

Оценка соответствия требованиям нормативно-правовых актов в отношении упаковки и маркировки табачных изделий



Содержание

Глоссарий	3
Введение	4
ЭТАП 1. Знакомство с законодательством в отношении упаковки и маркировки табачной продукции, действующим в вашей стране/юрисдикции	6
ЭТАП 2. Определение цели вашей оценки	8
ЭТАП 3. Оценка и подготовка ресурсов	10
ЭТАП 4. Определение охвата оценки	12
ЭТАП 5. Разработка графика	14
ЭТАП 6. Подготовка выборки	15
ЭТАП 7. Разработка процедур и форм сбора данных	18
ЭТАП 8. Создание бланка для кодирования упаковок	25
ЭТАП 9. Обучение сборщиков данных и сбор данных	28
ЭТАП 10. Кодирование упаковок	30
ЭТАП 11. Анализ результатов	33
ЭТАП 12. Распространение результатов	34
Приложение А. Источники информации	37
Приложение В. Пример графика	38
Приложение С. Подготовка выборки	39
Приложение D. Форма сбора данных на местах	40
Приложение Е. Бланк для кодирования	41
Приложение F. Оценка межэкспертной надежности	43
Литература	44
Авторы и соавторы	45

Глоссарий

Семейство бренда: маркетинговая стратегия, которая продвигает семейство изделий под «зонтичным» брендом или товарным знаком. Изделия дифференцируют путем добавления модификатора (см. определение варианта бренда). Примерами хорошо известных семейств бренда являются Marlboro от Philip Morris International и Camel от British American Tobacco.

Вариант бренда: представление бренда, который продвигают как достаточно схожий с другими вариантами бренда одного семейства, но в то же время отличающийся от них. Ключевыми визуальными идентификаторами, которые применяются для дифференцирования вариантов бренда, являются цвет и название. Варианты также применяют для расширения типов и доступности изделий. В некоторых случаях реклама создает у потребителей табака ложное представление о том, что определенные варианты бренда менее вредны, чем другие изделия того же семейства бренда. Примеры вариантов в семействе Marlboro включают Marlboro Red, Marlboro Gold, Marlboro Lights, Marlboro Menthol, Marlboro Ice Blast и другие.

Устройство для нагревания табака: работающее от аккумулятора электронное устройство, которое нагревает стик (или брикет) прессованного табака до температуры, достаточной для образования пригодного для вдыхания аэрозоля, содержащего никотин и другие химические вещества.

Незаконные табачные изделия: табачные изделия, изготовленные на легальных или нелегальных производственных объектах, которые не были задекларированы в налоговых органах, а также табачные изделия, изготовленные в одной юрисдикции и незаконно перевезенные в другую юрисдикцию без уплаты применимых налогов.

Курительные табачные изделия: табачные изделия, предназначенные для употребления посредством вдыхания. В ходе процесса, называемого «сгоранием», образуются никотин, смертельно опасные токсины и другие вещества, которые затем вдыхает потребитель. К курительным табачным изделиям относятся сигареты, сигары, сигариллы, малые сигары, сигареты с марихуаной, биди, кретеки, манильские сигары и кальяны.

Некурительные табачные изделия: табачные изделия, которые употребляют отличным от вдыхания способом. Например, они предназначены для жевания, занюхивания или помещения между зубами и десной. К некурительным табачным изделиям относятся жевательный табак, насвай, снафф, снюс, гутха, хайни, бетель и растворимые табачные изделия.

Кальянный табак: табак, который курят через зачастую изготовленный из стекла одно- или многотрубчатый прибор, в котором дым перед вдыханием проходит через емкость с водой. Кальянный табак часто содержит ароматизаторы. В зависимости от страны прибор может называться хука, хукка, шиша, шииша, наргиля, наргили, аргила или кальян.

Введение

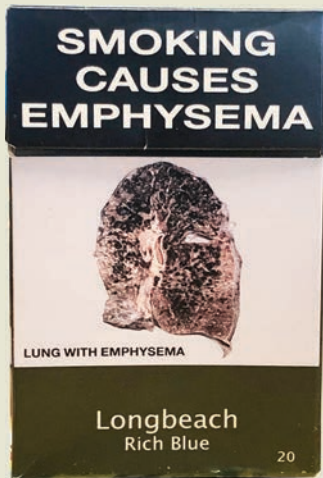
Табачные компании используют упаковку для продвижения и маркетинга табачных изделий и повышения продаж. В отсутствие действующих требований к упаковке и маркировке табачная промышленность производит привлекательную упаковку, которая обеспечивает узнаваемость бренда за счет броских цветов, дизайна и товарных знаков. Табачные кампании используют в маркетинге изделий все элементы упаковки, включая наружную пленку, отрывную пленку, внутренний каркас, вкладыши и приложения.

Статья 11 Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака (FCTC) требует от Сторон принять и внедрить эффективные политики в отношении упаковки и маркировки. В инструкциях по реализации требований статьи 11 (инструкции к статье 11) содержатся рекомендованные меры повышения эффективности требований конвенции. Эти меры включают:

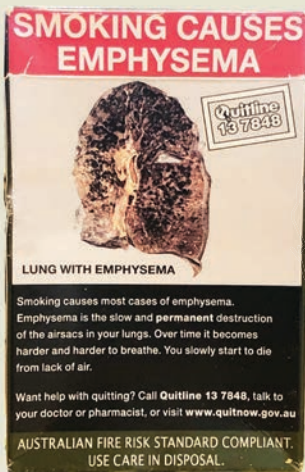
- запрет упаковки и маркировки, содержащей недостоверную, вводящую в заблуждение, ложную информацию или информацию, которая может создать неверное впечатление о характеристиках табачного изделия, последствиях для здоровья, рисках или выбросах;
- крупные чередующиеся графические этикетки с предупреждениями о вреде для здоровья (HWL), расположенные на основных видимых поверхностях упаковки табачного изделия, блоке и любой наружной упаковке и маркировке;
- содержательную или качественную информацию о соответствующих компонентах и выбросах табачных изделий и
- обезличенную упаковку.

Меры, предусмотренные статьей 11 FCTC и инструкциями к ней, успешно приняты во многих странах. Усилия по внедрению этой политики дали измеримые результаты в сфере снижения потребления табака и введения потребителей в заблуждение. Примерами стран, в которых были приняты всеобъемлющие и эффективные меры в отношении упаковки и маркировки согласно статье 11 FCTC, являются Австралия, Уругвай и Непал.

Австралия



Лицевая сторона
упаковки



Оборотная сторона
упаковки

В Австралии обезличенная упаковка табачных изделий является обязательной с декабря 2012 года. Министерство здравоохранения Австралии выпустило анализ после внедрения мер, в котором указано, что результаты контроля ряда параметров показывают, что за период с декабря 2012 г. по сентябрь 2015 г. обезличенная упаковка в сочетании с графическими предупреждениями о вреде для здоровья позволили снизить общее потребление табака приблизительно на четверть.¹

Уругвай



Лицевая сторона упаковки



Оборотная сторона упаковки

В 2009 году вступило в силу постановление № 514 Министерства здравоохранения Уругвая, согласно которому на упаковке допускается только одна презентация (т. е. разрешен только один вариант семейства бренда). Постановление положительно повлияло на восприятие и поведение курильщиков в Уругвае. Например, процент курильщиков, ошибочно полагающих, что «легкие» сигареты менее вредны, чем обычные, после внедрения политики «одной презентации на упаковку» снизился с 29 до 15 %.²

Непал



Лицевая сторона упаковки



Оборотная сторона упаковки

В Непале действует директива о печатных предупреждающих сообщениях и изображениях на коробках, пачках, упаковках, посылках и упаковочных материалах для табачных изделий (2014 г.), согласно которой в верхней части обеих сторон упаковки изделий должно располагаться графическое предупреждение о вреде для здоровья, занимающее 90 % площади. Эти предупреждения эффективно способствовали отказу от курения. Результаты одного исследования показывают, что за прошедшие 12 месяцев 21,8 % респондентов пытались бросить курить из-за графического предупреждения о вреде для здоровья.³

Оценка соответствия — это важнейший способ контроля за соблюдением требований в отношении упаковки и маркировки в любой стране. Высшая школа здравоохранения им. Блумберга Университета им. Джона Хопкинса (JHSPH), Campaign for Tobacco-Free Kids (CTFK, «Будущее без сигарет») и Международный союз против туберкулеза и легочных заболеваний («Союз») разработали данное практическое руководство, чтобы помочь группам гражданского общества оценивать степень исполнения табачными компаниями требований к упаковке и маркировке, предусмотренных законами и иными нормативными актами страны.

В этом руководстве содержится поэтапное описание оценки соответствия в отношении упаковки и маркировки. В нем учтены практические ограничения, с которыми могут столкнуться группы гражданского общества в ходе попыток провести собственную оценку соответствия, а также перечислены различные варианты действий в зависимости от этих ограничений. Первый вариант требует наименьшего количества ресурсов, в то время как последующие варианты будут отражать доступность дополнительных ресурсов. В последующих разделах будет приведено подробное описание других положений, касающихся упаковки и маркировки, которые могут оценивать наши сторонники с использованием этого руководства. К таким положениям относятся состав и информация о выбросах, а также обезличенная/стандартизованная упаковка. Важно отметить, что это руководство можно адаптировать для различных типов табачных изделий. Руководство содержит несколько приложений с дополнительной информацией, которую можно использовать при проведении оценки соответствия.

Этап 1

Знакомство с законодательством в отношении упаковки и маркировки табачной продукции, действующим в вашей стране/юрисдикции



Чтобы выбрать тип исследования соответствия, которое вы хотите провести, необходимо ознакомиться с действующими в вашей стране или юрисдикции политиками в отношении упаковки и маркировки и понять, как они применяются к табачным изделиям. Иногда законодательные требования к упаковке и маркировке не являются всеобъемлющими (т. е. применимы не ко всем табачным изделиям или не отражают все положения статьи 11 FCTC). См. ниже.

Существуют ресурсы для поиска наиболее актуальных законов и иных нормативных актов. Многие государственные органы, например министерства здравоохранения, публикуют свои законы и иные нормативные акты, которые часто доступны в Интернете. Дополнительные ресурсы также предлагаются неправительственными организациями, например база данных о законах по борьбе против табака, составленная кампанией СТФК. Информационным наполнением сайта занимаются юристы. На сайте можно скачать в формате PDF законодательные документы различных стран, касающиеся табака, подробный анализ требований к упаковке и маркировке в каждой стране в сравнении с конвенцией FCTC ВОЗ и инструкциями к ней, а также обобщенные информационные сводки. Также на сайте доступен анализ политик многих стран (по состоянию на февраль 2020 г. были доступны законы 208 стран и результаты анализа по 123 странам). Подробная информация приведена в приложении А. Табачные компании отвечают за соблюдение

действующих в стране политик в отношении упаковки и маркировки табачных изделий. В то же время эти компании регулярно пытаются бороться со всеобъемлющим регулированием упаковки и маркировки. Стратегии борьбы включают судебные разбирательства и заявления о невозможности выполнения предложенных требований, например увеличения графических предупреждений о вреде для здоровья на изделиях. Очень важно, чтобы в ходе исследований соответствия были задокументированы все случаи нарушения или превратной интерпретации законов. Документирование фактов неверного толкования законов/норм по борьбе против табака предоставит важную доказательную базу для государства, которое обязано обеспечивать соблюдение законов.

Политики в отношении упаковки и маркировки содержат ряд различных положений. Перед планированием исследования соответствия важно ознакомиться с четырьмя основными положениями в отношении упаковки и маркировки:

Предупреждения о вреде для здоровья

В инструкциях к статье 11 FCTC указано, что «Грамотно составленные предупреждения и сообщения о вреде для здоровья оказались экономически выгодными средствами повышения осведомленности населения о влиянии табака на здоровье и эффективно снижают потребление табака».⁴ Научно доказано, что эффективность предупреждений о вреде для здоровья непосредственно зависит от их размера. Чем крупнее предупреждение — тем оно эффективнее. Различные элементы дизайна предупреждений о вреде для здоровья включают: тип (графическое или текстовое), количество (одно или несколько), систему чередования, местоположение на упаковке (сверху или снизу; на лицевой стороне и на оборотной или на боковых сторонах), размер (как процент от площади основных поверхностей), содержание сообщения, цвет, фон, основной язык(-и), атрибуцию, номер горячей линии для желающих бросить курить и типографические параметры (начертание, размер, цвет шрифта).

Информация о составе и выбросах

Согласно статье 11 FCTC, на упаковке и маркировке табачных изделий «должна содержаться информация о соответствующих компонентах табачных изделий и выделяемых ими продуктах, как это определено национальными органами».⁵ Эта информация должна быть приведена в форме количественных или описательных сообщений или заявлений. Инструкции не рекомендуют отображать значения или общие показатели выбросов. Пример сообщения, отвечающего рекомендациям инструкций: «Дым этих сигарет содержит бензол — известный канцероген».

Вводящая в заблуждение упаковка и маркировка

Согласно статье 11 FCTC, Стороны должны запретить упаковку и маркировку, которые стимулируют продажу табачных изделий любым путем, который является «ложным, вводящим в заблуждение или обманным, либо создающим неправильное впечатление о характеристиках, воздействии на здоровье, опасностях или выделяемых продуктах».⁵ Сюда относится любой термин, описание, торговая марка, символический или любой иной знак, которые прямо или косвенно создают ложное впечатление о том, что определенное табачное изделие является менее вредным, чем другие табачные изделия. Примеры включают описания брендов с использованием таких терминов, как «легкие», «с низким содержанием смол», «органические» и «естественные».

Обезличенная или стандартизованная упаковка

Инструкции к статье 11 FCTC призывают Стороны рассмотреть «меры по ограничению или запрету использования логотипов, цветов, брендовых изображений или стимулирующей продажу информации на упаковке, помимо названий бренда или названий изделий, указанных в стандартном цвете и стандартным шрифтом (обезличенная упаковка)».⁴

II

Этап 2

Определение цели оценки

Оценку соответствия следует проводить только в том случае, если это необходимо для достижения определенной стратегической цели. Важно знать, почему вы проводите оценку соответствия и как вы будете использовать результаты.

Существует множество причин, по которым вы можете захотеть провести оценку соответствия. Как правило, для наших сторонников оценки соответствия являются полезными инструментами информирования разработчиков политик и

органов, ответственных за соблюдение требований, о необходимости усилить меры по обеспечению выполнения действующих норм контроля за табаком. Цель исследований соответствия — выявить несоответствие законам или нормативно-правовым актам. Результаты можно использовать для поиска пробелов в реализации законодательства, подготовки фактологической базы, свидетельствующей о необходимости устранить лазейки и слабые положения законодательства, выявить области, которые должны быть охвачены регулированием.

Бангладеш



Лицевая сторона упаковки
Оборотная сторона упаковки (видна акцизная марка)
Боковая сторона упаковки

В Бангладеш Закон о борьбе против курения и употребления табачной продукции от 2013 г. требует, чтобы на сигаретных пачках и наружной упаковке (например, на блоках) были размещены графические предупреждения о вреде для здоровья. Предупреждения должны быть составлены на государственном языке страны и не закрываться акцизными марками. Однако закон не требует указывать на упаковке качественный состав и выбросы и лишь в общих чертах формулирует запрет на вводящие в заблуждение описания на упаковке и маркировке (см. выделенную надпись «мягкий вкус» на боковой стороне упаковки).

Пакистан



Лицевая сторона упаковки сигарет
Лицевая сторона супари/бетеля

Фотографию предоставил д-р Зауддин Ислам (Ziauddin Islam)

В Пакистане закон SRO 127(KE)/2017 требует, чтобы графические предупреждения о вреде для здоровья охватывали 60 % упаковки. Однако этот закон распространяется только на курительные табачные изделия, включая сигареты и биди промышленного производства, но не охватывает некурительные табачные изделия.



Нижняя сторона упаковки

В Непале действует директива о печатных предупреждающих сообщениях и изображениях на коробках, пачках, упаковках, посылках и упаковочных материалах для табачных изделий (2014 г.), которая обязывает располагать в верхней части обеих сторон упаковки графическое предупреждение о вреде для здоровья, занимающее 90 % площади, и запрещает использовать вводящие в заблуждение описания, такие как «низкое содержание», «легкие», «ультра», «мягкие» и «экстра». Также запрещено искажать, повреждать, скрывать или закрывать предупреждающее сообщение и изображение. Директива распространяется на все табачные изделия. Запрещено указывать содержание смолы и монооксида углерода. В то же время закон требует от производителей указывать на упаковке табачного изделия количество никотина.

Исследования соответствия не ограничены типами, описанными выше. Другие цели исследований соответствия могут включать указанные ниже.

- Оценка соответствия требованиям законодательства. Мониторинг соответствия требований можно осуществлять по разным причинам. Самая распространенная из них — необходимость проверки соблюдения законодательства производителями табачных изделий. Даже если упаковки содержат требуемые предупреждения о вреде для здоровья, в рамках оценок соответствия можно задокументировать несоответствия их внешнего вида между различными производителями или несоответствия ожиданиям с точки зрения внешнего вида предупреждений. В таких случаях мониторинг соответствия служит для выявления «серых зон» или лазеек в законодательстве. Распространенный аргумент табачной отрасли против политик в отношении упаковки и маркировки заключается в том, что требования являются обременительными, и для их выполнения требуется больше времени, чем выделяет государство. В таких случаях мониторинг соответствия, в ходе которого оказалось, что некоторые производители смогли выполнить требования законодательства, можно использовать для подтверждения того, что закон является выполнимым.
- Информирование разработчиков политик и заинтересованных сторон. Результаты оценок соответствия можно использовать для информирования разработчиков политик, розничных торговцев, гражданского общества и/или общественности о существовании законов об упаковке и маркировке, степени соответствия и областях, требующих внимания или совершенствования.
- Сбор доказательной базы для правовых действий. В странах, в которых табачные компании откровенно игнорируют политики в отношении упаковки и маркировки, исследования соответствия можно использовать для документирования нарушений закона. Эти доказательства можно использовать для наложения штрафов через суд общего права или организации судебных процессов против отрасли за нарушение законодательства.
- Оценка прогресса. Периодические исследования соответствия можно использовать для анализа хода исполнения законодательных требований к упаковке и маркировке за счет регистрации изменений в достижении соответствия за какой-либо период времени.



Этап 3

Оценка и подготовка ресурсов

Для проведения исследования соответствия необходимо знать, какими ресурсами вы уже обладаете, а какие необходимо заполучить. Важно учитывать все существующие возможности привлечения дополнительных ресурсов, такие как небольшие суммы «стартового капитала» или гранты от государства или университетов для проведения местных научных исследований. Ключевые ресурсы для оценки соответствия включают трудовые ресурсы, материалы для исследования и финансовую поддержку.



Трудовые ресурсы

При формировании рабочей группы рассматривайте следующие должности:

- Координатор проекта. Лицо, которое будет отвечать за своевременное выполнение всех задач исследования согласно установленным для него стандартам. Перед этапом сбора данных координатор обеспечивает обучение сборщиков данных и предоставление им всех необходимых материалов. Координатор помогает сборщикам данных в случае каких-либо сложностей, возникающих в ходе наблюдений на местах.
- Сборщики данных. Ими могут быть как оплачиваемые работники, так и привлеченные волонтеры. В обоих случаях сборщики данных должны иметь надлежащую подготовку для сбора данных на местах.
- Технические специалисты и аналитики данных. Эти специалисты помогут разработать подход к формированию выборки и подготовить соответствующие инструменты сбора данных. В некоторых исследованиях эти члены группы анализируют собранные данные.

Исследования соответствия наиболее эффективны, когда вы работаете с группой людей. Важно рассмотреть возможность партнерства с организациями или учреждениями, которые обладают необходимыми техническими навыками. При составлении своей исследовательской группы рассмотрите возможность сотрудничества с местными университетами или местной организацией, которая занимается политиками, правозащитной деятельностью или исследованиями. Сотрудничество с этими организациями позволит собрать вместе людей с многообразными наборами навыков и повысить тем самым качество оценки.



Материалы

Исследования соответствия по своей природе являются наблюдательными. Учитывая это, вам может потребоваться минимальное количество материалов для проведения исследования на местах. К приобретаемым материалам, которые могут потребоваться, относятся формы сбора данных, пластиковые пакеты и наклейки или ярлыки с адресами для идентификации пакетов. Одной из возможностей сэкономить деньги является сохранение данных в электронном виде с помощью онлайн-платформ или мобильных платформ (в соответствующих случаях) вместо распечатывания форм сбора данных на бумаге.

Позднее, в процессе распространения сведений, могут потребоваться такие материалы, как отчеты, информационные сводки или другие печатные материалы. Возможно, затраты на эти материалы на этапе распространения сведений получится разделить с партнерами, такими как общественные организации, правозащитные организации или образовательные учреждения.

Средства на текущие расходы

Необходимо учитывать следующие расходы: затраты на поездку в места сбора данных, покупку табачных изделий и оплату времени персонала. Добросовестно учитывайте количество часов в день, которое персонал может уделять сбору данных.

Затраты, связанные с оценкой соответствия, определяются охватом, временем, материалами и бюджетом. Если ресурсы являются лимитирующим фактором, имеются способы сделать исследование соответствия менее ресурсоемким без ущерба для эффективности. Как уже было сказано в этом разделе, отличным способом разделить затраты является партнерство. Местный университет может послужить превосходным источником волонтеров, обладающих техническими знаниями, поскольку для соответствия требованиям, предъявляемым к уровню подготовки выпускников, студентам может потребоваться участие в волонтерской работе. Более того, студенты зачастую владеют технологиями и свободно используют их в процессе сбора данных, благодаря чему уменьшается время на обучение волонтеров работе с инструментами сбора данных.



Этап 4

Определение охвата оценки



Учитывая знания, полученные в ходе этапа 1, вы уже должны быть знакомы с политиками в отношении упаковки и маркировки, действующими в вашей стране или юрисдикции. Определив цель исследования соответствия на этапе 2 и выделив ресурсы, указанные в описании этапа 3, вы должны определиться с охватом исследования. Охват исследования непосредственно влияет на сроки его выполнения. При определении охвата исследования необходимо учитывать следующие два фактора.

Акцент на уровне политики

На какую политику вы хотите повлиять посредством своего исследования соответствия? Вы надеетесь подчеркнуть необходимость в корректировке законодательства, чтобы устранить существующие лазейки? Или же вы хотите обратить внимание на недостаточный контроль/соответствие в конкретной географической области? При определении охвата вашего исследования самое важное — это еще раз ответить на вопрос о том, как вы собираетесь использовать результаты. Цель, поставленная на этапе 2, должна соответствовать охвату. К примеру, если вы подозреваете, что местный производитель не соблюдает государственное законодательство, то в рамках исследования и оценки соответствия разумнее всего сделать акцент на выборке изделий из местного географического региона.

Информационный охват

Определитесь с конкретными требованиями в отношении упаковки и маркировки, соответствие которым вы собираетесь проверить в рамках оценки соответствия. Важно установить разумный предел полноты данных, которые вы хотите собрать и проанализировать. К примеру, можно оценить те характеристики упаковки и маркировки, которые относятся к культурным особенностям (цвета, символы, изображения или фразы с определенным значением). Полный анализ этих характеристик обойдется дорого и потребует от персонала или волонтеров большого объема работы. Следовательно, важно сузить круг оцениваемых положений до разумного количества с учетом ресурсов, которые вы выделили на этапе 3.

При определении информационного охвата в некоторых случаях полезно выписать цели по схеме SMART. Они должны быть конкретными (Specific), измеримыми (Measurable), допускающими привлечение исполнителя (Assignable), значимыми (Relevant) и основанными на сроках (Time-based) (SMART). Гипотетический пример критериев SMART приведен на следующей странице.



Для определения того, какую информацию следует собирать, рекомендуется ответить на следующие вопросы:

- Какое требование(-я) закона / нормативно-правового документа вы хотели бы изучить? Например, хотите ли вы оценить размеры предупреждений о вреде для здоровья?
- Какой тип табачного изделия рассматривается? Вы хотите акцентировать внимание на курительных и/или некурительных табачных изделиях? Вы хотите исследовать соответствие требованиям только одного типа табачных изделий или всех табачных изделий, представленных на рынке в вашей стране (например, сигарет, биди, сигар, черутов, кальянов, некурительных табачных изделий)?
- Какой бренд табачных изделий вы хотите исследовать? Хотите ли вы исследовать конкретное подмножество табачных брендов?
 - Можно взять самый популярный в вашей стране бренд или выбрать бренды на основании других применимых критериев.
 - Как вариант, можно провести исследование соответствия в отношении международных брендов, местных брендов или премиальных брендов и т. д., либо в отношении всех брендов на рынке (всех зарегистрированных брендов либо выборки).
- Как вы поступите с не отвечающими требованиям упаковками в процессах сбора данных, анализа данных и распространения результатов?



Разработка графика

Важной составляющей вашей оценки соответствия является разработка графика, который позволит вам надлежащим образом подготовиться ко всем предстоящим практическим этапам. Грамотное планирование также позволит вам извлечь максимум из результатов. Пример графика приведен в приложении В.

При разработке графика учитывайте то, как вы хотите использовать результаты исследования. Подумайте над тем, нет ли какого-нибудь идеального момента для публикации результатов. Например, ваши результаты могут оказать максимальное влияние на разработчиков политики, если вы опубликуете их во время сессии законодательного собрания или через год после принятия закона. Если имеется какая-либо дата, к которой вы хотите опубликовать результаты, эта дата должна быть завершающей в графике. Отталкиваясь от этой даты в обратном порядке, можно устанавливать сроки подготовки выборки, разработки протокола, получения разрешений от органов власти, привлечения ресурсов, обучения исследовательской группы и сборщиков данных, сбора данных, анализа данных, записи результатов, подготовки аналитической справки и распространения результатов.

График должен включать несколько ключевых задач. Их можно разбить на три части:

1

Подготовка к сбору данных. Это этап планирования. Его проводят до сбора каких-либо данных. Чтобы определить продолжительность этого этапа, учитывайте затраты времени на подготовку необходимых для исследования ресурсов, таких как финансирование, персонал, организация поездок. Аналогичным образом, учитывайте, сколько времени займет привлечение партнеров, подготовка выборки и согласование процедур сбора данных. Наконец, необходимо будет протестировать процедуры и инструменты сбора данных, прежде чем использовать их в реальной оценке. Подумайте над тем, сколько времени займет окончательная доработка этих инструментов.

2

Обучение и сбор данных. Это этап сбора данных. Он включает обучение сборщиков данных и собственно сбор данных. Некоторые из факторов, которые необходимо учитывать, включают: опыт работы сборщиков данных на местах, логистику на местах и количество времени на сбор данных в одной географической области с учетом поездок. Смогут ли сборщики данных работать несколько дней подряд, или им потребуется перерыв между днями сбора данных? Если исследование проводится в нескольких юрисдикциях, то сколько времени займут поездки из одной юрисдикции в другую? Имеются ли в это время года какие-либо погодные факторы или праздники, которые могут задержать сбор данных?

3

После сбора данных. Этот этап включает кодирование, анализ и распространение результатов. Необходимо учитывать такие вопросы, как: сколько данных придется анализировать, и имеется ли у вас собственная группа специалистов для анализа и создания материалов для распространения, или же для выполнения этого этапа придется привлекать третью сторону.

VI

Этап 6

Подготовка выборки

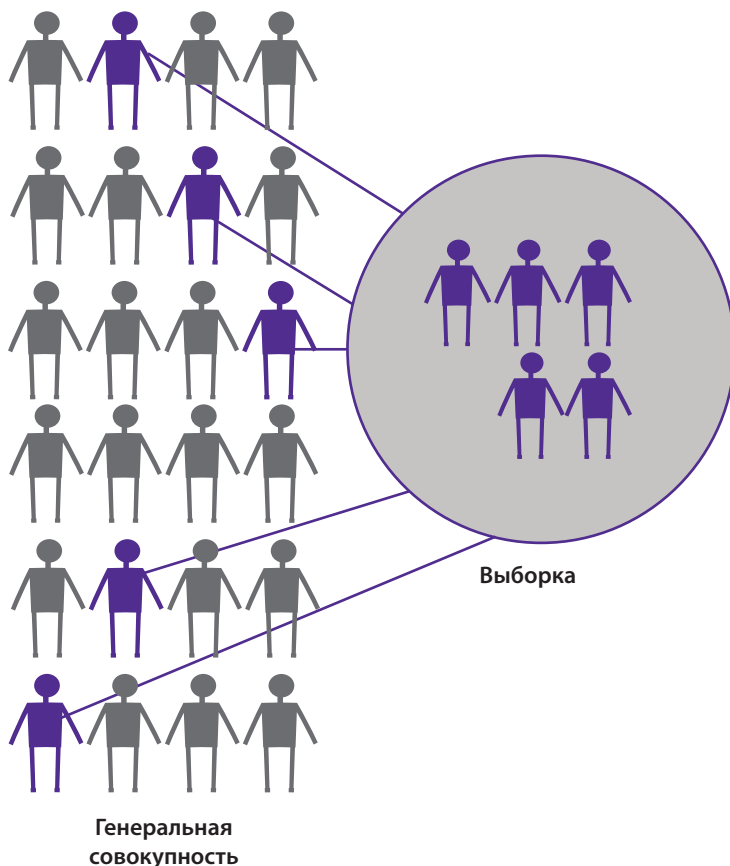
Перед сбором данных необходимо подготовить выборку. В контексте исследований общая совокупность всех исследуемых объектов, таких как предметы или люди, называется «генеральная совокупность». Репрезентативная часть генеральной совокупности, которую выбирают для анализа, называется «выборкой». Отдельный исследуемый объект называется «единица выборки».

В данном случае генеральной совокупностью являются все упаковки табачных изделий (в частности, относящиеся к типу или типам табачных изделий, которые вы выделили на этапе 4 при определении охвата исследования), которые продаются на рынке в соответствующей юрисдикции. Однако проанализировать всю генеральную совокупность упаковок табачных изделий невозможно. Таким образом, придется подготовить выборку. Мы будем использовать несколько упаковок табачных изделий (выборку), чтобы сделать выводы или заключения о соответствии всех доступных упаковок (генеральной совокупности).

Единицей выборки является отдельная упаковка табачного изделия. Поскольку ожидается, что одна упаковка варианта бренда (например, Marlboro Red, см. глоссарий) будет идентична остальным упаковкам этого варианта бренда, одной упаковки на каждый вариант бренда будет достаточно, чтобы делать выводы о соответствии этого варианта бренда на рынке в данной юрисдикции в целом.

Для мониторинга следует выбрать подгруппу объектов (например, городов, округов или районов) и поставщиков табачных изделий для изучения или сбора упаковок табачных изделий. Выбор будет зависеть от охвата оценки и доступных ресурсов.

В этом разделе мы опишем наиболее часто применяемые методы выборки упаковок табачной продукции для мониторинга, обсудим вопросы, которые необходимо учитывать при выборе способов, предоставим инструкции по методам, которые могут быть наиболее подходящими с учетом целей оценки, охвата и обеспеченности ресурсами.



Методы выборки

Существуют две основные категории методов выборки:

1) вероятностная выборка и 2) невероятностная выборка. Вероятностная выборка подразумевает, что все единицы в генеральной совокупности имеют равную вероятность попасть в выборку. Невероятностная выборка подразумевает, что единицы в генеральной совокупности имеют неравную вероятность попасть в выборку. Невероятностная выборка зачастую основывается на субъективных суждениях исследовательской группы.

В исследованиях, в которых единицей выборки является упаковка табачной продукции, в основном применяют два метода выборки: 1) случайную выборку и 2) целевую выборку. Оба этих метода являются невероятностными. Случайная выборка представляет собой выбор единиц выборки на основании их доступности для исследовательской группы. Целевая выборка базируется на опыте и знаниях исследователя: он выбирает единицы выборки на основании теоретических знаний и практики.

Случайная выборка

Случайная выборка может подойти вам, если цель — собрать варианты брендов конкретного табачного изделия, все варианты брендов табачных изделий в списке зарегистрированных табачных изделий или предварительно заданное количество уникальных упаковок табачных изделий вне зависимости от варианта бренда. В поиске конкретных упаковок табачных изделий исследовательская группа может выбирать любые удобные для себя районы и/или поставщиков табачных изделий и осматривать или собирать упаковки табачных изделий. На местах это может выглядеть следующим образом: исследовательская группа перемещается в один или несколько районов выборки или к одному или нескольким поставщикам вблизи своего офиса и осматривает или собирает определенное количество упаковок заранее выбранных вариантов брендов табачных изделий.

Целевая выборка

Если ваша цель — обеспечить максимальный охват и осмотреть или собрать как можно больше различных вариантов брендов, и/или если вы не можете получить перечень всех зарегистрированных на рынке вариантов брендов, то вам, возможно,

больше подойдет целевая выборка. Из литературы по маркетингу табака мы знаем, что табачная промышленность нацеливается на группы людей (например, по возрасту, полу, расе, уровню дохода или образования) за счет тактики целевого маркетинга. Учитывая это, в различных местах могут продаваться различные табачные изделия и/или бренды. Это зависит от социальных групп, которые проживают или работают в конкретной области. Вот почему рекомендуется рассмотреть несколько характеристик при выборе городов (если их несколько) и округов или районов. На местах это может выглядеть следующим образом: исследовательская группа целенаправленно выбирает районы с различными уровнями дохода населения (высоким, средним, низким), а также несколько районов с учетом расового и этнического многообразия.

Выбор территорий для сбора данных в вашей стране

Большие или малые города

В зависимости от ресурсов, времени и других факторов, для сбора данных в вашей стране можно выбрать один или несколько городов. Если можно выбрать только одну территорию, рекомендуется по возможности выбирать столицу или наиболее населенный город. Если для посещения доступен выбор нескольких территорий, должны учитываться такие характеристики, как географическое положение, статус (городской или сельский), этнический состав, религия, язык или диалект. Мы рекомендуем при выборе больших или малых городов стремиться к многообразию, чтобы обеспечить максимальные шансы на осмотр различных упаковок табачных изделий. Если вы хотите собрать данные по брендам табачных изделий, которые с большой вероятностью доступны большинству людей, рекомендуется выбирать города с большим количеством населения. Для получения результатов оценки соответствия, репрезентативных на уровне страны, можно задаться целью собрать данные из городов в различных административных юрисдикциях (например, штатов, провинций).

Округа или районы

Чтобы обеспечить максимальный охват, при выборе округов или районов в большом или малом городе рекомендуется учесть факторы, описанные выше, а также социально-экономический статус. Для оценки социально-экономического статуса можно использовать косвенные показатели. Косвенным называют не прямой показатель желаемого результата, который с этим результатом коррелирует. В некоторых случаях данные по доходам, образованию и занятости доступны по регионам или округам городов. Однако это не всегда так. Одним из полезных косвенных показателей может служить медианная стоимость недвижимости.

2. Существуют различные протоколы обхода, но в типовом варианте сборщики начинают путь с центра заданной территории для подготовки выборки, проходят по плановому маршруту и выявляют поставщиков, у которых будет осуществляться сбор данных. Пример протокола обхода предусматривает, что сборщики данных придут на предварительно заданную территорию для подготовки выборки, выберут исходную точку, встанут к ней спиной и осмотрят окружающий район в поисках центра коммерческой активности. Продвигаясь в направлении крайней справа (или слева) области коммерческой активности, сборщики данных могут осматривать обе стороны улицы и заходить к очередному по счету поставщику табачных изделий, расположенному у них на пути.



3. Лучше всего использовать сочетание этих двух подходов. Сочетание будет включать использование протокола обхода для поиска поставщиков заданных типов. Вместо сбора данных у очередного по счету поставщика табачных изделий в соответствии с протоколом обхода без учета типа поставщика, сборщики будут собирать данные у очередного по счету поставщика заданного типа (например, в 3-м супермаркете).

Выбор поставщиков табачных изделий для сбора данных

Существует несколько распространенных подходов к выбору поставщиков для сбора данных: 1) выявление типов поставщиков, у которых пользователи обычно приобретают табачные изделия, 2) выбор поставщиков в соответствии с протоколом обхода или 3) сочетание этих подходов.

1. Распространенными примерами типов поставщиков являются магазины шаговой доступности, заправки и супермаркеты. Чтобы обеспечить максимальное разнообразие полученных упаковок табачной продукции, рекомендуется задать количество поставщиков в каждой категории, у которых вы будете собирать данные, или проследить за тем, чтобы сборщики данных посетили хотя бы одного поставщика каждого типа.

Блок-схема решений, которые необходимо принять при подготовке выборки, приводится в приложении С.



Разработка процедур и форм сбора данных

Необходимо разработать процедуры и формы сбора данных, которые обеспечат планомерный сбор упаковок табачной продукции сборщиками данных. В этом разделе описываются процедуры планомерного осмотра или сбора упаковок табачных изделий сборщиками данных и инструменты, которые можно разработать для использования при сборе данных.

Разработка процедур

Как и стратегия подготовки выборки, процедуры сбора данных будут зависеть от цели оценки и доступных ресурсов. В литературе описываются четыре основных типа процедур сбора данных по упаковкам табачных изделий:

1. покупка упаковок;
2. осмотр упаковок у поставщиков;
3. сбор выброшенных упаковок;
4. комбинация этих подходов.



Покупка упаковок табачной продукции у поставщика. Процесс включает планомерное выявление уникальных упаковок и покупку упаковок для кодировки в дальнейшем.

Планомерное выявление уникальных упаковок

В странах, в которых не запрещена демонстрация табачных изделий в точках продаж, упаковки чаще всего выставляют на кассе или иногда на отдельной витрине или кассе в крупном магазине (например, в некоторых супермаркетах). Упаковки табачных изделий также могут быть выставлены на стендах — больших витринах, которые обычно располагают за спиной кассира. Они демонстрируют множество табачных изделий с ценами и, как правило, украшены логотипами и цветами табачных брендов. В таких случаях используют относительно простую процедуру: дают сборщикам данных инструкции вставать лицом к витрине, выявлять упаковки для

покупки последовательным просмотром рядов изделий (например, снизу вверх, слева направо) и сопоставлять упаковки на витрине с положениями протокола в отношении покупки. Возможно, будет полезно (или даже необходимо) сверять имеющиеся в продаже упаковки со списком уже купленных упаковок. Очень полезным может оказаться архив фотографий на мобильном устройстве (см. ниже). Сборщики данных также должны убедиться, что они просмотрели упаковки всех имеющихся в продаже изделий, узнав у продавца, все ли уникальные упаковки выставлены на витрине.

В тех юрисдикциях, в которых магазины менее строго подходят к выкладке товаров или не принадлежат к розничным сетям, упаковки табачных изделий могут демонстрироваться не так упорядоченно (или могут выкладываться только некоторые, например, самые популярные бренды). В таких случаях важно, чтобы сборщики данных общались с продавцами и убеждались, что просмотрели все упаковки изделий, выставленных на продажу.

В тех странах, в которых демонстрация табачных изделий запрещена, поставщикам разрешают хранить упаковки только в складских зонах вне поля зрения покупателей. В таких случаях поставщики иногда могут выдать распечатанный список продаваемых вариантов брендов. Хотя этот список может оказаться полезным, если он соответствует списку, который вы используете для сбора данных, зачастую бывает сложно различать варианты бренда, если у вас нет списка для сравнения и вы различаете варианты по дизайну упаковок. В этих случаях сборщикам данных необходимо взаимодействовать с продавцами и просить их посмотреть упаковки за прилавком, чтобы выявить те, которые уже куплены.

Продумывая вопрос о том, как будет осуществляться планомерная идентификация уникальных упаковок сборщиками, решите, что будет проще использовать: список или архив изображений. Если вы покупаете несколько определенных вариантов бренда и имеете список, процесс покупки упаковок табачных изделий может оказаться простым. Например, список можно использовать для вычеркивания пачек, которые уже собраны. Если вы пытаетесь купить все варианты брендов или уникальные упаковки, доступные на рынке, то можете столкнуться с необходимостью собрать более сотни пачек, что затруднит быструю идентификацию пачек по списку. В таком случае можно создать библиотеку изображений, в которой были бы упорядочены изображения собранных упаковок. Это позволит упростить сбор данных и ограничить время, которое сборщики проводят в магазине. Библиотеку изображений упаковок можно создать с помощью камеры или любого устройства с камерой (например, сотового телефона, планшета). Можно фотографировать осмотренные или собранные упаковки, упорядочивать изображения по папкам

(не обязательно, но поможет отсортировать упаковки в папки по брендам) и просматривать эти изображения у следующих поставщиков, чтобы знать, какие упаковки уже куплены.

Покупка

Зачастую бывает полезно отправлять сборщиков данных группами по двое. После планомерной идентификации уникальных пачек один человек может оплачивать покупку, а второй — упорядочивать упаковки.

В некоторых случаях важно, чтобы сборщики данных собирали информацию, соответствующую покупке, для дальнейшего анализа. Если интересные данные относятся к поставщику



(например, тип поставщика, у которого сделана покупка, дата покупки и т. д.), достаточно бывает разложить купленные упаковки табачных изделий в различные пакеты или емкости для хранения и записать необходимую информацию после покупки. Если интересные данные относятся к упаковке (например, стоимость), то быстрым и легко реализуемым способом сохранения информации в магазине является использование для каждой упаковки наклеек с необходимыми данными. Цены упаковок табачных изделий можно переписать позднее с детализированного чека (если чек выдается поставщиком). Кодирование купленных упаковок осуществляется позднее.

Прочие вопросы

Еще одним фактором, который следует учитывать при покупке упаковок табачной продукции, является время, необходимое для идентификации уже купленных пачек, и время, необходимое продавцу для извлечения пачек и оформления покупки. Во многих случаях этот процесс может занять достаточно много времени. Некоторые продавцы очень услужливы и готовы помогать покупателям, которые делают крупную покупку. Некоторые же продавцы бывают слишком заняты помощью другим покупателям,

чтобы уделять достаточно много времени сборщикам данных. Иногда не будет лишним запланировать визит на время с низкой посещаемостью поставщика.

Еще одним фактором является реакция на сборщиков данных владельцев, менеджеров и/или работников магазина. В некоторых магазинах к сборщикам могут отнестись с подозрением или неодобрением. Если сборщиков данных попросят покинуть точку продаж, следует ее покинуть.

ПРЕИМУЩЕСТВА	ТРУДНОСТИ
- Отсутствие ограничений времени на кодирование пачек: это можно сделать позднее в офисе. - Занимает меньше времени, чем осмотр пачек у поставщика. - Продавец может проявить большую готовность помочь, если сборщики данных сделают покупку.	- На покупку упаковок табачной продукции требуются деньги. - Возможно негативное отношение со стороны продавца. - Требуется общение с продавцом (в частности, если табачные изделия не выставлены на витрину).



2

Осмотр упаковок табачной продукции у поставщиков. Процесс включает планомерную идентификацию уникальных пачек и кодирование пачек у поставщика.

Многие из факторов, применимых к покупке упаковок, справедливы и для осмотра. Дополнительная информация представлена в разделах «Планомерное выявление уникальных упаковок» и «Прочие вопросы» выше. Основными различиями между покупкой и осмотром упаковок табачных изделий являются отсутствие разделения процессов сбора и кодирования данных и необходимость проводить у поставщиков больше времени.

Осмотр упаковок

Сборщики данных должны зарегистрировать в магазине все представляющие интерес для исследования упаковки и попросить продавцов вытащить упаковки, чтобы их можно было изучить, не выходя из магазина. Сборщикам данных следует стоять в стороне от кассы и других покупателей и кодировать упаковки с использованием краткого бланка для кодирования. Рекомендуется, чтобы сборщики данных делали фотографии

закодированных упаковок, чтобы позднее можно было проводить проверки качества данных.

Несмотря на то, что осмотр упаковок в точке продаж сопряжен со своими трудностями, существует несколько стратегий, которые может рассмотреть исследователь. Успех этого подхода к оценке зависит от социальных норм и практик: в некоторых случаях владельцы бизнеса и менеджеры могут выказывать большую готовность помогать в оценке. Если сбор данных осуществляется в широкой географической области, полезно будет распределять сборщиков данных по регионам, в которых они живут и работают, чтобы они могли воспользоваться своими связями на местах. Также рекомендуется выбирать сборщиков данных, которые знакомы с обстановкой в области борьбы против табака и знают законодательные требования к упаковке и маркировке табачных изделий. Рекомендуется избегать времени пикового потока покупателей в магазинах.

ПРЕИМУЩЕСТВА	ТРУДНОСТИ
• На покупку упаковок табачной продукции не требуются деньги. • Данные позволяют быстро осуществлять анализ, так как кодирование выполняется у поставщиков.	• Ограниченное время на кодирование. Ограничено количество данных, которые можно получить с каждой упаковки, и повышен риск ошибок кодирования, так как процедура осуществляется в спешке. • Требуется проводить много времени в магазине (больше, чем просто при покупке упаковок). • Возможно негативное отношение со стороны продавца. • Требуется общение с продавцом (в частности, если табачные изделия не выставлены на витрину).



Сбор выброшенных упаковок табачных изделий. Включает посещение зон подготовки выборки и сбор упаковок, которые были выброшены.

Сбор выброшенных упаковок

Процедуры сбора выброшенных упаковок табачных изделий отличаются от уже описанных процедур. Необходимо набрать группу сборщиков данных, которые посетят зоны подготовки выборки и соберут все упаковки, которые были выброшены на улице и/или брошены в мусорные баки. Сборщики могут подбирать все найденные упаковки табачных изделий, или же исследовательская группа может определить критерии, по которым будет осуществляться сбор упаковок. Например, критерии могут включать повреждение упаковки и/или предупреждение о вреде для здоровья на упаковке. Если сборщики данных собирают все упаковки табачных изделий вне зависимости от повреждений или предупреждений о вреде для здоровья, сортировку упаковок можно выполнить позднее. Кодирование упаковок выполняют после сбора и сортировки для выявления одинаковых упаковок.

сбор выброшенных упаковок требует пребывания вне помещений, время сбора данных должно быть ограничено светлым временем суток. Если сбор осуществляется в темное время, необходимо учитывать наличие уличного освещения. Также важно учитывать погоду как в день сбора данных, так и за день до него. Например, дождь в запланированный день сбора данных или даже за несколько дней до него вполне может смыть или повредить выброшенные упаковки. Кроме того, сбор выброшенных упаковок в дождь или экстремальные погодные условия может оказаться очень некомфортным, так как сборщики будут проводить большую часть времени на улице. Важно учитывать и график уборки в рассматриваемой юрисдикции. Например, если уборка на улицах в определенной зоне осуществляется по утрам каждый вторник, сборщики, вероятнее всего, смогут набрать больше упаковок в понедельник до уборки, чем во вторник или среду.

Прочие вопросы

При сборе выброшенных упаковок табачных изделий необходимо учитывать некоторые специфические факторы, такие как время дня, погода и график уборки в рассматриваемой юрисдикции. Так как

ПРЕИМУЩЕСТВА	ТРУДНОСТИ
• На покупку упаковок табачной продукции не требуются деньги. • Сборщики данных не ограничены никаким магазином по времени, затрачиваемому на сбор упаковок. • Знакомый подход, который используется в мониторинге и исследованиях для борьбы против табака.	• Сбор данных привязан ко времени дня, погоде и графику уборки в рассматриваемой юрисдикции. • Упаковки табачных изделий могут быть в плохом состоянии или повреждены. • Выборка ограничена тем, что выбросили покупатели в общественных местах.

4

Комбинация подходов.

Можно использовать комбинацию подходов, описанных выше. В частности, упаковки, полученные с использованием одной процедуры, могут дополнять упаковки, полученные с использованием другой. Можно также использовать две различные процедуры, чтобы уравновесить плюсы и минусы каждой из них.

Разработка полевого протокола и форм сбора данных

Полевой протокол

Необходимо разработать полевой протокол, которым будут руководствоваться сборщики данных. Сборщики данных будут обращаться к этому протоколу во время обучения и работы на местах. Это позволит стандартизировать сбор данных в различных местах исследования и/или разными людьми.

Полевой протокол должен включать:

- краткий обзор цели и охвата исследования;
- описание методов подготовки выборки и указание юрисдикций и зон, в которых будут работать сборщики данных;
- типы поставщиков, которых будут посещать сборщики, определение каждого типа поставщиков табачных изделий и инструкции по обходу (если имеются);
- список критериев выбора упаковок табачных изделий для сбора или осмотра. Этот список должен включать определения различных типов табачных изделий (например, сигарет, кретеков, биди, некурительных табачных изделий и т. д.) и в соответствующих случаях изображения обязательных предупреждений о вреде для здоровья на упаковках табачных изделий;
- процедуры исследования, включая действия, которые сборщики данных должны совершить до входа к поставщику, действия у поставщика и действия после осмотра или сбора упаковок. В процедурах следует указывать, должны ли сборщики данных оповещать продавца о том, чем они занимаются, какую информацию они должны предоставлять продавцу, и что делать в случае негативной реакции продавца;

- политики безопасности. Сборщики данных должны получить инструкции о необходимости уходить из тех точек, в которых они чувствуют себя некомфортно и/или в которых им может угрожать опасность. Безопасность имеет самое важное значение и должна быть в приоритете по сравнению со всеми остальными аспектами исследования;
- инструкции о том, как следует организовывать и хранить упаковки табачных изделий и формы сбора данных после сбора данных.



Формы сбора данных

Формы сбора данных — это полезный инструмент сбора информации на уровне района, округа и/или поставщика. Формы сбора данных рекомендуется использовать, если вас интересует оценка соответствия по типам поставщиков или иные характеристики округа или поставщика, если вы планируете вернуться в те же точки сбора данных позднее (например, для фотографирования или проведения второго цикла сбора данных), или если вы хотите внедрить дополнительные механизмы, обеспечивающие соблюдение протокола.

Форму сбора данных можно распечатать на бумаге или заполнять на электронном устройстве с использованием приложения на телефоне или планшете. Некоторые приложения позволяют вводить данные в электронную форму офлайн, а затем загружать данные в облако в удобное время, когда будет доступ в Интернет. К некоторым примерам онлайн-инструментам инструментов сбора данных относятся Qualtrics, doForms и Magpi. Пример формы сбора данных на местах приведен в приложении D.

	Плюсы	Минусы
Бумажная форма сбора данных	- Низкая стоимость. - Не вынуждает сборщиков данных носить с собой электронные устройства.	- Привлекает больше внимания там, где в общественных местах все носят и используют телефоны и планшеты. - Необходимость ввода данных в таблицу или электронную базу данных вручную в будущем, что может создать задержку и увеличивает риск ошибок при вводе данных. - Риск потери или повреждения форм.
Электронная форма сбора данных	- Не привлекает внимания там, где в общественных местах все носят и используют телефоны и планшеты. - Данные легко доступны. Исследовательская группа может отслеживать ход работ, если имеется доступ в Интернет, а данные можно загружать в облако сразу же или в конце дня.	- Возможные затраты, связанные с электронными устройствами и приложениями для оценки. - Вероятность того, что электронные устройства привлекут в некоторых условиях ненужное внимание.



Создание бланка для кодирования упаковок

Для создания бланка для кодирования, который будет использоваться для подготовки данных по выборке упаковок табачных изделий, проанализируйте охват вашего исследования и используйте выполненное ранее исследование политик и возможных лазеек. Применимые переменные могут включать:

- требуемое предупреждение о вреде для здоровья (соответствует ли предупреждение требованиям, действующим в стране покупки?);
- чередование предупреждений о вреде для здоровья (к какому циклу/партии относится предупреждение: к текущему или предыдущему?);
- тип предупреждения о вреде для здоровья (графическое или текстовое);
- содержание предупреждения о вреде для здоровья;
- тип изображений;
- размер предупреждения о вреде для здоровья (в процентах от площади основных поверхностей или минимальный размер);
- местоположение предупреждения о вреде для здоровья на упаковке (лицевая сторона, обратная сторона, боковые стороны);
- размещение предупреждения о вреде для здоровья на основной поверхности (в верхней части лицевой/оборотной стороны, в нижней части лицевой/оборотной стороны);
- язык(-и) предупреждения о вреде для здоровья;
- наличие информации для прекращения употребления табака (например, номер телефонной линии или адрес сайта для желающих бросить курить);
- местоположение акцизной марки (не закрывает ли она предупреждение о вреде для здоровья?);
- информация о составе (в виде описания или количественных показателей) и выбросах;
- наличие значений содержания компонентов выбросов (например, смол, никотина, монооксида углерода);
- наличие вводящих в заблуждение описаний (например, «легкие», «с низким содержанием смол», «природные», «органические»);
- количество изделий в упаковке (например, сигарет или малых сигар) или количество граммов в упаковке (например, некурительных табачных изделий);
- если упаковка является обезличенной/стандартизированной: использование цветов, логотипов или изображений бренда; название изделия указано стандартным шрифтом и цветом; форма и материал упаковки.

НЕОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ дополнительные переменные, которые можно использовать в анализе для оценки соответствия различных характеристик упаковки, могут включать:

- информацию о производителе;
- размер текста предупреждений (например, шрифт 12);
- цвет текста и фона в текстовом компоненте предупреждения о вреде для здоровья;
- соотношение изображений и текста в предупреждении о вреде для здоровья;
- наличие надписи «для продажи в [название страны]»;
- тип упаковки (мягкая, жесткая);
- семейство бренда;
- описание вкуса (например, ментол, клубника, шоколад и т. д.).

Очень важно, чтобы создаваемая схема кодирования была валидной. В исследованиях валидность определяет, измеряете ли вы в действительности то, что собирались измерить. В качестве одного из способов повышения валидности, можно взять за основу уже существующее исследование и схемы кодирования, которые к настоящему времени разработаны и использованы. В приложении А содержатся ссылки на существующие кодировочные справочники, которые стали доступными благодаря проекту Tobacco Pack Surveillance System (Система исследования упаковок табачной продукции) и PhenX. Пример бланка для кодирования приведен в приложении Е.

Пример вопросов по упаковке и кодированию: Бразилия



1. Нанесено ли на упаковку предупреждение о вреде для здоровья?
☒ Да
☐ Нет
2. Содержит ли предупреждение о вреде для здоровья изображение?
☒ Да [сочетание текста и изображения]
☐ Нет [только текст]
3. Где находится предупреждение о вреде для здоровья (лицевая сторона, обратная сторона, боковые стороны упаковки)?
☒ Лицевая сторона
☒ Обратная сторона
☒ Боковые стороны
4. Где находится предупреждение о вреде для здоровья на лицевой части упаковки: в верхней или нижней части?
☐ Верхняя часть
☒ Нижняя часть
5. Занимает ли предупреждение о вреде для здоровья на лицевой части 30 % площади, на боковых сторонах 100 % площади и на оборотной стороне 100 % площади?
☒ Да
☐ Нет
6. Указан ли на упаковке телефон горячей линии для желающих бросить курить?
☒ Да
☐ Нет

Ключевые принципы создания бланка для кодирования

1. Это циклический процесс.

- a. В процессе создания бланка для кодирования анализируйте представленные на рынке упаковки и свою выборку, чтобы оценить качество реализации политик в сфере упаковки и выявить неожиданные трудности с кодировкой.
- b. После создания бланка для кодирования проверьте его эффективность на подвыборке своей выборки. Если возникнут несоответствия между кодировщиками или появятся вопросы по кодировке, **ДОРАБОТАЙТЕ** бланк! Дорабатывайте его до тех пор, пока не получите бланк, который позволяет регистрировать нужную вам информацию и обеспечивает надежное кодирование (неизменный результат кодирования одним и разными кодировщиками). Не бойтесь изменять бланк для кодирования много раз, пока не получите конечный вариант.

2. Будьте аккуратны.

- a. Объективно оценивайте соответствие упаковки требованиям и стремитесь консервативно оценивать политики, так как вам, возможно, в будущем придется защищать свои решения и/или определения соответствия перед соратниками по борьбе против табака или противниками.
- b. Если положения политик являются неконкретными или сформулированы двусмысленно, лучше всего проконсультироваться с юристом и/или исключить эти положения из кодирования.



3. Не усложняйте.

- a. В зависимости от доступного времени и других ресурсов, чем проще кодирование — тем лучше. Например, если сборщики данных осуществляют кодирование в магазинах, рекомендуется ограничить бланк несколькими ключевыми вопросами, на которые можно ответить быстро. Кодирование всегда сложнее, чем кажется на первый взгляд.
- b. Вы можете использовать стандартизованную эталонную упаковку, относительно которой можно оценивать упаковки из выборки на предмет соответствия требованиям. Например, если эталонная упаковка имеет те же размеры, что и упаковка из выборки, то лучшим способом оценки может оказаться быстрое визуальное сравнение упаковок, чтобы, без необходимости измерять предупреждение и пачку и проводить вычисления узнать, покрывает ли наклейка с предупреждением о вреде для здоровья требуемый процент поверхности упаковки.

4. Записывайте примечания по кодировочным решениям.

- a. Записывайте подробные примечания по кодировочным решениям на случай, если в будущем вам придется отвечать на вопросы или захочется подробнее описать результаты для подготовки публикации с большим уклоном в исследование.



Обучение сборщиков данных и сбор данных

Обучение сборщиков данных

Исследование невозможно провести без сборщиков данных, и исследовательская группа должна предусмотреть достаточно времени на обучение их процедурам сбора данных. Обучение должно включать обсуждение цели обучения, обзор дизайна исследования, подробное описание процедур сбора или осмотра упаковок табачных изделий и порядок заполнения форм сбора данных. Во время обучения полезно показать через проектор презентацию с изображениями, иллюстрирующими процедуры, и распечатать копии полевого протокола и форм сбора данных, чтобы сборщики могли повторять инструкции и делать записи. Если для фотографирования или сбора данных будут применяться электронные устройства, обучение должно включать инструкции по использованию этих устройств и соответствующих приложений.

После просмотра учебных материалов и ответа на вопросы обучение можно проводить параллельно с первоначальными работами по сбору данных.

Сбор данных

Рекомендуется, чтобы координатор проекта следовал за сборщиками данных к нескольким первым поставщикам или в места для подготовки выборки, чтобы отвечать на возникающие вопросы, следить за тем, чтобы сборщики соблюдали процедуры сбора данных, отвечать на вопросы и исправлять ошибки, которые будут возникать на местах.

Когда сборщики данных подготовятся к самостоятельной работе, они должны будут регулярно уведомлять координатора(-ов) проекта о ходе работ и проблемах, возникающих на местах. Координатор(-ы) проекта должны отвечать на вопросы и помогать решать проблемы в ходе сбора

данных, а если сбор данных осуществляется на местах — обеспечивать правильную загрузку и своевременный ввод в ручную.

Особые замечания по этапу сбора данных

Как уже было сказано, высшим приоритетом является безопасность. В соответствующих случаях на этапах планирования следует проконсультироваться с людьми, знающими места, в которых вы собираетесь работать, чтобы убедиться в безопасности обхода этих мест сборщиками и повысить эффективность сбора данных. Вопросы безопасности юрисдикции могут также диктовать способ сбора данных на местах. Например, возможно в некоторых местах уместнее использовать вместо больших устройств, например планшета, не привлекающие внимания электронные устройства, такие как сотовый телефон.

Если вы покупаете упаковки табачных изделий, подумайте над тем, как будете хранить их. Лучше всего хранить упаковки табачных изделий в запираемом шкафу, доступ в который имеется только у исследовательской группы. Если сбор упаковок табачных изделий осуществляется методом покупки, в конце каждого рабочего дня сборщики должны приходить в офис проекта или выбранное место (номер в отеле, если сбор данных осуществляется на удаленной территории), чтобы сложить упаковки в безопасное место.

После сбора данных и до кодирования необходимо присвоить каждой упаковке табачных изделий уникальный идентификационный номер или название. Этот уникальный идентификатор может быть произвольным или присваиваться каждой упаковке на основании относящихся к ней важных критериев. Данный уникальный идентификатор будет вводиться во время кодирования и использоваться как ссылка для идентификации упаковки в процессе исследования. Некоторые исследователи считают удобным хранить каждую упаковку табачных изделий в отдельном пластиковом пакете с ярлыком, на котором напечатан уникальный идентификатор.

Пример уникального идентификатора

Структура уникального идентификатора в этом примере включает: сокращенное название страны, сокращенное название города, номер района и номер упаковки сигарет. Сокращенное название страны, сокращенное название города и номера районов выбирают заранее. Номера можно присваивать упаковкам в соответствии с очередностью маркировки.

____/____/____/____
Страна Город Район № Упаковка №

Упаковка приобретена в США, округ Колумбия, район № 1, упаковка № 1
USA/DC/01/001

* Вы можете создать свою систему идентификации, которая позволяла бы легко идентифицировать самую важную для вас информацию. Однако мы не рекомендуем создавать уникальные идентификаторы длиннее, чем идентификатор из примера. В противном случае маркировка упаковок будет вызывать путаницу и окажется трудоемкой.



Этап 10

Кодирование упаковок

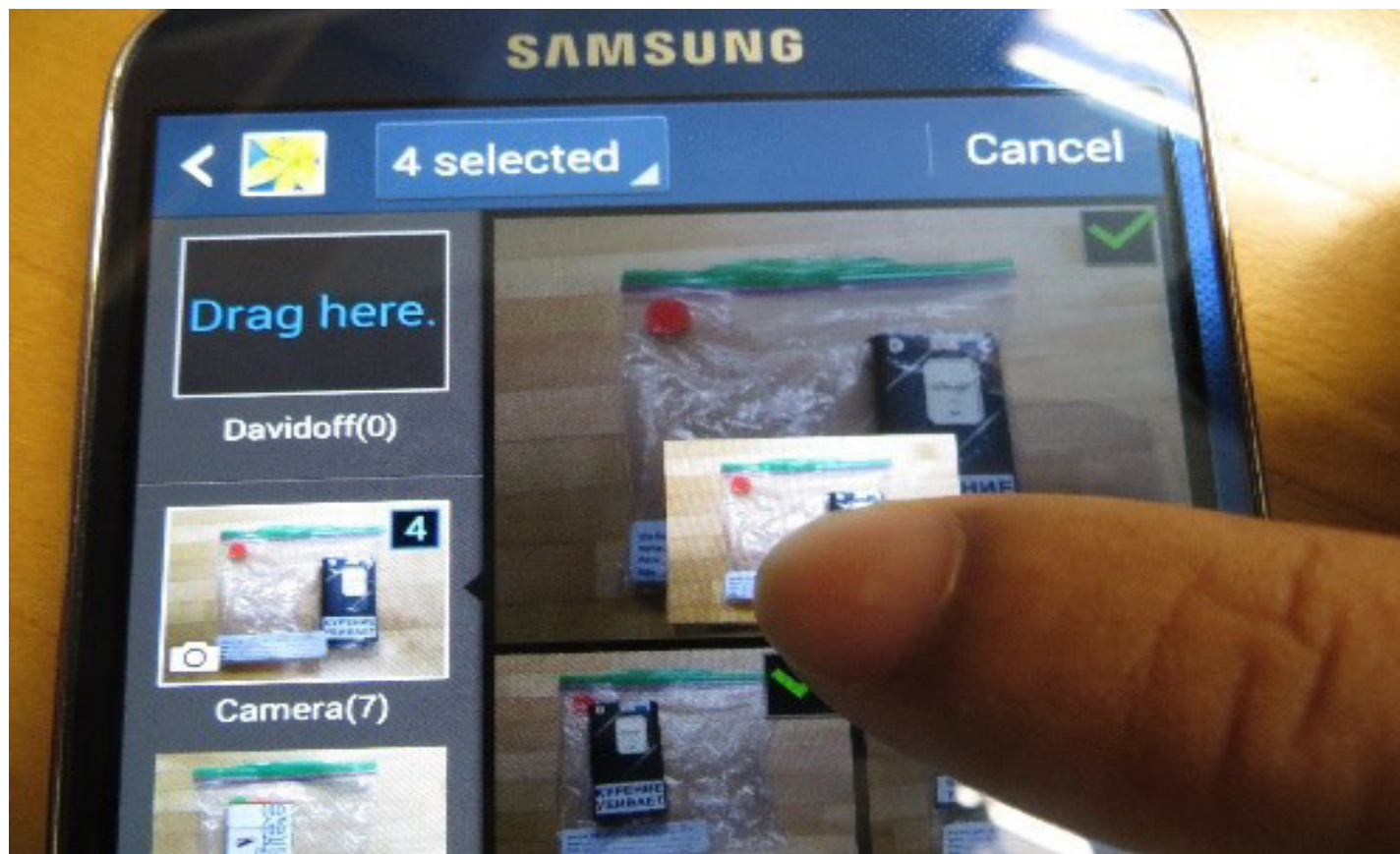
Выбор кодирования: единственное или двойное

Кодирование может зависеть от субъективных решений кодировщиков. Это значит, что разные люди могут дать разные ответы на один и тот же вопрос об упаковке табачных изделий. Качество кодирования зависит от единообразия кодировочных решений. В контексте исследования соответствия наклеек с предупреждениями о вреде для здоровья понятие «межэкспертная надежность» может характеризовать степень получения одинаковых заключений независимыми кодировщиками при оценке какой-либо характеристики упаковки табачных изделий. Краткое описание порядка оценки межэкспертной надежности представлено в приложении F.

Углубленное научное исследование может включать двойное кодирование и отчет по межэкспертной надежности для всей выборки. Однако целесообразным может оказаться только единственное кодирование. Если осуществляется единственное кодирование выборки, рекомендуется, чтобы для контроля надежности данных кодирование части этой выборки упаковок табачных изделий выполнил и проверил соответствие кодировки другой человек.

Выбор режима кодирования

Для кодирования можно использовать различные средства, включая: 1) бумажные бланки, 2) электронную таблицу или 3) базу данных в Интернете.



Способ	Описание	Плюсы	Минусы
Бумага	Распечатанный бланк для кодирования. Кодировщики заполняют по одному бланку на каждую пачку.	Целесообразность/низкая стоимость.	- Риск повреждения или потери бумажных форм. - В дальнейшем потребуется дополнительное время для ручного ввода данных в таблицу или базу данных.
Электронная таблица	Столбцы могут соответствовать вопросам/названиям переменных, а строки — данным по отдельным упаковкам. Кодировщик вводит данные в соответствующие ячейки.	- Целесообразность/низкая стоимость. - Хороший вариант для управления небольшими наборами данных. - Широко поддерживаются программным обеспечением для статистического анализа.	Ограниченные возможности интегрирования контроля качества.
База данных в Интернете.	Бланк для кодирования выполнен в виде формы. Кодировщики вносят данные непосредственно в базу данных.	- Данные можно легко импортировать в пакет программ для статистического анализа. - Позволяет интегрировать процедуры контроля качества, которые снижают количество ошибок при вводе данных и пропущенных данных. - Хорошо подходит для больших наборов данных.	Может оказаться нецелесообразной с экономической точки зрения/потребовать покупки или подписки.

Кодирование упаковок табачных изделий

В первую очередь подготовьте все необходимое для кодирования. Это могут быть физические упаковки табачных изделий, фотографии упаковок, измерительная лента или линейка (если выполняются измерения размеров предупреждений о вреде для здоровья или упаковок), бумажные формы для кодирования или компьютер. Кодировщики должны внимательно ответить на все относящиеся к каждой упаковке табачных изделий вопросы в бланке для кодирования. В идеальном варианте кодировщики должны обрабатывать бланки для кодирования в одинаковой последовательности и как можно более сходным образом.

Обработка несоответствий в кодировке

Если осуществляется двойное кодирование упаковок и ответы не совпадают, необходимо привлечь в качестве арбитра третье лицо для оценки вопроса и устранения расхождений.

Обработка упаковок незаконных табачных изделий

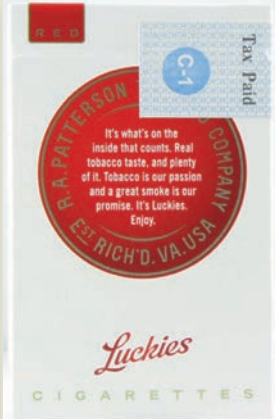
Если сбор данных не направлен на конкретные варианты брендов, то часто приходится иметь дело с упаковками незаконных табачных изделий (см. глоссарий). После сбора данных и до кодирования необходимо разделить выборку на упаковки незаконных и законных табачных изделий. Выявление упаковок незаконных табачных изделий может представлять трудности. К некоторым особенностям упаковки, выдающим незаконные табачные изделия, относятся:

- Наклейка с предупреждением о вреде для здоровья. Соответствует ли наклейка с предупреждением о вреде для здоровья на упаковке требованиям, действующим в стране покупки?
- Акцизная марка. Имеется ли на упаковке акцизная марка, если она является обязательной в стране покупки упаковки?

Во многих странах система наблюдения за упаковками табачных изделий (TPackSS) выявила четкую закономерность между наличием требуемого в стране предупреждения о вреде для здоровья и наличием акцизной марки. Следовательно, классификация упаковок на основании только наклейки с предупреждением о вреде для здоровья или акцизной марки может оказаться достаточной. Разумеется, не всегда удастся выявить все упаковки незаконных табачных изделий, так как на некоторых незаконных упаковках может иметься поддельная наклейка с предупреждением о вреде для здоровья или поддельная акцизная марка. Кроме того, если вы собираете выброшенные упаковки, может оказаться, что акцизная марка просто отклеилась.

В случае обнаружения в выборке упаковки незаконных табачных изделий можно указать, что в выборке обнаружены незаконные упаковки, и исключить их из оценки, если цель — исследование нормативного соответствия легально продающихся изделий.

Какое бы решение вы ни приняли в отношении незаконных упаковок, обязательно запишите, что с ними было сделано, и по каким признакам они были обнаружены, чтобы можно было заявить о них.

Законная упаковка		Незаконная упаковка	
			
Лицевая сторона упаковки	Оборотная сторона упаковки (видна акцизная марка)	Лицевая сторона упаковки	Оборотная сторона упаковки (видна акцизная марка)
Бангладеш. Требуемое в стране предупреждение о вреде для здоровья и акцизная марка на упаковке		Бангладеш. Отсутствие предупреждения о вреде для здоровья и иностранная акцизная марка на упаковке	



Анализ результатов

После кодирования упаковок табачных изделий необходимо проверить качество данных и провести анализ.

Проверка качества данных и очистка набора данных

После завершения кодирования можно выполнить несколько этапов оценки качества данных:

- Проверка на предмет пропущенных данных. Ответили ли сборщики данных на все вопросы об упаковках табачных изделий? Некоторые электронные базы данных позволяют программировать шаблоны пропуска (автоматическое программирование вопросов, которые отображаются в зависимости от ответов на другие вопросы и применяются только в определенных условиях) и уведомляют кодировщика о пропуске актуального вопроса.
- Проверка попадания данных в диапазон возможных значений. Если существуют заранее определенные варианты ответов или диапазон, в который должно попадать значение, не дали ли кодировщик ответ, не соответствующий этим вариантам/выходящий за границы диапазона? Некоторые таблицы позволяют настраивать раскрывающиеся списки ответов для каждой ячейки в столбце, в котором можно выбрать только один ответ. Указанное справедливо и для электронных баз данных, для которых можно создать форму для ввода данных, содержащую раскрывающееся меню или несколько вариантов выбора. Эти варианты помогут кодировщикам избежать случайных ошибок при кодировке.
- Поиск выпадающих данных. Если для ответа на какие-либо вопросы требуется измерение, нет ли значений, которые значительно отличаются от большинства остальных значений? Для проверки выпадающих данных используйте сами упаковки или их изображения.
- После этих процедур у вас останется набор достоверных данных, и вы будете уверены в том, что он не содержит ошибок и готов к анализу.

Этот набор данных должен быть четко промаркирован и храниться отдельно от наборов данных, использованных для его создания.

Анализ данных

Анализ должен определяться целями оценки. Перед проведением анализа полезно создать визуальное представление того, о чем вы хотите сообщить, например, таблицу/таблицы. Анализ данных на предмет соответствия предупреждений о вреде для здоровья в основном опирается на описательные статистические данные, такие как частоты и проценты.

Можно использовать такие инструменты анализа данных, как Excel, SAS, Stata, SPSS и R. Программа Excel является целесообразным выбором и пригодна для расчета описательных статистических данных. Пакеты программ для статистического анализа, такие как SAS, Stata и SPSS, являются платными и требуют определенных знаний для работы, но позволяют выполнять более глубокий анализ. R тоже обеспечивает более глубокий анализ и требует знаний для работы, но зато эта программа бесплатна.

Представление данных

После анализа представьте полученные показатели. Примеры включают:

- общую оценку соответствия (отчет по всем переменным, по полной выборке);
- соответствие конкретных показателей (например, наличие наклейки с предупреждением о вреде для здоровья, размер наклейки с предупреждением, отсутствие вводящих в заблуждение описаний);
- результаты проверки соответствия (всех или каких-то определенных) по типам табачных изделий или по производителям табачных изделий.

В дополнение к результату общей оценки соответствия в отчете могут быть указаны слабые места или лазейки в законодательстве.

Этап 12

Распространение результатов



Завершающим этапом после исследования соответствия является распространение результатов с целью информирования заинтересованных лиц в сфере общественного здравоохранения и, возможно, поддержки работы по совершенствованию соответствия или внесению необходимых изменений в политики. Помните: обсуждение результатов должно соответствовать целям и охвату оценки, определенным на этапах 2 и 4. Например, если цель оценки соответствия — повлиять на политику, то ваши усилия по распространению должны быть направлены на тех, кто влияет на политику, например на разработчиков политики и правительственных чиновников.

Авторы этого руководства рекомендуют сотрудничать с опытными активистами или специалистами по коммуникациям или связям с общественностью, чтобы они могли посоветовать, когда следует распространять результаты. Как уже было сказано в описании этапа 3, сотрудничество — это действенный способ повышения качества ваших оценок. Аналогичным образом, сотрудничество со специалистами по коммуникациям или активистами может помочь успешно распространить ваши результаты и достичь желаемого влияния на политики.

Работы по распространению результатов можно проводить в три ключевых этапа. Во-первых, определите получателей информации. Во-вторых, разработайте ключевые тезисы, направленные на достижение целей оценки. В-третьих, распространите результаты таким образом, чтобы они эффективно достигли целевую аудиторию.

Получатели информации

В разделе ниже описаны различные группы получателей информации, на которые рекомендуется направлять свои усилия по распределению. В некоторых случаях можно нацеливаться на несколько групп получателей информации. К распространенным группам получателей информации относятся:

Разработчики политик. Основными получателями распространяемых результатов оценки соответствия часто являются разработчики политик. Если цель вашего исследования соответствия — продемонстрировать слабые места политик в отношении упаковки и маркировки, ваши результаты должны описывать текущую ситуацию с соблюдением (или несоблюдением) требований законодательства. Кроме того, выявление слабых мест в политиках в отношении упаковки и маркировки дает возможность обратиться за дополнительными ресурсами для

повышения степени соответствия. Результаты можно представить на предварительных закрытых рабочих совещаниях с законодателями и правительственными чиновниками.

Средства массовой информации. Средства массовой информации — мощнейший инструмент распространения результатов и привлечения внимания ключевых заинтересованных лиц, разработчиков политик и общественности. Вы можете обнародовать результаты исследования в рамках пресс-конференции, новостного сюжета или иных мероприятий. Важно правильно выбрать время медийного события, чтобы оно не накладывалось на другие важные сюжеты, культурные мероприятия и выходные. Кроме того, подумайте, не стоит ли осветить результаты в СМИ перед началом или в ходе сессии законодательного собрания или судебного разбирательства.

Правоохранительные органы. Перед широкой публикацией результатов полезно провести предварительное закрытое рабочее совещание с представителями государственных и/или правоохранительных органов (в том числе из сфер регулирования финансов, СМИ и рекламы). Это позволит установить доверительные отношения, заложить фундамент сотрудничества и повысить вероятность практических действий с их стороны.

Гражданское общество. Вы можете донести результаты оценки до сведения как основных, так и альтернативных сторон, которых интересуют политики в области упаковки и маркировки табачных изделий. Привлекая заинтересованных членов гражданского общества, вы можете найти людей или организации, которые в будущем станут союзниками по вопросам политики и смогут помочь вам в повышении эффективности существующих законов и иных нормативных актов. Гражданское общество может включать в себя неправительственные, правозащитные, молодежные и общественные организации, а также специалистов в сфере здравоохранения.

Общественность. Мультимедийные коммуникации позволяют проинформировать общественность о степени соответствия требованиям законов, касающихся упаковки и маркировки табачных изделий. Демонстрируя факты использования промышленностью лазеек, вы можете заручиться поддержкой общественности и призвать государство обеспечить или усилить контроль за соблюдением законодательства. Аналогичным образом, разоблачая работу табачной промышленности, вы можете создать общественный запрос на ужесточение законодательства по борьбе против табака, который может подстегнуть к действию разработчиков политик.

Научное сообщество. Ваша оценка может заинтересовать университеты и исследователей. Доведение результатов до сведения этой группы получателей информации может оказаться полезным, если вы считаете, что они могут захотеть провести расширенное исследование на базе вашей оценки упаковки и маркировки. Такие действия могут создать возможности для будущего сотрудничества и открыть доступ к виднейшим ученым.

Разработка ключевых тезисов

Во время подготовки к распространению результатов повторите цель оценки. Каких целей вы хотели достичь своим исследованием соответствия? Формулируйте ключевые тезисы в свете именно этой цели.

Ключевые тезисы могут включать:

- «Законодательство в сфере упаковки и маркировки было внедрено в полном объеме». Если существуют закон и различные нормативные документы, содержащие ряд требований, и вы оценили степень соответствия как высокую, этот факт необходимо подчеркнуть.
- «Недостаточное соответствие свидетельствует о необходимости усиления мер». Этот тезис подойдет, если вы хотите побудить к действиям разработчиков политик, правительственных чиновников или правоохранительные органы.
- Если у вас имеется информация о том, что какая-либо компания не выполняет требования законодательства (в отличие от других), вы можете сказать: «Большинство табачных компаний выполняют законодательные требования, предъявляемые к упаковке и маркировке в [название страны], а вот компания [X] совершенно точно нарушает закон».

Для эффективного распространения результатов полезно сотрудничество с группой квалифицированных специалистов по коммуникациям. Если вы решите работать с компанией или консультантом в сфере коммуникаций, очень важно, чтобы исследовательская группа тесно сотрудничала со специалистами по коммуникациям и обеспечила точное отражение результатов в ключевых тезисах.

Стратегии распространения

Когда будет выявлена группа(-ы) получателей информации, на которую вы будете направлять свои усилия по распространению результатов, стоит продумать стратегии распространения. Чтобы добиться максимального охвата аудитории, вам придется использовать более одной стратегии. Наиболее часто используемые стратегии распространения включают:

- **Информационные бюллетени.** Полезный ресурс для распространения результатов в любой группе получателей информации. Эти материалы особенно эффективны в случае разработчиков политик и правительственных чиновников. Использование информационных бюллетеней — это быстрый и простой способ подчеркнуть основные результаты и призвать к изменению политики. В качестве общего правила: старайтесь делать информационные бюллетени как можно более простыми. Избегайте технического жаргона и старайтесь использовать графики и таблицы для визуального представления результатов.
- **Пресс-релиз.** Вместо предоставления результатов одному медиа-каналу, вы можете организовать пресс-конференцию, которую посетят представители СМИ, чтобы задать вам вопросы по оценке и результатам. Пресс-релиз особенно эффективен, если время его выпуска совпадает с важным периодом работы законодательных органов, например, с началом сессии законодательного собрания.
- **Таблицы и графики.** Хорошим способом визуализации результатов является эффектный дизайн (например, выбор цветов, инфографика и т. д.) Использование таблиц и графиков позволяет не только организовать данные, но и привлечь внимание к вашим материалам и проиллюстрировать результаты.
- **Социальные сети/подкасты.** Использование социальных сетей — это эффективный способ дополнительно увеличить охват распространения результатов. Заинтересованные стороны, такие как правозащитные, молодежные и общественные организации, а также специалисты

в сфере здравоохранения, могут помочь привлечь внимание к вашим рекомендациям в отношении политик и увеличить число сторонников, сообщая о результатах вашей оценки в Twitter или социальных сетях своей организации.

- **Научные конференции.** Конференции — это полезная возможность распространить результаты в официальной обстановке среди научных работников и заинтересованных сторон, таких как негосударственные и правозащитные организации. Конференции могут являться полезной дискуссионной площадкой, чтобы поделиться предварительными результатами и получить отзывы от ученых или специалистов в отношении того, как лучше продвинуть оценку на этап публикации, обсуждаемый ниже. Проблема с конференциями может заключаться во времени проведения, так как обычно они проводятся раз в год.

На случай, если вы приобретали или фотографировали упаковки табачных изделий в ходе оценки соответствия, Международный институт по контролю над табаком при Университете им. Джона Хопкинса располагает онлайн-хранилищем упаковок сигарет со всего мира. В этом онлайн-хранилище представлены подробные изображения каждой упаковки, собранной в рамках проекта «Система наблюдения за упаковкой табачных изделий» (TPackSS). В качестве еще одной возможности увеличить охват распространения собранных данных, вы можете заархивировать и распространять свою коллекцию изображений упаковок или загрузить изображения упаковок по адресу:

<http://globaltobaccocontrol.org/tpackss/share-pack/>

- **Статьи в научных журналах.** Рецензируемые компетентными специалистами и публикуемые свидетельства являются частью процесса разработки политик. Принимая решения в отношении политик, разработчики политик и правительственные чиновники часто учитывают исследования, которые прошли строгую процедуру рецензирования независимыми сторонами. Если вы считаете, что настоящее руководство помогло вам выполнить оценку методически, то, возможно, стоит подать результаты на публикацию в научный журнал.

Приложение А. Источники информации

«Будущее без сигарет». Законы по борьбе против табака (Campaign for Tobacco-Free Kids Tobacco Control Laws) — <https://www.tobaccocontrolaws.org/>

Tobacco Control Laws — это сайт, который ведут юристы, и который обеспечивает удобный доступ к законам по борьбе против табака и решениям суда из различных юрисдикций по всему миру, а также информационным бюллетеням, сводкам и юридическим анализам. Большинство документов доступны на языке оригинала и английском языке.

Глобальный опрос взрослого населения о потреблении табака (Global Adult Tobacco Survey, GATS) — <https://www.who.int/tobacco/surveillance/survey/gats/en/>

GATS — это репрезентативный на уровне государства опрос домохозяйств по вопросам потребления табака, который был проведен более чем в 25 странах с низким и средним уровнями дохода. GATS охватывает такие темы, как распространенность потребления табака, подверженность воздействию вторичного дыма и политики в отношении него, отказ от курения, осведомленность, отношение и субъективные оценки, подверженность воздействию СМИ и экономика. GATS также собирает данные о типах поставщиков, у которых курильщики приобретают табачные изделия.

Список зарегистрированных табачных брендов

В некоторых странах производители табачных изделий обязаны регистрировать свои изделия. Списки зарегистрированных изделий могут быть общедоступными, либо для получения списков необходимо обращаться в местным властям.

Система наблюдения за упаковкой табачных изделий (TPackSS) — <https://www.globaltobaccocontrol.org/tpackss/>

Система наблюдения за упаковкой табачных изделий — это действующий проект наблюдения за упаковкой табачных изделий, который ведет Международный институт по контролю над табаком при Высшей школе здравоохранения им. Блумберга в Университете им. Джонса Хопкинса. Сайт предлагает доступ к базе данных с возможностью поиска. Она содержит более 5600 упаковок табачных изделий, собранных в 14 странах с низким и средним уровнями дохода. Также предусмотрена функция, позволяющая людям отправлять интересующие их упаковки для включения в базу данных Share a Pack (Поделиться упаковкой). На странице ресурсов сайта TPackSS представлены различные протоколы сбора данных и кодировочные книги для оценки соответствия предупреждений о вреде здоровью, а также средства наглядной агитации и лозунги. Они доступны для бесплатного скачивания, использования и адаптации (<https://www.globaltobaccocontrol.org/tpackss/resources>).

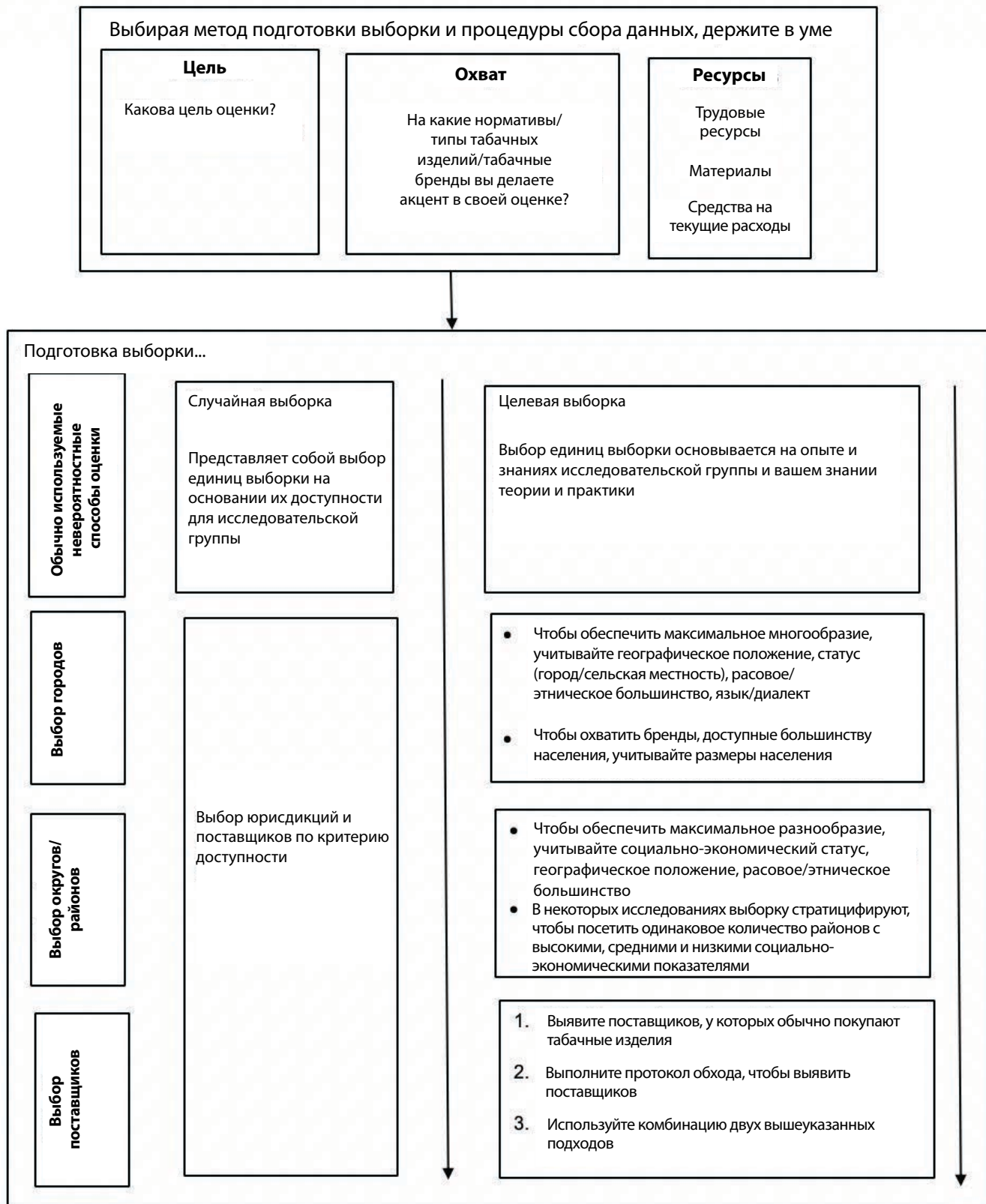
Набор инструментов PhenX Toolkit — <https://www.phenxtoolkit.org/>

PhenX Toolkit — это онлайн-каталог стандартных протоколов измерения. Большинство из них предназначены для биомедицинских исследований, но ресурсы также включают протокол осмотра упаковок табачных изделий (https://www.phenxtoolkit.org/toolkit_content/PDF/PX750201.pdf). PhenX разработан совместно Национальным научно-исследовательским институтом генома человека (NHGRI), который входит в организации Национальные институты здравоохранения (NIH) и RTI International.

Приложение В. Пример графика

ЗАДАЧИ	НЕДЕЛЯ	УЧАСТНИКИ	ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО/РУКОВОДИТЕЛЬ	СРОК ИСПОЛНЕНИЯ
Подготовка к сбору данных				
Ознакомление с существующими законами				
Определение цели оценки				
Оценка и подготовка ресурсов				
Определение охвата оценки				
Подготовка выборки				
Разработка процедур сбора данных				
Разработка форм сбора данных				
Экспериментальная проверка процедур и форм				
Создание бланка для кодировки				
Обучение и сбор данных				
Обучение сборщиков данных				
Сбор данных				
Действия после сбора данных				
Кодирование упаковок табачных изделий				
Проверка качества данных				
Анализ данных				
Распространение результатов				

Приложение С. Подготовка выборки



Приложение D. Форма сбора данных на местах

Дата:

Имя сборщика данных:

B1. Город	В каком городе вы находитесь?	☐ [Город 1] ☐ [Город 2] ☐ [Город 3]
B2. Округ/район	В каком округе или районе вы находитесь?	☐ [Округ X] ☐ [Округ Y] ☐ [Округ Z]
B3. Тип поставщика	Поставщика какого типа вы посещаете?	☐ [Тип поставщика 1] ☐ [Тип поставщика 2] ☐ [Тип поставщика 3] ☐ [Тип поставщика 4]
B4. Количество собранных упаковок	Сколько упаковок вы собрали?	--
B5. Комментарии	Комментарии (что-либо еще, что следует отметить)	

Приложение Е. Бланк для кодирования

Дата:

Имя кодировщика:

Уникальный идентификатор:

Дата сбора упаковки (если отличается от даты осмотра):

B1. Город	В каком городе собрана упаковка?	☐ [Город 1] ☐ [Город 2] ☐ [Город 3]
B2. Округ/район	В каком округе или районе собрана упаковка?	☐ [Округ X] ☐ [Округ Y] ☐ [Округ Z]
B3. Тип поставщика	У поставщика какого типа была получена эта упаковка?	☐ [Тип поставщика 1] ☐ [Тип поставщика 2] ☐ [Тип поставщика 3] ☐ [Тип поставщика 4]
B4. Наклейка с предупреждением о вреде для здоровья	Нанесено ли на упаковку предупреждение о вреде для здоровья?	☐ Да ☐ Нет
B5. Тип предупреждения о вреде для здоровья	Содержит ли предупреждение о вреде для здоровья изображение?	☐ Да [сочетание текста и изображения] ☐ Нет [только текст]
B6. Содержание наклейки с предупреждением о вреде для здоровья	Какое предупреждение о вреде для здоровья нанесено на упаковку?	☐ [Предупреждение 1 в соответствии с действующими в стране требованиями] ☐ [Предупреждение 2 в соответствии с действующими в стране требованиями] ☐ [Предупреждение 3 в соответствии с действующими в стране требованиями] ☐ Другое
B7. Местоположение наклейки с предупреждением о вреде для здоровья	Где находится предупреждение о вреде для здоровья [лицевая сторона, обратная сторона, боковые стороны упаковки]?	☐ Лицевая сторона ☐ Обратная сторона ☐ Боковые стороны
B8. Размещение наклейки с предупреждением о вреде для здоровья	Где находится предупреждение о вреде для здоровья на лицевой части упаковки: в верхней или нижней части?	☐ Верхняя часть ☐ Нижняя часть
B9. Размер наклейки с предупреждением о вреде для здоровья	Занимает ли предупреждение [X %] площади упаковки? См. эталонную упаковку.	☐ Да ☐ Нет
B10. Информация о прекращении употребления табака	Указан ли на упаковке [телефон горячей линии/адрес сайта для желающих бросить курить]?	☐ Да ☐ Нет

Приложение Е. Бланк для кодирования (продолжение)

B11. Местоположение акцизной марки	Закрывает ли акцизная марка предупреждение о вреде для здоровья?	☐ Да ☐ Нет ☐ Акцизная марка отсутствует
B12. Вводящие в заблуждение описания	Укажите, какие из следующих элементов присутствуют на упаковке. [Выберите все применимые варианты].	☐ [Низкое содержание смол] ☐ [Легкие] ☐ [Ультралегкие] ☐ [Мягкие] ☐ Другое
B13. Качественные показатели содержания и выбросов	Указаны ли на упаковке [содержание и выбросы]?	☐ Да ☐ Нет
B14. Количественные показатели содержания и выбросов	Указаны ли на упаковке значения содержания смол, окиси углерода или никотина (например, 1,0 мг)?	☐ Смолы ☐ Окись углерода ☐ Никотин
Вопросы по обезличенной упаковке (если применимо)		
B15. Бренд и название изделия	Указана ли на упаковке какая-либо маркетинговая информация, за исключением бренда и названия продукта стандартным цветом и шрифтом?	☐ Да ☐ Нет
B16. Маркетинговые элементы	Если да, какие маркетинговые элементы есть на упаковке?	☐ Логотип бренда ☐ Цвет бренда ☐ Изображения бренда
B17. Комментарии	Комментарии (что-либо еще, что следует отметить)	

Приложение F. Оценка межэкспертной надежности

Если кодированием одних и тех же данных занимаются несколько человек, можно оценить и включить в отчет показатель межэкспертной надежности, т. е. уровень соответствия данных между кодировщиками. Имеется несколько способов оценки межэкспертной надежности. Описанные ниже способы предполагают, что два кодировщика закодировали одни и те же данные независимо друг от друга (т. е. они не обсуждали, как будут кодировать, и не консультировались друг с другом во время работы). Выбор способа зависит от типа имеющихся данных и от получателей информации. Если вы оцениваете межэкспертную надежность для внутренних целей или хотите включить результаты в технический отчет, то, скорее всего, достаточно будет варианта 1. Если вы хотите опубликовать результаты оценки в рецензируемом компетентными специалистами журнале, стоит рассмотреть вариант 2 или 3, так как в этой области может оказаться полезным академический партнер.

1. Процентная согласованность. Это самый простой из методов. Просто посчитайте количество оценок (или каждый вопрос из бланка для кодирования), которые совпали у кодировщиков, разделите его на общее количество оценок (или общее количество вопросов из бланка, на которые были даны ответы) и вычислите процент. Как правило, метод хорошо работает, если кодировщикам не приходилось измерять объекты.

2. Коэффициент каппа Коэна. Этот метод обычно применяют с категориальными переменными (переменными, которые могут принимать одно из ограниченного количества возможных значений, например, цвет: красный, синий, зеленый или да/нет). Для расчета статистических показателей мы рекомендуем использовать программное обеспечение или онлайн-калькулятор на сайте университета. Можно использовать коэффициент каппа с поправкой на распространенность и систематическую ошибку (РАВАК), который схож с коэффициентом каппа Коэна, но подходит для наблюдения показателей с низкой распространенностью и может быть вычислен вручную.

3. Альфа Кrippендорфа. Этот метод обычно применяют с непрерывными переменными (переменными, которые могут принимать любое числовое значение). Для расчета этого статистического показателя рекомендуется использовать программное обеспечение.

Список литературы для проведения расширенного статистического анализа

- Landis JR, Koch GG. The measurement of observer agreement for categorical data (Оценка согласованности наблюдателей категориальных данных). *Biometrics*. 1977;33(1):159-174. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/843571>.
- Hayes AF, Krippendorff K. Answering the Call for a Standard Reliability Measure for Coding Data (Ответ на потребность в стандартном показателе надежности для кодирования данных). *Commun Methods Meas*. 2007;1(1):77-89. doi:10.1080/19312450709336664.
- Hallgren KA. Computing Inter-Rater Reliability for Observational Data: An Overview and Tutorial (Вычисление межэкспертной надежности данных наблюдения: обзор и руководство). *Tutor Quant Methods Psychol*. 2012;8(1):23-34. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22833776>

Литература

1. Министерство здравоохранения Австралии. Post-Implementation Review: Tobacco Plain Packaging 2016 (Обзор после внедрения: обезличенная упаковка табачных изделий, 2016 г.); 2016. <https://ris.pmc.gov.au/2016/02/26/tobacco-plain-packaging>. Доступ проверен 11 февраля 2020 г.
2. ITC Project. ITC Uruguay National Report: Findings from the Wave 1 to 4 Surveys (2006-2012) (Государственный отчет ИТК Уругвая: результаты исследований волн с 1 по 4 (2006-2012 гг.); 2014. https://itcproject.org/files/ITC_Uruguay_Report-English-Sept24v24.pdf. Доступ проверен 24 июля 2019 г.
3. Dhungel B, Basnet K. Prevalence of Smoking and Impact of Pictorial Health Warning on Quit Attempts Among Youths in Bhaktapur, Nepal (Распространенность курения и влияние графического предупреждения о вреде для здоровья на попытки бросить курить среди молодежи в Бхактапуре, Непал). J Glob Oncol. 2018;(4_suppl_2):27s-27s. doi:10.1200/jgo.18.33400
4. Всемирная организация здравоохранения. Guidelines for Implementation of Article 11 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control (Packaging and Labelling of Tobacco Products) (Инструкции по применению Статьи 11 рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака (упаковка и маркировка табачных изделий)). Geneva, Switzerland; 2008. http://www.who.int/fctc/guidelines/article_11.pdf?ua=1.
5. Всемирная организация здравоохранения. WHO Framework Convention on Tobacco Control (Рамочная конвенция ВОЗ по борьбе против табака). Geneva, Switzerland; 2003. http://www.who.int/tobacco/framework/WHO_FCTC_english.pdf.

Авторы и соавторы

АВТОРЫ

«Будущее без сигарет»

Мария Кармона, магистр педагогики

Тереза де Атли, магистр общественного здравоохранения

Кейтлин Донли, доктор юридических наук

Эрнесто Сибри, врач

Международный институт по контролю над табаком, Высшая школа здравоохранения им.

Блумберга в Университете им. Джонса Хопкинса

Дженнифер Браун, магистр общественного здравоохранения

Джоанна Коэн, кандидат наук

Кэтрин Клеэг Смит, кандидат наук

Международный союз против туберкулеза и легочных заболеваний

Тара Сингх Бам, кандидат наук

БЛАГОДАРНОСТИ

Руководство было создано совместными усилиями Кампании «Будущее без сигарет», Высшей школой здравоохранения им Блумберга Университета им. Джонса Хопкинса и Международным союзом против туберкулеза и легочных заболеваний. Средства на создание были выделены фондом Bloomberg Philanthropy в рамках Инициативы Блумберга по сокращению потребления табака.

Эта публикация доступна по адресу: <https://www.globaltobaccocontrol.org/resources/assessing-compliance-tobacco-packaging-and-labeling-regulations>

Рекомендуемая литература:

Международный институт по контролю над табаком. Assessing compliance with tobacco packaging and labeling regulations (Оценка соответствия требованиям нормативно-правовых актов в отношении упаковки и маркировки табачных изделий). Baltimore, MD: Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health; февраль 2020 г.

Контактная информация для получения дополнительных сведений:

Международный институт по контролю над табаком

2213 McElderry Street, 4th Floor

Baltimore, MD 21205

igtc@jhsph.edu



International Union Against
Tuberculosis and Lung Disease
Health solutions for the poor



JOHNS HOPKINS
BLOOMBERG SCHOOL
of PUBLIC HEALTH

Institute for Global
Tobacco Control