



Bloomberg  
Philanthropies



## МААЛЫМАТТЫК БЮЛЛЕТЕНЬ №5

### Тамеки заттарын соода жайларында жайгаштыруу (көргөзмө) - бул аларды илгерилетүү жана сатуу ыкмасы

#### Жайгаштыруунун (көргөзмөнүн) максаттары:

- 1) Сатып алуучулардын көңүлүн товарга буруу,
- 2) Кайсы бир аныкталган товарды сатып алууга өбөлгө түзүү.

**Соода-сатык жерлеринде тамеки заттарын жайгаштыруу албетте реклама жана сатып алууга өбөлгө түзүү болуп эсептелет.<sup>1</sup>**

13-берене. ДССУнун тамекиге каршы күрөшүү жөнүндө Алкактык конвенциясына жана анын протоколуна, Кыргыз Республикасы тарабынан ратификациялаган жана ДССУнун тамекиге каршы күрөшүү алкактык конвенциясынын жетектөөчү принциптери жана аны ишке ашыруу тамеки заттарынын бардык формаларын рекламалоого, анын ичинде аларды сатуучу жайларда жайгаштырууга толук тыюу салуусун талап кылат.<sup>2</sup>

Кыргызстанда тамекини рекламалоого толук тыюу салынган, андыктан жайгаштыруу тамеки сатууну алга жылдыруунун негизги ыкмасы болуп саналат, жаңы керектөөчүлөрдү тартуу жана тамекини таштагысы келген адамдардын арасында ойлонбой туруп сатып алууга өбөлгө түзөт.<sup>3</sup>

**Тамеки индустриясынын амалкөйлүгү соода жерлеринде, тамеки индустриясы соода өкүлдөрү менен келишим түзүшөт, ошону менен бирге чоң акча каражатын бөлүп беришет.<sup>4</sup>**

- 1) Соода жерлериндеги тамеки заттарынын витриналары тамеки чегүүнүн социалдык ылайыктуулугуна шарт түзөт, ошону менен бирге тамеки чеккен адамдарга да чекпеген адамдарга да, мурдагы чегүүчүлөргө да таасир берет.<sup>5</sup> Жаңы Зеландиядагы өткөрүлгөн изилдөө көрсөткөндөй, соода жерлериндеги тамеки заттарын көрүнүктүү жана көңүл бурдура тургандай жайгаштыруу да адамдардын тамекини чегип көрүү экспериментин жана чегүүнү улантуу мүмкүнчүлүгүн жогорулатат.<sup>6</sup>
- 2) Тамеки заттарын жайгаштыруу адамдардын арасында ойлонбой туруп сатып алууга өбөлгө түзөт жана соода көлөмүн 12-28%га жогорулатат.<sup>7</sup> Изилдөөнүн жыйынтыктары көрсөттү, жаштар көпчүлүк учурда пландаштырылбаган соода-сатык иштерин жасашат, мурдагы чегүүчүлөр, тамекини таштайм деп аракет кылып жаткандар да мурдагы көнүмүш адаттарына кайра келүү азгырыгына туш болушат.<sup>8</sup>

<sup>1</sup> ДССУнун тамекиге каршы күрөшүү жөнүндө Алкактык конвенциясынын 13-беренесин ишке ашыруунун жетектик принциптери.

<sup>2</sup> World Health Organization. Framework Convention on tobacco control, Art.13. para. Geneva2003, World Health Organization (2011)

<sup>3</sup> Tobacco Displays at the Point of Sale, Action on Smoking and Health briefing, August 2011.

<sup>4</sup> Feighery EC, Ribisl KM, Clark PI, Haladjian HH. How tobacco companies ensure prime placement of their advertising and products in stores: Interviews with retailers about tobacco company incentive programmes. Tobacco Control. 2003 Jun;12(2):184-8.

<sup>5</sup> Brown A, Boudreau C, Moodie C, Fong GT, Li GY, McNeill A, et al. Support for removal of point-of-purchase tobacco advertising and displays: findings from the International Tobacco Control (ITC) Canada survey. Tob Control. 2012;21(6):555-9.

<sup>6</sup> Wilson N, Edwards R, Thomson G, Weerasekera D. High and increased support by Māori and non-Māori smokers for a ban on point-of-sale tobacco displays: National survey data. New Zealand Medical Journal. 2010;123(1317):84-6.

<sup>7</sup> Feighery EC et al. Cigarette advertising and promotional strategies in retail outlets: results of a statewide survey in California. Tobacco Control 2001; 10(2): 184-188.

<sup>8</sup> Wakefield M. The effect of retail cigarette pack displays on impulse purchase. Addiction. Nov 2007

- 3) Тамеки продукциясы көпчүлүк учурда момпосуйлар жана балдар үчүн товарлардын жанына, балдардын көз алдына жайгаштырылат, албетте аларда тамеки заттары эч зыянсыз күнүмдүк колдонуучу заттар катары элес калат.<sup>9</sup>

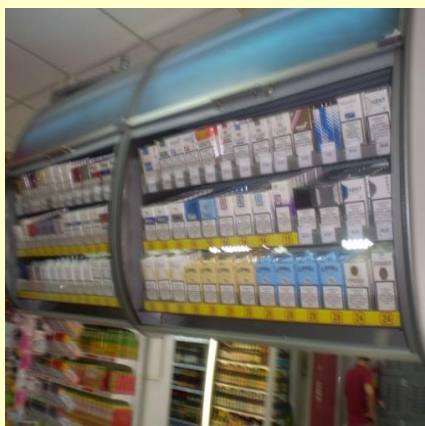
Кошмо штаттарда жүргүзүлгөн изилдөөлөр көрсөткөндөй, тамеки заттарын көз алдынан башка жерге жайгаштыруу талабы өспүрүмдөрдүн тамеки рекламасына азгырылуусун 83%га азайтат.<sup>10</sup>

13-берене. “ДССУнун тамекиге каршы күрөшүү боюнча Алкактык Конвенциясы (ДССУ ТККАК), Кыргыз Республикасынын 2006-жылдын 2-мартындагы №74 Мыйзамы менен «Тамеки заттарын рекламалоо, сатууну илгерилетүү жана демөөрчүлүк кылуу» боюнча жана аны ишке ашыруу принциптери төмөнкүлөрдү камтыйт,

- Тараптар рекламалоого, сатууну илгерилетүүгө жана демөөрчүлүк кылууга таптакыр тыюу салуу тамеки заттарын керектөөнү төмөндөтөөрүн мойнуна алышат<sup>11</sup>.
- Тараптарга тамеки заттарын сатуу пунктарында сүрөткө тартуу жана көрсөтүү, анын ичинде чекене сатуу ишканаларында жана көчөлөрдөгү сатуучуларды кошкондо толук тыюу салууну ишке ашыруусу керек<sup>12</sup>.

**Бишкек шаарынын чоң жана орточо соода түйүндөрүндө жүргүзүлгөн тандалма изилдөөнүн натыйжасы. Бишкек 2014-ж.:**

- Чоң жана орточо соода түйүндөрүнүн 97%ында ар бир кассанын жанында же сатып алуучунун каршысында, көрүнүктүү жеринде, тамеки кампаниялары атайын стенддерди, стеллаждарды уюштурушкан, ал жерде жалаң эле сигареттер, анын көпчүлүк учурларында өзгөчө фокус менен сигареттердин жаңы бренддери алга ишгерилетилет;
- Изилденген объекттердин 2% азыраагында сигареттердин көргөзмөсү менен бирдикте тамекинин зыяндуулугу тууралуу текст жүзүндө эскертүү болсо, ал эми 90% көбүрөөк учурларда прилавкалар сигареттердин тигил же бул соода маркаларынын фирмалык логотиптери менен кооздолгон;



- РОССИЯ ФЕДЕРАЦИЯСЫ (РФ) СООДА ТҮЙҮНДӨРҮНДӨ ТАМЕКИ ЗАТТАРЫН КӨРГӨЗМӨСҮН ЖАНА ЖАЙГАШТЫРУУСУН 01.06.2014 -ж. БАШТАП ТЫЮУ САЛГАН.
- 2013-жылдын 23-февралындагы N15-ФЗ Федералдык мыйзамдын «Жарандардын ден соолугун айланадагы тамеки түтүнүнүн жана тамеки керектөөнүн зыяндуу таасиринен коргоо жөнүндө» 19-беренесине ылайык РФ бардык аймактарында тамеки заттарын киоскаларда чекене сатууга тыюу салынат.
- Сатылып жаткан тамеки өндүрүмдөрүнүн тизмеси менен таанышкандан кийин, сатып алуучу кире турган дүкөндөрдө, павильондордо, соода залдарында гана тамеки өндүрүмдөрүн чекене сатуу ишке ашырылат.

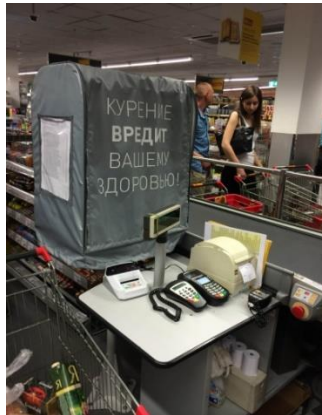
<sup>9</sup> Barnoya J, Mejia R, Szeinman D, Kummerfeldt CE. Tobacco point-of-sale advertising in Guatemala City, Guatemala and Buenos Aires, Argentina. Tobacco Control. 2010;19(4):338-41. (8)

<sup>10</sup> Henriksen L, Feighery EC, Schleicher NC, Haladjian HH, Fortmann SP. Reaching youth at the point of sale: Cigarette marketing is more prevalent in stores where adolescents shop frequently. Tobacco Control. 2004;13(3):315-8.

<sup>11</sup> 2003-жылдын 21-майында кабыл алынган ДССУнун тамекиге каршы күрөшүү жөнүндө Алкактык конвенциясы жана ДССУнун тамекиге каршы күрөшүү жөнүндө Алкактык конвенциясынын 13-беренесин ишке ашыруунун жетектик принциптери.

<sup>12</sup> ДССУнун тамекиге каршы күрөшүү жөнүндө Алкактык конвенциясы.

- Бардык соода объекттеринде, анын ичинде адистештирилген жайларда тамеки өндүрүмдөрүнүн көргөзмөсү жана жайгаштырылуусу тыюу салынат. Тамеки заттары жөнүндө маалымат сатып алуучуларга тизме катары берилет, анын тексти ак фондо кара түстөгү тамгалардын бирдей шрифти менен, эч кандай графикалык жактан кооздолбогон жана сүрөтү жок болуп жасалышы керек.
- 2014-ж. РФ мыйзамдары күчүнө киргенге чейин жана киргенден кийин



Мына ошентип, сатып алуучу тизме менен таанышкандан кийин гана тамеки таңгагын көрө алат жана эч кандай витринада жайгаштырылган тамеки таңгактарынын дегдеткен азгырыгына туш болбойт.

**Россиянын статистика боюнча Агенттигинин маалыматына караганда: «Мыйзам түрүндө катуу тыюу салынгандан баштап, тамеки рыногун көзөмөлдөгөн бардык чет элдик компаниялардын 94%ында сатуулардын 6-8%га төмөндөшү катталган».**

## Эл аралык тажрыйба

Өнүгүп келе жаткан 30 мамлекетте жүргүзүлгөн тамеки заттарын рекламалоо, демөөрчүлүк кылууга болгон тыюу салууларды изилдөө көрсөткөндөй, жада калса кандайдыр бир бөлүгүнө тыюу салган учурда да тамеки заттарын колдонуу 13,6% төмөндөгөн, ал эми толук тыюу салынганда 23,5% жеткен<sup>13</sup>.

Тамеки заттарын жайгаштырууга тыюу салуу өспүрүмдөр арасында тамеки чегүүчүлөрдүн жана жалпы тамеки керектөөчүлөрдүн жалпы санын төмөндөөсүнө алып келген<sup>14</sup>. Ошентип мисалы, - Исландияда жайгаштырууга болгон тыюу салуудан кийин өспүрүмдөр арасында тамеки чегүү 1999-жылдагы 18,6%га салыштырмалуу 2003-жылы 13,6%га төмөндөгөн. Тыюу салуудан 2 жылдан кийин, өспүрүмдөр арасында тамеки чегүүнүн төмөндөөсү дагы улана берген.<sup>15</sup>

- Канадада тыюу салуудан кийин өспүрүмдөр арасында (15-19 жаш) тамеки чегүү деңгээли 22%ден (2003-ж.) 13%кө (2009-ж.);<sup>16</sup> чейин төмөндөгөн.
- Ирландияда 2009-жылы тамеки заттарын жайгаштырууга тыюу салуудан кийин өспүрүмдөрдүн тамеки чегүүнү баштоо мүмкүндүгү бир кыйла төмөндөгөн<sup>17</sup>. Социалдык изилдөөлөргө караганда, ар бир бешинчи өспүрүм тамеки чегет деген пикир 62% ден 46%га чейин төмөндөгөн<sup>18</sup>.

**Соода жайларында тамеки заттарын жайгаштыруу жана демонстрациялоого тыюу салууну киргизүү легалдуу эмес соода жүргүзүүнүн жайылышына түрткү берген жок<sup>19</sup>.**

13 Blecher E. The impact of tobacco advertising bans on consumption in developing countries. Journal of Health Economics. 2008 July;27(4):930-42.

14 Pierce JP, Gilpin E, Burns DM, et al. Does tobacco advertising target young people to start smoking? Evidence from California. JAMA.1991; 266:3154–3158.

15 The European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs (ESPAD).

16 Canadian Tobacco Use Monitoring Survey 2009. Health Canada.

17 Office of Tobacco Control, Annual Report 2010, March 2010 (pdf).

18 Office of Tobacco Control, Annual Report 2010, March 2010 (pdf).

19 According to Philip Morris International, legitimate sales increased 20% in Canada “mainly reflecting stronger government enforcement measures to reduce contraband sales”.



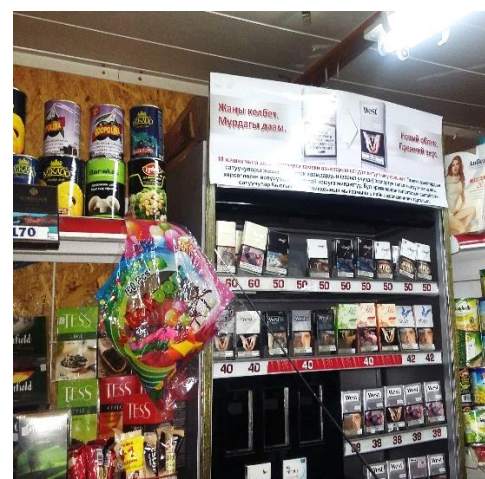
Бүгүн Канада, Россия, Белоруссия, Грузия, Туркменистан, Тажикистан жана башка бир кыйла мамлекеттерде тамеки заттарын жайгаштырууга (көргөзмө, демонстрациялоо) толук тыюу салынат, Phillip Morris International тамеки компаниясынын өкүлү билдиргендей, тыюу салууну кармануу легалдуу эмес соода жүргүзүүнүн деңгээлин төмөндөттү, ошону менен бирге легалдуу рыноктун 20% жогорулоосуна алып келди.



**РФ, Москва, октябрь 2016-ж.**



**Белоруссия, Минск, апрель, 2017-ж.**



**Учурдагы абал, Бишкек, Кыргыз Республикасы, 2016-2017-жж.**

### **Корутундулар:**

- 1) Тамеки өнөр жайы үчүн соода жайларында жайгаштыруу өзүнүн өндүрүмүн рекламалоонун маанилүү каналы болуп саналат.
- 2) Соода жайларында көзгө көрүнгөн жана көңүл бурган жайгаштыруу жаштардын тамеки чегүүнү баштоосуна алып келет, тамеки заттарынын социалдык ылайыкташуусуна өбөлгө түзөт, тамеки заттарын ойлонбой туруп сатып алууларын жогорулатат жана тамекиден баш тартууну кыйындатат.
- 3) Башка мамлекеттердин тажрыйбасы көрсөттү, легалдуу эмес соода жүргүзүүнүн деңгээлин төмөндөттү, ошону менен бирге легалдуу рыноктун 20% жогорулоосуна алып келди.
- 4) 13-берене. “ДССУнун тамекиге каршы күрөшүү боюнча Алкактык Конвенциясы (ДССУ ТККАК), жана аны ишке ашыруунун жетектөөчү принциптери тамеки заттарын рекламалоонун бардык түрү жана анын ичинде соода жайларында жайгаштырылуусу тыюу салынат.