

Оценка соблюдения запретов рекламы, стимулирования продажи табачных изделий и спонсорской деятельности табачных компаний (Tobacco Advertising, Promotion, and Sponsorship, TAPS).

Руководство по проведению исследований о соблюдении законов, регулирующих рекламу и выкладку табачных изделий в точках продажи, наружную рекламу и упаковку



Содержание

Введение	1
Шаг 1. Изучение запретов и регулирования TAPS	2
Шаг 2. Определение цели оценки соблюдения законов	3
Шаг 3. Распознавание видов рекламы, стимулирования продажи табачных изделий и спонсорской деятельности табачных компаний	4
Шаг 4. Оценка ресурсов	5
Шаг 5. Уточнение области исследования соблюдения законов	6
Шаг 6. Планирование исследования соблюдения законов	7
Шаг 7. Адаптация средств и процедур сбора данных	7
Шаг 8. Определение выборки	9
Шаг 9. Сбор информации о соблюдении законов	11
Шаг 10. Анализ результатов	12
Шаг 11. Применение результатов	13
Заключение	14
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Пример графика	15
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Форма сбора данных: пункты продажи (статья 13 РКБТ)	16
ПРИЛОЖЕНИЕ С. Форма сбора данных: наружная реклама (статья 13 РКБТ)	17
ПРИЛОЖЕНИЕ D. Форма сбора данных: упаковка и маркировка (статьи 11 и 13 РКБТ)	18
Исследователи	19

Введение

Табачная промышленность использует рекламу, стимулирование продажи и спонсорскую деятельность табачных компаний (TAPS) для повышения потребления своей продукции. Табачная реклама, стимулирование продажи и спонсорская деятельность табачных компаний увеличивают потребление табака среди текущих потребителей, привлекают новых потребителей и побуждают возобновление потребления табака среди тех, кто отказался от его потребления. Табачная промышленность использует обманную, вводящую в заблуждение хищническую тактику, чтобы сделать табак привлекательным и социально приемлемым, стараясь минимально показывать вред своих изделий для здоровья.

Всеобъемлющие запреты табачной рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табачных компаний позволяют снизить потребление табака. Частичные запреты заметно менее эффективны, так как в ответ табачная промышленность переносит свои маркетинговые мероприятия в области, которые не запрещены. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) призывает Стороны в полном объеме внедрять меры и протоколы по борьбе против табака, изложенные в Рамочной конвенции по борьбе против табака (РКБТ), однако нередко на получение законодательной поддержки статей Рамочной конвенции требуется время. В статье 13 РКБТ описываются запреты рекламы, стимулирования продажи табачных изделий и спонсорской деятельности табачных компаний, охватывающие набор разнообразных мероприятий, проводимых через разные каналы и требующих разных методов оценки. По этой причине руководство по оценке соблюдения запретов TAPS, предлагаемое Высшей школой здравоохранения им. Блумберга Университета им. Джона Хопкинса (JHSPH), Кампанией «Будущее без сигарет» (CTFK) и Международным союзом против туберкулеза и легочных заболеваний (Союз), будет состоять из серии руководств, каждое из которых будет посвящено узкому набору положений, которые обычно включаются во всесторонний запрет рекламы, стимулирования продажи табачных изделий и спонсорской деятельности табачных компаний.

В данном руководстве рассматривается проведение оценки соблюдения законов при осуществлении TAPS в точках продажи, в наружной рекламе, упаковке и маркировке табачных изделий. Хотя положения об упаковке, маркировке и вкладышах табачных изделий рассматриваются в статье 11 РКБТ, табачная упаковка — это инструмент, который табачные компании также используют для рекламы. Информация на табачной упаковке и маркировке относится к TAPS, и сбор этих данных легко включается в протокол исследования рекламы в местах продажи или наружной рекламы.

В этом руководстве предлагается инструкция по проведению оценки соблюдения законов при осуществлении TAPS в местах продажи, в наружной рекламе, а также в табачной упаковке и маркировке. Это руководство предназначено для адаптации с учетом региональных, культурных и правовых особенностей, в которых проводится исследование. Исследования по оценке соблюдения, описанные в настоящем руководстве, также могут применяться для выявления пробелов в действующем законодательстве, что поможет ужесточить запреты рекламы, стимулирования продажи табачных изделий и спонсорской деятельности табачных компаний.

Шаг 1. Изучение запретов и регулирования TAPS

В статье 13 Рамочной конвенции по борьбе против табака Всемирная Организация Здравоохранения призывает Стороны требовать всестороннего запрета на все виды рекламы, стимулирования продажи табачных изделий и спонсорской деятельности табачных компаний.

В областях, в которых административные органы не имеют полномочий на применение подобных запретов, Сторонам следует обеспечить применение наиболее строгих возможных законов. Законы о борьбе против табака в разных странах, регионах или районах значительно отличаются. Чтобы оценить соблюдение существующих запретов TAPS, вам понадобится определить самые последние законы в изучаемой области. При планировании оценки соблюдения законов следует учесть общегосударственные и местные ограничения TAPS.

Также следует знать о недостатках в текущем законодательстве. Неэффективные определения и запреты, не являющиеся всеобъемлющими, могут привести к распространению незапрещенных изделий, рекламы и мероприятий по стимулированию продаж. Законы, регулирующие TAPS, могут содержать пробелы, которыми злоупотребляет табачная промышленность, и рассмотрение этих пробелов необходимо включить в средства оценки. Исчерпывающее знание закона поможет вам определить и документально зарегистрировать эти пробелы во время исследования соблюдения закона.

Выкладка табачных изделий в пунктах продажи является средством рекламы и стимулирования продажи, применяемым табачной промышленностью. Выкладка табачных изделий действует как сигнал для курильщиков к употреблению табачных изделий, позиционирует употребление табака как социальную норму, поддерживает усилия индустрии по привлечению новых потребителей, побуждает к импульсивным покупкам и препятствует отказу от табака. По мере ужесточения запретов в отношении более традиционных каналов рекламы и стимулирования продажи табака, табачная промышленность все больше полагается на демонстрацию в точках продажи и табачную упаковку, чтобы продвигать свою продукцию и породить сбыт.

В статье 13 РКБТ ВОЗ рекомендуется применить полный запрет на демонстрацию табачных изделий в точках продажи. Рекомендуемый запрет включает в себя демонстрацию табачных изделий в стационарных розничных магазинах и у уличных продавцов.

Также в статье 13 рекомендуется применять типовую упаковку табачных изделий, чтобы ограничить воздействие рекламы и стимулирования продажи. Пачки должны быть стандартной формы, размера и произведены из стандартного материала. Также они не должны содержать каких-либо рекламных объявлений снаружи или внутри упаковки.

Вы можете воспользоваться доступными ресурсами для поиска наиболее актуальных законов. Большинство государственных организаций публикует принимаемые законы, и с ними можно ознакомиться в Интернете. Дополнительные ресурсы также предлагаются неправительственными организациями — например, база данных о законах по борьбе против табака, составленная Кампанией «Будущее без сигарет» (www.tobaccocontrolaws.org).



Пачка сигарет «Kiss», Россия. Предоставлено СТФК

Шаг 2. Определение цели оценки соблюдения законов

Исследования соблюдения законов всегда должны служить стратегической цели. Подумайте, для чего вы хотите провести исследование соблюдения законов и как вы намерены применить результаты. Уточнение назначения результатов поможет вам выбрать структуру исследования, определить данные для сбора и анализа, а также выбрать способ составления отчетов и распространения результатов.

Чаще всего цель исследования соблюдения законов — сообщить правительству о необходимости ужесточить правоприменение закона, а также о целях, куда нужно направить исполнительные и образовательные ресурсы. Например, низкие показатели соблюдения законов могут использоваться для усиления контроля за соблюдением закона. Кроме того, результаты могут выявить недостатки в планировании реализации закона и определить виды TAPS, требующие целенаправленного вмешательства. Ниже перечислены другие общие цели исследований соблюдения законов.

- **Оценка прогресса.** Периодические исследования соблюдения законов позволяют оценить прогресс за счет документальной регистрации изменений в соблюдении с течением времени.
- **Просвещение общественности и розничных продавцов.** Исследования можно использовать для просвещения ответственных за принятие политических решений лиц, розничных продавцов и (или) широкой публики о существовании ограничений TAPS, а также об уровне соблюдения этих ограничений.

- **Демонстрация соблюдения законов.** Часто после вступления в действие строгих законов о запрете TAPS, представители табачной промышленности заявляют, что закон повсеместно игнорируется. Нередко эти заявления являются лживыми либо сильно преувеличенными. Исследование соблюдения законов может показать высокий уровень исполнения, парируя тем самым заявления табачной промышленности о том, что закон не работает.
- **Предоставление свидетельств пробелов и недостатков в законодательстве, которые следует устранить.** Как было сказано в разделе «Изучение запретов и регулирования TAPS», некоторые законы могут не в полной мере запрещать табачную рекламу, стимулирование продажи и спонсорскую деятельность табачных компаний. С помощью исследования соблюдения законов можно показать ответственным за принятие политических решений лицам, как эти пробелы ослабляют защиту, обеспечиваемую законом. Впоследствии эту информацию можно использовать в рамках кампании, чтобы убедить ответственных за принятие политических решений лиц в необходимости действительно всеобъемлющих запретов TAPS.



Рекламный стенд в Сампоэрне, Индонезия (август 2011 г.).
Предоставлено NCCP

Шаг 3. Распознавание видов рекламы, стимулирования продажи табачных изделий и спонсорской деятельности табачных компаний

Чтобы знать, как оценить соблюдение запретов рекламы, стимулирования продажи табачных изделий и спонсорской деятельности табачных компаний, необходимо понимать и уметь распознавать множество соответствующих каналов, используемых табачной промышленностью. Как было отмечено ранее, данное руководство посвящено табачной рекламе и стимулированию продажи в точках продажи, наружной рекламе и упаковке табачных изделий. В разных регионах действуют заметно отличающиеся регулирование и запреты TAPS, поэтому оценка их соблюдения должна быть специально адаптирована под соответствующие государственные и местные законы или регулирование.

Ниже приведены некоторые примеры TAPS в точках продажи.

- Составные экраны с изображением табачных изделий, которые могут позиционировать продукцию для стимулирования продажи определенного бренда или изделия.
- Выкладка табачных изделий на кассах, прилавках или уличных табачных раскладках с использованием логотипа, символики, названия бренда и (или) цветов табачных изделий. Для этого может применяться освещение, движение, логотипы и цвета, привлекающие внимание потребителей и рекламирующие табачные бренды или изделия.
- Используемые в пунктах продажи плакаты, рекламные стенды, мебель, предметы или униформа с логотипом, символикой, названием бренда и (или) цветов табачных изделий.

- Наклеенные ценники, скрывающие предупреждения о вреде для здоровья.
- Продвижение продукции, например специальные цены, скидки при покупке нескольких пачек, купоны, бесплатные подарки при покупке, призы и конкурсы для покупателей табачных изделий.

Для наружной рекламы чаще всего используются рекламные стенды, плакаты, цветочные постоянные вывески и фирменные предметы, например большие зонтики. Эти средства рекламы повсеместно используются во многих культурах и позиционируют употребление табака как социальную норму, а также побуждают к курению или употреблению других табачных изделий.

Табачные упаковки и другие каналы для рекламы и стимулирования продажи. Часто для привлечения потребителя на табачной упаковке используется особое оформление, например логотипы, шрифты, цвета, характерные признаки, вкладыши и сувенирный дизайн. Табачная промышленность изобретательно использует упаковку с такими элементами, например, как женственность или музыка, чтобы привлечь определенных потребителей, например женщин или молодежь, делая саму пачку модной вещью. Эти особенности помогают привлечь новых потребителей, побуждают текущих потребителей пробовать новинки бренда и отвлекают внимание от обязательных предупреждений о вреде для здоровья. Исследование соблюдения законов поможет выявить производителей, не соблюдающих законы об упаковке, или области, требующие применения более жестких мер.



Пункт продажи, Бразилия, 2012 г.
Кармен Вашингтон, IGTC

Шаг 4. Оценка доступных ресурсов и обеспечение необходимых ресурсов

В ходе планирования исследования соблюдения законов вам потребуется узнать, какими ресурсами вы обладаете и какие ресурсы необходимо получить. Составьте выполнимый и обоснованный план. К ключевым ресурсам для проведения исследования соблюдения законов относятся рабочая сила и финансирование.

Рабочая сила

С выполнением исследования соблюдения законов связано несколько задач, некоторые из которых требуют технических знаний. Партнерство с группами технических специалистов, например с местным университетом или исследовательской группой, и группами специалистов по политическим вопросам и правозащитными группами поможет собрать специалистов с разными навыками. При выделении людей для различных задач обязательно определите следующее.

Координатор исследования будет отвечать за своевременное выполнение всех задач исследования согласно стандартам, установленным для исследования. Перед сбором данных координатор обеспечивает обучение сборщиков данных, а также снабжение их всеми необходимыми материалами. Также координатор помогает сборщикам данных в случае каких-либо сложностей, возникших в ходе наблюдений.

Сборщики данных могут быть оплачиваемым персоналом, но для проведения наблюдений также могут привлекаться волонтеры. В обоих случаях их необходимо правильно обучить.

Для того, чтобы обеспечить соответствующие средства сбора данных и подход к формированию выборки, необходима помощь **технических специалистов**.

Финансирование

Стоимость исследования соблюдения законов не должна быть слишком высокой. В общем случае расходы на исследование зависят от количества посещаемых точек и от того, оплачивается ли работа людей, посещающих эти точки. Местный университет может послужить превосходным источником волонтеров с техническими знаниями, так как для выпускных работ студентам может потребоваться участие в волонтерской работе. Для исследования соблюдения законов, предусматривающего приобретение табачных изделий, потребуется больше средств. Недорогой альтернативой может быть сбор выброшенных упаковок. Для ограничения расходов на исследование также можно сократить количество учитываемых изделий и брендов. Это будет рассмотрено ниже в разделе «Определение выборки» настоящего руководства.

Шаг 5. Уточнение области исследования соблюдения законов

Область исследования соблюдения законов будет иметь большое значение для сроков, способа формирования выборки и процедур, необходимых для проведения наблюдений. Кроме цели и доступных ресурсов, область также определяется географическим положением и дополнительными сведениями, которые необходимо собрать.

Географическая область

Одним из факторов, рассматриваемых при определении области исследований соблюдения законов, является уровень принятия решений (государственный, региональный, городской, районный или т. д.), на который вам требуется повлиять, а также способ это сделать. Часто возникают затруднения с распределением ресурсов с учетом географической области.

Главный вопрос при определении области исследования — как будут использованы результаты вашего исследования соблюдения законов. Если вы проводите исследование, чтобы повлиять на законодателей общегосударственного уровня и привлечь больше ресурсов к правоприменению закона, необходимо тщательно обдумать, откликнутся ли ответственные за принятие политических решений лица только на данные, собранные в ходе репрезентативных опросов на общегосударственном уровне. Чтобы получить действительно репрезентативную выборку на общегосударственном уровне в большой стране, может потребоваться много денежных средств. Ответственных за принятие политических решений лиц вполне могут убедить данные по двум или трем городам. Стратегический подход к выбору точек

поможет провести менее масштабные, требующие меньших ресурсов исследования. Например, можно оценить соблюдение законов в трех крупных городах, обладающих разными культурными, экономическими и социальными характеристиками. Либо вы можете исследовать районы города с разными культурными типами, плотностью населения или уровнем экономического развития.

Кроме того, вам нужно будет тщательно обдумать, как финансируется и реализуется правоприменение закона. Во многих местах исполнительные ресурсы выделяются на местном уровне, поэтому, чтобы повлиять на местных лиц, ответственных за правоприменение закона, лучше подойдут исследования местных административно-территориальных единиц.

Информационная область

Второе ключевое решение, которое необходимо принять на начальном этапе исследования соблюдения законов, это тип собираемой информации. Существует множество аспектов, которые можно учитывать в контексте пунктов продажи табачных изделий, наружной рекламы и, в особенности, табачной упаковки. В табачной упаковке есть множество элементов, которые могут обладать характерными культурными признаками (цвета, символика, изображения или надписи с определенным значением). Всесторонний анализ этих признаков требует значительного времени и ресурсов для преобразования, регистрации и анализа данных. В этом руководстве рекомендуется установить обоснованное ограничение собираемой и анализируемой информации, чтобы обеспечить соответствие цели, ресурсам и срокам.



Киоск «Marlboro», Аргентина (дата неизвестна)

Шаг 6. Планирование и составление графика исследования соблюдения законов

Качественное планирование включает в себя составление графика действий, выполняемых при исследовании соблюдения законов. Это позволит вам соответствующим образом подготовиться ко всем практическим шагам, осуществляемым при проведении исследования, и с максимальной пользой применить его результаты.

При составлении графика вам понадобится определить наиболее удачное время для публикации результатов. Например, во время обсуждений законов о запрете TAPS или в первую годовщину принятия закона. В этом случае подобная дата должна служить конечной точкой вашего графика, и все прочие задачи необходимо внести в расписание, исходя из этой конечной точки.

В график следует внести несколько задач. Они выполняются на трех этапах:

1. перед реализацией, до сбора информации о соблюдении законов;
2. при реализации, во время сбора данных;
3. после реализации, когда наблюдения завершены.

ЭТАПЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОБЛЮДЕНИЯ ЗАКОНОВ

- Проведение подготовительного исследования.
- Адаптация контрольного списка и процедур.
- Тестирование средств и процедур проверки соблюдения законов.
- Выбор точек для посещения.
- Сбор информации о соблюдении законов.
- Анализ данных по соблюдению законов.
- Применение результатов.

Шаг 7. Адаптация средств и процедур сбора данных

Контрольные списки и процедуры определения соблюдения законов необходимо соотнести с положениями законов, регулирующих TAPS. Добровольцы или персонал, который будет проводить наблюдения, должны в точности понимать, что делать, когда они приходят на исследуемую точку, и как регистрировать наблюдения. Следовательно, вам понадобится адаптировать стандартные средства сбора данных и разработать понятную и подробную процедуру, которой будут следовать сборщики данных.

Область исследования соблюдения законов будет определять средства и процедуры, используемые для оценки соблюдения. Например, средства и процедуры, необходимые для оценки соблюдения запретов TAPS в пунктах продажи или наружной рекламе, будут отличаться от средств и процедур, предназначенных для оценки табачной упаковки, маркировки и вкладышей, так как они обладают разными характеристиками.

Разработка средств сбора данных

Формы сбора данных

Необходимо разработать средство сбора данных, которым будут руководствоваться при сборе данных в каждом месте проведения исследования. Очень удобно пользоваться контрольными списками с ответами «да/нет», которые обеспечивают стандартизованный сбор данных. Чтобы обеспечить высокое качество данных, обязательно используйте четкие и конкретные вопросы.

Включите пункты, отражающие ключевые положения закона, исполнение которого необходимо оценить. С помощью этих переменных можно будет определить, соответствует ли место проведения исследования требованиям закона. Также включите пункты, которые помогут выявить пробелы в действующем законодательстве. Это могут быть неэффективные определения и запреты, не являющиеся всеобъемлющими и разрешающие рекламу табачной продукции и стимулирование продажи, которые не регулируются законодательством.

Шаг 7. Адаптация средств и процедур сбора данных (продолжение)

Оценка соблюдения регулирования TAPS может включать в себя множество разнообразных пунктов, поэтому их следует выбирать стратегически. Регистрируемые ключевые элементы будут зависеть от характера осуществляемых в рамках TAPS действий в области проведения оценки. Примеры форм сбора данных приведены в Приложениях В, С и D.

Внизу формы необходимо оставить место, куда сборщик данных сможет записать любые дополнительные примечания. Например, сборщик данных может отметить какие-либо особые обстоятельства при определенном наблюдении или важные сведения, для ввода которых форма не предназначена.

Разработка процедур

Вам понадобится разработать стандартную процедуру сбора каждого типа наблюдений, описывающую каждый шаг процесса. Лучше всего, чтобы процедура была легко выполнима, что облегчит обучение сборщиков данных. Но при этом процедура должна быть достаточно подробной, чтобы сборщики данных могли собирать стандартные данные.

В процедуре необходимо определить следующее:

- **определения каждой из переменных в контрольном списке наблюдения;**
- **точки в районе, куда следует отправиться сборщикам данных;**
- **какие пункты продаж и наружной рекламы следует изучить;**
- **какую табачную упаковку, маркировку и вкладыши следует собрать или приобрести для изучения;**
- **что сборщикам данных следует говорить при посещении мест сбора данных.** В протоколе должно быть указано, должны ли сборщики данных сообщать руководству или персоналу о том, чем они занимаются, в каком объеме им следует предоставить информацию и что делать в случае враждебного отношения со стороны владельца или руководителя пункта продажи.

Бумажный и электронный сбор данных

Выбирая между бумажными формами и КПК (карманные персональные компьютеры) для сбора данных, решите, что лучше всего подойдет с учетом вашего контекста и имеющихся ресурсов.

Использование КПК дает уникальные преимущества:

- они привлекают меньше внимания и меньше бросаются в глаза при сборе данных;
- анализ данных можно начать намного раньше, так как не требуется дополнительного этапа ввода данных.

КПК требуют больше ресурсов:

- начальные расходы на приобретение устройств;
- необходимо запрограммировать формы для сбора данных в КПК;
- необходимо обучить сборщиков данных обращению с КПК.

- **Политика безопасности.** В процедуре должны быть указания о том, что необходимо делать сборщику данных, если он или она расценивает место как небезопасное (происходят драки, продают наркотики и т. п.). В этом случае должно предписываться покинуть место.
- **Что сборщикам данных следует делать с формами сбора данных и образцами упаковок изделий после завершения сбора данных.** Сборщикам данных следует четко объяснить, куда и когда вернуть формы.

Шаг 8. Определение выборки

Места сбора данных, посещаемые для оценки соблюдения законов, регулирующих TAPS, должны определяться областью действия законов, запрещающих или ограничивающих TAPS, поскольку эта деятельность является целью данного исследования. Ввиду повсеместного распространения TAPS, необходимо установить метод для выбора списка областей, которые будут изучены в ходе исследования. Количество и выбор городов, а также брендов для изучения упаковки, маркировки и вкладышей, зависит от масштабов исследования (местное, региональное или общегосударственное) и специфики запрета TAPS в исследуемых географических областях. В каждом городе необходимо выделить и выбрать особые районы для изучения. В каждом городе необходимо выделить и выбрать особые районы для изучения. При планировании методов формирования выборки настоятельно рекомендуется ознакомиться с законодательством, действующим в исследуемом районе. Также рекомендуется включить в них наблюдения, позволяющие выявить пробелы или нарушения законодательства, которые побудят ответственных за принятие политических решений лиц к действию.

В следующем разделе приведены рекомендации по способам формирования выборки и структуре выборок. Этот раздел начинается с краткого обзора стратегий формирования выборок, затем приводятся указания по определению выборок для исследований в различных областях.

Подходы к формированию выборок

В целом существует два подхода к формированию выборок: случайная и нерепрезентативная выборка. При случайной (или вероятностной) выборке каждый ее элемент выбирается случайным образом из исследуемой популяции. К способам случайной выборки относятся (1) простые или систематические случайные выборки, при которых вероятность выбора каждого элемента выборки одинакова, и (2) кластерные выборки, при которых популяция разделяется на подгруппы и элементы выборки произвольно выбираются в этих кластерах. Правильно выполненная случайная выборка позволяет обобщить результаты исследования на более обширную популяцию.

При нерепрезентативной (или детерминированной) выборке выбор элементов основан на удобстве, потребностях логистики и некоторых других критериях. Например, может быть невозможно случайным образом выбрать набор районов в

очень большом городе. Можно выбрать набор кластеров с определенными характеристиками или параметрами логистики, учитывающими целесообразность проезда сборщиков данных. Или может быть полезнее выделить ресурсы на оценку соблюдения законов о предупредительных надписях и других требований к упаковкам по наиболее распространенным брендам табачных изделий, а не выбирать их случайным образом. При использовании нерепрезентативной выборки важно понимать, что невозможно будет распространить результаты на всю исследуемую популяцию. Однако при правильном выполнении собранные данные могут послужить важным показателем уровня соблюдения законов в исследованных местах.

Структуры выборок

Реклама в пунктах продажи и наружная реклама

Для оценки показателей соблюдения законов в пунктах продажи или наружной рекламе рекомендуется кластерная выборка. Ниже приведено описание предложенных методов формирования выборки на уровне города, а также рассматриваются возможности расширения исследования до регионального или общегосударственного уровня. Термин «район» используется для обозначения кластеров в пределах каждого города. Для каждого района следует определить четкие границы.

Формирование выборки в городе

В каждом городе следует выбрать не менее четырех районов. Обязательно выбирайте районы, в которых есть возможность ведения коммерческой деятельности, в том числе розничной торговли и наружной рекламы. Чтобы определить контрольную выборку, в каждом районе можно установить центральную точку и выбирать места на определенном удалении от этой точки. Например, в каждом районе можно охватить по восемь улиц, изучая две параллельные улицы в каждом из направлений. Целенаправленный выбор районов для выборки (например, по социально-экономическому статусу) может повысить обобщаемость результатов исследования или интерес к исследованию со стороны ответственных за принятие политических решений лиц. Сборщики данных должны изучить не менее двух пунктов продажи и одного наружного рекламного объявления на каждой улице. Если сборщики данных исследуют TAPS мероприятия в сельской местности, радиус района может быть расширен, чтобы обеспечить минимальный размер выборки.

Шаг 8. Определение выборки (продолжение)

Регионы

Чтобы провести исследование осуществления TAPS на региональном уровне, можно применять тот же протокол, что и при формировании выборки в городе. Города в регионе можно выбирать случайным образом или с помощью методов детерминированной выборки. Для крупных регионов бывает целесообразнее использовать нерепрезентативную или целевую выборку городов.

Количество выбранных городов основывается на целях исследования и возможностях реализации. Если цель — предоставить убедительные показатели соблюдения законов в регионе, то следует выбрать максимально возможное число городов. В большинстве случаев выбор от четырех до шести городов может обеспечить приемлемый срез данных о соблюдении регулирования TAPS. В случае крупных регионов с большим разнообразием продукции (различные TAPS мероприятия и наличие разных табачных изделий в разных районах, что часто зависит от демографических характеристик населения) может понадобиться охватить больше городов, чтобы оценить важные особенности в этом регионе. Также предлагается включить в выборку широкий диапазон географических областей, например один мегаполис, один крупный город, два небольших или средних города и один сельский район. Затем завершить формирование выборки можно по процедуре, описанной в предыдущем подразделе «Формирование выборки в городе».

Детерминированный способ на основе кластерной выборки не позволяет точно оценить показатель соблюдения законов по всему региону, и результаты могут не отражать важные особенности в соблюдении законов в разных городах. Тем не менее, данные по городам можно объединить для получения совокупного показателя соблюдения законов, являющегося результатом оценки объединяемых центров. Если приводится совокупный показатель соблюдения законов, важно отметить, что его нельзя считать показателем всего региона. Уровень соблюдения в каждом из городов поможет определить, где требуется целенаправленное усиление правоприменения закона.

Количество исследуемых городов

В основном количество оцениваемых центров зависит от:

1. требуемой статистической точности (т. е. уровня достоверности) результатов исследования;
2. ресурсов, доступных для проведения исследования соблюдения законов.

Если вам доступна помощь специалиста по выборкам, он или она может помочь принять решения о том, как соотносить уровень достоверности результатов и доступные ресурсы.

Упаковка и маркировка

Регулирующее TAPS законодательство и табачная упаковка сильно отличаются в разных регионах и странах. Табачные упаковки отражают решения, принятые на уровне производителей. Кроме прочего, оценка соблюдения законов выявляет табачные компании, которые нарушают закон. Часто эти производственные решения (об исполнении или нарушении действующего законодательства) одинаковы для нескольких брендов и регионов. Поэтому оценка соответствия одной табачной упаковки может оказаться показательной для всей компании. Для оценки соблюдения требований к табачной упаковке и маркировке рекомендуется использовать нерепрезентативную выборку, состоящую не менее чем из 10 упаковок табачных изделий различных производителей, присутствующих в исследуемой стране. Разнородная выборка табачных изделий принесет наиболее полезные данные для оценки упаковки и выявления пробелов в существующем законодательстве. В выборку должны войти упаковки с разным оформлением. С информацией о наиболее популярных брендах в разных странах можно ознакомиться в отчете ВОЗ «Глобальный опрос взрослого населения о потреблении табака» (Global Adult Tobacco Survey, GATS).

<http://www.who.int/tobacco/surveillance/gats/en/index.html>

Шаг 9. Сбор информации о соблюдении законов

Обучение персонала

Убедитесь, что сборщики данных обучены всем аспектам процедуры. Они должны знать, что делать и на что обращать внимание. Во время сеансов обучения следует провести обсуждение цели исследования и уделить достаточно времени для рассмотрения процедур проведения наблюдений и регистрации информации. Широко применяйте фотографии, чтобы ознакомить сборщиков данных с разновидностями объектов, которые они будут осматривать. В обучение должна быть добавлена практическая подготовка с наблюдениями и использованием форм сбора данных.

Контроль сбора данных

При проведении наблюдений сборщики данных должны регулярно отчитываться перед координатором исследования и передавать ему заполненные опросные формы. Координатору следует внимательно проверять формы, чтобы убедиться в правильном их заполнении, и сообщать сборщикам данных о результатах.

Пример 1. Соблюдение требований к сигаретным упаковкам в России и Украине

В восьми странах, ранее входивших в состав Советского Союза, включая Российскую Федерацию и Украину, было проведено исследование для оценки соблюдения требований РКБТ и государственного законодательства к сигаретной упаковке. Было проанализировано расположение, размер и содержание предупреждений о вреде для здоровья, а также применение обманной терминологии на сигаретных пачках каждого из 10 наиболее потребляемых сигаретных брендов в этих странах. Упаковка и маркировка оценивались на предмет соответствия требованиям государственного законодательства и статьи 11 РКБТ.

В России на всех упаковках были предупреждения о вреде для здоровья: они были разного вида, содержали предупреждение на основном языке страны и соответствовали требованиям к размеру, предписанным государственным законодательством. Упаковки в России не соответствовали специальным (а не общим) требованиям к предупредительным надписям и содержали в среднем 2,4 обманных надписей на пачку (хотя это не запрещено законом). На Украине упаковки соответствовали требованиям: на них присутствовали разнообразные предупредительные надписи. Государственное законодательство Украины не требует наличия предупреждений о вреде для здоровья установленного вида или размещения предупреждений на основном языке страны. Но закон требует, чтобы как минимум 50 % передней и задней поверхности упаковки занимало предупреждение о вреде для здоровья. В ходе исследования было выявлено, что упаковки не соответствовали требованиям этого закона, так как надписи занимали только 30 % передней и задней поверхности упаковок. Законом Украины также запрещается применение обманных надписей, но на пачках в среднем присутствовало по 2,8 обманных надписей, т. е. они не соответствовали этим требованиям. Эти результаты означают необходимость усиленного правоприменения законов об упаковке и показывают недостатки в законах, касающихся предупреждений о вреде для здоровья и маркировке (особенно это касается применения основного языка страны и запрета обманных надписей).

Шаг 10. Анализ результатов исследования соблюдения законов

После того как данные собраны, необходимо проверить их качество и выполнить анализ, чтобы получить ответы на вопросы исследования.

Проверка качества данных

Чтобы обеспечить высокое качество получаемых данных, необходимо тщательно спланировать каждый этап исследования. В этом помогут установление протоколов и обучение персонала. Собранные данные необходимо проверить, чтобы убедиться, что они четко записаны, являются полными и содержат стандартные ответы. После этого данные можно ввести в программу для анализа данных, например Excel.

Анализ данных наблюдений

Анализ данных будет состоять преимущественно из описательной статистики, то есть процентов, количеств и средних значений. Существует множество программ для такого вида статистического анализа, например Microsoft Excel, EpiInfo, SPSS, Stata или SAS. Анализ данных должен быть основан на ключевых вопросах исследования, например:

- Каков общий показатель соблюдения запретов TAPS во всех посещенных точках?
- Каков показатель соблюдения закона для каждого района и для совокупности районов (города)?
- Каковы показатели соблюдения норм для отдельных брендов?
- Как текущие показатели соблюдения соотносятся с предыдущими исследованиями?

Пример 2. Изучение рекламных стендов и пунктов продажи в Мексике

В октябре 2000 г. в Мексике был принят закон, запрещающий:

- рекламу табачных изделий на радио, телевидении и веб-сайтах;
- рекламу табачных изделий на рекламных стендах на расстоянии менее 250 метров от школ (включая средние школы), больниц, парков отдыха и других центров спортивного и семейного досуга.

В городах Куэрнавака и Кульякан было проведено пробное исследование, чтобы оценить уровень соблюдения законов о рекламе табачных изделий и их влияние на учащихся средних школ. Было изучено и запротоколировано наличие или отсутствие рекламных стендов и табачной рекламы возле 30 школ и 163 пунктов продажи. Сборщики данных осмотрели рекламные стенды вблизи школ, внешнюю и внутреннюю рекламу в пунктах продажи. В Куэрнаваке табачную рекламу можно было видеть на рекламных стендах возле школ, снаружи и внутри пунктов продажи, что означало несоблюдение закона по трем пунктам. В Кульякане рекламные объявления были обнаружены только внутри пунктов продажи. Эти результаты указали на необходимость усиления правоприменения действующего законодательства. Кроме того, табачная реклама также наблюдалась возле автобусных остановок для учащихся и на пешеходных маршрутах из школ, что указало на области, в которых закон следует ужесточить.

Шаг 11. Применение результатов

Результаты исследования соблюдения законов следует использовать согласно цели самого исследования, а также с учетом примененной методики. При использовании этих результатов обязательно определите аудиторию, составьте ключевые послания согласно назначению исследования и распространите полученную информацию способами, позволяющими достичь целевой аудитории и повлиять на нее. В этом руководстве рекомендуется сотрудничать с опытными активистами и специалистами по связям с общественностью, чтобы они могли посоветовать, когда следует распространять результаты. К общепринятым аудиториям и стратегиям распространения относятся следующие.

Ответственные за принятие политических решений лица

Часто основными получателями результатов исследований соблюдения законов являются ответственные за принятие политических решений лица и представители исполнительной власти. Результаты должны ясно показать им, насколько хорошо соблюдается закон. Также в них должен быть призыв выделить дополнительные ресурсы для повышения уровня соблюдения законов. Окончательные данные также можно использовать, чтобы показать существующие пробелы, которыми злоупотребляет табачная промышленность и которые должны рассмотреть ответственные за принятие политических решений лица и представители исполнительной власти. Результаты могут быть представлены на закрытом совещании с законодателями и высшими правительственными чиновниками и (или) опубликованы в СМИ — на пресс-конференциях или других мероприятиях.

Правоохранительные и контролирующие органы

Хорошей практикой является проведение закрытых совещаний с представителями правоохранительных и контролирующих органов до представления результатов общественности. Это позволяет установить доверительные отношения и повышает вероятность действий с их стороны.

Владельцы или руководители посещенных точек

Можно отправить письма или показать результаты исследования владельцам и руководителям посещенных точек, чтобы ознакомить с общей информацией о соблюдении законов. Таким образом их можно предупредить о проведении проверок соблюдения закона и побудить следовать закону. Обязательно поздравьте тех, кто полностью выполняет все требования.

Общественность

Можно использовать СМИ, чтобы сообщить общественности об уровне соблюдения закона и призвать к постоянному или усиленному правоприменению закона со стороны правительства. Обнародование существующих пробелов может также создать спрос на более жесткое законодательство, что, в свою очередь, будет побуждать политиков к действию.



Реклама в пункте продажи, Бразилия, 2011 г.
Лия Джарвис (Leah Jarvis)



Машина с рекламой «Parliament», Россия, 2012 г.
Предоставлено СТФК

Заклучение

Общая цель исследования соблюдения требований к TAPS — оценить уровень соблюдения запретов TAPS в определенной области. Законы, регулирующие TAPS, содержат положения, в которых указано, что разрешено, а что запрещено законом. **Знание этих положений крайне важно, чтобы понять, насколько хорошо они выполняются. Планирование и проведение исследований соблюдения законов должно основываться на этих положениях.** В данном руководстве выделены ключевые этапы проведения исследования соблюдения законов.

- Исследования соблюдения законов могут служить нескольким целям, однако они всегда должны быть связаны с более масштабным стратегическим планом. Это значит, что следует очень точно определить цель проведения исследования и применение его результатов.
- Организации, проводящие исследования, должны реально оценить, какие ресурсы имеются в их распоряжении и какие ресурсы потребуются получить, чтобы провести исследование соблюдения законов.
- Структура исследования соблюдения законов будет зависеть от его области. Область определяется географическим охватом исследования, типами проверяемых TAPS мероприятий, а также местными законами. Решение в отношении области исследования должно приниматься на основе четкого знания закона и назначения результатов исследования. Не существует единого «верного» способа определить область, и часто ключевым фактором при выборе являются ресурсы.
- При проведении исследования соблюдения законов необходимо соблюдать понятный и всеохватывающий график. Это позволит всем участникам понять и соответственно подготовить все практические шаги для осмотра точек, а также получить и максимально использовать результаты.
- Для сбора данных необходимо использовать стандартизированные средства, соответствующие положениям запретов TAPS, а также процедуры для обеспечения сбора высококачественных данных. Сборщикам данных следует в точности понимать, что следует делать, когда они приходят на исследуемую точку, и как необходимо регистрировать увиденное.

- Организациям рекомендуется воспользоваться поддержкой специалистов по формированию выборок при определении размера выборки и обращаться к ним в период сбора данных.
- После определения выборки исследования можно начинать сбор данных. Эффективный сбор данных начинается с соответствующего обучения сборщиков данных. Поэтому необходимо обеспечить возможность попрактиковаться в сборе данных в местах, схожих с предполагаемыми точками выборки исследования (но не относящихся к ним). Необходимо контролировать действия сборщиков данных при действительном сборе данных.
- При использовании результатов исследования соблюдения норм регулирования TAPS его организатор должен еще раз рассмотреть первоначальную причину проведения исследования. Исследование соблюдения законов должно быть связано с более масштабным стратегическим планом ведения пропагандистской деятельности. Повторное рассмотрение цели исследования и более масштабного стратегического плана поможет определить, какие результаты необходимо огласить целевым аудиториям посредством внимательно составленных ключевых посланий.
- В этом руководстве описано, как спланировать и реализовать исследование соблюдения законов, регулирующих TAPS в пунктах продажи, в наружной рекламе, в табачной упаковке, маркировке и вкладышах. Тем не менее, существует множество других каналов осуществления TAPS. Они будут рассмотрены в других руководствах по соблюдению норм, которые включают в себя указания по оценке соблюдения требований к TAPS, предоставленные организациями JHSPH, CTFK и Союзом.



Реклама в пунктах продажи, Украина, февраль 2011 г.
Фотография предоставлена LIFE

Приложение А. Пример графика

ЗАДАЧИ	НЕДЕЛЯ	УЧАСТНИКИ	ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО/РУКОВОДИТЕЛЬ	СРОК ИСПОЛНЕНИЯ
Предварительные задачи				
Определение назначения и задач исследования				
Разработка средства сбора данных				
Разработка процедур исследования				
Разработка выборки				
Обучение сборщиков данных				
Пробное испытание средств и процедур				
Задачи внедрения				
Проведение проверок выполнения норм				
Последующие задачи				
Ввод данных				
Проверка качества данных				
Анализ данных				
Интерпретация результатов				
Использование результатов исследования соблюдения законов				

Приложение В. Форма сбора данных: пункты продажи

Форма сбора данных о рекламе и стимулировании продажи табака: ПУНКТЫ ПРОДАЖИ (статья 13 РКБТ)

СТРАНА	ГОРОД	РАЙОН	УЛИЦА
Название магазина (если используется):		Дата наблюдения	
Полный адрес и (или) координаты:			
Тип пункта продажи (выберите подходящий вариант):			
Супермаркет		Кофейни	
Минимаркеты/продуктовые магазины		Стационарный киоск	
Табачный магазин		Уличные табачные раскладки	
Другое (введите описание)			
Имя/код сборщика данных			
Объекты наблюдения	Есть	Соответствует законодательству	Комментарии или замечания и названия брендов-нарушителей
Рекламные объявления			
Наличие рекламы табачных изделий (сведения о размере, видимости, размещении и языке см. в тексте соответствующего закона)			
Наличие подарка к покупке, специальной или временной акции (более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона)			
Наличие скидок при приобретении нескольких пачек (более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона)			
Наличие подсвеченных или освещенных рекламных объявлений (с собственным освещением) (более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона)			
Использование культурных особенностей (например, специальных изображений, символов, цветов и т. п.) (более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона)			
Реклама бездымного или ароматизированного табака (более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона)			
Выкладка изделий (демонстрация)			
Изделия демонстрируются в подготовленном стеллаже или на составном экране (сведения о размере, видимости, размещении и языке см. в тексте соответствующего закона)			
Наличие предметов с эмблемой, символом или названием бренда табачного изделия (сведения о предметах, таких как зажигалки, пепельницы, часы, корзины для покупок и т. п., см. в тексте соответствующего закона)			
Предупреждающие надписи			
Наличие требования о надписи (сведения о размере, видимости, размещении и языке см. в тексте соответствующего закона)			
Наличие информации о службе помощи бросающим курить (более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона)			

Приложение С. Форма сбора данных: пункты продажи

Форма сбора данных о рекламе и стимулировании продажи табака:

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА (статья 13 РКБТ)

СТРАНА	ГОРОД	РАЙОН	УЛИЦА
Название магазина (если используется):		Дата наблюдения	
Полный адрес и (или) координаты:			
Тип наружного рекламного объявления (выберите подходящий вариант)			
Отдельно стоящий рекламный стенд или флаг		На конструкциях, зданиях, остановках общественного транспорта	
Видеоэкран		На кузовах общественного транспорта	
Другое (введите описание) _____			
Имя/код сборщика данных			
Объекты наблюдения	Да	Нет	Комментарии или замечания и названия брендов-нарушителей
Рекламное объявление видно из места постоянного передвижения пешеходов или автотранспорта?			
Размер рекламного объявления соответствует требованиям? (Более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона.)			
Наличие в рекламе предупреждений о вреде для здоровья (сведения о размере, видимости, размещении и языке см. в тексте соответствующего закона)			
Использование культурных особенностей (например, специальных изображений, символов, цветов и т. п.) (более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона)			
Стимулирование продажи бездымного или ароматизированного табака (более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона)			
Используются ли для рекламы фирменные предметы обихода, например зонтики и т. п.? (Более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона.)			

Приложение D. Форма сбора данных: упаковка и маркировка

Форма сбора данных о рекламе и стимулировании продажи табака: УПАКОВКА И МАРКИРОВКА (статьи 11 и 13 РКБТ)			
СТРАНА	ГОРОД	РАЙОН	УЛИЦА
Дата наблюдения			
Введите место продажи, где была получена пачка (если применимо)			
Супермаркет		Кофейни	
Минимаркеты/продуктовые магазины		Стационарный киоск	
Табачный магазин		Уличные табачные раскладки	
Другое (введите описание) _____			
Метод осмотра пачки:			
Приобретена	Поднята с земли	Осмотр фотографии или места продажи	Другой
Имя/код сборщика данных			
Объекты наблюдения	Соответствует законодательству		Комментарии или замечания и названия брендов-нарушителей
	Да	Нет	
Размер, форма, цвет, материал, фактура и т. п. упаковки соответствуют установленным законом стандартам (<i>более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона</i>) ^{1, 2}			
Количество сигарет в пачке (<i>более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона</i>) ¹			
Объекты наблюдения	Есть	Соответствует законодательству	Комментарии или замечания и названия брендов-нарушителей
Вид этикетки с предупреждением о вреде для здоровья (<i>сведения о размере, видимости, размещении и языке см. в тексте соответствующего закона</i>) ¹			
Указание на упаковке информации для бросающих курить ¹			
Применение слов, относящихся к ароматизированному или более «слабым» изделиям («легкие», «мягкие», с низким содержанием смол) (<i>более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона</i>) ^{1, 2}			
Наличие пачек удвоенной емкости (<i>более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона</i>) ²			
Использование культурных особенностей (например, специальных изображений, символов, цветов и т. п.) (<i>более подробные сведения см. в тексте соответствующего закона либо обратитесь к местным юристам</i>) ²			
¹ Статья 11 РКБТ.			
² Статья 13 РКБТ.			

Исследователи

АВТОРЫ

Кампания «Будущее без сигарет»

Элен Фейгери (Ellen Feighery), магистр наук

Международный институт по контролю над табаком,

Высшая школа здравоохранения им. Блумберга Университета им. Джонса Хопкинса

Джоанна Коэн (Joanna Cohen), кандидат наук

Эшли Грант (Ashley Grant), магистр здравоохранения

Асим Хан (Asim Khan), магистр гуманитарных наук

Международный союз против туберкулеза и легочных заболеваний

Эхсан Латиф (Ehsan Latif)

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 Bloomberg Philanthropy в рамках Инициативы Блумберга по сокращению потребления табака.

Публикация доступна по следующим адресам:

www.globaltobaccocontrol.org

www.jhsph.edu/igtс

Контактная информация для получения дополнительных сведений:

Международный институт по контролю над табаком

2213 McElderry Street, 4th Floor

Baltimore, MD 21205

igtс@jhsph.edu