

Л. В. ПАНОВА, О. В. ОЗЕРОВА

КОНТЕКСТУАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ТАБАЧНОЙ ЭПИДЕМИИ В РОССИИ

В статье рассматриваются основные контекстуальные факторы, влияющие на распространенность курения в России. Анализируется роль государства в росте приверженности населения к этой вредной привычке и оценивается ряд политических вмешательств государства, связанных с деятельностью табачной промышленности. Такой анализ позволяет выделить основные контекстуальные переменные национального уровня, оказывающие наибольшее влияние на курительную эпидемию. К их числу относятся государственные льготы, связанные с инвестированием иностранного капитала в табачную промышленность, невысокие цены на табачные изделия, что означает установление правительством низких налоговых ставок на табак и действия со стороны властей, направленные на поощрение рекламных бюджетов по стимулированию продажи табачной продукции. Анализ выделенных факторов помогает использовать многоуровневую методологию, позволяющую изучить совместное влияние индивидуальных и контекстуальных переменных на табачную эпидемию в России.

Ключевые слова: курение, риски для здоровья, государственная политика в области табачной промышленности, инвестиции, налоги, акцизные ставки, рекламные бюджеты на табачную продукцию.

L. V. PANOVA, O. V. OZEROVA

CONTEXTUAL FACTORS OF TOBACCO EPIDEMIC IN RUSSIA

This article investigates into the basic contextual factors and the role of state, influencing the rise of smoking prevalence in Russia. The analysis of state tobacco policy interventions allows us to reveal the major contextual variables determining the tobacco epidemic on the national-level: provision of state benefits for the international tobacco investments, low tobacco prices, low tobacco excise tax, aggressive promotion and advertising of tobacco products enabled by authorities. The mutual impact of individual and contextual variables on tobacco epidemic in Russia is studied by the means of multilevel modeling approach.

Keywords: smoking, health risk behavior, governmental policy on tobacco control, investments, taxes, excise tax, tobacco promotion expenses.

Введение

Употребление табака считается главной предотвратимой причиной смертности в мире, именно пристрастие к курению рассматривается как единственный и в наибольшей степени управляемый источник снижения заболеваемости и смертности. Потребление табачных изделий сопровождается губительными последствиями для здоровья человека, в частности данные по продолжительности жизни курильщиков показывают, что именно курение убивает половину приверженных этой пагубной привычке людей, курящих всю свою жизнь (Maskay, Eiksen, Shafey 2006). Столь же велика роль этого риска смертности и в России. По результатам исследований, проведенных под эгидой Всемирной организации здравоохранения, 398 тыс. россиян ежегодно умирают от заболеваний, связанных с курением. Это означает, что вклад курения в смертность российского населения составляет почти одну пятую (17,1%) среди прочих причин, приводящих к летальному исходу. Важно отметить, что больше половины (52%) курильщиков умирают, не достигнув возраста 59 лет (WHO Global Report 2012).

Особенно сильно возросла приверженность к курению в постсоветское время. После подписания в 2008 г. Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе с потреблением табака в России был проведен Глобальный опрос взрослого населения о потреблении табака (Global Adult Tobacco Survey — GATS) как обязательный инструмент надзора и оценки положения дел в этой области (Глобальный опрос взрослого населения... 2009). Данные исследования, проведенного согласно методике ВОЗ, показывают, что распространенность курения значительно выросла за последние 20 лет. Так, среди мужчин приверженность к потреблению табака в середине 1980-х гг. составляла 46—48%, в середине 1990-х гг. — 50—55%, а в начале 2000-х гг. — 60—65%. Особенно удручающую картину представляет быстрое увеличение количества курящих женщин. В течение многих лет употребление табака женщинами России было низким, тем более катастрофичной стала распространенность этой вредной привычки за последние годы. Если в 1980-е гг. только менее 5% от общего количества женщин курили, в 1990-е гг. таких было 12%, а в начале 2000-х гг. — уже пятая часть всего женского населения активно курили (Глобальный опрос взрослого населения... 2009).

Исследование трендов приверженности курению различных социальных слоев в период с 1994 г. по 2009 г. также позволяет говорить о существовании общей тенденции, свидетельствующей о большем

распространении потребления табака в нашем обществе. Как указывают авторы данной работы, за эти годы как у женщин, так и у мужчин, к каким бы социальным слоям, выделенным по признакам дохода и образования, они ни принадлежали, наблюдалось увеличение числа лиц, проявлявших пристрастие к курению (Русинова, Озерова, Сафронов 2013).

Те же самые тенденции демонстрируют и показатели торговли табачными изделиями. Если продажа сигарет и папирос за двадцать лет, с 1970 г. по 1990 г., увеличилась на 37,8 млрд шт. (с 208 млрд шт. до 245,8 млрд шт.), то уже в 2000 г. было продано почти в полтора раза больше табачных изделий (355,4 млрд шт.). Рост потребления табака в стране продолжился и в дальнейшем, вплоть до 2010 г. (Российский статистический ежегодник 2010: 538).

По оценкам многих экспертов, Россия после 2000 г. относится к странам с максимальными показателями распространенности курения среди населения (Рано умирать 2006). Это заставляет, на наш взгляд, исследовать основные причины, механизмы такого быстрого вовлечения жителей страны в процесс аддиктивного поведения, грозящего возникновению серьезных рисков для здоровья.

Роль контекстуальных факторов в распространности курения

В последние годы при исследовании факторов, влияющих на приверженность курению, все чаще применяется многоуровневая методология, позволяющая изучить совместное влияние индивидуальных и контекстуальных переменных. Привычка к потреблению табака рассматривается не только как индивидуальная ответственность, она также зависит от социального контекста, который составляет основные условия для формирования поведения человека. Тем не менее, несмотря на то что социальные условия имеют высокую значимость для поведения, связанного с риском для здоровья, по мнению большинства исследователей, работающих в этой области, контекстуальные влияния по-прежнему изучены недостаточно. Это приводит к отсутствию общепризнанной устоявшейся классификации контекстуальных переменных, воздействующих, в том числе, на распространенность курения (McNeill, Kreuter Subramanian 2006).

Предварительный обзор ряда исследований, посвященных выявлению основных контекстуальных факторов, способствующих/препят-

ствующим курению, показывает, что к ним относят переменные национального (государственного) уровня и особенности локальных, местных условий проживания популяции (регион, область, сообщество) (Meerlo 2011). Чаще всего на уровне страны используются элементы государственной политики по борьбе с табакокурением, в то время как на локальном уровне обычно применяются экономические индикаторы, характеризующие положение места жительства индивидов.

Большой вклад в разработку контекстуальных факторов, действующих на национальном уровне, был внесен разработками Мирового банка, опубликованными в отчете о табачной эпидемии и роли государства в уменьшении распространенности курения среди населения (*Curbing the epidemic...* 1999). В обзоре, посвященном Рамочной конвенции по борьбе против табака (РКБТ), принятой ВОЗ в мае 2003 г., было указано, что эффективная политика государства является главным средством уменьшения пристрастия к курению (*World Bank Tobacco control...* 2003).

Шесть основных способов воздействия (вмешательства) государства считаются основными во влиянии на сокращение потребления табачных изделий, а следовательно, на снижение смертности и заболеваемости, вызванных курением. Среди направлений государственной политики большое значение придается таким мерам воздействия, как установление высоких налогов на сигареты и другие табачные изделия; запрет на курение в общественных и на рабочих местах; полный запрет на рекламу всех табачных изделий; распространение информации о вреде табака среди потребителей. Этот ряд продолжается усилением предупредительных мер при продаже табачных продуктов, предполагается увеличение надписей об опасности курения на пачках сигарет; и наконец, большое значение придается организации помощи курильщикам, которые хотят бросить курить, при этом предусматривается расширение доступа к лекарствам, помогающим справиться с зависимостью.

Ориентируясь на эти факторы, позволяющие оценить влияние контекста на национальном уровне, была разработана, в виде шкал, количественная оценка реализации государственной политики в борьбе против табака (Joossens, Raw 2006).

Созданные шкалы оценки с успехом использовались в исследовании влияния государственной стратегии на уменьшение курения, проведенном в ряде европейских стран (Schaap, Kunst, Mackenbach 2007). К сожалению, Россия не вошла в число участников этого проекта,

основная причина состояла в отсутствии сколь-нибудь внятной политики борьбы с курением в нашей стране в начале двухтысячных годов.

Контекстуальные факторы на локальном уровне определяются, исходя из особенностей задач исследования. Обычно используются, как мы говорили выше, экономические показатели различных территориальных сообществ или культурные нормы относительно курения. Например, при сравнении распространенности курения в крупных и небольших городах Франции, с применением многоуровневого анализа, используют индикатор объема производства на душу населения, создаваемого в мегаполисах и малых городах (Chaix, Guilbert, Chauvin 2004). В Соединенных Штатах при исследовании факторов, влияющих на курение, в качестве показателей локального уровня или местных условий применялся показатель черты бедности, на территориях, вошедших в выборку (Chahine, Subramanian, Levy 2011). При сравнении различных стран для характеристики местных условий используется национальный уровень безработицы и доля молодых людей в составе населения (Vuolo 2012). В исследованиях локальных факторов, влияющих на курение, на уровне более мелких территориальных единиц (neighborhood) отмечается, что определенную роль играет такая переменная, как социальный капитал. Как правило, распространенность курения ниже среди населения в сообществах, обладающих высоким уровнем социального капитала (Mohnen, Völker, Flap et al. 2012). Гораздо реже используются индикаторы, характеризующие культурные нормы относительно курения (Corsi, Chow, Lear et al. 2013). Следует отметить, что в последние годы в нашей стране поводится более активная политика и исследование факторов, способствующих ослаблению табачной эпидемии. Особенно эта работа усилилась после присоединения, в 2008 г., России к Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака. В 2009 г. был проведен упомянутый выше Глобальный опрос взрослого населения о потреблении табака. Были получены данные по различным группам населения о приверженности к табаку, попытках (успешных/неуспешных) прекратить эту вредную привычку, экономических затратах на курение, роли СМИ в распространении информации о вреде курения и т. д. Тогда же (2009), Комиссией Общественной палаты РФ по социальной и демографической политике был опубликован доклад, посвященный анализу причин и последствий табачной эпидемии в стране, кроме того, этот документ предпринял попытку рассмотреть меры государственной по-

литики, снижающей распространенность курения (Доклад: Табачная эпидемия в России... 2009). К ним, по примеру РКБТ и документов Мирового банка, были отнесены: повышение акцизов, создание бездымной среды в закрытых помещениях, полный запрет на любую табачную рекламу, размещение на пачках сигарет цветных фотографических предупреждений о вреде табака для здоровья. По прогнозам этой работы, применение всех этих мер в России должно было за короткий срок снизить уровень курения как минимум вдвое.

Однако, как показал дальнейший ход событий, эти надежды на снижение уровня потребления табака населением не оправдались. Главной причиной была проводимая государством политика, которая даже после присоединения страны к РКБТ (2008) в течение пяти лет мало действовала снижению распространенности курения.

Становление табачного рынка и инвестиции

Значительную роль в формировании государственной политики, способствующей распространению курения в стране, сыграло противодействие транснациональных табачных корпораций, занимающих в 2012 г. почти 90% рынка табачных изделий. Характеризуя процесс превращения России в течение последних двадцати лет в страну с максимальными показателями распространенности курения, следует отметить, что он был закономерен. Открытие рынка страны в процессе перехода к новой экономической системе послужило для транснациональных табачных компаний (ТТК) мощным стимулом для внедрения и практически нового создания табачной промышленности в стране. Будучи третьим по величине рынком табачных изделий в мире, после Китая с миллиардным населением и сокращающегося рынка США, отечественная табачная промышленность не обеспечивала потребности населения, в стране постоянно присутствовал дефицит практически любых видов курительной продукции. Так, в 1992 г. спрос на табачные изделия был покрыт лишь на шестьдесят процентов, остальную часть рынка обеспечивали за счет импорта из других стран, главным образом, ввоз осуществлялся из Болгарии (Обзор отрасли: производство табачных изделий... 2000). Государственная монополия на табачную продукцию в РФ была ликвидирована в 1992 г., и это послужило сигналом для международных табачных корпораций к активному освоению российского рынка. Особенность формирования рынка табачных изделий в России состояла в том, что все основные транснациональные

табачные компании начали работать в стране почти одновременно. Как отмечают специалисты, все крупные производители с начала 1990-х годов делали большие вложения в строительство табачных фабрик, раскрутку новых брендов, создание широкой рекламы, маркетинга и сбыта (Tobacco Industry Profile Russia... 2010). Компания Japan Tobacco International (JTI) приступила к производству табачных изделий в России в 1992 г., в следующем, 1993 г., было создано акционерное общество закрытого типа с иностранными инвестициями Liggett-Ducat, тогда же начали свою деятельность такие производители, как Philip Morris и British American Tobacco (BAT). За несколько лет эти четыре компании заняли ведущее положение на российском рынке табачных изделий.

Между тем, опыт других стран показывает, что приход ТТК на внутренний рынок приводит к более высокой конкуренции и замене местной индустрии мощными корпорациями. Вводятся маркетинговые технологии западного образца, появляются новые более «легкие» сорта, включая специальные сигареты для женщин, используется мощная реклама табачной продукции, внедрение широкой дистрибутивной сети по распространению табачных изделий. Это ведет к масштабным изменениям в системе контроля над табачной промышленностью. Исследователи отмечают, что подконтрольная государству табачная промышленность не столь упорно, как международные корпорации, отвергает негативное влияние табака на здоровье, меньше препятствует общественным инициативам по охране здоровья и не затрудняет действие национальных законов о контроле над табачной промышленностью (Chantornvong, McCargo 2001). В странах, где такие влиятельные игроки на рынке, как транснациональные табачные корпорации, появились сравнительно недавно, в особенности там, где в табачной индустрии вращаются большие суммы денег и осуществляется политическое и финансовое давление на государственные структуры, воздействие развития табачной промышленности на здоровье, как правило, является весьма значительным. В докладе, подготовленном для Всемирной организации здравоохранения и посвященном влиянию на табачную эпидемию либерализации торговли, авторы весьма убедительно показывают, что экономическая либерализация и открытие табачного рынка для ТТК ведут к значительному увеличению потребления сигарет (Bettcher, Subramanian, Guindon 2001). Анализ формирования табачного рынка в России показывает, что все те предостережения, которые были выявлены при исследовании широкой экспансии трансна-

циональных табачных компаний в страны третьего мира, проявились в полной мере и в нашей стране.

Характеризуя первый период развития ТТК на российском рынке, Федеральная антимонопольная служба отмечает, что в начале 1990-х гг. российское правительство стремилось всячески поощрять вложения в местное сигаретное производство и создавало крайнее выгодные условия для крупных табачных инвесторов. Организация сигаретного производства в России была для западных компаний еще и баснословно выгодным бизнесом: по расчетам экспертов, 100 млн долларов США, вложенные в российскую табачную фабрику годовой мощностью 30 млрд сигарет, полностью возвращались через три года и предприятие начинало приносить до 40% чистой прибыли в валюте (Табачная отрасль... 2004). Главными факторами, снижающими себестоимость производства, явились наличие дешевой рабочей силы и низкие налоговые ставки, их величина была в несколько раз ниже, чем в странах Евросоюза, в целом это означало возможность для владельцев компаний устанавливать сравнительно низкие цены. Такие выгодные условия существования, сложившиеся на табачном рынке, приводили к стимулированию спроса и способствовали стремительному наращиванию объема производства иностранных инвесторов.

По данным специалистов, доля рынка, находящегося в распоряжении зарубежных производителей, постоянно росла. Так, в 2001 г. сигаретный рынок России на 65,1% контролировался все теми же транснациональными табачными компаниями. Под контролем компании JTI находилось 20% российского сигаретного рынка, в распоряжении компании Philip Morris была почти та же доля рынка (19,5%), BAT занимал 13,8% и Liggett Ducat — 12,3% (Russian Federation... 2001). А уже к концу следующего десятилетия международные табачные корпорации доминировали на сигаретном рынке России. В 2010 г. они владели более чем девятью десятыми всего сигаретного рынка страны, JTI занимала 37% рынка, Philip Morris International — 25%, British American Tobacco — 20% и Imperial Tobacco Group — 9%. Отечественные табачные компании быстро исчезают с рынка, их присутствие стремительно сокращается. Если в 2000 г. российские фабрики занимали более, чем одну треть рынка табака (35%), то после 2008 г. они контролируют меньше одной десятой (8%) (Российский рынок табачных изделий... 2010). Практически полный контроль над российским рынком мог осуществиться только в условиях широкой инвестиционной активности транснациональных табачных компаний.

Несмотря на отсутствие общепризнанной классификации контекстуальных переменных, воздействующих на распространенность курения, можно выделить характеристики, которые способствуют усилению табачной эпидемии в стране, к ним относится, прежде всего, быстрый рост производства за счет широкой инвестиционной активности транснациональных табачных компаний.

Уже в 1993 г., сразу после отмены государственной монополии на табачные изделия, крупнейшие иностранные корпорации, такие как Philip Morris и British American Tobacco, вложили в развитие российского рынка табака 245 млн долларов. Началась и инвестиционная деятельность менее крупных компаний. Так, Liggett Group покупает табачную фабрику «Дукат» в Москве и размещает 4 млн долл. для ее модернизации. Всего за первый год работы в новых условиях объем иностранных инвестиций в развитие табачного промышленности составил 249 млн долл. (Gilmore, McKee 2004). Сравнение количества средств, вложенных ТТК в табачную индустрию, с прямыми иностранными инвестициями (ПИИ), поступившими в Россию в 1993 г. (1211 млн долл.), показывает, что доля иностранных табачных вложений составляла одну пятую (20,6%) всех ПИИ в экономику нашей страны. Учитывая очень незначительный удельный вес табачной индустрии в общем объеме производства страны, следует заметить, что 20%, вложенных в эту отрасль, само по себе свидетельствует о высокой уверенности иностранных инвесторов в прибыльности инвестиций. Иначе говоря, даже на старте экономических реформ в России, когда перспектива промышленного производства была не ясна, зарубежные компании уверенно вкладывали свои средства в развитие табачного рынка страны. Политика нашего государства, создавшего крайне выгодные условия для крупных табачных инвесторов, вполне оправдала их надежды, к концу 2000 г. ТТК инвестировали больше 1,7 млрд долл. в развитие табачной индустрии в стране (Gilmore, McKee 2004). Доля вложений в табачную промышленность в общем объеме прямых иностранных инвестиций с 1993 г. по 2000 г. (он был равен 22 458 млн долл.) была значительно меньше, чем в 1993 г., ПИИ начали приходить и в другие отрасли. Табачные же инвестиции составляли 7,7% от всех зарубежных капиталовложений в экономику нашей страны. Производство папирос и сигарет росло очень быстрыми темпами в этот период. В 1994 г. объем производства составлял 136 млрд шт., что было ниже, чем в 1990 г. на 10%, однако с этого момента происходит постоянное наращивание выпуска курительных изделий. В 2000 г. их производство составляло 348 млрд

шт., за несколько лет табачная индустрия страны стала выпускать более чем в 2,5 раза больше папирос и сигарет (Обзор отрасли... 2000; Российский статический ежегодник 2010: 406). Рост уровня производства, имевший место в 1990-е гг., обусловленный прямыми иностранными капиталовложениями, привел к перенасыщению рынка и усилению конкурентной борьбы между производителями табачной продукции. Казалось бы, кризис перепроизводства в отрасли скажется на уменьшении общего выпуска табачных изделий, но в действительности затоваривание рынка сбыта затрагивало только российских производителей, работавших без привлечения иностранных капиталов. Особенно сильно пострадали отечественные табачные компании, которые не могли составить конкуренцию международным корпорациям. Многие местные производители сигарет и дистрибьюторы вынуждены были объявить о банкротстве. Если в середине 1990-х гг., как указывают аналитики табачного рынка, было 120 табачных производств, то к концу этого десятилетия их осталось всего 70 (Добров 2004).

Именно в это время происходил окончательный захват табачного рынка России. Даже робкие попытки ограничить ТТК посредством ряда запретов, например запрещения рекламы табака на телевидении, сопровождались активным сопротивлением представителей зарубежных компаний, заявивших, что вложения в табачную отрасль сократятся. Как показали последующие годы, эти угрозы не оправдались.

Следует заметить, что получение сведений, касающихся объема инвестиций в табачную промышленность, сопряжено с большими трудностями. Так, даже рекламное агентство, специализирующееся на продвижении брендов, в том числе и табачной продукции, отмечает, что информационная «закрытость» ТТК очень сильна. В качестве примера приводится отказ отдела по связям с общественностью в представительстве Philip Morris сообщить даже основную марку выпускаемой продукции, ссылаясь на невозможность предоставления подобной информации (Российский рынок табачных изделий... 2010). По-видимому, по этой причине информация о капиталовложениях, данная в обзоре производства табачных изделий компанией «РосБизнесКонсалтинг» (ведущая российская компания, работающая в сферах массмедиа и информационных технологий), приводит далеко не полные сведения по суммарному объему инвестиций (Обзор отрасли... 2002). А сведения представителей компаний, которые сообщали об отдельных вложениях, например по строительству в Санкт-Петербурге новой фабрики «Ижора», не дают представления о целостной картине.

Отсутствие полной и надежной информации об инвестициях в табачную отрасль заставило нас обратиться к отдельным источникам, приведенным в исследовательской литературе и данным транснациональных компаний. До 2000 г. в нашем анализе использовались наиболее полные данные, приведенные известными зарубежными специалистами А. Gilmore, М. McKee, которые в своих исследованиях опирались на ежегодные отчеты компаний, доклады по инвестициям Европейского банка Реконструкции и обзора научные исследования в этой сфере (Gilmore, McKee 2004). В последующие годы (2001–2010) анализ объема инвестиций был основан на данных трех основных производителей табачной продукции, занимавших 90% табачного рынка. В отчете каждой компании приводятся капиталовложения в экономику России за время присутствия в нашей стране. Так British American Tobacco, составляя документ о корпоративной ответственности за 2011 г., сообщает, что общие инвестиции в табачную промышленность нашей страны составили более 1 млрд долл. (Отчет о корпоративной ответственности... 2011). Philip Morris International оценивает свой вклад в развитие табачной индустрии за время своего пребывания в стране в сумму, превышающую 1 млрд долл. США (Philip Morris International. Основные факты... 2010). Japan Tobacco International (JTI) сообщает, что объем прямых инвестиций компании в развитие производства составляет 1,5 млрд долл. за период 1992 по 2011 г. (Компания JTI... 2011). Таким образом, в период с 1992 по 2011 г. капиталовложения трех иностранных инвесторов составили 3,5 млрд долл. В предшествующее десятилетие их вклад составлял 1,6 млрд долл., следовательно, можно предположить, что в течение 2000–2010 гг. вложения трех табачных корпораций составляли 1,9 млрд долл.

Сравнение первого периода, который оценивается как время завершения модернизации отрасли, с последующим, когда процесс экспансии транснациональных табачных компаний российского рынка был практически завершен, показывает, что объем инвестиций был примерно одинаков. Очевидно, что в течение 2000–2011 гг. доля капиталовложений трех зарубежных компаний табачной индустрии была значительно ниже в общем объеме ПИИ в экономику страны, их инвестиции составляли менее одного процента (0,7%), поскольку более успешно развились и другие отрасли. Однако сопоставление количества прямых иностранных инвестиций, приходящихся на душу населения страны, показывает, что до 2000 г. они составляли 11,63 долл., а в 2010 г. наблюдается повышение этого показателя до 13,08 долл. (Расчет по данным The World Bank...).

Таким образом, инвестиционная активность ТТК продолжалась в течение всего времени их пребывания в нашей стране. Естественным следствием такого положения дел было постоянное наращивание выпуска табачных изделий. Несмотря на кризис перепроизводства, отмечавшийся в 2000 г. и главным образом коснувшийся отечественных производителей, официальные данные свидетельствуют, что к 2009 г. произошло увеличение выпуска папирос и сигарет на одну пятую (19,5%), что составило 416 млрд шт.

Только в 2010 г. начинается постепенное снижение производства табачных изделий. В 2011 г. количество выпускаемых папирос и сигарет составило 395 млрд шт., что означает уменьшение выпуска относительно 2009 г. на пять процентов (Российский статистический ежегодник 2012: 404). По-видимому, сегодня можно говорить об определенной стабилизации табачного рынка России.

Делая краткий обзор правительственной политики в сфере развития табачного производства, можно отметить следующие узловые моменты. Начало было положено решением правительства от 1993 г. о создании совместных российских предприятий с транснациональными табачными компаниями и разрешении использования иностранного капитала в формировании табачного рынка страны. После дефолта 1998 г. иностранные компании не импортируют в страну табачные изделия, а полностью переходят к местному производству сигарет и других видов курительной продукции на базе расширения производственных мощностей.

Рассматривая столь значительное увеличение производства табачных изделий, следует еще раз подчеркнуть, что правительство России постоянно способствовало созданию крайне выгодных условий для крупных табачных компаний. Даже беглый обзор литературных источников показывает, что табачная промышленность получала от государства разнообразные налоговые льготы и преференции. На старте проникновения ТТК, в начале 1990-х гг., импорт оборудования для крупных иностранных табачных фабрик был оформлен как временный ввоз, то есть без должной уплаты налогов (Доклад: Табачная эпидемия в России... 2009; Восстановим государственную монополию... 2009). С этого времени льготы на приобретение оборудования для табачной индустрии предоставлялись правительством страны постоянно. В 2004 г. для снижения потребительской цены на табак была введена максимальная розничная цена на табачную продукцию, в 2009 г. было принято решение об освобождении от НДС акцизных марок на табак. Эта

политика была направлена прежде всего на усиление ценовой доступности табачной продукции без ущерба для прибыли ТТК. Создавая крайне выгодные условия для крупных табачных инвесторов на старте их деятельности, правительство и по сию пору проводит политику, направленную на их успешное существование, в том числе способствуя ценовой доступности табачной продукции для населения без ущерба для прибыли иностранных компаний. Все это, безусловно, играло активную роль в усилении инвестиционной активности ТТК.

Анализ становления производства табачной продукции за двадцатилетний период в стране, на наш взгляд, позволяет не только получить общее представление о развитии рассматриваемой отрасли в эти годы, но и выделить контекстуальные факторы, пригодные для многоуровневого анализа, позволяющего оценить влияние государственной политики на возникновение табачной эпидемии в России. В качестве такой переменной прежде всего могут служить тренды инвестиций иностранных корпораций за длительный период, начиная с 1992 г., по настоящее время.

Налогообложение и цена табачной продукции

В качестве других значимых контекстуальных факторов, согласно Рамочной конвенции по борьбе против табака, выступает установление государством высоких налогов на табачные изделия и, как следствие, изменение их доступности для потребителя. По мнению ВОЗ, рост налогов на сигареты и другую табачную продукцию — это самая эффективная стратегия борьбы с курением, способная противостоять табачной эпидемии (Доклад ВОЗ... 2008). Повышение цен на табак стимулирует у потребителей желание бросить курить, способствует предотвращению курения среди потенциальных потребителей и снижает количество потребляемого табака среди заядлых курильщиков, содействуя сокращению курения среди уязвимых слоев населения, таких как молодежь и курильщики с низким уровнем дохода (Ringel, Evans 2001).

Данные сравнительного изучения распространенности курения по странам с высоким и низким уровнем жизни показывают, что увеличение налогов на табачные изделия на 10%, как правило, обеспечивает сокращение потребления табака на 4% в странах с высоким уровнем доходов, в то время как в странах с низкими и средними материальными стандартами увеличение таких налогов на 7% приводит

к уменьшению распространенности курения на 8% (World Health Organization Effectiveness of Tax and Price... 2011). Эти результаты позволяют сделать бесспорный вывод о том, что повышение налогов является исключительно эффективным способом уменьшения доступности табачных изделий и снижения потребления табака и в нашей стране.

Оценка доступности сигарет в России за весь рассматриваемый период, с момента отмены государственной монополии на табачные изделия по настоящее время, производилась с использованием индекса относительного дохода (Relative Income Price), предложенного двумя авторами Blecher С. и van Walbeek С. (Blecher, van Walbeek 2008). Способ оценки этого показателя основывается на процентном изменении цены относительного дохода и рассчитывается как процент ВВП на душу населения, требуемый для приобретения ста пачек сигарет. Увеличение индекса означает, что со временем сигареты становятся менее доступны, в то время как уменьшение показателя указывает на то, что приобретение сигарет обходится потребителю дешевле, то есть в финансовом отношении доступ становится более легким. В первый период перехода к рынку (1991–1998) доступность сигарет падала (индекс изменялся с 4,10 до 6,42), но по мере того, как страна выходила из кризиса, экономическая политика в сфере налогообложения транснациональных табачных компаний привела к большой доступности табачных изделий для населения страны. За восемь лет рассчитываемый показатель изменился от 5,46 в 1999 г. до 2,04 в 2006 г. В течение последующих двух лет снова отмечалось незначительное повышение индекса (до 2,5 к 2008 г.), в то время как в 2010 г. он снизился до 1,9. Это означает, что доступность сигарет в отдельные временные периоды уменьшалась, но это уменьшение было связано с резким снижением денежных доходов населения в период трансформационного кризиса. То есть политика налогов на табачные изделия не носила постоянного характера, способствующего снижению потребления табака жителями страны.

Об этом же свидетельствует и сравнение роста цен на табачные изделия и уровня покупательной способности населения. Цены на сигареты, с поправкой на инфляцию, упали примерно на 40%, в период между 2000 и 2007 г., в то же время заработная плата в этот период повысилась с 12% до 15% в год. Это означает, что у россиян стало больше средств для покупок, включая сигареты. Табак становится товаром все более доступным по сравнению с продуктами первой необходимости. Так, средняя цена на сигареты повысилась на 5,8% в год в период с 2000 г. по 2005 г., в то время как цены на хлеб, молоко, мясо и общественный

транспорт повышались значительно быстрее — 13,9%, 13,3%, 17,8% и 22,1% соответственно (Ross, Shariff, Gilmore 2008). Такие же результаты приводятся и отечественными исследователями. Так, в докладе Общественной палаты отмечается, что в результате такой политики сигареты в России стоили дешевле, по сравнению со странами ЕС, где с 2001 г. по 2005 г. цены на сигареты возросли на 6,8% быстрее, чем общая инфляция. Похожая тенденция отмечалась и при сравнении с такими странами, как Бразилия, Аргентина, Турция, Грузия, Армения, Украина.

Все приведенные примеры свидетельствуют о том, что в России установлена одна из самых низких цен на табачную продукцию. И это происходит в стране, как признают, наконец, не только зарубежные специалисты, но и наши законодатели, где наблюдается одна из самых высоких в мире распространенность курения (ФЗ «Об охране здоровья населения...» 2013). Резкое повышение налогов (акцизов) на сигареты является мировым трендом, однако Россия до сих пор находится в стороне от этого процесса.

Налоги на табак в нашей стране были установлены в конце 1991 г., когда был принят Закон РФ об установлении порядка обложения акцизами ряда товаров, в том числе и табачных изделий. Анализ трендов акцизных налогов на табачные изделия, начиная с момента их становления, позволяет выделить три временных периода, в значительной мере отличающихся друг от друга. В первый период наблюдается понижение ставок акциза с целью поощрения производства (1992–2000). До 1992 г. табачная промышленность принадлежала государству и акцизных налогов на табак не было. В то время почти все отрасли экономики, включая табачные фабрики, претерпевали спад производства из-за общего экономического кризиса. Для улучшения ситуации было принято решение привлечь иностранных инвесторов, и в конце 1992 г. часть российских табачных фабрик стала совместными предприятиями, контрольный пакет которых принадлежал Транснациональным табачным компаниям. Новые участники совместного производства обещали быстро насытить табачный рынок, но требовали соответствующих условий для работы, в частности низких акцизных ставок.

Так, в рассматриваемый период размер акцизного налога рассчитывался как процент от стоимости товаров, он составлял 20% отпускной цены (Совет Министров — Правительство РФ... 1993). Установленный порядок продолжался до 1996 г., в 1997 г. был использован так называемый специфический акциз, он определялся в твердых суммах

на 1000 сигарет, вне зависимости от их стоимости. Его величина равнялась 0,21 коп., при цене 1,9 руб. за пачку сигарет с фильтром, таким образом, акциз составлял всего 10% от стоимости пачки сигарет. Предполагалось, что потери бюджета от таких низких ставок налога будут компенсированы за счет увеличения производства. В 1999 г. Россия собрала в бюджет только 2,4 млрд руб. табачных сборов, хотя производство составляло 294 млрд сигарет. Однако в 2000 г. благодаря увеличению ставки налога доходы бюджета России увеличились до 5,1 млрд руб., производство выросло до 341 млрд сигарет (Обзор отрасли... 2002).

Второй период (2001–2009) характеризовался ежегодным повышением ставок акцизного сбора на табачную продукцию. Аналитические данные показывают, что для сигарет с фильтром минимальный размер ставки увеличился с 35 до 177 руб. на 1000 сигарет, а для сигарет без фильтра — с 10 до 90 руб. (Справочная информация: «Налоговые ставки...»). В это же время начинает развиваться и совершенствоваться сама система налогообложения, в том числе и на табачные изделия. Так, с 2003 г. действует смешанная система акцизных сборов на табачную продукцию, основанная на двух составляющих. Ежегодно устанавливаются ставка специфического акциза в твердых суммах на 1000 сигарет, при этом для сигарет с фильтром и без фильтра эти твердые суммы различаются. Кроме того, устанавливается ставка адвалорного акциза, как процент от их максимальной розничной цены, ежемесячно определяемой производителем.

Наши расчеты показывают, что доля акцизов вплоть до 2007 г. для сигарет с фильтром стоимостью 7–10 рублей за пачку (что соответствовало средней цене сигарет, по данным Росстата, за период 2001–2007 гг.) составляла 10–23% от розничной цены. Она несколько увеличилась к концу этого периода. В 2008 г. акцизы для сигарет с фильтром стоимостью 12 руб. за пачку были равны 26%, а в 2009 г. — 27% (Российский статический ежегодник 2012: 673; Справочная информация: «Налоговые ставки...»). В целом, как показывает наш анализ, за девять лет акцизные ставки повысились почти в два раза, ежегодный рост акцизов составил 22%. В то же время, наблюдаются существенные вариации этого показателя в течение рассматриваемого периода. Так в 2002 г. и 2005 г. акцизы выросли примерно на 18%, в то же время 2007 г. показывает самый высокий темп роста — 36,5%. Важно отметить, что в этот временной отрезок цены на табачную продукцию значительно отставали от темпов инфляции.

Средние цены на пачку отечественных сигарет с фильтром выросли с 6,78 руб. в 2001 г. до 11,87 руб. в 2008 г., то есть на 75%. В то же время уровень инфляции за эти годы составил 262%. Если бы цены на сигареты росли в соответствии со средним уровнем инфляции, то в 2008 г. они стоили бы 17,76 руб., то есть в 1,5 раза больше реального уровня (Акцизное налогообложение в РФ... 2009). Таким образом, можно на основании конкретных данных констатировать, что цены на табачную продукцию росли значительно медленнее, чем общее удорожание потребительских товаров.

Характеризуя процессы налогообложения табачной продукции в течение этого периода, следует еще раз подчеркнуть, что повышение цен на сигареты не достигало уровня инфляции, а это значит, что проводившаяся в 2001–2009 гг. акцизная политика не содействовала сокращению потребления табака. Данные международных исследований неоднократно подтверждают, что налоговая политика способствует снижению потребления табачных изделий только в том случае, если рост цен на них превышает уровень инфляции (Van Walbeek 2003; Warren, Erguder, Lee et al. 2012).

Третий период охватывает 2010 г. и продолжается по настоящее время. Его характерной чертой является стремление, правда, не всегда удачное, проводить государственную политику, которая была бы нацелена на уменьшение курения среди граждан нашей страны. В 2008 г. Россия ратифицировала Рамочную конвенцию ВОЗ по борьбе против табака (РКБТ). В статье 6 этого документа указано: «Стороны признают, что ценовые и налоговые меры являются эффективным и важным средством сокращения потребления табака различными группами населения, особенно молодежью» (Рамочная конвенция ВОЗ... 2005). Ратифицировавшие РКБТ страны должны осуществлять меры налоговой политики в отношении табачных изделий, с тем чтобы содействовать достижению целей в области здравоохранения, направленных на сокращение потребления табака. К концу 2010 г. Россией была разработана и принята Концепция осуществления государственной политики противодействия потреблению табака на 2010–2015 гг., которая предусматривала поэтапное увеличение налога на табачные изделия. Налоги предполагалось довести до среднего уровня налогообложения стран Европейского региона Всемирной организации здравоохранения (Концепция осуществления государственной политики... 2010).

Присоединение к РКБТ и начало проведения государственной политики по борьбе с табаком послужило толчком к довольно существенному по-

вышению акцизных ставок. В 2010 г. их рост еще был невелик, темп роста составлял 22%, этот процесс скорее был продолжением предшествующего периода, а доля акциза в розничной цене сигарет мало отличалась от доли 2009 г. и была равна примерно четверти стоимости сигарет. В 2011 г. отмечаются значительные перемены: повышение акцизов составило больше 70%, такого резкого роста акцизных ставок в российском налогообложении еще не наблюдалось. Министерство финансов РФ в этом году предложило увеличить специфическую ставку акциза на сигареты с текущего уровня в 175 руб. за 1000 сигарет с фильтром до 280 руб., а также адвалорную ставку с 6,5 до 7% от розничной цены пачки. В целом налог на сигареты с фильтром составил 360 руб., а на сигареты эконом-класса (без фильтра) поднялся до 154 руб. Соответственно выросла и доля акциза в розничной цене, практически она составила одну треть (32,5%) стоимости отечественных сигарет.

Ориентиром для проведения такой политики послужили рекомендации Всемирного банка и Всемирной организации здравоохранения для стран Европейского региона. Как уже упоминалось ранее, еще в 1999 г. Всемирный банк опубликовал доклад, посвященный проблеме сдерживания табачной эпидемии мерами государственной политики, одно из первых мест в воздействии государства занимали вопросы налогообложения табачных изделий. В докладе говорилось, что в государствах, осуществляющих эффективную политику по борьбе с табаком, рекомендуется использовать такую систему налогообложения, при которой доля акцизов на сигареты должна составлять от двух третей до четырех пятых общей розничной стоимости (*Curbing the epidemic... 1999*). В странах ЕС, по рекомендации ВОЗ, доля акцизного налога в розничной цене сигарет наиболее популярной ценовой категории должна составлять не меньше 57% (*World Health Organization. Effectiveness of Tax and Price... 2011*).

Надо сказать, что продолжение политики предыдущего года (2011) распространялось и на 2012 г., доля акцизов в цене пачки сигарет была равна 33,6%. Этому способствовала позиция Минздрава по выдвижению законопроекта об охране здоровья населения от воздействия табачного дыма. В частности, в этом документе предлагалось ужесточить практику налоговых сборов в табачной промышленности. По замыслу ведомства, должно происходить законодательное закрепление ежегодного увеличения акциза на 40% по отношению к накопленной базе. Однако в 2013 г. ставка акциза составила только 28%, из которых почти четверть приходится на рост инфляции. По прогнозу Министерства

экономического развития, инфляция должна составить в этом году 6,2% (Прогноз показателей инфляции... 2012). Снижению доли акцизов в цене более чем на пять процентных пунктов и значительному уменьшению удельного веса налоговой ставки, по сравнению с предложением Минздрава, предшествовало изменение позиции Министерства финансов РФ, в которой было предложено отложить резкое повышение табачных акцизов в стране. В документе, который излагал эту точку зрения, говорилось, о том, что предложенное Минздравом повышение акцизного сбора с каждой пачки сигарет к 2014 г. с 7,8 до 20,8 рубля (рост в 2,6 раза), по расчетам сотрудников Минфина, лишь увеличит нелегальный оборот табачных изделий в стране. Кроме того, в перспективе поставит под угрозу срыва наметившийся процесс сближения акцизной политики, которая в настоящее время осуществляется государствами — участниками Таможенного союза. На основании этих доводов было рекомендовано вернуться к рассмотрению этих предложений после завершения переговорного процесса о согласовании акцизной политики в Таможенном союзе (Минфин РФ... 2012).

Такой рекомендации, судя по всему, предшествовала большая исследовательская работа, проведенная Международным центром по налогам и инвестициям (ITIC) в сотрудничестве с организацией Oxford Economics (аналитическое подразделение Оксфордского университета), посвященная политике акцизного налогообложения табачной продукции в РФ. Ориентируясь на индекс ценовой доступности сигарет (отношение цены сигарет к размеру ежедневного располагаемого дохода), исследователи показали, что если этот показатель превышает 8% ежедневного дохода потребителя, то наблюдается рост нелегального рынка. В нашей стране сегодня средний потребитель тратит на пачку сигарет примерно 5% ежедневного дохода. Однако если темпы повышения акцизов реализуются на уровне, предложенном Минздравом, — ежегодное повышение акцизов на 40%, то за шесть лет средняя стоимость пачки сигарет вырастет в 5 раз, а расходы населения на табачные изделия достигнут 12% от ежедневного дохода.

В качестве альтернативы эксперты ITIC предлагают ориентироваться на баланс между сохранением ценовой доступности сигарет и отсутствием значительного роста нелегальной торговли. В период до 2018 г. рост акцизов при таком сценарии составит 23% в год, средняя пачка сигарет подорожает в 2,5 раза, при этом расходы на табак вырастут до 6% от ежедневного дохода, а доля нелегальной торговли через пять лет не превысит 5% от общего объема рынка.

Немалый вклад в политику налогообложения России вносит деятельность транснациональных табачных компаний, которые добиваются установления минимальных ставок акцизов. После предложенного Министерством здравоохранения законопроекта в октябре 2012 г. прошло заседание Евразийской экономической комиссии, где обсуждался Проект гармонизации акцизной политики по алкогольной и табачной продукции между странами Таможенного союза (Страны — члены ТС... 2012). Принятие данного документа будет означать, что ценовая политика, касающаяся размера акцизов в России, будет напрямую зависеть от решений, которые принимаются в Казахстане и Белоруссии. Таким образом, транснациональная табачная индустрия делает попытку использования структуры Единого экономического пространства (ЕЭП) для продвижения своих интересов, не принимая в расчет причинение вреда здоровью граждан России.

По сути дела, речь идет о сохранении налоговой политики предыдущих лет, когда начиная с 2007 по 2010 г. акцизные сборы на сигареты росли примерно на 23% в год, при этом доля акцизов в розничной цене сигарет остается на уровне менее одной трети. Это значит, что такой инструмент в борьбе с курением, как повышение налогов, остается незадействованным, по крайней мере, в течение ближайших пяти лет.

Общий вывод, который содержится в представленном материале, состоит в том, что налоговая политика, осуществляемая государством на протяжении присутствия на нашем рынке транснациональным корпораций, по сию пору не содействует уменьшению распространенности курения. С точки зрения многоуровневого анализа это означает, что среди контекстуальных факторов величина налогов оказывается малозначимым предиктором уровня курения в нашей стране.

Реклама

К числу факторов, оказавших значительное влияние на распространенность табачной эпидемии, безусловно, относится и реклама табачных изделий. Не случайно Рамочная конвенция ВОЗ по борьбе против табака приравнивает рекламу к самому эффективному средству стимулирования продажи табачных изделий. Именно поэтому страны, присоединившиеся к РКБТ, должны в течение пяти лет после вступления Конвенции в силу ввести полный запрет на рекламирование табака (Рамочная конвенция ВОЗ... 2005).

Известно, что действующие до 1991 г. «Основы законодательства РСФСР об охране здоровья граждан» полностью запрещали рекламу табачных изделий в любых видах, касалось ли это средств массовой информации или наружной рекламы. Надо сказать, что в этом запрете проявлялась не только забота о здоровье граждан. Постоянный дефицит производства сигарет и других курительных изделий делала бессмысленным принятие каких-либо действий по рекламированию этой продукции.

Внедрение в российское производство транснациональных корпораций и постепенное удовлетворение потребностей в курительной продукции неизменно вели к созданию рекламного рынка в этой сфере.

Как и многие данные, касающиеся деятельности табачной промышленности, упорядоченная статистика о средствах, выделяемых на рекламу, не ведется, в лучшем случае эти сведения носят разрозненный и закрытый характер. Первые данные о рекламных бюджетах предприятий табачной индустрии, которые нам удалось обнаружить, относятся к 1997 г., по данным специалистов, размер средств, выделяемых на рекламу, составлял порядка 25 млн долл. (Стефашин 2001). Спустя три года (2000), было проведено исследование компанией Russian Public Relations Group (RPRG) наружной рекламы табака в 32 крупнейших городах России. В нее включались графическая, текстовая или иная информация, которая размещается на специальных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений. По данным, полученным в ходе изучения этого вида рекламы, его стоимость составила 30,9 млн долл., причем 30 млн долл. приходилось на транснациональные компании и 900 тыс. долл. — на табачные фабрики с российским капиталом. Эксперты считают, что основная часть рекламных бюджетов табачных компаний (не менее 70%) направлялась в двухтысячном году на наружную рекламу, следовательно, общий объем средств, затраченных на рекламу табака, составлял около 44 млн долл. (Федотов 2001).

В 2004 г. расходы табачной промышленности, связанные с рекламой табака в газетах, журналах, отдельных рекламных изданиях, достигли 60 млн долл., наружная реклама составила 90 млн долл. (удельный вес ее несколько уменьшился), то есть в целом индустрия тратила порядка 150 млн долл. на рекламу табачных изделий (Доклад: Табачная эпидемия в России... 2009; Воронцов, Добров 2004). Дальнейший рост рекламного рынка табачной продукции шел в геометрической прогрессии. Прогноз, сделанный авторами Доклада о табачной эпидемии

в России, основывался на прибылях трех наиболее мощных транснациональных компаний, действовавших на нашем рынке — ВАТ, Philip Morris и японского концерна JTJ. При этом предполагалось, что в среднем табачные компании тратят около 12% чистой прибыли на маркетинговое продвижение. В 2007 г. ВАТ получил чистой прибыли 3,64 млрд долл., Philip Morris за первое полугодие 2009 г. — 3,02 млрд долл., JTJ за II квартал 2009 г. — 452 млн долл. Исследователи экстраполировали эти данные в пересчете на годовые показатели и получили общую сумму чистой прибыли трех табачных гигантов, которая была равна 11–12 млрд долл. Следовательно, по их расчетам, прогноз бюджета на рекламу в 2009 г. составил 1,1 млрд долл. (Доклад: Табачная эпидемия в России... 2009).

Однако в 2011 г. генеральный директор ассоциации «Табакпром» В. Желнин оценивает рынок рекламы табачных изделий примерно в 500 млн долл. При этом такую же оценку дают правительственные эксперты — по их мнению, речь может идти о рынке рекламы с объемом около 15,5 млрд руб. (500 млн долл.) (Гуторова 2012). Такие расхождения в оценках, на наш взгляд, полностью соответствуют постоянно звучащим претензиям руководящих органов ВОЗ по соблюдению принципа открытости, прозрачности и точной информации, предоставляемой табачной промышленностью (Руководящие принципы ВОЗ... 2008). Закрытость, непрозрачность данных табачных компаний, касающихся величины средств, направляемых на прямую рекламу, и различных действий, связанных с продвижением табачных изделий (проведение промо-акций, бесплатная раздача сигарет, скидки на них, изготовление подарочной продукции со своими логотипами и пр.), мешают принятию эффективных мер по предупреждению маркетинговых действий, стимулирующих продажу табака.

Попытки законодательно ограничить влияние ТТК на рекламу табака вплоть до 1995 г. не имели успеха, агрессивность маркетингового продвижения табачных изделий была очевидной. Первый Федеральный закон «О рекламе» был принят 14 июня 1995 г., он ввел среди прочих положений ограничения на рекламу табачной продукции. Закон устанавливал ряд запретов, касающихся печатных средств массовой информации и электронных СМИ. Так, рекламирование табака не допускалось на первой и последней страницах газет и журналов, а телевидение и радио не могли вести рекламную деятельность таких товаров, за исключением ночных часов. Как отмечают аналитики рекламного рынка табака, первый закон о рекламе вводил очень незначительные

ограничения в рекламировании курительных изделий в период с 1992 г. до 2005 г. В результате Россия этого времени была буквально наводнена прямой рекламой табака, в том числе на телевидении (Дёмин, Дёмина, Дёмин 2012). В 2006 г. вступил в действие новый закон о рекламной деятельности, который внес ряд серьезных ограничений, касающихся рекламы табачной продукции (Федеральный закон РФ... 2006). Так, согласно этому закону, реклама табака и табачных изделий не должна была размещаться на всех видах транспортных средств, в образовательных, медицинских организациях и учреждениях культуры. Кроме ограничения прямой рекламы, вводится запрет на скрытую рекламу, в том числе так называемых зонтичных (замещающих) брендов, когда под видом одного продукта косвенно пропагандируется другой. Но наиболее радикальным средством закона 2006 г. было введение запрета на наружную рекламу, которая считается основным инструментом продвижения табачных брендов. Так, было запрещено использовать технические средства для размещения рекламных конструкций, располагаемых на крышах и стенах зданий, создание специальных сооружений в виде щитов, растяжек и пр. Интересно отметить тот факт, что, по данным Общественной палаты, табачные производители были готовы прекратить наружную и телевизионную рекламу еще в начале 1990-х гг., если бы власти приняли такое решение (Доклад: Табачная эпидемия в России... 2009: 61).

В целом можно сказать, что действующие законы не оказали сколь-нибудь значимого влияния на распространенность курения, продажа табачных изделий продолжала расти. Так, в 2006 г. (год принятия закона, ограничивающего рекламу) потребление сигарет составляло 315,4 млрд шт., в 2007 г.— 318,5 млрд шт. В целом потребление табака шло по нарастающей, и в 2012 г. (по прогнозу) эта величина должна была составить 337,5 млрд шт. сигарет (Ross, Shariff, Gilmore 2008: 12).

Такое положение дел вполне соответствовало выводам многих специалистов, которые показали, что частичные запреты на рекламу только в малой степени уменьшают потребление табака, а порой и вовсе не оказывают никакого воздействия (Laugesen, Meads 1991; Спонсорство табачными компаниями... 2012). Так, исследование, которое проводилось в 22 странах, за период с 1970 по 1992 г., показало, что только полный запрет рекламы снижает потребление табака на 6,3%. Последующее, более обширное обследование, охватившее 102 страны, обнаружило, что всесторонний запрет рекламы табачных изделий приводит к уменьшению потребления примерно на 8%, в то время как час-

тичные запреты незначительно влияют на снижение курения (всего лишь на 1%), а порой вообще не имеют какого-либо влияния (Quentin, Neubauer, Leidl et al. 2007). В обзоре, посвященном изучению полного/неполного запрета рекламы на табачные изделия в различных странах, приводятся данные с очень близкими результатами. Так, в Норвегии после введения полного запрета на рекламу и спонсорство табачными компаниями уровень распространенности курения снизился на 9%. В Канаде исследование запрета на спонсорство показало, что потребление сигарет уменьшилось на 4%, в Новой Зеландии при соблюдении тех же условий этот показатель изменился в том же направлении — на 5,5% (Willemsen, de Blij 2009).

Очевидно, что общий вывод большинства исследований состоит в том, что только всесторонний запрет на рекламу и спонсорство табачных производителей на какие-либо благотворительные программы, в том числе подающиеся под видом корпоративной социальной ответственности (КСО) предприятия, может помочь снижению табачной эпидемии. Однако наша страна только в 2013 г., приняв закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», решилась на установление полного запрета рекламы и маркетинговые действия, стимулировавшие продажу табака.

Сейчас трудно оценить, насколько быстро принятый закон будет способствовать уменьшению распространенности курения, прошло слишком мало времени для взвешенной оценки, но нужно отметить, что в тексте закона упомянуты все основные направления политики государства, которые ВОЗ считает необходимыми для преодоления табачной эпидемии. К их числу относятся установление высоких налогов на табачные изделия, запрет на курение в общественных местах, полный запрет на рекламу всех табачных изделий, постоянное распространение информации о вреде табака, усиление предупредительных мер при продаже табачных продуктов, организацию помощи курильщикам, пытающимся бросить курить. К числу прочих мер относится и создание мониторинга, и оценка эффективности реализации мероприятий, направленных на сокращение потребления табака.

Между тем эксперты с осторожностью видят будущее закона и его роль в уменьшении распространенности курения в стране (Дёмин 2013; Шаинян 2013).

Отмечая, что в законе прописаны современные требования ВОЗ, специалисты обращают внимание на то, что эти требования имеют

отношение, главным образом, к потребителю, в то время как интересы производителей новый закон практически не затрагивает. Подробный анализ принятого документа заставляет, по их мнению, считать, что иностранные табачные компании сумели нейтрализовать основные риски для своего благополучия, связанные с ратификацией Россией Рамочной конвенции, им удалось сохранить контроль при внесении соответствующих изменений в российское законодательство. Ситуация с предложением Минздрава по ежегодному увеличению налогов, проанализированная выше, на наш взгляд, подтверждает такую оценку.

Общий вывод большинства аналитиков состоит в том, что без ущемления прав табачной промышленности в законодательной сфере и усиления значимости государственной политики в области производства и распределения их продукции табачная эпидемия в России не будет остановлена.

Определенные надежды можно возложить на создание мониторинга и оценку эффективности реализации мероприятий, направленных на сокращение потребления табака. Пока эта система находится в стадии проектирования, однако важно предусмотреть, чтобы эти инструменты, по аналогии с мониторингом Всемирной организации здравоохранения (Tobacco Industry Monitoring database), включали различные показатели деятельности табачной индустрии, а не только выполнение мер, предъявляемых к потребителю (запрет на курение в общественных местах и пр.). Создание такой системы поможет получить достоверную и систематическую информацию для исследования контекстуальных факторов, в наибольшей степени влияющих на сокращение курения. К числу таких факторов относятся, прежде всего, сокращение инвестиций, вкладываемых в промышленность, увеличение акцизных ставок на табачную продукцию и соблюдение полного запрета на рекламу табака. Возможно, использование полученных данных поможет принять определенные меры по сокращению табачной эпидемии.

Заключение

Подводя некоторые итоги анализа контекстуальных переменных, значимых для распространенности табачной эпидемии в России, можно отметить следующее. Россия прошла весь путь, по которому вынуждены были пройти развивающиеся страны. Экономическая либерализация и открытие табачного рынка страны для ТТК привели

к значительному увеличению потребления сигарет. Правительство России постоянно способствовало созданию крайне выгодных условий для крупных табачных компаний, они получали от государства разнообразные налоговые льготы и преференции. Такая политика позволяла иностранным компаниям делать крупные инвестиционные вложения в развитие табачной индустрии.

Анализ налоговой политики, осуществляемой государством на протяжении всего присутствия на нашем рынке транснациональных корпораций, показывает, что величина налоговых ставок на табачную продукцию, устанавливаемая правительством, слишком мала, чтобы оказывать влияние на сокращение уровня курения в нашей стране. Цена пачки сигарет, которая в значительной мере должна складываться из размера акцизной ставки, значительно меньше той величины, которая могла бы мотивировать людей к отказу от курения. Все попытки привести налоговую политику к уровню европейских стран, успешно борющихся против курения, пока не достигают цели.

Борьба с рекламой как действенным средством уменьшения потребления табака, велась у нас в стране слишком робко. Бюджеты рекламных кампаний табачной индустрии постоянно росли, использовались различные маркетинговые действия, стимулирующие продажу табака, и только в 2013 г. в стране был законодательно установлен полный запрет на рекламу табачных изделий.

Пользуясь объяснительными возможностями многоуровневой методологии, можно предположить, что в качестве основного фактора, способствующего росту распространенности курения, выступают тренды инвестиционных вложений иностранных корпораций. Среди контекстуальных факторов величина налогов в России окажется малозначимым предиктором уровня курения в нашей стране в силу крайне низких налоговых ставок на табачные изделия. Использование переменной расходов на рекламу покажет, по всей видимости, значительное приращение объяснительных возможностей распространенности курения, по крайней мере, до нынешнего года, когда считается, что реклама и спонсорство табачных изделий в любом виде запрещены.

Источники

Акцизное налогообложение в Российской Федерации. Проблемы нынешней системы и варианты ее улучшения. 2009. URL: http://gov.cap.ru/SiteMap.aspx?gov_id=52&id=783467

- Воронцов К., Добров Д. Табачную рекламу уберут с улиц. 2004. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/518678>
- Восстановим государственную монополию на табак в России // Бюллетень гражданского общества России по защите от табачной угрозы. 2009 № 6. URL: <http://sl.rpha.ru/bulletin/65/>.
- Глобальный опрос взрослого населения о потреблении табака. Российская Федерация. Страновой отчет. 2009. URL: http://www.who.int/tobacco/surveillance/ru_tfi_gatsussian_countryreport.pdf
- Гуторова М. Возможный запрет рекламы табака: оценки и прогнозы экспертов. 2012. URL: <http://www.aif.ru/money/article/56175>
- Дёмин А. К. Тринадцать лет табачного законодательства. 2013. URL: <http://osdm.org/blog/2013/04/21/nexoroshij-zakon/>
- Дёмин А. К., И. А. Дёмина, Дёмин А. А. Россия: Дело ТАБАК. Расследование массового убийства. Первое специальное независимое расследование социально опасного бизнеса в национальных интересах: малоизвестные факты, анализ, рекомендации. Российская ассоциация общественного здоровья. М., 2012. URL: http://www.raoz.ru/book/RUS_91.pdf
- Добров Д. Пищевая промышленность 1991–2000. По страницам обзоров журнала «Коммерсант–Власть». 2004 [Электронный ресурс]. URL: http://www.whoiswho.ru/old_site/ros_otr/pp.htm
- Доклад Всемирной Организации здравоохранения. О Глобальной Табачной Эпидемии. 2008 г. URL: http://whqlibdoc.who.int/publications/2008/9789244596289_rus.pdf
- Доклад: Табачная эпидемия в России: причины, последствия, пути преодоления. Комиссия Общественной палаты Российской Федерации по социальной и демографической политике. 2009. URL: <http://www.dnv-prk.info/doc/doklad%20o%20tabakokurenii.doc>
- Компания JTI. [Электронный ресурс]. 2011. URL: <http://www.jump-jti.ru/about/>
- Концепция осуществления государственной политики противодействия потреблению табака на 2010–2015 годы. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 23 сентября 2010. URL: <http://правительство.рф/media/2010/10/1/35544/file/1563-pril.doc>
- Минфин РФ рекомендовал отложить повышение акцизов на табачные изделия. URL: <http://www.km.ru/economics/2012/11/08/ministerstvo-finansov-rf/696846-minfin-rf-rekomendoval-otlozhit-povyshenie-akts>
- Обзор отрасли: производство табачных изделий Аналитический отдел РИА. РосБизнесКонсалтинг. 2000. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/497/557/1217/tabak.doc>
- Обзор отрасли: производство табачных изделий. 2002. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/103/534/1217/tabak.doc>
- Philip Morris International. Основные факты и финансовые данные. 2010. URL: http://www.pmi.com/ru_ru/about_us/philip_morris_international_affiliates_in_russia_overview/pages/key_facts_and_financial_data.aspx

- Отчет о корпоративной ответственности «Бритиш Американ Табакко Россия». 2011. URL: <http://www.batrussia.ru/ru/csr/files/assets/seo/page14.html>
- Прогноз показателей инфляции и системы цен до 2015 г. Минэкономразвития. 2012. URL: http://mineconomikiro.ru/m5/m53/2013–2015/progniz_inflation2013.xls
- Рамочная конвенция ВОЗ по борьбе против табака. Всемирная организация здравоохранения. 2005. URL: http://whqlibdoc.who.int/publications/2003/9789244591017_rus.pdf
- Рано умирать: Проблемы высокого уровня заболеваемости и преждевременной смертности от неинфекционных заболеваний и травм в Российской Федерации и пути их решения. Международный банк реконструкции и развития/ Всемирный банк. 2006. URL: <http://socpolitika.ru/files/199/dty.pdf>
- Расчет по данным: The World Bank: Foreign direct investment. URL: <http://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD>
- Российский рынок табачных изделий: селективный обзор. М., 2010. URL: www.symbolgroup.ru/researchdemofile.php?id=127
- Российский статический ежегодник. 2010.
- Российский статический ежегодник. 2012.
- Руководящие принципы осуществления Статьи 5.3 Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака по защите политики общественного здравоохранения в отношении борьбы против табака от воздействия коммерческих и других корпоративных интересов табачной промышленности. 2008. URL: http://www.who.int/fctc/guidelines/article_5_3_ru.pdf
- Русинова Н. Л., Озерова О. В., Сафронов В. В. Курение в России: социальные различия и тенденции в 1990-е и 2000-е гг. // Социологические исследования. 2013. № 3. С. 104–113.
- Совет Министров — Правительство Российской Федерации. Постановление от 30 сентября 1993 г. № 985 об утверждении ставок акцизов по отдельным видам товаров. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=9613>
- Спонсорство табачными компаниями, стимулирования продажи и рекламы табачных изделий. Международный Союз против туберкулеза и легочных заболеваний. 2012. URL: http://www.tobaccofreeunion.org/assets/Factsheets%20Russia/TISponsorship_Factsheet_RUS.pdf
- Справочная информация: «Налоговые ставки по акцизам на подакцизные товары» (Материал подготовлен специалистами КонсультантПлюс). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52453/?frame=14
- Стефашин В. Актуальные проблемы табачного бизнеса в России // Вестник аналитики. 2001. № 4. С. 109–125.
- Страны — члены ТС гармонизируют акцизную политику 2012. URL: <http://www.moyby.com/wiki/%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%B8/>

- Табачная отрасль. 2004. URL: http://www.fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_224.html
- Федеральный закон Российской Федерации от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ ст. 23. URL: <http://www.rg.ru/2006/03/15/reklama-dok.html>
- Об охране здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака: Федеральный закон 2013. URL: <http://zakon.government.ru/laws/federalnyy-zakon-quotob/>
- Федотов А. Современное состояние рынка наружной рекламы в России. URL: <http://www.cfin.ru/press/practical/2001-01/08.shtml?printversion>
- Шаинян К. Бесполезный закон о вреде. 2013. URL <http://www.svoboda.org/content/article/24900514.html>
- Bettcher D., Subramanian C., Guindon E. Confronting the tobacco epidemic in an era of trade liberalisation. Geneva: World Health Organization. 2001.
- Blecher E., van Walbeek C. An Analysis of Cigarette Affordability. Paris: International Union Against Tuberculosis and Lung Disease; 2008. URL: <http://www.tobaccofreeunion.org/assets/Technical%20Resources/Economic%20Reports/An%20Analysis%20of%20Cigarette%20Affordability%20-%20EN.pdf>
- Chahine T., Subramanian S., Levy J. Sociodemographic and geographic variability in smoking in the U.S.: A multilevel analysis of the 2006–2007 Current Population Survey, Tobacco Use Supplement Social // Science & Medicine. 2011. Vol. 73. P. 752–758.
- Chaix B., Guilbert P., Chauvin P. A multilevel analysis of tobacco use and tobacco consumption levels in France: Are there any combination risk groups? // European Journal of Public Health. 2004. Vol. 14. P. 186–190.
- Chantornvong S, McCargo D. Political economy of tobacco control in Thailand. Tobacco Control. 2001. Vol. 10. P.48–54.
- Corsi D., Chow C., Lear S., Subramanian S., Teo K., Boyle M. Smoking in context: a multilevel analysis of 49088 communities in Canada // American Journal of Preventive Medicine. 2013. Vol. 43 (6). P. 601–610.
- Curbing the epidemic: governments and the economics of tobacco control. The World Bank. Tobacco Control. 1999. № 8. P. 196–201. URL: <http://tobaccocontrol.bmj.com/content/8/2/196.full.pdf+html>
- Gilmore A., McKee M. Tobacco and transition: an overview of industry investments, impact and influence in the former Soviet Union. Tobacco Control. 2004. Vol. 13. P. 136–142.
- Huisman M., Van Lenthe F., Giskes K., Kamphuis C., Brug J., Mackenbach J. Explaining socio-economic inequalities in daily smoking: a social-ecological approach // European Journal of Public Health. 2011. Vol. 22. No. 2. P. 238–243.
- Joossens L. The Tobacco Control Scale: a new scale to measure country Activity / L. Joossens, M. Raw // Tobacco Control. 2006. Vol. 15 (3). P. 247–253. URL: http://ec.europa.eu/health/ph_projects/2003/action1/docs/2003_1_16_frep_en.pdf

- Laugesen M.* Tobacco restrictions, price, income and tobacco consumption in OECD countries, 1960–1986 / M. Laugesen, C. Meads // *British Journal of Addiction*. 1991. Vol. 86. P. 1343–1354.
- Mackay J.* The Tobacco Atlas / J. Mackay, M. Eriksen, O. Shafey. 2nd ed. Atlanta: American Cancer Society. 2006.
- McNeill L.* Social Environment and Physical activity: A review of concepts and evidence / L. McNeill, M. Kreuter, S. Subramanian // *Social Science & Medicine*. 2006. Vol. 63. P. 1011–1022.
- Merlo J.* Contextual Influences on the Individual Life Course: Building a Research Framework for Social Epidemiology / J. Merlo // *Psychosocial Intervention*. 2011. Vol. 20. № 1. P. 109–118.
- Mohnen S.* Health-related behavior as a mechanism behind the relationship between neighborhood social capital and individual health — a multilevel analysis / S. Mohnen, B. Völker, H. Flap, P. Groenewegen // *BMC Public Health*. 2012. Vol. 12 (116). URL: <http://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/116>
- Perlman F.* Trends in the prevalence of smoking in Russia during the transition to a market economy / F. Perlman, M. Bobak, A. Gilmore, M. McKee // *Tobacco Control*. 2007. Vol. 16 (5). P. 299–305.
- Quentin W.* Advertising Bans as a Means of Tobacco Control Policy: a Systematic Literature Review of Time-Series Analyses / W. Quentin, S. Neubauer, R. Leidl, H. König // *International Journal of Public Health*. 2007. Vol. 52 (5). P. 295–307.
- Ringel J.* Cigarette taxes and smoking during pregnancy / J. Ringel, W. Evans // *American Journal of Public Health*. 2001. Vol. 91 (11). P. 1851–1856.
- Ross H.* Economics of Tobacco Taxation in Russian / H. Ross, S. Shariff, A. Gilmore. 2008. URL: http://global.tobaccofreekids.org/files/pdfs/en/Russia_tobacco_taxes_full_en.pdf.
- Russian Federation, European Region 2001. URL: http://siteresources.worldbank.org/INTETC/Resources/375990-112106769274/Russian_Federation.pdf
- Schaap M.* Effect of nation-wide tobacco control policies on smoking cessation in high and low educated groups in 18 European countries / M. Schaap, A. Kunst, J. Mackenbach // *Tackling Health Inequalities in Europe: An Integrated Approach Eurothine*. Final report. Erasmus MC University Medical Center Rotterdam. 2007. P. 352–369. (URL: http://ec.europa.eu/health/ph_projects/2003/action1/docs/2003_1_16_frep_en.pdf)
- Tobacco Industry Monitoring database. WHO. URL: <http://www.who.int/tobacco/industry/monitoring/en/>
- Tobacco Industry Profile — Russia. Campaign for Tobacco-Free Kids. 2010. URL: http://global.tobaccofreekids.org/files/pdfs/en/IW_facts_countries_Russia.pdf
- Van Walbeek C.* Tobacco excise taxation in South Africa / C. Van Walbeek. South Africa: World Health Organization. 2003. URL: www.who.int/tobacco/training/success_stories/en/best_practices_south_africa_taxation.pdf

- Vuolo M.* Placing Deviance in a Legal and Local Context: A Multilevel Analysis of Cigarette Use in the European / *M. Vuolo* // *Union Social Forces*. 2012. Vol. 90 (4). P. 1377–1402.
- Warren C.* Effect of policy changes on cigarette sales: the case of Turkey / *C. Warren, T. Erguder* // *European Journal of Public Health*. 2012. Vol. 22 (5). P. 712–716.
URL: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/2246778>
- WHO Global Report. Mortality Attributable to Tobacco. Geneva: WHO Press, 2012.
URL: http://whqlibdoc.who.int/publications/2012/9789241564434_eng.pdf
- Willemsen M.* Tobacco Advertising, GLOBALink factsheet / *M. Willemsen, B. de Blij*. 2009. URL: <http://www.rctfi.org/resources/Globalink%20Factsheets%20-%20Tobacco%20Advertising.pdf>
- World Bank Tobacco control at a glance. Washington DC, 2003. URL: <http://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/9730/231790BRI0REV110Box345620B01PUBLIC1.pdf?sequence=1>
- World Health Organization (WHO). Effectiveness of Tax and Price Policies for Tobacco Control. IARC Handbooks of Cancer Prevention in Tobacco Control. 2011. Vol. 14. Geneva.