



Markedskartlegging 2024

# SMB Norge

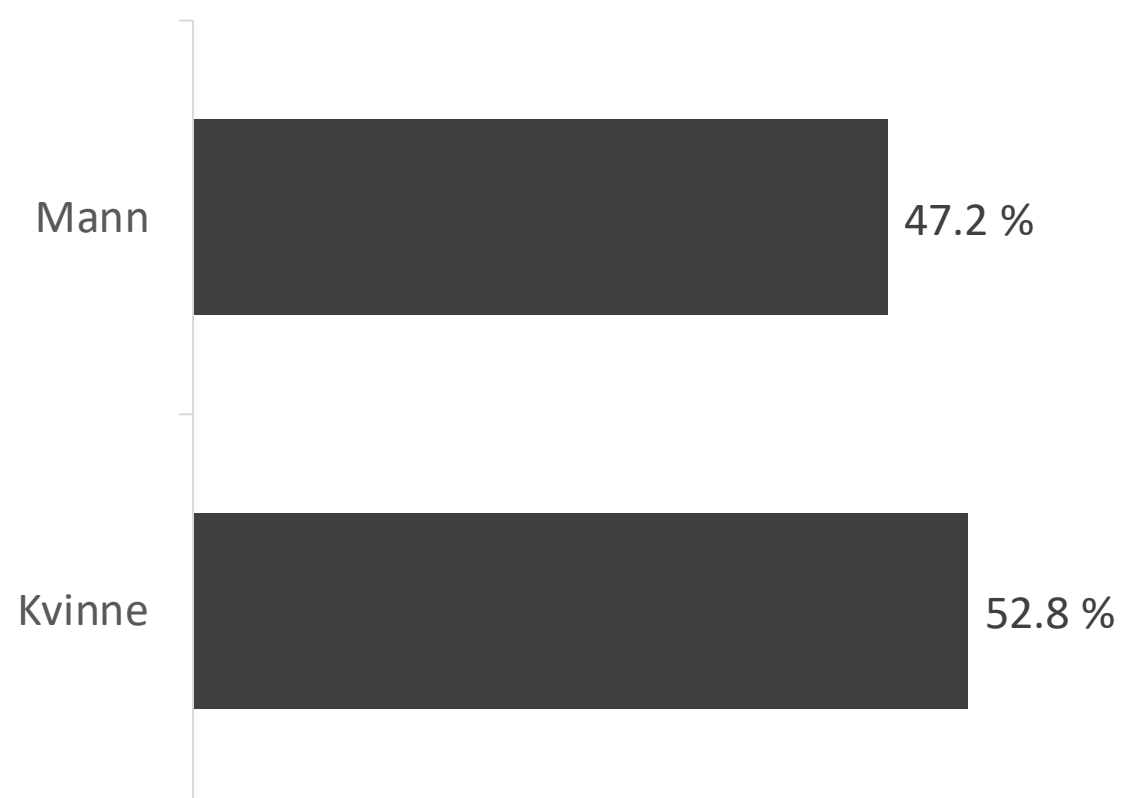


## Markedskartlegging – metodikk:

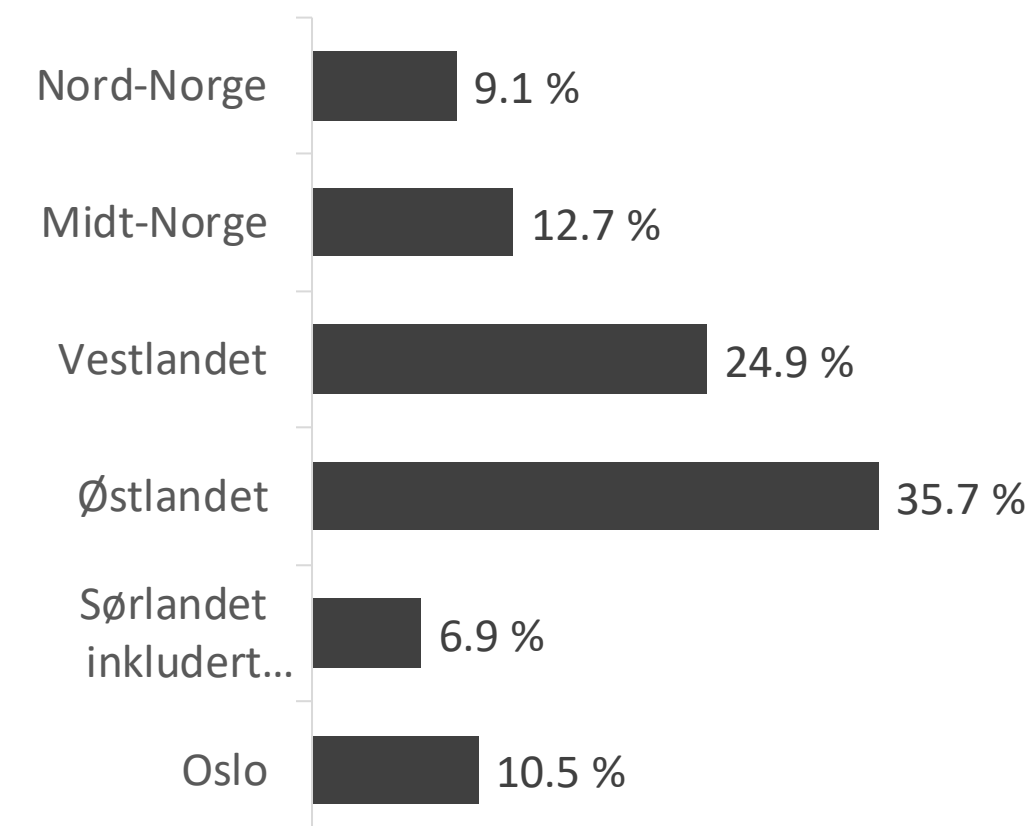
<b>Prosjektperiode</b>	10. juli til 19. juli.
<b>Undersøkellesmetode</b>	Representativt utvalg av befolkningen er intervjuet via panel.
<b>Målgruppe</b>	Ungdommer i alderen 15 til 17 år (født i 2007, 2008 og 2009) som har benyttet tobakksprodukter siste 12 mnd.
<b>Antall respondenter</b>	362 ungdommer har totalt deltatt i undersøkelsen. 102 ungdommer har deltatt i spørsmål om bruk av tobakk.
<b>Formål med markedskartleggingen</b>	Markedskartleggingen skal gi svar på hvor brukere av snus får tak i produkter (venner, butikker, etc.), hvor de som røyker får tak i produkter, og hvor de som benytter e-sigaretter får tak i disse.

## Deltakere

## Kjønn



## Geografi



Kommentar: Tallene er basert på 362 svar.

DEL 1:  
Oppsummering og viktigste funn



### Oppsummering og viktigste funn:

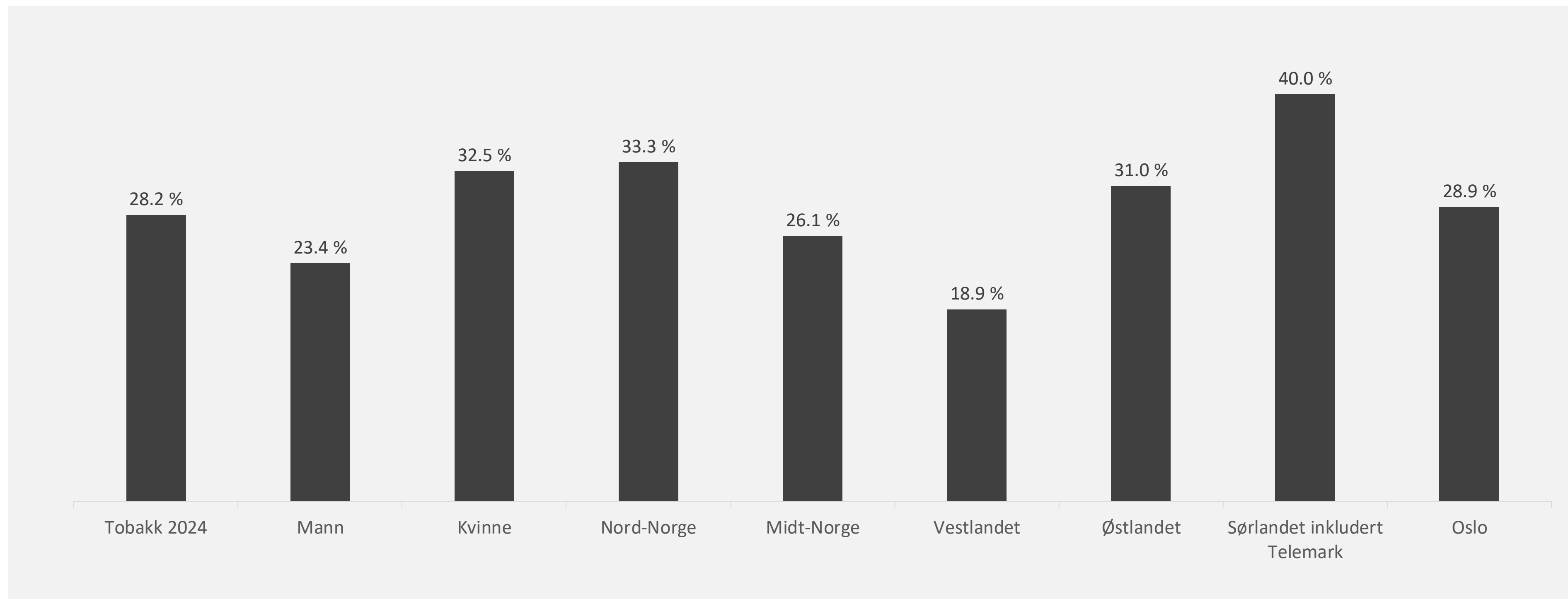
1. Totalt sett har 28,2 % av ungdommer i alderen 15 til 17 år oppgir at de har benyttet tobakksprodukter siste året. Noe flere kvinner enn menn – dette skyldes mer ustrakt bruk av e-sigaretter og til dels noe høyere andel som røyker. Noe høyere andel menn enn kvinner oppgir snus.
2. Venner og bekjente er den viktigste kilden for å få tak i tobakksprodukter. **11,8 % kjøper selv.**
3. Spørsmål om hvor man kjøper tobakksprodukter stilles alle som har oppgitt at de benytter tobakksprodukter siste året. Det betyr at andelen som oppgir annet og ingen av disse/vil ikke oppgi naturligvis er høyt. **Blant de som har benyttet tobakksprodukter siste året oppgir 2,9 % at de kjøper dette i norske nettbutikker og 1,0 % oppgir utenlandske nettbutikker.**
4. Størst bevissthet rundt sigaretter som helsefarlig produkt (93,6 poeng), mens e-sigaretter oppfattes noe helsefarlig (77,7 poeng).
5. **20,3 % oppgir «testing» som hovedgrunnen til at de har benyttet e-sigaretter det siste året.** Dette skjer typisk i forbindelse med fest og til dels som et resultat av tilbud fra venner og gruppepress.

DEL 2:  
Bearbeiding og analyse av data



? Andelen som har benyttet tobakk siste 12 mnd i ulike segment:

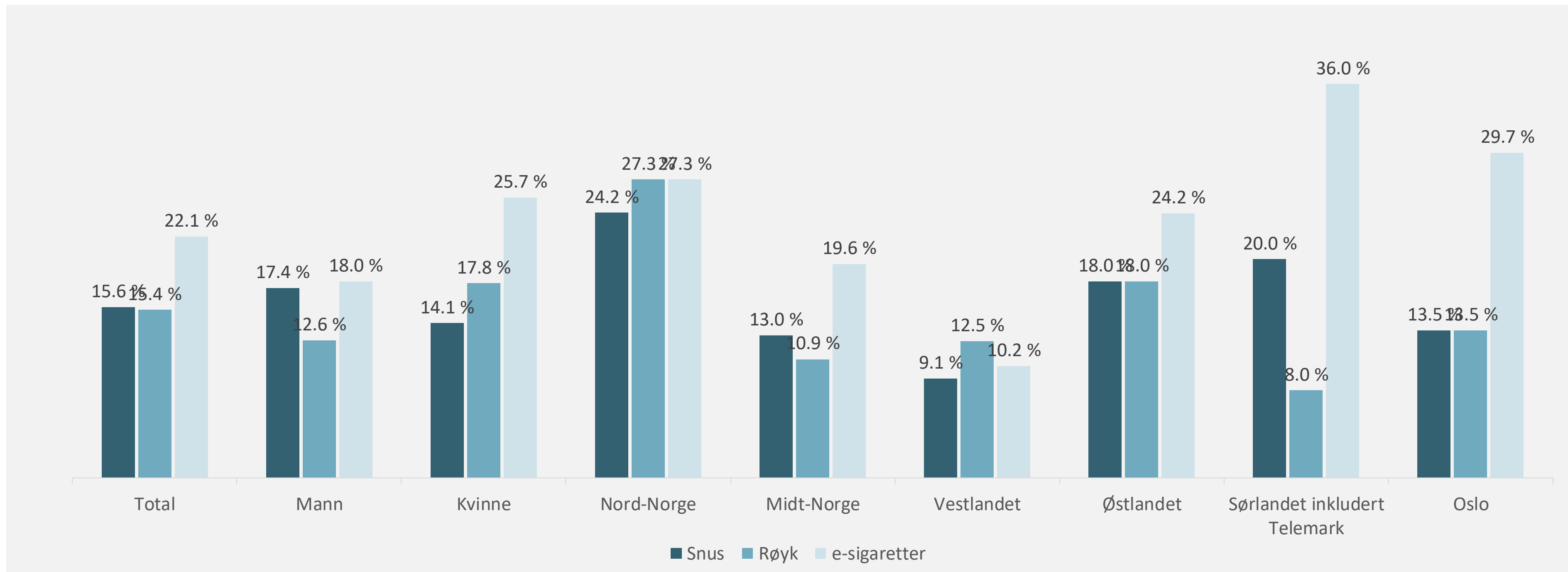
N = 362



! **Kommentar:** Nord-Norge (N = 33), Midt-Norge (N = 46) Sør. Ink. Tele (N = 25) og Oslo (38) har under 50 svar. Øvrige segmenter har mer enn 50.

? Fordeling ulike tobakksprodukter blant de som har benyttet tobakk siste 12 mnd:

N = 362



! **Kommentar:** Respondentene kan ha svart flere alternativ. Nord-Norge (N = 33), Midt-Norge (N = 46) Sør. Ink. Tele (N = 25) og Oslo (38) har under 50 svar. Øvrige segmenter har mer enn 50.



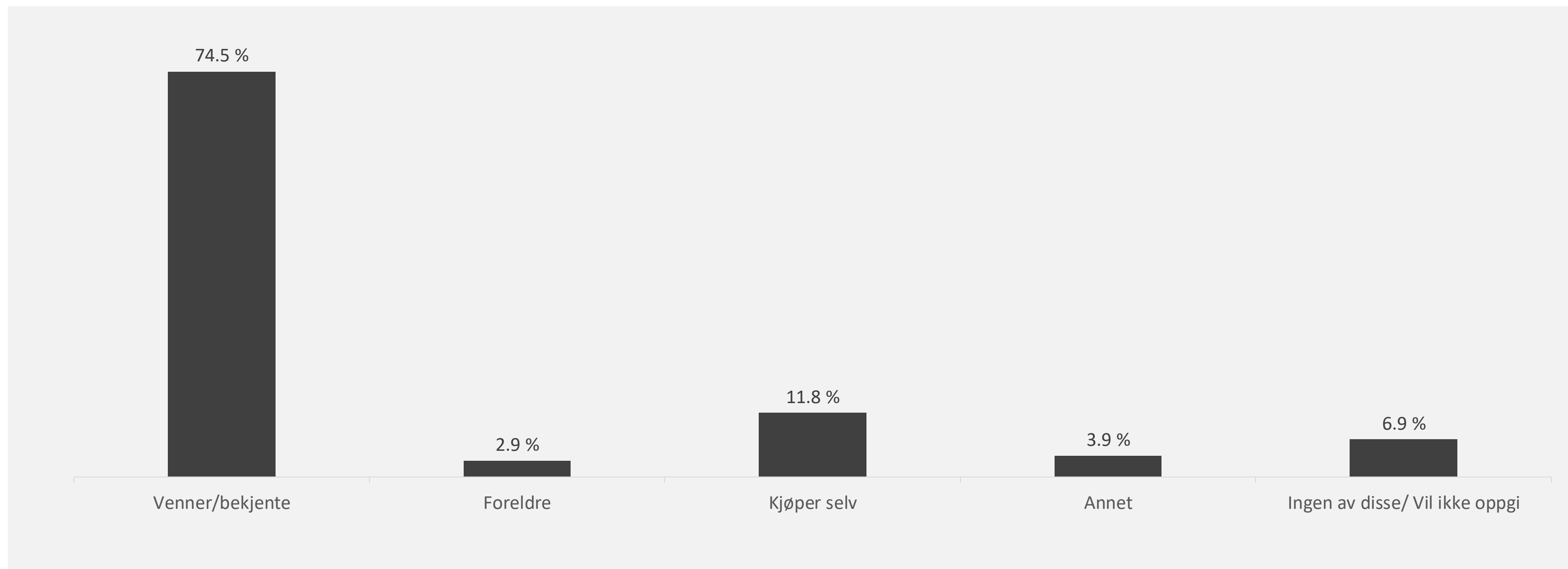
### **Kommentar:**

Resten av rapporten inkluderer kun svar fra respondenter som har benyttet tobakk siste 12 mnd.

100 % er ikke alle ungdommer, men kun 100 % av ungdommer som oppgir at de røyker, snuser eller har benyttet e-sigarett siste 12 mnd.

## ? Hvordan fikk / får du i hovedsak tak i tobakksprodukter?

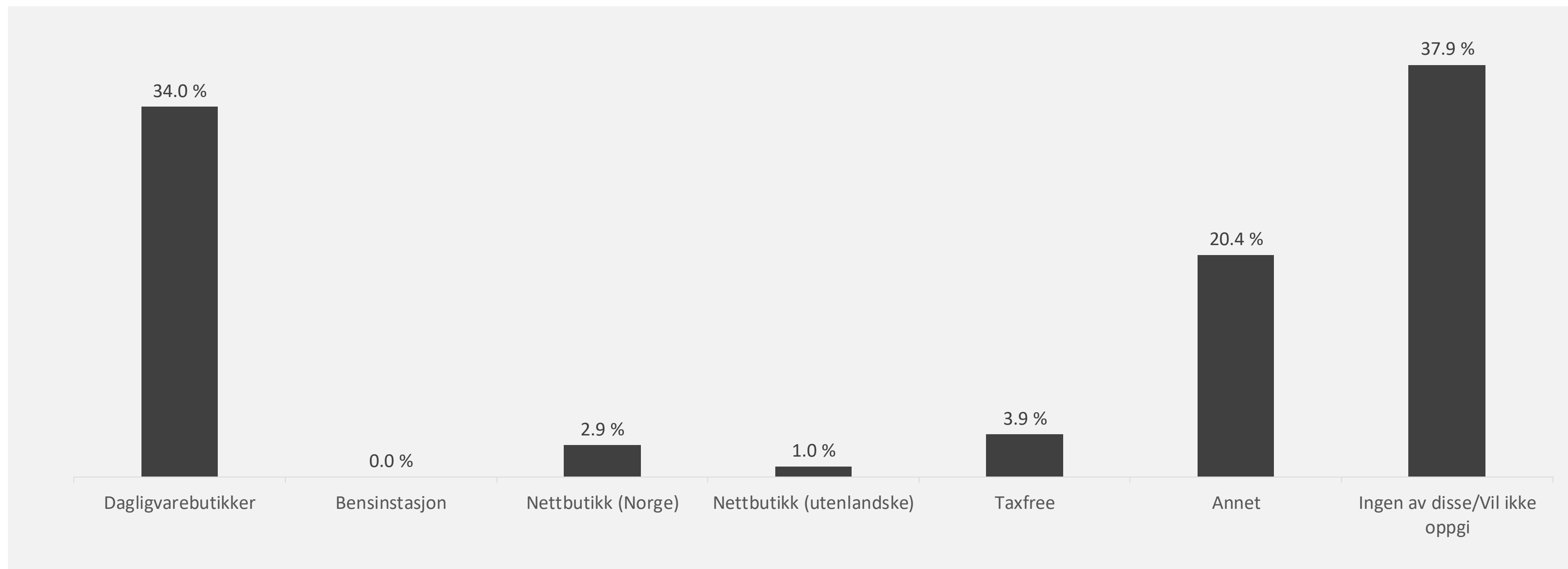
N = 102



**!** **Kommentar:** Under annet nevnes følgende: 1) Finner brukt på gata, 2) Kjøper av tilfeldige mennesker via sosiale media, og 3) Søsken. En respondent oppgir ikke relevant svar. Gutter oppgir i større grad at de kjøper selv (20,0 %), enn kvinner (6,5 %). Alle som oppgir «foreldre» er røykere.

## ? Hvordan fikk / får du i hovedsak tak i tobakksprodukter?

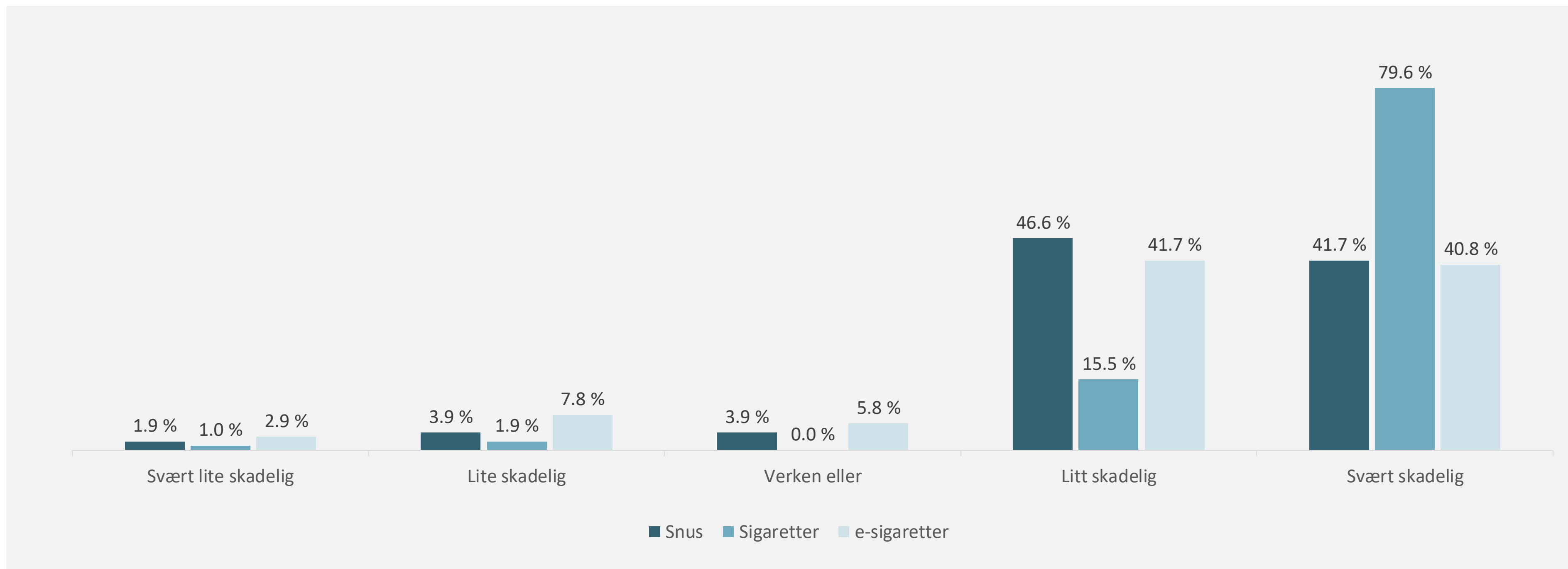
N = 102



**!** **Kommentar:** Under annet nevner to personer sosiale media, fem nevner bekjente, fire nevner utlandet, en nevner på gata, en nevner kiosk, øvrige oppgir ikke relevante svar. Taxfree nevnes utelukkende av menn.

? I hvilken grad tror du disse produktene er helseskadelige?

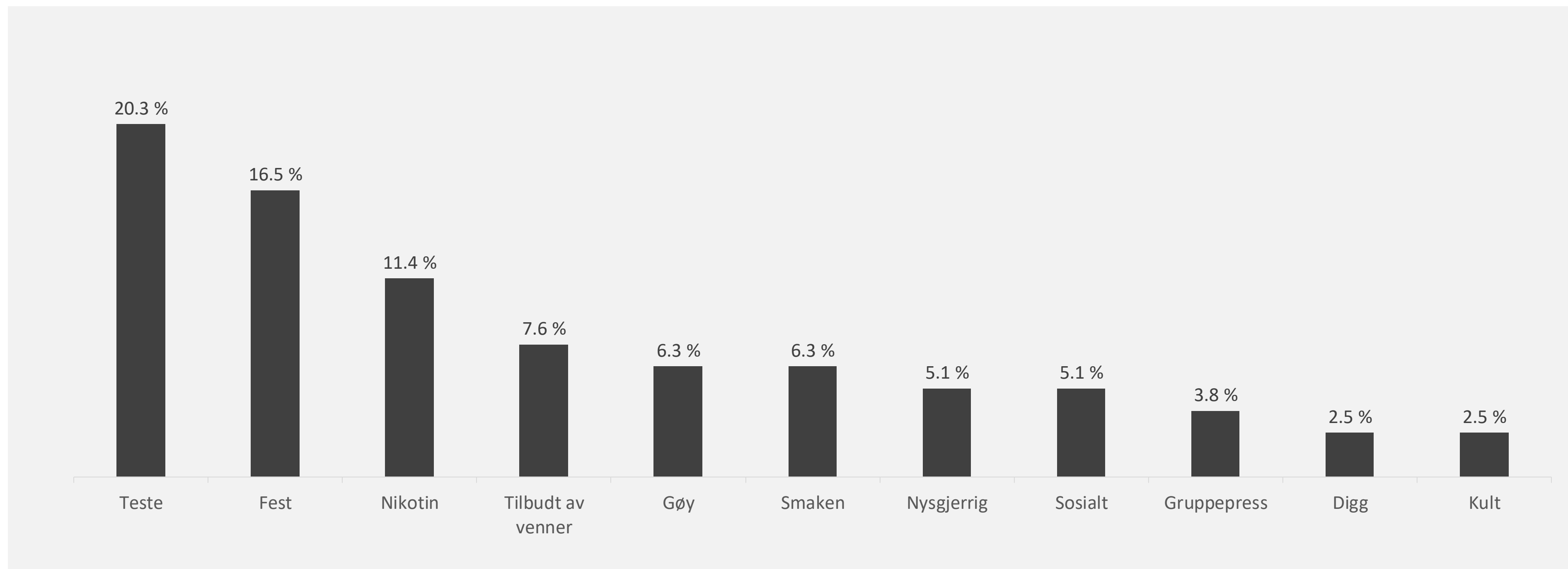
N = 102



! **Kommentar:** Ved å gi de ulike svaralternativene en tallscore fra 0 (svært lite skadelig) via 50 (verken eller) til 100 (svært skadelig), oppnår de ulike produktene følgende score: Snus (81,2 poeng), sigaretter (93,6 poeng) og e-sigaretter (77,7 poeng).

## ? Hva er hovedgrunnen til at du har benyttet e-sigaretter de siste 12 månedene?

N = 79



**!** **Kommentar:** Spørsmålet er stilt åpent og kodet manuelt. Av enkeltinnspill nevnes følgende: Avhengig, bedre [enn sigarett], i stedet for mat, ikke spesiell grunn, slappe av, stress, teste grenser, tilbudt, tilgjengelighet. En respondent skriver: *Det er hovedsakelig pga litt «gruppepress» når man er ute med venner eller når man er på skolen. Eller så frister det med følelsen av nikotin/ man kjeder seg og at det er gøy å «trikse» med den.*

## ? Hva er hovedgrunnen til at du har benyttet e-sigaretter de siste 12 månedene?

- Av og til på fest (vape) Har ikke brukt ellers
- Jeg var på fest da :)
- Det er hovedsakelig pga litt «gruppepress» når man er ute med venner eller når man er på skolen. Eller så frister det med følelsen av nikotin/man kjeder seg og at det er gøy å «trikse» med den.
- Får å prøve, men har bare prøve en gang å skal ikke gjøre det igjen
- Jeg har vært full og blitt tilbudt for morro
- Smaker godt, alle andre gjør det
- Få tankene på andre ting enn mat
- Fikk tilbudet og kjøpte en for å prøve smakte godt, men det er litt stigma mot det blant ungdom i nord Trøndelag
- Fordi jeg ville prøve de for å se hvordan det var å bruke e-sigaretter
- Andre har hatt og jeg har fått låne
- Det er lettere å ta i bruk enn sigaretter siden de ikke lukter så mye og fordi de inneholder nikotin
- Det var gøy, gjør det ikke ofte kun når jeg er med venner som har.
- Før å passe inn og ikke virke kjedelig, men også før å få avslappe
- Tilbud om å prøve av kamerater
- for å slippe opp på litt stress å bli mer avslappet
- Gruppepress, utforske og teste grenser og det va digg
- Vennene mine brukte, ville jeg også skulle prøve
- Blir fort tilgjengelig og fristende på fest
- Har fått tilgang til det på fest
- Jeg var med en venn som tok det med seg.
- Ville teste ut hvordan det var å røyke e-sigarett
- Har prøvd på fest, ettersom venner har vape.



**Kommentar:** Lengre åpne innspill er presentert. Innspill på ett-fem ord er utelukkende presentert i tabell på foregående side.

**Christian Dversnes**

Daglig leder/rådgiver

[christian@momentanalyse.no](mailto:christian@momentanalyse.no)

**Thomas Aamodt**

Markedsanalytiker

[thomas@momentanalyse.no](mailto:thomas@momentanalyse.no)

Faglighet. Grundighet. Integritet.

[momentanalyse.no](http://momentanalyse.no)  
[linkedin.com/momentanalyse](https://www.linkedin.com/company/momentanalyse)

