

Scope of illegal tobacco products sales in Kazan city

Galina A. Ananjeva, Tatiana I. Andreeva

Pilot assessment of illegal tobacco sales was conducted in Kazan city. The revealed law violations include placement of tobacco sales points within 100 meters around educational institutions, single cigarette sales and cigarette sales to minors. Single cigarettes were more likely to be sold in two of five types of sales outlets – pavilions and kiosks, those placed closer to educational institutions, and where larger part of the storefront was dedicated to cigarette packs. Points of sales with similar characteristics were more likely to sell to minors as well. Placement of notes regarding ban of cigarette sales to minors does not influence the levels of illegal sales. Measures to curb the levels of illegal cigarette sales were recommended.

Key words: Kazan city, illegal tobacco sales, single cigarette sales, cigarette sales to minors, educational institutions, tobacco advertising.

Масштабы незаконной торговли табачными изделиями в городе Казани

Г.А. Ананьева, Т.И. Андреева

Проведена пилотная оценка ситуации с незаконной продажей табака в г. Казани. Выявлены факты незаконной торговли табачными изделиями, такие, как расположение торговых точек ближе 100 м от границ образовательных учреждений, штучная продажа сигарет и продажа сигарет несовершеннолетним. Установлено, что штучные сигареты наиболее часто продавались в двух из пяти типов торговых точек: в павильонах и киосках, расположенных ближе к учебным заведениям, и там, где большую часть витрины занимали сигаретные пачки. Торговые точки с такими характеристиками также чаще продавали сигареты несовершеннолетним. Размещение в торговых точках предупредительных надписей о запрете продажи сигарет несовершеннолетним не оказывает влияния на фактические уровни незаконных продаж. Рекомендован комплекс мер по снижению масштабов незаконной торговли табачными изделиями.

Ключевые слова: город Казань, незаконная торговля табаком, поштучная продажа сигарет, продажа сигарет несовершеннолетним, образовательные учреждения, табачная реклама.

Из всех нарушений правил торговли табачными изделиями наибольшее общественное внимание привлекает продажа таких изделий лицам, не достигшим возраста 18 лет, что запрещено Статьей 4 Закона РФ №87-ФЗ. Однако контроль соблюдения законодательного запрета продажи табачных изделий несовершеннолетним является сложным для исполнения. Закон требует засвидетельствования факта продажи несовершеннолетним в присутствии уполномоченного должностного лица. Достаточно трудно одновременно организовать присутствие такого лица и дожидаться, что случайный подросток в это же время придет покупать сигареты. Привлечение же подростков для провокационных покупок сопряжено с этическими и юридическими проблемами. Более перспективным для предотвращения покупок сигарет лицами, не достигшим возраста 18 лет, является контроль таких нарушений, как поштучная

продажа сигарет и продажа табачных изделий возле школ. Поштучная продажа сигарет запрещена Статьей 3 (пункт 4) Закона РФ №87-ФЗ. Продажа табачных изделий в торговых точках, расположенных ближе 100 м от границ территорий образовательных учреждений запрещена Статьей 1 (пункт 1) Закона РФ № 148-ФЗ.[1]

Продажа табачных изделий рядом с образовательными учреждениями увеличивает их доступность для несовершеннолетних, провоцирует на покупку сигарет во время перемен или по пути в учебное заведение или из него.

Продажа сигарет поштучно делает табачные изделия более доступными [7]. На приобретение одной сигареты требуется меньшая сумма денег, а 3-5 рублей есть в наличии практически у каждого ребенка.

Кроме того, доступность штучных сигарет побуждает людей, предпринимая попытки отказа от курения,

вернуться к курительному поведению [2; 3; 8].

Однако органы власти не выделяют достаточных ресурсов для выявления нарушений правил торговли табачными изделиями, так как считают масштабы и значимость этой проблемы несущественными.

Для оценки масштабов незаконной торговли табачными изделиями необходим мониторинг различных нарушений действующего законодательства.

Целью настоящего исследования была пилотная оценка торговли табачными изделиями в г. Казани с акцентом на перечисленные выше варианты нарушений правил торговли, увеличивающие доступность сигарет.

Задачами исследования являлись:

1. выборочная оценка расположения торговых точек рядом с общеобразовательными школами г. Казани;

- оценка распространенности штучной торговли сигаретами в торговых точках и связанных с ней факторов;
- оценка наличия предупредительных надписей о законодательном запрете продажи табачных изделий несовершеннолетним;
- оценка наличия рекламы сигарет в торговых точках;
- оценка наличия антирекламы табачных изделий, а также информации о вреде курения и воздействия табачного дыма;
- оценка частоты продаж сигарет несовершеннолетним и связанных с этим характеристик точек продаж.

МЕТОДЫ

На первом этапе, проходившем в апреле 2010 года, то есть во время учебного года, оценивалась ситуация торговли табачными изделиями рядом с общеобразовательными школами г. Казани. Школы выбирались в разных районах города с учетом удобства проезда участников исследовательской команды. Рядом с каждой школой проводилась оценка 1-3 близлежащих торговых точек.

Второй этап исследования проводился в июле 2010 года, то есть во время каникул, когда учебные заведения не работают. В отличие от первого этапа, каждый участник исследования двигался по определенному маршруту и оценивал все торговые точки на этом маршруте.

В каждой торговой точке наблюдатели задавали вопрос, продаются ли сигареты поштучно. В случае положительного ответа продавца спрашивали, какие марки и по какой цене за штуку предлагаются. Регистрировали название (номер) торговой точки, адрес, тип торговой точки, количество марок и пачек сигарет на витрине, наличие рекламы сигарет, предупредительных надписей о законодательном запрете продажи сигарет несовершеннолетним. Если торговая точка расположена рядом с учебным заведением (предпочтительно не дальше 100 м от границы территории учреждения), наблюдатели фиксировали количество шагов от торговой точки до границы общеобразовательной школы. Также регистрировался факт продажи сигарет несовершеннолетним покупателем во время пребывания наблюдателя рядом с торговой точкой.

Анализ связей между двумя результирующими переменными – торговлей сигаретами поштучно и продажей их несовершеннолетним – и другими характеристиками точек продаж проводился с использованием двумерного и многомерного логистического регрес-

сионного анализа. В качестве независимых переменных рассматривались наличие или отсутствие рекламы и антирекламы табака, предупредительных надписей о запрете продажи несовершеннолетним, расстояние до учебного заведения, тип торговой точки, особенности ассортимента.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

На первом этапе обследовано 92 торговые точки рядом с 46 школами и гимназиями, 2 техникумами, 2 зданиями 2-х университетов и 1 дворцом культуры. В их число вошли 24 киоска, 15 павильонов, 37 продуктовых магазинов, 6 киосков с прессой, 10 универсамов. На втором этапе оценено 89 торговых точек, в том числе 37 киосков, 13 павильонов, 11 продовольственных магазинов, 19 универсамов, 9 киосков с прессой.

Все точки осуществляли торговлю табачными изделиями.

Торговля табачными изделиями возле учебных заведений

Из 181 торговых точек, обследованных наблюдателями, 88 расположены поблизости от школ. Из них 52 торговые точки находятся на расстоянии не более 100 шагов (т.е. менее 100 м) от границ образовательных учреждений; 18 торговых точек находились на расстоянии 110-125 шагов (т.е. также на расстоянии около 100 метров).

Предупредительные надписи о запрете продажи сигарет несовершеннолетним

В 95 торговых точках размещены предупредительные надписи о запрете продажи табачных и алкогольных изделий несовершеннолетним. 18 торговых точек разместили объявления

формата А4, в остальных размещены наклейки формата А6 или А8. Такие надписи наиболее часто размещают универсамы (86%), продовольственные магазины (73%), павильоны (53%), киоски с прессой (50%), реже всего – прочие киоски, торгующие табаком (28%).

Реклама табака и размещение пачек на витринах

В 56 торговых точках в том или ином виде присутствовала реклама сигарет, в том числе в 9 киосках, 13 павильонах, 19 продовольственных магазинах, 14 универсамах и 1 киоске с прессой. Встречалась реклама в виде тарелок для сдачи на кассе, плакатов формата А4 и А3, подсвечиваемых панелей, больших щитов и боковых поверхностей витрин, в одном случае – раздаточные листовки.

В 179 торговых точках дополнительной рекламой являлось размещение сигарет на витринах, причем число пачек могло превышать 400.

Антиреклама табачных изделий, курения и воздействия табачного дыма

В 5 торговых точках были размещены самодельные плакаты формата А4 с надписью о вреде алкоголя и табака для здоровья лиц, не достигших 18 лет, и беременных женщин. Яркая, сопоставимая по дизайну и полиграфии с рекламой табака антиреклама отсутствует.

Продажа сигарет поштучно

Продажа штучных сигарет осуществлялась в 43 торговых точках (табл. 1) или в каждой четвертой из обследованных торговых точек (24,5%): 27 таких случаев зафиксировано в апреле, 16 – в июле.

Таблица 1. Количество торговых точек, в которых производится продажа штучных сигарет, по типам торговых точек и времени года

Тип торговой точки	Весна			Лето			ОР
	Обсл.	ШТ	%ШТ	Обсл.	ШТ	%ШТ	
Киоски	24	14	58,3	36	10	27,8	2,1
Павильоны	15	8	53,3	13	6	46,2	1,2
Продовольственные магазины	37	3	8,1	11	0	0,0	
Киоски с прессой	5	2	40,0	8	0	0,0	
Универсамы	10	0	0,0	19	0	0,0	

Обсл. – обследовано торговых точек

ШТ – количество торговых точек, в которых зафиксирована штучная торговля

ОР – относительный риск, сопоставление доли торговых точек, торгующих поштучно, во время учебного года по сравнению с летним временем

Таблица 2. Количество и процент торговых точек, в которых были замечены поштучные продажи сигарет, и связанные с этим характеристики, оцененные в двумерном и многомерном анализе

Характеристики	значения	кол-во	% ШТ	двумерный анализ	многомерный анализ
				СШ(95%ДИ)	СШ(95%ДИ)
Тип торговой точки	Киоск	60	40,0	11,33(4,01-32,04)	11,07(3,50-35,02)
	павильон	28	50,0	17,00(5,29-54,62)	23,66(6,43-87,07)
	продуктовый магазин	48	6,3	1,00 (ГС)	
	киоск прессы	13	15,4		
	универсам	21	0,0		
	крупный универсам	8	0,0		
Расположение	поблизости от школы	88	30,7	2,05(1,01-4,14)	3,19(1,27-7,99)
	нет школы рядом	90	17,8	1,00 (ГС)	
Антиреклама алкоголя или табака	есть	12	0,0		
	нет	166	25,9		
Предупредительные надписи	есть	93	17,2	0,43(0,21-0,87)	1,30(0,34-4,95)
	нет	83	32,5	1,00 (ГС)	
Доля площади витрины, занятой табачными пачками	20% или менее	57	12,3	1,00 (ГС)	
	25-90%	58	44,8	5,80(2,26-14,93)	4,90(1,53-15,66)
	Нет данных	63	15,9	1,35(0,48-3,81)	1,28(0,38-4,30)

СШ – соотношение шансов (odds ratio – OR)

95%ДИ – 95% доверительный интервал

ГС – группа сравнения

В модели также контролировался пол и возраст продавца и наблюдателя, наличие в торговой точке разного типа товаров, рекламы сигарет, антирекламы алкоголя или табака, предупредительных надписей о том, что продажа несовершеннолетним не практикуется.

Продавали сигареты поштучно в 24 из 60 киосков и 14 из 28 павильонов.

Продажа штучных сигарет зафиксирована в 3 продовольственных магазинах и 2 киосках с прессой во время учебного года. В летнее время в торговых точках таких типов фактов продажи штучных сигарет не зафиксировано. В универсамах случаев продажи штучных сигарет зафиксировано не было.

В целом поштучная торговля чаще всего встречалась в павильонах (50%) и киосках (40%).

Разброс цен за одну сигарету составил от 2 до 9 рублей. Наиболее часто предлагались поштучно сигареты марок Winston и Parliament.

Анализ характеристик, с которыми сопряжена поштучная торговля, показан в таблице 2. Штучные сигареты наиболее часто продавались в павильонах и киосках, расположенных ближе к учебным заведениям, и там, где большую часть витрины занимали сигаретные пачки. Хотя в двумерном анализе была обнаружена связь между отсутствием предупредительных надписей о запрете продажи сигарет несовершеннолетним и поштучной торговлей,

она исчезла после учета в многомерном анализе типа торговой точки.

Продажа табачных изделий несовершеннолетним

На первом этапе, во время учебного года, при осмотре торговых точек были зафиксированы случаи продажи табачных изделий несовершеннолетним в 13 торговых точках (9 киосков и 4 павильона) из 93. На втором этапе не было зафиксировано ни одного подобного случая. Характеристики торговых точек, которые были связаны с продажей несовершеннолетним, показаны в таблице 3.

Продажи сигарет несовершеннолетним с большей вероятностью наблюдались в киосках и павильонах, расположенных ближе к учебным заведениям, в тех, большая часть витрины которых была занята сигаретными пачками, а также там, где продавцы не отказывались продать сигареты поштучно.

Не наблюдалось ни одного случая продаж несовершеннолетним в других торговых точках, кроме киосков и павильонов, там, где не выставлялись на витрине энергетические напитки, однако оценить взаимодействие этих ха-

рактеристик с другими не представлялось возможным из-за малого количества наблюдений.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В данном исследовании обнаружены 52 торговые точки, осуществляющие продажу табачных изделий и расположенные ближе 100 м от границы образовательных учреждений. Это является нарушением ст. 1 п. 1 №148-ФЗ. В 18 случаях требуется более точное измерение расстояния, чтобы установить, имеются ли нарушения законодательства.

В исследовании обнаружено, что в каждой четвертой торговой точке продаются штучные сигареты по цене от 2 до 9 рублей. Торговля поштучно осуществляется в 40% киосков и 50% павильонов. При этом доля торговых точек, которые занимались поштучными продажами сигарет, была больше весной (во время учебного года), чем летом, во время каникул, в 2,1 раза в киосках, в 1,2 раза – в павильонах. Только во время учебного года штучная торговля также зафиксирована в отдельных продовольственных магазинах и киосках с прессой. Штучная продажа не наблюдалась в

Таблица 3. Количество и процент торговых точек, в которых были замечены продажи сигарет несовершеннолетним, и связанные с этим характеристики, оцененные в двумерном и многомерном анализе

Характеристики	значения	кол-во	% продаж несов.	двумерный анализ	многомерный анализ
				СШ(95%ДИ)	СШ(95%ДИ)
Этап исследования	апрель	92	14,1		
	июль	89	0,0		
Расположение по отношению к школе	близко	89	14,6		
	неизвестно	92	0,0		
Тип торговой точки	киоск	61	14,8		
	павильон	28	14,3		
	все остальные	92	0,0		
Расстояние до школы	100 шагов или менее	52	19,2	20,95(2,60-169,10)	14,42(1,57-132,76)
	более 100 шагов	40	5,0	4,63 (0,41-52,63)	2,14(0,17-27,12)
	неизвестно	89	1,1	1,00 ГС	
Энергетические напитки на витрине	есть	104	12,5		
	нет	76	0,0		
Площадь витрины, занятая сигаретами	20% или меньше	58	3,4	1,00 ГС	
	25-90%	60	18,3	6,29 (1,33-29,75)	2,52(0,44-14,51)
	неизвестно	63	0,0		
Продают ли поштучно	нет	135	2,2	1,00 ГС	
	да	43	23,3	13,33 (3,47-51,20)	10,29(2,20-48,22)

СШ – соотношение шансов (odds ratio – OR)

95%ДИ – 95% доверительный интервал

ГС – группа сравнения

В модели также контролировался пол и возраст продавца и наблюдателя, наличие в торговой точке разного типа товаров, рекламы сигарет, антирекламы алкоголя или табака, предупредительных надписей о том, что продажа несовершеннолетним не практикуется.

обследованных универсамов. В ряде публикаций 1990-х годов из западных стран было показано, что продажа единичных сигарет происходила в том числе и в магазинах в странах, где она запрещена законодательно [4; 9], что было подтверждено, например, в эксперименте, проведенном в Калифорнии, в котором несовершеннолетние покупатели смогли купить штучные сигареты в 28 из 72 случайным образом отобранных магазинов [6]. Также в Калифорнии было обнаружено, что сигареты поштучно с большей вероятностью продавали магазины, которые также торговали алкоголем [10]. В нашем исследовании штучные сигареты наиболее часто продавались в павильонах и киосках, расположенных ближе к учебным заведениям, и там, где большую часть витрины занимали сигаретные пачки. Этот факт позволяет предположить, что штучная торговля сигаретами ориентирована прежде всего на детей, подростков и молодежь и сочетается с другими проявлениями агрессивного продвижения товара. Другое зарубежное исследование показало, что детям было проще

купить единичные сигареты в магазинах, чем взрослым. А если это удавалось и детям, и взрослым, то несовершеннолетним их обычно продавали по более высокому цену [5].

В 52,5% торговых точек размещены предупредительные надписи о запрете продажи сигарет несовершеннолетним. Более чем в 73% из них размещены типовые наклейки формата А6 и А8, распространение которых профинансировано табачными компаниями. С одной стороны, это говорит о том, что в городе имеются факты сотрудничества с организациями, финансируемые табачной индустрией, что противоречит Рамочной Конвенции по борьбе против табака, которую Россия ратифицировала, с другой стороны, имеются обоснованные сомнения в эффективности этих кампаний. Проведенный анализ также не показал каких-либо преимуществ торговых точек, предупреждающих о запрете продаж несовершеннолетним.

В каждой третьей торговой точке в том или ином виде размещена реклама сигарет. Кроме того, размещение пачек на витринах 99% торговых

точек является дополнительной рекламой.

Ни в одной торговой точке не размещена убедительная и сопоставимая по качеству с рекламной продукцией антиреклама табака и алкоголя.

В ходе наблюдения зафиксировано 13 случаев продажи сигарет несовершеннолетним. Это происходило во время учебного года в торговых точках, расположенных рядом с образовательными учреждениями.

ВЫВОДЫ

Пилотная оценка показала, что, запрещенные законом продажи сигарет поштучно в легальных торговых точках является массовым явлением: почти половина проверенных киосков и павильонов открыто продают сигареты поштучно, очевидно, не опасаясь наказания за такое нарушение.

Продажи сигарет подросткам, также запрещенные законодательно, с большей вероятностью осуществляются в торговых точках, расположенных в близости учебных заведений и торгующих сигаретами поштучно.

Размещение в торговых точках предупредительных надписей о запрете продажи сигарет несовершеннолетним не оказывает влияния на фактические уровни незаконных продаж.

РЕКОМЕНДАЦИИ

Необходимо провести дополнительную оценку расположения торговых точек вблизи общеобразовательных школ и добиться исполнения законодательного запрета продажи табачных изделий в этих торговых точках.

Ликвидация штучной торговли табачными изделиями как фактора доступности сигарет для детей и подростков может быть рекомендована для снижения продаж сигарет несовершеннолетним. Для решения этого вопроса нужно включить в план работы антинаркотических комиссий районов г. Казани, а также Межведомственной комиссии контроль действий по выявлению и пресечению незаконной продажи алкогольной продукции и табачных изделий на территории г. Казани и систематически проводить оценку ситуации со штучной торговлей сигаретами, обращая внимание, прежде всего, на киоски и павильоны, с возбуждением дел по ст. 14-15 КоАП РФ.

Для эффективного использования имеющихся для выполнения этой работы ресурсов на первом этапе необходимо сконцентрировать внимание на киосках и павильонах, расположенных рядом с образовательными учреждениями.

За счет программы профилактики наркотизации населения или за счет привлечения спонсоров подготовить плакаты с антирекламой табака, пива, энергетических напитков и рекомендо-

вать их размещение в торговых точках.

Провести оценку количества торговых точек, реализующих табак, на душу населения для рассмотрения законодателями вопроса о целесообразности ограничения в городе количества подобных торговых точек, реализующих в основном сигареты и табак, и вынесения его на общественные слушания профильной комиссии Городской Думы.

Не допускать фактов сотрудничества с представителями табачных компаний или организациями, финансируемыми ими, по вопросам контроля над табаком на территории г. Казани.

БЛАГОДАРНОСТИ

Авторы выражают благодарность студентам 3 курса Академии социального образования (КСЮИ) Бариевой Алине, Волковой Евгении, Ибатуллиной Гульназ, Ивановой Екатерине и студентам 2 курса Казанского государственного технологического университета Абсалямову Руслану, Гушиной Ирине, Зайнуллину Марату, Минибаеву Раделю, Пашутко Анне за участие в сборе данных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Законодательные ограничения продажи табачных изделий лицам моложе 18 лет в Российской Федерации и в Украине и их соблюдение [Электронный ресурс] / Константин Красовский // Бюллетень КОНТАКТ, тематический выпуск № 36, январь 2010 года. – Режим доступа: <http://contact-tobinfo.narod.ru/contact/tem/36.htm>, свободный. – Загл. с экрана.
2. Hyland, A. Access to low-taxed cigarettes deters smoking cessation attempts / A. Hyland, C. Higbee, Q. Li, J. E. Bauer, G. A. Giovino, T. Alford, K. M. Cummings // Am J Public Health. – 2005. – 95(6). – P. 994-995.

3. Hyland, A. Cigarette purchase patterns in four countries and the relationship with cessation: findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey / A. Hyland, F. L. Laux, C. Higbee, G. Hastings, H. Ross, F. J. Chaloupka, G. T. Fong, K. M. Cummings // Tob Control. – 2006. – 15. – Suppl 3. – iii59-64.
4. Jarvis, M. J. Children's purchases of single cigarettes: evidence for drug pushing? / M. J. Jarvis, A. D. McNeill // Br J Addict. – 1990. – 85(10). – P. 1317-1322.
5. Klonoff, E. A. The problem and sociocultural context of single-cigarette sales / Elizabeth A. Klonoff, Jan M. Fritz, Hope Landrine, Richard W. Riddle, Laurie Tully-Payne // JAMA. – 1994. – 271(8). – 618-620.
6. Landrine, H. Minors' Access to Single Cigarettes in California / Hope Landrine, Elizabeth A. Klonoff, Roxanna Alcaraz // Preventive Medicine. – 1998. – 27(4). – P. 503-505.
7. Stillman, F. A. Barriers to smoking cessation in inner-city African American young adults / F. A. Stillman, L. Bone, E. Avila-Tang, K. Smith, N. Yancey, C. Street, K. Owings // Am J Public Health. – 2007. – 97(8). – P. 1405-1408.
8. Thrasher, J. F. Does the availability of single cigarettes promote or inhibit cigarette consumption? Perceptions, prevalence and correlates of single cigarette use among adult Mexican smokers / J. F. Thrasher, V. Villalobos, A. Dorantes-Alonso, E. Arillo-Santillan, K. M. Cummings, R. O'Connor, G. T. Fong // Tob Control. – 2009. – 18(6). – P. 431-437.
9. Voorhees, C. C. Cigarette sales to African-American and white minors in low-income areas of Baltimore / C. C. Voorhees, R. T. Swank, F. A. Stillman, D. X. Harris, H. W. Watson, Jr., D. M. Becker // Am J Public Health. – 1997. – 87(4). – P. 652-654.
10. Woodruff, S. I. Effect of a brief retailer intervention to reduce the sale of single cigarettes / S. I. Woodruff, M. B. Wildey, T. L. Conway, E. J. Clapp // Am J Health Promot. – 1995. – 9(3). – P. 172-174.

Казанский общественный фонд «Выбор»

электронный адрес kazan_choice@list.ru, сайт: <http://andreevin.narod.ru/choice/>

Контактный телефон: 8 927 240 8786

Реализует инициативы в сфере контроля над табаком.

Основные направления деятельности:

- лоббирование эффективного законодательства и принятия решений по реализации мер Рамочной Конвенции ВОЗ по борьбе против табака на муниципальном и республиканском уровнях;
- реализация и поддержка инициатив по защите всех людей от воздействия табачного дыма;
- мониторинг ситуации с незаконной торговлей табачными изделиями, в частности продажи табачных изделий несовершеннолетним и штучной торговли сигаретами и предоставление результатов органам исполнительной власти;
- исследования в сфере контроля над табаком;
- взаимодействие со СМИ.

Приглашаем к взаимодействию и реализации совместных проектов и мероприятий.