



Bloomberg
Philanthropies



МААЛЫМАТТЫК БЮЛЛЕТЕНЬ №4

Тамеки заттарынын жөнөкөй таңгагы

«Реклама, таңгак жана баа адамдарда бул заттарды татып көрүүгө кызыгууну туудурат».

Тамеки заттарынын жөнөкөй таңгагы – тамеки заттарынын таңгактарынан рекламалык жана маркетингдик компонентин ажыратып, өкмөт талап кылган ден соолук үчүн зыяны тууралуу эскертүүлөрдү, акциздик маркаларды жана башка элементтерди калтырган туура жүргүзүлгөн саясат.

Жөнөкөй таңгак бүт түстөрдү, бренддердин сүрөттөрүн, логотип жана соода белгилерин алып салууну сунуш кылат, ошону менен бирге буюмдун аталышы, өндүрүүчүнүн аты-жөнү жана байланыш маалыматы, буюмдун, заттын саны жана өкмөт тарабынан талап кылынган маалымат жана маркирлөө (ден соолукка тийгизген кесепеттери жөнүндө эскертүүлөр, салык белгиси сыяктуу) белгиленген арипте жана өлчөмдө таңгактын сыртында же ичинде калтырылат, мында негизинен белгиленген формадагы, өлчөмдөгү жана материалдагы таңгактар жөнүндө кеп болуп жатат.

Дүйнөлүк саламаттык сактоо уюмунун (ДССУ) тамекиге каршы күрөш жөнүндө Алкактык конвенциясынын (ТККАК) 11- жана 13- беренелерин ишке ашыруунун жетектөөчү принциптерине ылайык жөнөкөй таңгакка өтүү сунушталат. ДССУ ТККАК дүйнө жүзүндөгү көпчүлүк мамлекеттер тарабынан ратификацияланган, анын ичинде Кыргыз Республикасында¹ дагы.

Жөнөкөй таңгакты киргизүү максаттары:

- тамеки заттарын тартуу жана керектөөнүн алдын алуу,
- тамеки заттарын тартуу жана керектөөдөн баш тартууну кеңири жайылтуу,
- тамеки заттарын тартуу жана керектөөнү таштаган адамдардын кайра тартып же керектей баштоосуна жол бербөө.

Бренддик таңгак – ийгиликтүү маркетингдик жүрүш

Тамеки индустриясы көптөн бери таңгакты өзүнүн өнүмдөрүн алдыга жылдыруу үчүн колдонуп келет, бул болсо негизги ийгиликтүү маркетингдик жүрүш болуп саналат. Дүйнө жүзү боюнча таңгакка байланыштуу жаңы ачылыштардын көптөгөн мисалдары бар, таңгактын өлчөмүн жана формасын өзгөртүүнү камтыган, чектелген чыгарылыштардын дизайны жана сүрөттөрү аялдар жана жаштар сыяктуу максаттуу топтордун көңүлүн бурдуруу үчүн багытталган.²

Ден соолукка тийгизген таасирлер тууралуу эскертүүлөрдөн алаксытып ишкана тарабынан бренддик сүрөт жана түс колдонулат. Кай бир бренддер ден соолукка келтирилген зыяндар туурасында эскертүүлөрдүн түсүн окшош түстө бергендиктен, пачканын жалпы дизайнына сиңип кетип эскертүүлөр анча байкалбай калат.³

Бренддик сүрөтсүз пачкалар реклама каражаты эмес жөн эле «сигареттерди салуучу кызматындагы кутулар» гана болуп калат.

¹ JT International SA v. The Commonwealth of Australia [2012] HCA 43, High Court of Australia, Order August 15, 2012, Reasons October 5, 2012.

² Beirne M. RJR gets over the « hump» with camel, 9 for women. Brandweek 2007:48:6, cited in freeman B. Charman s and Rimmer M. The case for the packaging of tobacco products. Addiction 2008: 103: 580-590; Freeman B. USA : not so pretty in pink. Tobacco Control 2007: 16(2):75-6

³ Lindorff 2008, cited in Wakefield M. Germain D and Durkin S, ibid, p.3



©Commonwealth of Australia

Оң образдарды пайда кылган тамеки таңгагынын таасиринин күчүн көрсөткөн изилдөөлөр:

- Scheffels көрсөткөндөй, «сигарет бренддери жана сигарет пачкасынын дизайны жеке мүнөздөмөсүнө, иерархиялык коомдук бирдиктүүлүккө жана социалдык ордуна байланыштуу мааниге ээ болот...».⁴
- Roper жана Shan көргөзгөндөй, бренд өспүрүм курактагылар үчүн символикалык жактан мааниге ээ, анткени ал балдарга өзүн курбуларынын компаниясынын бир бөлүгү катары сезишине шарт түзөт, ал эми аз камсыз болгон балдарга карата – аларга өздөрүнүн социалдык абалын жашырууга жардам берет.⁵

2017-жылдын апрелинде Cochrane жалпы маалымат тараткан, анда жарык көргөн изилдөөлөр тамеки керектөөчүлөргө жөнөкөй таңгактын таасирин: анын тамеки тартуунун көрсөткүчтөрүнө, тамеки тартууга кошулууга, тамекиден баш тартууну жана тамеки тартууну кыскартуусун баалаган. Изилдөөлөрдүн жыйынтыгы тамеки тартуунун жайылуу көрсөткүчүнүн төмөндөшүн күбөлөндүргөн.⁶

Жөнөкөй таңгакты киргизүүнүн максаттары төмөнкүлөр аркылуу ишке ашат:

- ✓ керектөөчүлөр үчүн тамеки заттарынын жагымдуулугун жана кызыктыруучулугун төмөндөтүү;
- ✓ тамеки заттарынын таңгагында жайгашкан тамеки тартуунун зыяндуулугу тууралуу эскертүүлөрдү көрүнүктүүлүгүн жана натыйжалуулугун арттыруу;
- ✓ керектөөчүлөрдүн тамеки заттарын чегүү жана керектөөнүн зыяндуулугу боюнча жаңылыштыктарын тамеки заттарынын таңгактарында азайтуу;
- ✓ тамеки заттарынын таңгактарынын тамеки чегүүнү рекламалоо жана демөөрчү болуу жөндөмүн жокко чыгаруу;
- ✓ тамеки тартууга карата көз караштарга, ишенимдерге ниеттерге жана жүрүм-турумга же тамеки заттарын денормалдаштырууга⁷ жагымдуу өбөлгө түзүү

Жөнөкөй таңгак жөнүндө мыйзамдардын негизги талаптары болуп төмөнкүлөр эсептелет:

- таңгак бир өңчөй, жөнөкөй жана кунарсыз болуп, демейде бозомук күрөң же жашыл өңдө болушу керек;
- пачкалардын баары стандарттык формада, өлчөмдө, жана текстурада болуп, картондон жасалышы керек;
- пачкаларда жана сигареталардын өзүндө брендинг, логотиптер жана башка рекламалык элементтер болбошу керек;
- таңгакта брендин жана өндүрүмдүн аталышы, ошону менен бирге таңгактагы өндүрүмдүн саны, өндүрүүчүнүн аталышы, бирок стандарттык размерде, өңдө жана шрифтте басылышы керек. Өкмөт тарабынан талап кылынган ден соолукка зыяндуулугу жөнүндө эскертүүлөр, акциздик маркалар жана башка элементтер калат⁸.

⁴ Scheffels J. A difference that makes a difference: young adult smokers accounts of cigarette brands and package design. Tobacco control 2008; 17:118-22 p. 121

⁵ Roper S and Shan B. Vulnerable consumers: the social impact of branding on children. Equal Opportunities International 2007; 26:7: 712-728. Cited in Hasting G and Rey J. The case for plain packaging of tobacco products. Tobacco Control 2008 (in-press).

⁶ Журнал British Medical Journal, апрель 2017г.

⁷ ИНСТРУМЕНТАРИЙ www.tobaccofreekids.org/plainpackagingtoolkit.

⁸ JT International SA v. The Commonwealth of Australia [2012] HCA 43, High Court of Australia, Order August 15, 2012, Reasons October 5, 2012.

Тамеки заттарынын жөнөкөй таңгагы интеллектуалдык менчик жөнүндө мыйзамдарды бузуу болуп эсептелеби?

Тамеки компаниялары, өздөрүнүн товардык белгилерин каттоодон өткөргөндөн кийин, алардын мындай товардык белгилерди «колдонууга укугу бар» деп ырасташат. Бирок интеллектуалдык менчик багытындагы бир дагы эл аралык келишим, катталган товардык белгилердин ээлери «колдонууга укугу бар» деп коомчулуктун жыргалчылыгы үчүн мамлекеттин ыйгарым укуктарын жөнгө салууну жокко чыгаруусун талап кылбайт.

Австралия, Франция жана Улуубританиянын тамеки компанияларынын арыздарын четке кагуу жөнүндө соттордун чечимдери бир тараптуу болгон: **жөнөкөй таңгак интеллектуалдык менчик багытында улуттук жана эл аралык ченемдик актылар боюнча мамлекеттердин мыйзамдарын да милдентенмелерин да бузбайт.** Австралиянын Жогорку соту белгилегендей, жөнөкөй таңгак таңгактоонун жана маркирлөөнүн башка талаптарынан айырмаланбайт. Эгерде тамеки заттарынын таңгагы интеллектуалдык менчик багытындагы мыйзамдарды бузуу деп эсептелсе, анда өкмөттөр башка товарларды таңгактоону жана маркирлөөнү жөнгө салууга укугу жок.

Тамеки компанияларынын ачыкка чыккан ички документтери көрсөткөндөй, 1994-жылы эле алардын жеке юристтери жана Бүткүл дүйнөлүк интеллектуалдык менчик уюму, тамеки компанияларына, жөнөкөй таңгак интеллектуалдык менчик багытында эл аралык милдентенмелерди бузбайт⁹ деген билдирүү жасашкан.

Тамеки өнөр жайынын аргументтери:	Жокко чыгаруу:
1) Бул чара тамеки тартуунун жайылуусун төмөндөтөт деген далилдер жок.	Австралияда жөнөкөй таңгакты киргизгенден кийин тамеки тартуунун жайылуусу 0,55 %га төмөндөгөнү аныкталган, бул болсо аталган чараны ишке киргизгенден 34 айдын ичинде тамеки тартуучулар 118 000 адамга кыскарганы белгиленген. ¹⁰
2) Бул чара тамекини мыйзамсыз сатууну көбөйтөт – жөнөкөй таңгактагы тамеки заттарын оңой эле жасап коюуга болот.	Жөнөкөй таңгакта жайгашкан тамеки тартуунун ден соолук үчүн зыяндуулугу тууралуу кооз, көркөм эскертүүлөр, акциздик маркалар жана жашыруун байкоо коддору калат, ошол себептен азыркы күндө колдонуп жаткан таңгакка караганда жөнөкөй таңгакты жасап коюу арзанга турбайт. ¹¹
3) Бул чара баанын арзандашына алып келет.	Австралияда жөнөкөй таңгакты киргизгенден кийин тамеки компаниялары рыноктун бардык секторлорунда өз өнүмдөрүнө бааны налогдун баасынан да жогору кылып көтөрүүнү уланта беришкен.
4) Бул башка өнүмдөр үчүн да жөнөкөй таңгакка өтүү жолундагы алгачкы кадам.	Тамеки – ал үчүн ДССУ жөнөкөй таңгакты сунуш кылган жападан жалгыз өнүм. Тамеки өнүмдөрү үчүн жөнөкөй таңгакка өткөн бир дагы мамлекетте башка өнүмдөр үчүн жөнөкөй таңгак киргизүү сунуш кылынган эмес.
5) Бренддин элементтери жаштарга тамеки тартууга түрткү бербейт.	ДССУ ТККАК жана анын беренелерин ишке ашыруу боюнча жетектөөчү принциптери тааныгандай, тамеки заттарынын таңгагы жана дизайны «рекламалоонун жана алга илгерилетүүнүн маанилүү элементтери» болуп саналат жана «таңгактын рекламалоо жана маркетингдик натыйжасын жокко чыгаруу каражаты катары» стандартташтырылган таңгакты колдонууну сунуш кылат.

⁹ http://www.smokefree.ca/pdf_1/plotagainstplainpackaging-apr1'.pdf.

¹⁰ <https://ris.govspace.gov.au/2016/02/26/tobacco-plain-packaging>