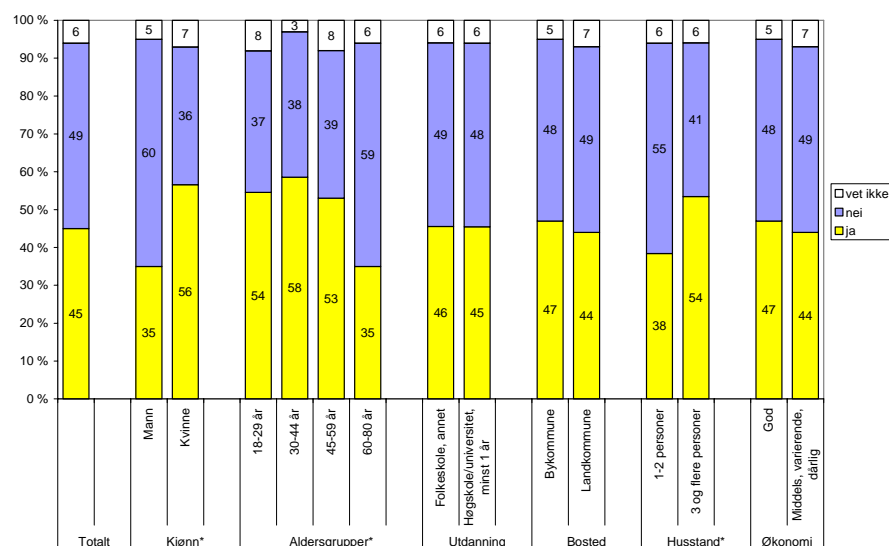
245 som svarte ja på spørsmålet om de hadde benyttet spa tjenester var det mange (41 prosent) som ikke hadde gjort det i løpet av de siste 12 månedene. Omtrent halvparten hadde vært 1-3 ganger på spa. Det var kun 12 prosent som hadde vært på spa 4 eller flere ganger det siste året.



Figur 3-2: Hvor mange ganger i løpet av de siste 12 månedene har de som hadde sagt at de benyttet spa tjenester gjort det? Prosent (N=245)

### 3.2 Hvem ønsker å benytte spa tjenester?

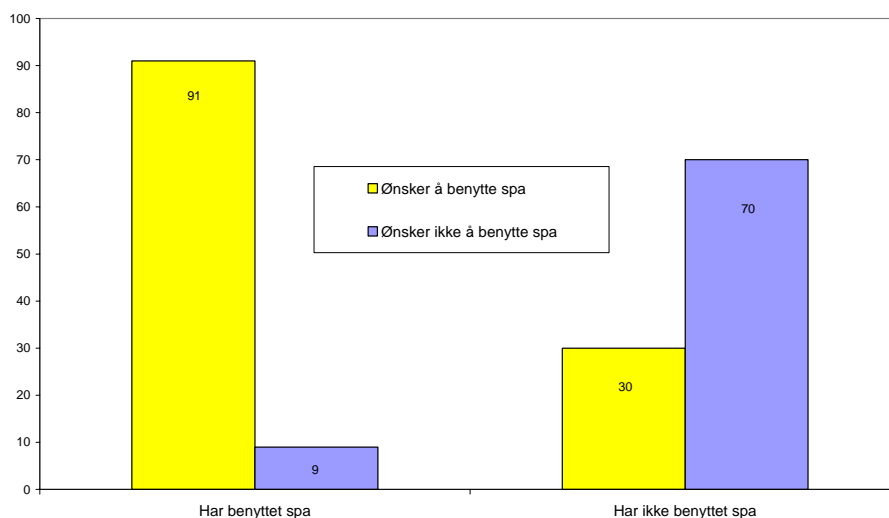
Spa markedsføres som en positiv opplevelse, og det er også mange som ønsker å benytte spa tjenester (Figur 3-3).



Figur 3-3: Ønsker du å benytte spa tjenester (igjen)? Prosent. (N=1000) \*=minst signifikant på 5%-nivå

Figur 3-3 viser at det er langt flere som ønsker å benytte spa, enn de som allerede har gjort det. Det var 45 prosent som sa at de ønsker å benytte spa. Det var flere kvinner (56 prosent) enn menn (35 prosent) som ønsket å gå på spa. Spa er også noe som de yngre og middelald-

rende ønsker oftere enn de eldre (over 60 år). De som bor i større husstand ønsker oftere å benytte spa tjenester enn de som bor i husstand med 1-2 personer. Men utdanning, bosted og økonomi ser ikke ut å gjøre store forskjell på om man ønsker å gå på spa.



**Figur 3-4: De som ønsker å bruke spa tjenester (igjen). Prosent blant de som har benyttet (N=245) eller ikke benyttet (N=755) spa tjenester i løpet av de siste 12 månedene.**

Figur 3-4 viser at de fleste som rapportert at de har benyttet spa tjenester (N=245) også sier at de ønsker å gjøre det igjen. Det at kun 9 prosent sier at de ikke ønsker å gjøre det igjen tyder på at de fleste har vært fornøyde med spa opplevelsen. Blant de som ikke har benyttet spa tjenester (N=755) ønsker 30 prosent å benytte det. Vi kan derfor si at mange forbrukere er interessert i å benytte spa og de som hadde benyttet spa virker å være fornøyde da de fleste av dem sier at de ønsker å benytte spa igjen.

### 3.3 Spa som en vei til helse, velvære eller skjønnhet?

Vi stilte noen spørsmål om hvorfor de ønsket å benytte spa til de som rapporterte at de ønsket å benytte spa tjenester. Har det noe å gjøre med helse, velvære, eller skjønnhet? Eller koples det til en følelse av at man fortjener noe ekstra?

Tabell 3-1 viser gjennomsnitt for påstander hvorfor respondentene ønsket å benytte spa. Høyere gjennomsnitt betyr at de er mer enig med påstandene.

Tabell 3-1: Gjennomsnitt ranking av påstander om hvorfor man ønsker å benytte spa tjenester etter kjønn, alder, utdanning, bosted, husstand og økonomi.

Jeg ønsker å benytte spa...	...for å få en følelse av velvære	...fordi jeg fortjener det	...for å få bedre helse	...for skjønnhetspleie
<b>TOTAL</b>	4.30	3.64	3.42	2.59
<b>Kjønn</b>				
Menn	4.11	3.48	3.38	1.83
Kvinner	<b>4.43**</b>	3.75	<b>3.45*</b>	<b>3.09***</b>
<b>Aldersgrupper</b>				
18-29 år	4.40	3.64	3.47	2.60
30-44 år	4.38	3.78	3.50	2.84
45-59 år	4.28	3.49	3.25	2.70
60-80 år	4.26	3.68	3.49	2.36
<b>Utdanning</b>				
Folkeskole, annet	4.29	3.86	3.61	2.59
Høgskole/universitet, minst 1 år	4.32	<b>3.44**</b>	<b>3.23**</b>	2.60
<b>Bosted</b>				
Bykommune	4.35	3.61	3.36	2.65
Landkommune	4.26	3.68	3.48	2.54
<b>Husstand</b>				
1-2 personer	4.21	3.72	3.50	2.51
3 og flere personer	4.39	3.58	3.35	2.67
<b>Økonomi</b>				
God	4.20	3.58	3.29	2.48
Middels, varierende, dårlig	<b>4.46***</b>	3.72	<b>3.57*</b>	2.74

\*p-verdi <0,05

\*\* p-verdi <0,01

\*\*\* p-verdi <0,001

Resultatene i Tabell 3-1 tyder på at norske forbrukere kopler ønsket om å benytte seg av spa spesielt til en følelse av velvære. Spa er i tillegg noe mange ønsker fordi de mener de fortjener det og/eller fordi de synes det gir bedre helse. Spa kobles også blant kvinner til skjønnhetspleie. Kvinner sier seg mer enige i alle påstandene om hvorfor man ønsker å benytte spa. Forskjellene er statistisk signifikante for påstandene ”for å få en følelse av velvære”, ”fordi jeg fortjener det” og ”for skjønnhetspleie”. De som har lavere utdanning er mer enige i at de ønsker å benytte spa fordi de fortjener det og for å få bedre helse enn de som har høyere utdanning. De som vurderer at de har god økonomi er mindre enige i at de ønsker å benytte spa for å få en følelse av velvære og for å få en bedre helse enn de som vurderer at de har en middels, varierende eller dårlig økonomi.

### 3.4 Ønske å benytte spa og kosmetisk kirurgi

Man kunne kanskje forvente seg at de som ønsker å gå på spa er opptatt av å ta vare på kroppen, og også derfor også mer åpne for tanken å ta kosmetisk kirurgi i fremtiden. Men det var bare 8 prosent av de 453 som sa at de ønsket å benytte spa som svarer positivt på spørsmålet om de kunne tenke seg å ta kosmetisk kirurgi i fremtiden (se vedlegg 1). Tabell 3-2 viser at

uansett kategori, er det ikke så mange av dem som ønsker å benytte spa som er enige med påstanden ”det kan godt tenkes at jeg en gang i fremtiden tar kosmetisk kirurgi”. Høyre gjennomsnitt betyr at man er mer enig med påstandene.

**Tabell 3-2: Gjennomsnitt ranking av påstanden ”Det kan godt tenkes at jeg en gang i fremtiden tar kosmetisk kirurgi” etter kjønn, alder, utdanning, bosted, husstand og økonomi.**

	Gjennomsnitt
TOTAL	1.52
<b>Kjønn</b>	
Menn	1.26
Kvinner	<b>1.69***</b>
<b>Aldersgrupper</b>	
18-29 år	1.67
30-44 år	1.64
45-59 år	1.61
60-80 år	1.34
<b>Utdanning</b>	
Folkeskole, annet	1.66
Høgskole/universitet, minst 1 år	<b>1.39**</b>
<b>Bosted</b>	
Bykommune	1.62
Landkommune	1.42
<b>Husstand</b>	
1-2 personer	1.58
3 og flere personer	1.47
<b>Økonomi</b>	
God	1.54
Middels, varierende, dårlig	1.49

\*p-verdi <0,05

\*\* p-verdi <0,01

\*\*\* p-verdi <0,001

Som i tidligere undersøkelser (Roos 2006) sier kvinner oftere enn menn at de kan tenke seg å ta kosmetisk kirurgi i fremtiden. De som har lavere utdanning er mer enig med påstanden ”Det kan godt tenkes at jeg en gang i fremtiden tar kosmetisk kirurgi” enn de med høyere utdanning. Det er en tendens at de som er yngre er mer enige med påstanden enn de som er eldre og at de som bor i bykommuner er mer enige enn de som bor i landkommuner.

Respondentene i SIFO-surveyen 2006 (N=1000) ble stilt den samme påstanden ”Det kan godt tenkes at jeg en gang i fremtiden tar kosmetisk kirurgi”, og da var det 9 prosent som var helt eller delvis enig med påstanden (Roos 2006). Det er ikke mulig å direkte sammenligne resultatene fra 2006 og 2008 da de som svarte i 2008 var kun de som sa at de ønsket å benytte spa tjenester. Kosmetisk kirurgi er ikke en tjeneste som mange norske forbrukere sier at de sannsynlig kommer å benytte i fremtiden.





## 4 Avsluttende kommentarer

Resultatene fra surveyen tyder på at norske forbrukere kjenner til spa og at mange av forbrukerne forholder seg positivt til spa. En av fire rapporterer at de har benyttet spa tjenester, mange er interessert i å benytte spa tjenester og de som benyttet spa sier at de ønsker å benytte spa igjen.

Som ventet var forskjellene mellom menn og kvinner betydelige. Kvinner har benyttet, og ønsker å benytte, spa tjenester oftere enn menn. Kvinner er også mer enige i påstandene hvorfor man ønsker å benytte spa. Forbrukere forbinder spa med velvære, men spa kobles også til noe man fortjener, helse og skjønnhet.

Hvorfor har spa blitt tatt imot så positivt? Spa har blitt koblet til et økende fokus på helse, estetikk og velvære i dagens samfunn (Bjelland 2006). Det å ta vare på kroppen er viktig og spa kan bli en del av den type praksis og rituale. I tillegg kanskje spa signaliserer noe utenomhverdagslig og søkningen etter en opplevelse, en type magi.

For å få bedre forståelse av hvordan spa oppleves og hva spa kan bety for norske forbrukere har "Beauty"-prosjektet samlet in følgende typer av kvalitativt data på spa: ukebladsmateriale (Hauge 2008), notater fra feltarbeid på spa, og intervjuer. Disse data brukes i kvalitative analyser og resultater blir presentert i andre publikasjoner (bl.a. Klepp 2009).



## Litteratur

Bjelland, A. (2006). Selje Spa Thalasso – en helse- og velværekatedral? Tidsskrift for kulturforskning 5:43-59.

Hauge, B. (2008). Ukeblader, innsamling og analyse: Om ukebladinnsamlingen til Beauty-prosjektet. SIFO Prosjektnotat nr. 5-2008.

Klepp, I. (2009) Does beauty come from within? Beauty and well-being in Norwegian spas. Medische Antropologie. In Press.

Roos, G. (2006). Kropp, slanking og forbruk. SIFO Prosjektnotat nr. 9-2006.



## Vedlegg 1

Prosentfordeling av svar etter kjønn, alder, utdanning, bosted, husstand og økonomi på utsagn:

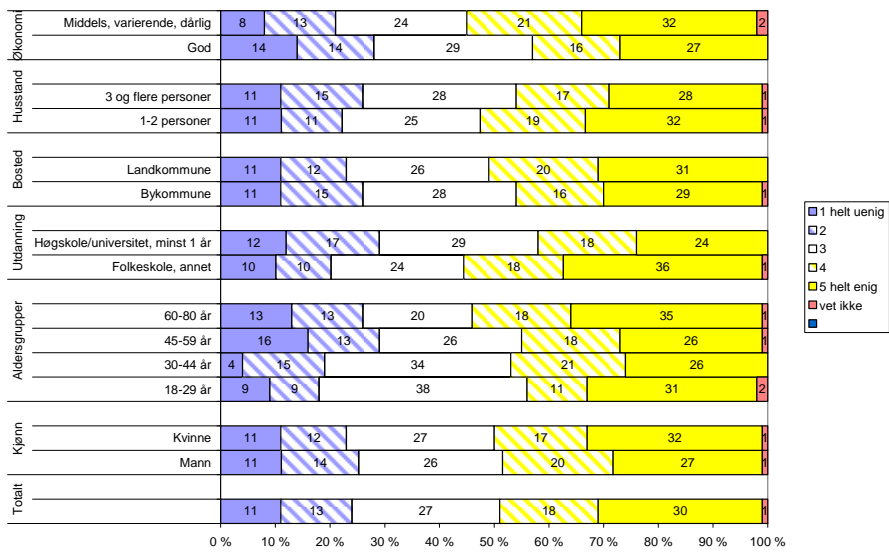
Figur 1: Jeg ønsker å benytte spa for å få en følelse av velvære

Figur 2: Jeg ønsker å benytte spa for å få bedre helse

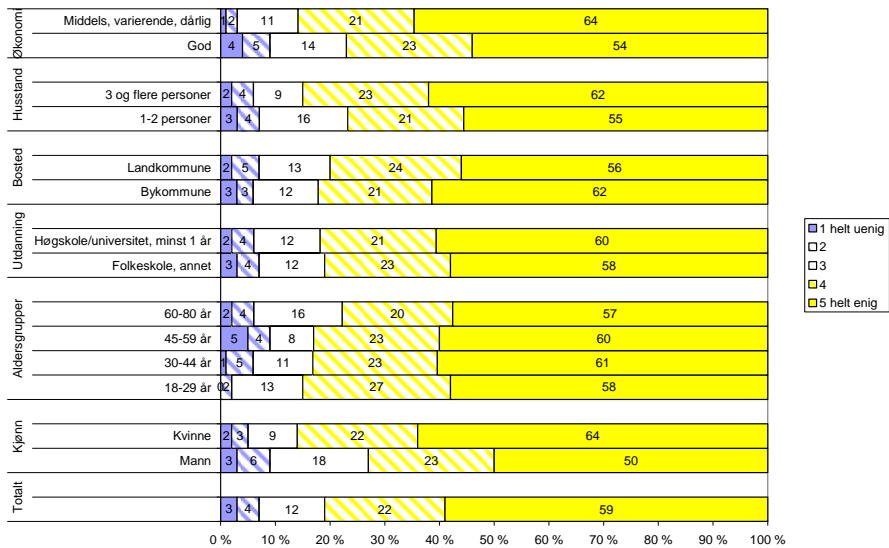
Figur 3: Jeg ønsker å benytte spa fordi jeg fortjener det

Figur 4: Jeg ønsker å benytte spa for skjønnhetspleie

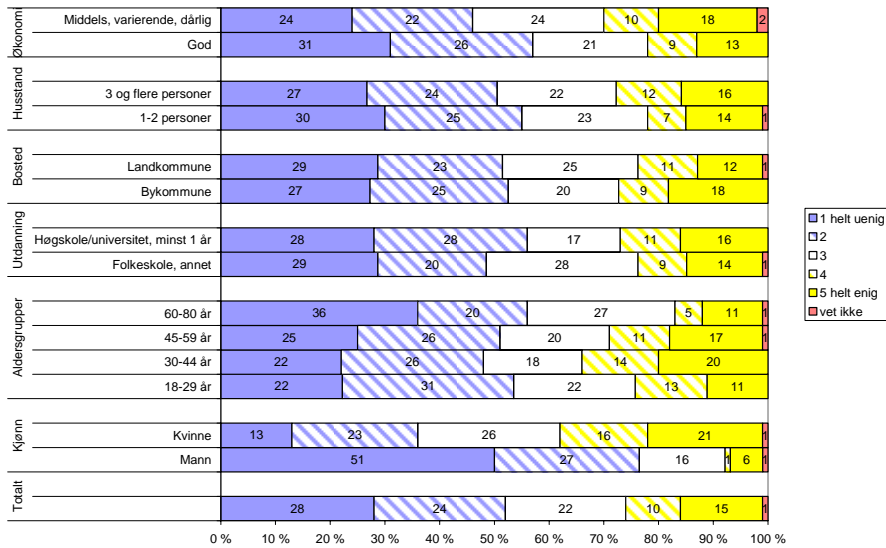
Figur 5: Det kan godt tenkes at jeg en gang i fremtiden tar kosmetisk kirurgi



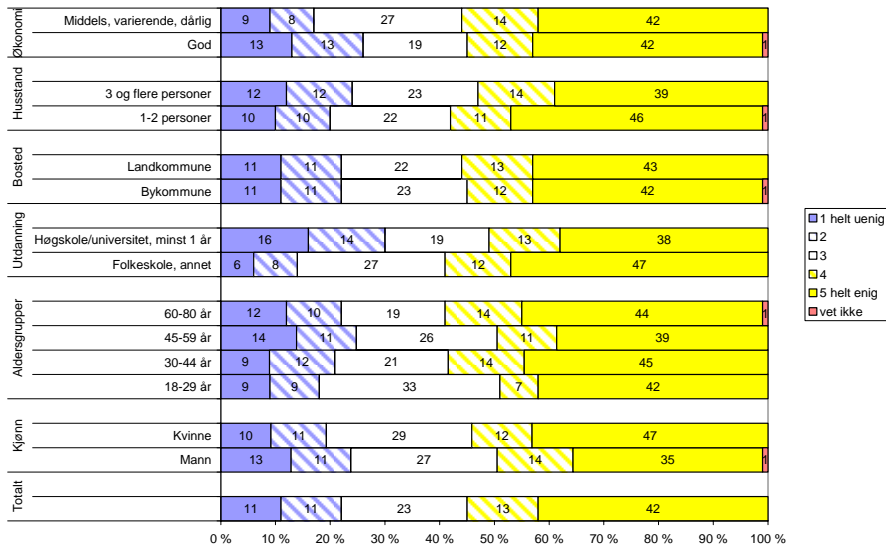
Figur 1: Jeg ønsker å benytte spa for å få bedre helse. Prosent. (N=453).



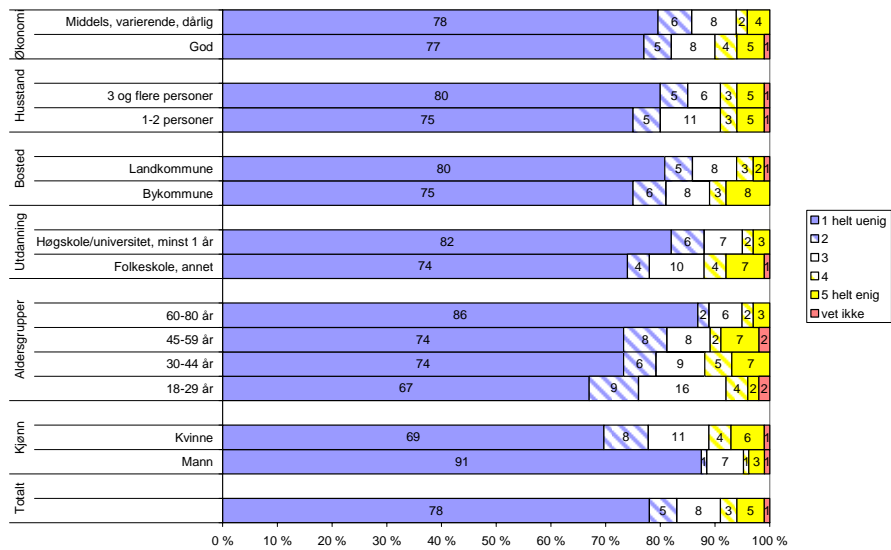
Figur 2: Jeg ønsker å benytte spa for å få en følelse av velvære. Prosent. (N=453)



Figur 3: Jeg ønsker å benytte spa for skjønnhetspleie. Prosent. (N=453)



Figur 4: Jeg ønsker å benytte spa fordi jeg fortjener det. Prosent. (N=453)



Figur 5: Det kan godt tenkes at jeg en gang i fremtiden tar kosmetisk kirurgi. Prosent. (N=453)