

А.К. ДЁМИН
И.А. ДЁМИНА
А.А. ДЁМИН
А.А. ДЁМИН
И.А. ДЁМИНА

РОССИЯ: ДЕЛО ТАБАК

РАССЛЕДОВАНИЕ МАССОВОГО УБИЙСТВА

ПЕРВОЕ СПЕЦИАЛЬНОЕ НЕЗАВИСИМОЕ РАССЛЕДОВАНИЕ
СОЦИАЛЬНО ОПАСНОГО БИЗНЕСА
В НАЦИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСАХ:
МАЛОИЗВЕСТНЫЕ ФАКТЫ, АНАЛИЗ, РЕКОМЕНДАЦИИ

Российская ассоциация общественного здоровья



www.raoz.ru

МОСКВА
2012 ГОД

Дёмин А.К., Дёмина И.А., Дёмин А.А., Дёмин А.А., Дёмина И.А.

Россия: дело табак. Расследование массового убийства. Первое специальное независимое расследование социально опасного бизнеса в национальных интересах: малоизвестные факты, анализ, рекомендации. Москва: Российская ассоциация общественного здоровья, 2012. – 555 с. Табл. 24, Рис. - 275, библиографический список около 2000 – 75 а.л.

Основой публикации является первое научно-практическое исследование табачной индустрии в Российской Федерации в интересах обеспечения национальной безопасности, защиты национальных интересов – здоровья и жизни населения, национальной экономики, социально-экономического развития страны.

Впервые рассмотрены и проанализированы, с позиций защиты жизни и здоровья населения, и национальной экономики, ключевые аспекты организации и деятельности табачной индустрии, включая управление, кадровое обеспечение, производство, экспортно-импортные операции, контрабанду, дистрибуцию и продажи, экономические расчеты, воздействие на государственную политику, бизнес - общество, гражданское общество, СМИ, научные разработки.

Впервые показана специфика стремительного превращения Российской Федерации после 1991 года в опорную страну глобализовавшейся, всемирной табачной индустрии. Проанализированы развитие и перспективы табачной эпидемии, ставшей ведущей причиной демографических потерь, угрожающих снижением уровня жизни населения, социальной дестабилизацией, ослаблением международной конкурентоспособности и ухудшением репутации страны.

Сделан вывод, что табачная индустрия, действующая в Российской Федерации, практически полностью представленная иностранными компаниями, с учетом последствий потребления ее продукции и эффективных методов ее продвижения, может рассматриваться как социально опасная, а ее регулирование не адекватно угрозам.

Предложены рекомендации; обоснована необходимость реализации высоких стандартов Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака, ратифицированной Российской Федерацией в июне 2008 года, денормализации табачной индустрии на базе ее мониторинга и обеспечения прозрачности.

Обоснован переход к государственной монополии на табак под контролем Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации и гражданского общества, с последующей поэтапной делегализацией табака.

Разработанный под руководством профессора А.К. Дёмина оригинальный методический подход может быть использован для поиска путей регулирования деятельности социально опасных индустрий в национальных интересах, защиты общественного здоровья, демографии, социального развития и экономики Российской Федерации.

Для участников политической и законодательной деятельности всех уровней, высшего управленческого персонала, сотрудников органов здравоохранения, образования, социальной защиты населения, политологов, маркетологов, бизнес-аналитиков, экономистов, правоведов, историков, специалистов по корпоративной социальной ответственности, связям с общественностью, связям с регулирующими органами, рекламе, учащихся, студентов и аспирантов, сотрудников средств массовой информации, предпринимателей и представителей гражданского общества, религиозных конфессий, всех заинтересованных в защите общественного и личного здоровья, своих детей и родных от табачной угрозы.

Для справок: www.raoz.ru Отзывы, предложения, запросы: info@raoz.ru

При использовании материалов ссылка обязательна.

ББК (Р) 51.1 (2) 5

© А.К. Дёмин, И.А. Дёмина, А.А. Дёмин, А.А. Дёмин, И.А. Дёмина, 2012.

© Издательство Российской ассоциации общественного здоровья, 2012.

© Ирина Андреевна Дёмина, оформление, рисунки 2012.

СОДЕРЖАНИЕ

ЧАСТЬ 1. ВВЕДЕНИЕ.

Глава 1.1. Дело табак. Табачная газовая камера в России.....	6
Глава 1.2. Цель, задачи, методы расследования, источники информации.....	11
Глава 1.3. Подход к расследованию индустрии в интересах защиты человека, общества и государства,	13
Глава 1.4. Применения и распространение полученных результатов.....	13

ЧАСТЬ 2. ДЕНОРМАЛИЗАЦИЯ ТАБАЧНОЙ ИНДУСТРИИ – МАГИСТРАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ ТАБАЧНОЙ ЭПИДЕМИИ В МИРЕ.

Глава 2.1. Противодействие табачной эпидемии и денормализация табачной индустрии в развитых странах.	16
Глава 2.2. Рамочная конвенция Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака и денормализация табачной индустрии.....	31
Глава 2.3. Противодействие табачной эпидемии и денормализация табачной индустрии в России.	
2.3.1. Развитие табачной эпидемии до 1917 года.....	39
2.3.2. Советский период, 1917-1991 годы.....	46
2.3.3. В Российской Федерации, после 1991 года.....	61
2.3.3.1. До принятия РКБТ ВОЗ, 1991 - 2003 годы.	62
2.3.3.2. Между принятием РКБТ ВОЗ и присоединением России к Конвенции, 2003 - 2008 годы.	95
2.3.3.3. После присоединения России к РКБТ ВОЗ в 2008 году.	114

ЧАСТЬ 3. ПОТРЕБЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ ТАБАЧНОЙ ИНДУСТРИИ – ВЕДУЩАЯ ПРИЧИНА ПОТЕРЬ НАСЕЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ В РОССИИ.

Глава 3.1. Потери жизни и здоровья населения и экономический ущерб от потребления продукции табачной индустрии.	150
Глава 3.2. Особенности потребления продукции табачников.	160
Глава 3.3. Социальный портрет жертвы - потребителя продукции табачной индустрии.....	165
Глава 3.4. Причины мирового лидерства России по потреблению продукции табачной индустрии.	167
3.4.1. Превращение в опорную страну глобальной табачной индустрии.....	167
3.4.2. Нарастание предложения табачной продукции населению.....	167
3.4.3. Воздействие табачной индустрии на законодательство.	167
3.4.4. Доступность продукции табачной индустрии и маркетинговая активность.....	168
3.4.5. Криминализация табачной индустрии.	169
3.4.6. Социально-культурная приемлемость потребления продукции табачной индустрии.	169
3.4.7. Взаимное усиление табачной и алкогольной зависимости.	169
3.4.8. Недостатки профилактики и помощи людям, зависимым от продукции табачной индустрии.	170
Глава 3.5. Дезинформация, распространяемая табачной индустрией и её союзниками.	173
3.5.1. О «политических рисках» противотабачных мер.	174
3.5.2. О «больших расходах» на избавление от табака.....	174
3.5.3. О «выгодности» табачной индустрии.	174
3.5.4. Об «отечественности» иностранной табачной индустрии.	175
3.5.5. О «правдивости и законопослушности» табачной индустрии.	175
3.5.6. О «саморегулировании» табачной индустрии.	176
3.5.7. О «свободе выбора».	176
3.5.8. О «качестве» продукции табачной индустрии.	176
3.5.9. О «безвредности» продукции табачной индустрии.	177
3.5.10. О «легком» избавлении от зависимости от продукции табачной индустрии.	178
3.5.11. О «борьбе» табачной индустрии с подростковым курением.	179
3.5.12. О «связи» потребления табака с бедностью и стрессом.....	180
3.5.13. Об «исторических корнях» потребления табака в России.....	180
3.5.14. Другие виды дезинформации, вероятно, выгодные табачной индустрии.	180

ЧАСТЬ 4. ОРГАНИЗАЦИЯ И ЭКОНОМИКА ТАБАЧНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ.

Глава 4.1. Структура и управление.....	182
4.1.1. Ведущие табачные компании.	182
4.1.1.1. Japan Tobacco International.....	183
4.1.1.2. Philip Morris International.	188

4.1.1.3. British American Tobacco	195
4.1.1.4. Imperial Tobacco Group plc.	198
4.1.1.5. KT&G Corporation.	200
4.1.1.6. Bulgartabac.	203
4.1.1.7. Местные табачные компании. Донской табак.....	203
4.1.2. Иностранная табачная индустрия подконтрольна иностранным влияниям.	204
4.1.3. Россия как площадка для управления глобальной табачной индустрией.	207
Глава 4.2. Кадровое обеспечение табачной индустрии.	
4.2.1. Занятость в табачной индустрии.	210
4.2.2. Отбор, подготовка и продвижение сотрудников.	211
4.2.2.1. Принципы отбора сотрудников.	212
4.2.2.2. Процедуры отбора сотрудников.	213
4.2.2.3. Иерархия и карьера.	221
4.2.2.4. Оплата труда и социальный пакет.	223
4.2.2.5. Воспитание лояльности.	225
4.2.2.6. Трудовые конфликты и неудовлетворенность работников.	227
4.2.3. Управление талантами.	230
Глава 4.3. Производство табачной продукции в России.	
4.3.1. Место России в глобальном производстве.	233
4.3.2. Примитивность табачного производства.	234
4.3.3. Нарращивание производства и предложения продукции табачной индустрии.	238
4.3.4. Секретный состав продукции табачной индустрии.	240
4.3.5. Фальшивая «легкость» продукции табачной индустрии.	244
Глава 4.4. Экспорт, импорт, контрабанда табачного сырья и продукции, дистрибуция и реализация табачной продукции.	
4.4.1. Как «построили» госграницу России.	246
4.4.2. Ведущая роль России в мировой контрабанде продукции табачной индустрии.	248
4.4.3. Дистрибуция продукции табачной индустрии.....	252
4.4.4. Реализация табачной продукции.	255
4.4.5. Участие «Почты России»	259
Глава 4.5. Экономика табачной индустрии в России.	
4.5.1. Ложь о «выгодности» табачной индустрии для экономики.	259
4.5.2. Экономическая мощь табачной индустрии.	260
4.5.3. В какие страны текут доходы табачной индустрии.....	261
4.5.4. Сверхприбыльность табачной индустрии.	263
4.5.5. Табачная и алкогольная эпидемии в России как последствия региональных экономических проектов.....	267
4.5.6. Экспансия иностранного табачного бизнеса в России.	269
4.5.7. Налоговые льготы и преференции табачной индустрии.	274
4.5.8. Экономия на налогах и штрафах.	276
4.5.9. Акцизная политика и ценообразование.	279
4.5.10. Двойные стандарты стран – баз глобальной табачной индустрии.	290
ЧАСТЬ 5. ДЕЙСТВИЯ ТАБАЧНОЙ ИНДУСТРИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ СВОИХ ИНТЕРЕСОВ И ПРОДУКЦИИ.	
Глава 5.1. Реклама и маркетинг табачной индустрии.	293
5.1.1. Рекламные цели и запреты на рекламу.	294
5.1.2. Нарушения законодательства.	296
5.1.3. Основные подходы к продвижению интересов и продукции.	302
5.1.4. Креативные концепции.	304
5.1.5. Брендинг.	307
5.1.6. «Забота» о потребителе.	310
5.1.7. Битва за упаковку.	321
5.1.8. Реклама в местах продаж.	327
5.1.9. Промо-акции.	329
5.1.10. Роль средств массовой информации.	333
5.1.11. Корпоративный имидж.	343
5.1.12. Блокирование эффективной социальной рекламы.	358
Глава 5.2. Связи с Российскими государственными регулирующими органами.	
5.2.1. Основные факторы, способствующие развитию связей с регулирующими органами.....	370
5.2.2. От совместных предприятий – к захвату рынка.	374
5.2.3. От дефицита к превращению России в мировой центр табачной индустрии.	388

5.2.4. Манипулирование внутренним законодательством.	389
5.2.5. Использование России при подготовке РКБТ ВОЗ.	397
5.2.6. Подрыв процесса РКБТ ВОЗ в России.	406
5.2.7. Использование авторитета России в регионе СНГ.	427
5.2.8. Консультирование Правительства России.	431
5.2.9. Использование авторитета государственных регулирующих органов.	434
5.2.10. Проникновение в государственные регулирующие органы.	439
5.2.11. Спонсирование силовых структур.....	444
Глава 5.3. Использование Российского бизнес-сообщества.	
5.3.1. Проникновение в объединения предпринимателей.	447
5.3.2. «Кремлёвские поставки».	451
5.3.3. Доминирование в рекламе.	453
5.3.4. Срачивание с профессионалами по связям с общественностью.	454
Глава 5.4. Использование гражданского общества и культуры, СМИ, спорта.	
5.4.1. Внедрение в иерархию гражданского общества.	457
5.4.2. Проникновение табачников в гражданское общество	460
5.4.3. Деятельность через различные организации.	467
5.4.4. Перехват иностранной гуманитарной помощи России.....	490
5.4.5. Использование различных методов.....	493
Глава 5.5. Методы использования экспертного сообщества, исследований.	496
5.5.1. Маркетинговые исследования Российских детей.	497
5.5.2. Институт имени Е.Т. Гайдара.	499
5.5.3. Продвижение «легких» сигарет.	505
5.5.4. «Социологические изыскания».	508
5.5.5. Связи с государственными регулируемыми органами и общественностью.	512
ЧАСТЬ 6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ.	
Глава 6.1. Эффективные противотабачные меры и выгоды денормализации.	517
Глава 6.2. Страхи и действия табачной индустрии.	518
Глава 6.3. Законодательство по мониторингу и денормализации табачной индустрии.	522
БЛАГОДАРНОСТИ.	531
ОБ АВТОРАХ.....	532
ДЕКЛАРАЦИЯ ОБ ОТСУТСТВИИ КОНФЛИКТА ИНТЕРЕСОВ.	534
ENGLISH SUMMARY	535
Именной указатель	536
Перечень приложений.....	547
TABLE OF CONTENTS.....	550