



SOTSIAALMINISTEERIUM



Euroopa Liit
Euroopa struktuuri-
ja investeerimisfondid



Eesti
tuleviku heaks

ALKOHOLI NÄHTAVUS KAUPLUSTES ENNE JA PÄRAST 1. JUUNIT 2019

Kaidi Kandla
Inspired UM uuringujuht



inspired UM
University of
Tartu

Initiative

Alkoholi- ja reklaamiseaduse muutmise seadus: alkoholi väljapaneku piiramine 1. juunist 2019

Alkohoolsed joogid:

- tuleb paigutada kaupluses **TEISTEST KAUPADEST ERALDI**, et tarbija ei puutuks kaupluse küllastamisel nendega vältimatult kokku
- ei tohi olla märgatavalt **NÄHTAVAD ÜLEJÄÄNUD MÜÜGISAALIST** (välja arvatud juhul, kui nende nõuete täitmine ei ole müügisaali suurusest tulenevalt mõistlikult teostatav)
- ei tohi olla märgatavalt **NÄHTAVAD VÄLJASTPOOLT MÜÜGIKOHTA**

Erinevad uuringud kinnitavad:

alkoholi nähtavus → tähelepanu ostjate poolt → ostmine → alkoholitarbimine

Muudatuste eesmärk on vähendada

LASTE JA NOORTE ning ALKOHOLISÕLTLASTE

vältimatut kokkupuudet alkoholiga

**Uuringu eesmärk:
hinnata alkoholi nähtavuse piiramiseks tehtud
MUUDATUSTE MÕJU**

Eel- ja järeluuringud: kauplused vs ostjad





MIDA TEHTI KAUPLUSTES?



Alkoholi nähtavust oli piiratud märgatavalt eelkõige suurtes või keskmistes kauplustes

77%

VAATLUSALUSTEST
SUURTEST KAUPLUSTEST

53%

VAATLUSALUSTEST
KESKMISTEST KAUPLUSTEST

19%

VAATLUSALUSTEST
VÄIKESTEST KAUPLUSTEST

13%

VAATLUSALUSTEST
TANKLAKAUPLUSTEST

Mida muudeti ja mida ei muudetud?

ALKOHOL

Koondati ja paigutati kompaktsemalt

Eraldati riiuli või vaheseinaga



Ei kadunud müüja selja tagant

Alkoholita kassasid ei lisandunud



Mis oli muudatuste tulemusel 2,5 kuud hiljem muutunud?

- | | | |
|---|----------------------------|------|
| 1 | ALKOHOLIALADE PINDALA | -15% |
| 2 | ALKOHOLI JÄÄMINE OSTUTEELE | -8% |
| 3 | ALKOHOLI NÄHTAVUS | -15% |

Kaupluste juhatajad töid esile nii positiivseid kui negatiivseid kaasmõjusid




Vähem juhuslikke ostjaid eraldatud aladel


Kaupluse korrastatum väljanägemine



Varguste kasv eraldatud ala korral



**KUIDAS MUUDATUSED ON
MÕJUTANUD OSTJAID?**



Pilgujälgimine kinnitas: alkoholi tegelik (alateadlik) märkamine on kõrgem kui teadlik (väljaöeldud) märkamine

~1,5 korda



Milline oli alkoholi nähtavuse piiramise mõju kauplusekülastajatele?

1	ALKOHOLI TEADLIK MÄRKAMINE	-20%
2	ALKOHOLI TEGELIK MÄRKAMINE	0%
3	TÄHELEPANU ALKOHOLILE VAATAMISE AEG PILKUDE ARV	-29% -48%
4	ALKOHOLI IMPULSSOSTJAID	5% → 2%



**KOKKUVÕTE:
MUUDATUSTEL ON MÕJU**



Suured ja keskmised kauplused: vähenes alkoholi nähtavus ja ostja tähelepanu alkoholile

MUUDATUS



MÕJU

Paigutati kompaktsemalt, vähesematele aladele

Eraldati saalist enamasti riulitega

Alkoholile eraldatud ala pindala vähenes

Suurenes võimalus läbida kauplus alkoala läbimata

KAUPLUS

Alkohol oli vähem
nähtav

Alkoholiala läbis
vähem inimesi

OSTJA

Alkoholi märgati
teadlikult vähem

Tähelepanu alkoholile
vähenes

Impulssostjaid oli
vähem

Väikesed kauplused ja tanklakauplused: märkimisväärseid muutuseid ei olnud ja lühiajaline mõju puudus

MUUDATUS



MÕJU

Paigutati pisut kompaktsemalt, vähesematele aladele

Eraldatud saalist ei ole, lisaks müüja taga

Alkoholile eraldatud ala pindala ei vähenenud

Puudub võimalus läbida kauplus alkoala läbimata

KAUPLUS

Alkoholi nähtavus väga ei muutunud

Eelarvamused edasiste muudatuste tegemiseks

OSTJA

Alkoholi märgati teadlikult pisut vähem

Tähelepanu alkoholile ei muutunud

Impulssostjaid oli samapalju



SOTSIAALMINISTEERIUM



Euroopa Liit
Euroopa struktuuri-
ja investeerimisfondid



Eesti
tuleviku heaks

TÄNAN! KÜSIMUSED?

Kaidi Kandla
Inspired UM uuringujuht



inspired UM
University of
Tartu

Initiative