**TRUNG TÂM KINH TẾ VÀ PHÁT TRIỂN CỘNG ĐỒNG**

**BÁO CÁO KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

**THỰC TRẠNG KIẾN THỨC, THÁI ĐỘ, THỰC HÀNH CỦA CÁC CHỦ CỬA HÀNG BÁN LẺ THUỐC LÁ VỀ CÁC QUY ĐỊNH CẤM QUẢNG CÁO VÀ KHUYẾN MẠI THUỐC LÁ TẠI 5 THÀNH PHỐ TRỰC THUỘC TRUNG ƯƠNG, NĂM 2017**

**Hà Nội, 9/2017**

1. **ĐẶT VẤN ĐỀ**

Khoản 2 Điều 25 của Luật Phòng chống tác hại của thuốc lá (PCTHTL) quy định “Không được bán thuốc lá phía ngoài cổng nhà trẻ, trường mẫu giáo, trường tiểu học, trung học cơ sở, phổ thông trung học, viện nghiên cứu y học, bệnh viện, nhà hộ sinh, trung tâm y tế dự phòng, trạm y tế xã, phường, thị trấn trong phạm vi 100 mét (m) tính từ ranh giới khuôn viên gần nhất của cơ sở đó”. Nếu quy định này được thực thi nghiêm, học sinh các cấp cũng như bệnh nhân và người nhà bệnh nhân sẽ được bảo vệ khỏi việc phơi nhiễm với các sản phẩm thuốc lá cũng như từ các hoạt động trưng bày các sản phẩm thuốc lá tại điểm bán, các hoạt động quảng cáo, khuyến mại, tiếp thị các sản phẩm thuốc lá tới người tiêu dùng của ngành công nghiệp thuốc lá.

Thực tế cho thấy tại Việt Nam, việc thực hiện quy định tại Khoản 2, Điều 25 của Luật PCTHTL nói riêng và các quy định trong Luật PCTHTL nói chung chưa tốt. Đánh giá nhanh của Trường Đại học Y tế công cộng cho thấy quanh khu vực các điểm cấm bán các sản phẩm thuốc lá như nhà trẻ, trường mẫu giáo, trường tiểu học, trung học cơ sở, trung học phổ thông và các cơ sở y tế vẫn tồn tại các cửa hàng tạp hóa có bán thuốc lá, các điểm bán thuốc lá v.v. Như vậy, nguy cơ trẻ em, bệnh nhân và người nhà bệnh nhân tiếp xúc với thuốc lá là hoàn toàn hiện hữu. Các nghiên cứu về các vi phạm của các điểm bán lẻ thuốc lá tại Việt Nam đã được thực hiện bởi Trường Đại học Y tế công cộng cũng cho thấy tỉ lệ vi phạm các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá tại các điểm bán lẻ thuốc lá trên toàn quốc khá cao. Tỉ lệ vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút/một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá tại các điểm bán lẻ là cao nhất. Kết quả thu thập dữ liệu từ hơn 1.900 điểm bán lẻ thuốc lá tại 10 tỉnh/thành phố ở Việt Nam cho thấy, năm 2015 vẫn còn 40,1% điểm bán lẻ vi phạm quy định cấm quảng cáo thuốc lá và tỷ lệ này có xu hướng gia tăng so với trước khi có Luật PCTHTL. Có 86,9% điểm bán vi phạm các quy định về trưng bày thuốc lá như trưng bày quá 1 bao/1 tút/1 hộp của một nhãn hiệu thuốc lá hay không treo biển thông báo không bán thuốc lá cho người dưới 18 tuổi. Tỷ lệ điểm bán có hoạt động khuyến mại thuốc lá khá thấp, chỉ chiếm khoảng 1,6 % (Lê Thị Thanh Hương và cộng sự, 2016).

Ngành công nghiệp thuốc lá chi hàng tỷ đô la mỗi năm cho các hoạt động tiếp thị sản phẩm thuốc lá nhằm tác động vào thái độ và hành vi sử dụng thuốc lá của người tiêu dùng theo nhiều cách như đưa ra các thông tin sai lệch về tác hại của thuốc lá, các chiêu thức bán hàng, khuyến mại và sử dụng những hình ảnh quyến rũ, hào nhoáng nhằm làm yếu đi tác dụng của các cảnh báo sức khỏe trên vỏ bao thuốc. Hoạt động quảng cáo, khuyến mại và tài trợ (QKT) thuốc lá còn thu hút những người hút mới đặc biệt là thanh thiếu niên, làm tăng mức độ sử dụng của những người đang hút, làm giảm quyết tâm bỏ thuốc, khuyến khích người bỏ thuốc hút thuốc trở lại. Các nghiên cứu ở Mỹ đã cho thấy 34% các trường hợp thử hút thuốc ở thanh thiếu niên California được quy cho các hoạt động khuyến mại thuốc lá (K. Michael Cummings et al.,1991). Thông qua các hoạt động QKT thuốc lá, ngành công nghiệp thuốc lá cố gắng tạo dựng một môi trường mà ở đó thuốc lá là một sản phẩm bình thường và hành vi hút thuốc lá được xã hội chấp nhận. Cấm hoàn toàn QKT thuốc lá được chứng minh là làm giảm lượng tiêu thụ. Một nghiên cứu trên 22 quốc gia có thu nhập cao kết luận rằng cấm hoàn toàn QKT thuốc lá làm giảm lượng tiêu thụ thuốc lá đến 6,3% (Tobacco Free Kids, 2010). Một nghiên cứu tại Anh năm 2004 chỉ ra những người đang hút thuốc mà không bị tác động của quảng cáo thuốc lá có xu hướng bỏ thuốc cao hơn 1,5 lần so với những người bị tác động của quảng cáo thuốc lá (SEATCA, 2008). Một nghiên cứu trên 102 quốc gia chỉ ra quy định cấm QKT nửa vời chỉ giảm được 1% mức tiêu thụ so với gần 9% ở quốc gia có quy định cấm toàn diện (Tobacco Free Kids, 2010).

Bên cạnh các nguyên nhân từ phía những đơn vị thực thi Luật, việc tỷ lệ vi phạm cao tại các điểm bán là nhận thức kém của các cửa hàng bán lẻ và chủ các điểm bán về quy định cấm quảng cáo khuyến mại và tài trợ thuốc lá. Qua quá trình tiến hành các nghiên cứu về QKT thuốc lá, nhóm nghiên cứu nhận thấy có nhiều trường hợp, người chủ cửa hàng không biết là quảng cáo thuốc lá hay bán thuốc lá trong phạm vi bán kính 100m tính từ khuôn viên cơ sở y tế/giáo dục mầm non/phổ thông là vi phạm pháp luật. Họ chỉ biết là được công ty thuốc lá cho tủ, kệ miễn phí và họ sử dụng để bày bán thuốc lá và các sản phẩm tiêu dùng khác. Trên cơ sở đó, nhóm nghiên cứu đề xuất cần thực hiện nghiên cứu “Thực trạng vi phạm khoản 2 Điều 25 Luật PCTHTL và những yếu tố ảnh hưởng tới việc thực thi quy định này tại 5 thành phố trực thuộc trung ương tại Việt Nam năm 2017” nhằm xây dựng những khuyến nghị hướng tới giảm thiểu tỷ lệ vi phạm quảng cáo và khuyến mại mặt hàng thuốc lá tại điểm bán, góp phần làm giảm tỷ lệ ngưới hút thuốc lá mới. Đồng thời, nghiên cứu cũng kỳ vọng xác định được tỷ lệ của hàng bán vi phạm quy định cấm bán thuốc lá bên ngoài các cơ sở y tế và giáo dục mầm non, phổ thông trong phạm vi 100m tính từ ranh giới khuôn viên gần nhất của cơ sở đó theo khoản 2 Điều 25 Luật Phòng chống tác hại thuốc lá, thông qua đó góp phần giảm phơi nhiễm của các đối tượng học sinh và bệnh nhân, người nhà bệnh nhân với các sản phẩm thuốc lá. Thông qua những bằng chứng khoa học, nghiên cứu kỳ vọng sẽ góp phần vào quá trình vận động thực thi các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá phù hợp với Luật và chính sách tại Việt Nam, cũng như vận động cho việc thực thi nghiêm quy định cấm bán thuốc lá bên ngoài các cơ sở y tế, giáo dục mầm non/phổ thông trong phạm vi 100m tính từ điểm gần nhất của ranh giới đó.

Nghiên cứu được thực hiện sẽ cung cấp những bằng chứng khoa học góp phần định hướng cho các can thiệp hướng tới các chủ cửa hàng kinh doanh thuốc lá nhằm tăng cường hiệu quả của việc thực thi Luật Phòng chống tác hại thuốc lá. Bên cạnh đó, nghiên cứu đồng thời cung cấp các bằng chứng khoa học toàn diện hơn về liên quan đến thực thi Luật phòng chống tác hại thuốc lá.

Không chỉ mang tính kế thừa, các kết quả của nghiên cứu này sẽ đóng góp những thông tin mới và có giá trị để hỗ trợ cho việc đánh giá, vận động chính sách về phòng chống tác hại của thuốc lá (PCTHTL) ở Việt Nam. Việc lập bản đồ các cơ sở bán lẻ vi phạm Khoản 2, Điều 25 Luật Phòng chống tác hại của thuốc lá là một hướng nghiên cứu hoàn toàn mới, chưa từng được thực hiện ở Việt Nam trong lĩnh vực PCTH của thuốc lá Đồng thời, các nghiên cứu trước đây mới chỉ dừng lại ở việc thống kê được loại hình cửa hàng bán lẻ thuốc lá vi phạm các quy định về cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá ở Việt Nam mà chưa khai thác kiến thức, thái độ, thực hành của chủ cơ sở bán lẻ thuốc lá về quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá yếu tố và rào cản trong thực thi quy định này từ phía chủ cơ sở bán lẻ thuốc lá. Chính vì vậy những thông tin này sẽ góp phần đề xuất các khuyến nghị khả thi nhằm thực hiện tốt hơn các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại Việt Nam theo qui định tại Luật PCTHTL và Luật Quảng cáo.

1. **MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU**
2. Mô tả kiến thức, thái độ và thực hành của các chủ cửa hàng bán lẻ thuốc lá về các quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá tại 5 thành phố trực thuộc Trung ương, năm 2017.
3. **PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**
4. **Đối tượng nghiên cứu**

* Các chủ cửa hàng bán lẻ thuốc lá trong bán kính 100m đối với các cơ sở giáo dục và y tế tại 5 thành phố trực thuộc Trung ương

1. **Thời gian, địa điểm nghiên cứu**

* Thời gian nghiên cứu: 7-8/2017
* Địa điểm: Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh, Cần Thơ

1. **Thiết kế nghiên cứu**

Nghiên cứu mô tả cắt ngang, sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng

1. **Cỡ mẫu và chọn mẫu**
   1. ***Cỡ mẫu***

* Sử dụng công thức tính cỡ mẫu áp dụng cho mẫu đơn 1 tỷ lệ

|  |  |
| --- | --- |
| * p = 8% (dựa trên kết quả nghiên cứu *“Hướng tới một Việt Nam không có quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá”, 2009-2011”*, tỷ lệ vi phạm là 92%) * Độ tin cậy = 0.05, Z(1-α/2)= 1.96 * Sai số cho phép d = 0.05 * Hệ số thiết kế D = 2 | Thay vào công thức, số mẫu cần lấy ở mỗi tỉnh là 252 chủ cửa hàng, dự trù 10% không trả lời, phiếu lỗi, cỡ mẫu mỗi thành phố là 277 chủ cửa hàng.  Cỡ mẫu cho mục tiêu 2 ở toàn bộ nghiên cứu là 277 x 5 thành phố = **1.385** chủ cửa hàng bán lẻ. |

* 1. ***Chọn mẫu***

Trên cơ sở danh sách 3.750 cửa hàng bán lẻ thuốc lá trong phạm vi bán kính 100m đối với các cơ sở giáo dục và y tế tại 5 thành phố trực thuộc Trung ương, lựa chọn các chủ cửa hàng để tiến hành phỏng vấn tìm hiểu kiến thức, thái độ và thực hành của họ liên quan đến quảng cáo, khuyến mại thuốc lá theo phương pháp ngẫu nhiên hệ thống với bước nhảy k = N/n với N là tổng số cửa hàng được chọn theo mục tiêu 1 tại mỗi tỉnh = 750; n = số mẫu cần thiết để tìm hiểu mục tiêu 2 = 277; bước nhảy k = 3.

1. **Các chỉ số đánh giá**

* Thông tin chung, nhân khẩu học, kinh tế, văn hóa xã hội của chủ cửa hàng bán lẻ thuốc lá: Tuổi, giới, trình độ học vấn, thành phần gia đình, giấy phép kinh doanh.
* Thông tin về kiến thức liên quan đến quy định cấm QKT thuốc lá của chủ cửa hàng bán lẻ thuốc lá (các quy định cấm theo luật phòng chống tác hại thuốc lá liên quan đến quảng cáo, khuyến mãi, các kiến thức liên quan đến mức xử phạt nếu vi phạm các quy định cấm).
* Thông tin về thực hành liên quan đến việc thực thi quy định cấm QKT thuốc lá của chủ cửa hàng bán lẻ thuốc lá. (việc thực thi các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá).

1. **Phương pháp thu thập số liệu**

* Số liệu định lượng được thu thập thông qua bộ câu hỏi phỏng vấn kết hợp quan sát đối với 1385 chủ cửa hàng được chọn trên địa bàn 5 thành phố nghiên cứu.

1. **Xử lý số liệu**

* Số liệu được làm sạch bởi nhóm nghiên cứu, nhập liệu thông qua phần mềm Epidata 3.1.
* Phân tích số liệu bằng phần mềm SPSS IBM 20.0, số lượng được phân tích theo các mục tiêu được đề ra của nghiên cứu. Kiểm định thống kê Chi square được sử dụng để phân tích sự khác biệt về thực trạng kiến thức, thái độ, thực hành của các chủ cửa hàng thuốc lá tại các thành phố nghiên cứu.

1. **Đạo đức nghiên cứu**

Nghiên cứu được thông qua Hội đồng Đạo đức của Trường Đại học Y tế công cộng thông qua. Các đối tượng nghiên cứu sẽ được các điều tra viên giải thích rõ về mục đích của nghiên cứu và việc tham gia nghiên cứu của họ là hoàn toàn tự nguyện, không mang tính ép buộc. Trong quá trình điền phiếu hoặc trả lời phỏng vấn theo bộ câu hỏi hoặc phỏng vấn sâu, nếu các đối tượng nghiên cứu cảm thấy không thoải mái, họ hoàn toàn có quyền từ chối trả lời tiếp và ngừng tham gia bất cứ lúc nào. Thông tin do đối tượng nghiên cứu cung cấp được bảo mật, đảm bảo tính khuyết danh và chỉ được sử dụng cho mục đích nghiên cứu.

1. **KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**
   1. ***Thông tin chung của đối tượng nghiên cứu***

Nghiên cứu được thực hiện với 1385 đối tượng là chủ cửa hàng bán lẻ thuốc lá tại 5 thành phố Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Hồ Chí Minh, Cần Thơ. Đa số chủ cửa hàng bán lẻ thuốc lá trong nghiên cứu có độ tuổi từ 25 – 49 tuổi (chiếm trên 50%). Các chủ cửa hàng có độ tuổi dưới 15 tuổi chiếm tỷ lệ nhỏ (dưới 4%), còn lại nằm trong độ tuổi từ 50 tuổi trở lên. Phần lớn các chủ cửa hàng là nữ giới (trên 70%). Trình độ học vấn cao nhất của đa số các chủ cửa hàng ở 5 thành phố là Trung học cơ sở và Trung học phổ thông, chỉ có một số ít các chủ cửa hàng không biết chữ dưới 2%.

*Bảng 1: Thông tin về tuổi, giới, trình độ học vấn của các chủ cửa**hàng*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Hà Nội  (%) | Hải Phòng  (%) | Đà Nẵng  (%) | Hồ Chí Minh (%) | Cần Thơ (%) | p |
| Tuổi | < 25 tuổi | 3,6 | 2,9 | 3 | 4 | 2,9 | ***p>0,05*** |
| 25 – 49 | 63,2 | 50,9 | 61,5 | 62,4 | 60,2 |
| >50 tuổi | 33,2 | 46,2 | 35,6 | 33,6 | 36,9 |
| Giới | Nam | 22,7 | 22,7 | 17 | 19,9 | 20,9 | ***p>0,05*** |
| Nữ | 77,3 | 77,3 | 83 | 80,1 | 79,1 |
| Học vấn | Không biết chữ | 1,1 | 1,8 | 1,5 | 1,8 | 1,5 | ***p>0,05*** |
| Tiểu học | 9,3 | 9,5 | 10,2 | 10,9 | 9,6 |
| THCS | 36,2 | 35 | 35,8 | 36,9 | 35,1 |
| THPT | 35,1 | 36,1 | 36,2 | 36,5 | 38,4 |
| Trên THPT | 18,3 | 17,5 | 16,2 | 13,9 | 15,5 |

Qua bảng trên cho thấy, tuổi, giới, trình độ học vấn tại 5 thành phố không có sự khác biệt (p>0,05), hay không có sự khác biệt về tuổi, giới, trình độ học vấn của các chủ cửa hàng tại 5 thành phố.

* 1. ***Kiến thức của chủ cửa hàng về các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá***

1. ***Kiến thức về luật phòng chống tác hại thuốc lá***

Tỉ lệ các chủ cửa hàng tại 5 thành phố biết về luật phòng chống tác hại thuốc lá cao 89,5%. Trong đó, Thành phố Hồ Chí Minh là có tỉ lệ cao nhất 98,6%; thành phố Hà Nội có tỉ lệ thấp nhất 80,5%. Sự khác biệt về tỉ lệ chủ cửa hàng ở mỗi thành phố biết về luật phòng chống tác hại thuốc lá là có ý nghĩa thống kê (p<0,001).

**Biểu đồ 1: Tỷ lệ chủ cửa hàng biết đến Luật Phòng chống tác hại thuốc lá**

**tại 5 thành phố (%)**

**Biểu đồ 2: Các nguồn thông tin chủ cửa hàng nghe được về Luật PCTHTL tại 5 thành phố**

Biểu đồ 2 cho thấy, nguồn cung cấp thông tin chủ yếu cho các chủ cửa hàng về Luật PCTHTL là qua tivi, báo đài, tiếp theo đó là các hình thức tờ rơi, sách mỏng, pano, áp phích, băng rôn, cán bộ thanh tra, quản lý thị trường.

1. ***Kiến thức của chủ cửa hàng về các hành vi bị cấm và hình thức xử phạt trong quảng cáo, khuyến mại thuốc lá***

Luật PCTHTL đã quy định*: “Quảng cáo, khuyến mại thuốc lá; tiếp thị thuốc lá trực tiếp tới người tiêu dùng dưới mọi hình thức là hành vi bị nghiêm cấm”* (Điều 9). Luật Quảng cáo 2012 cũng quy định thuốc lá là một trong những sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo (Điều 7). Mặc dù tỉ lệ các chủ cửa hàng đã nghe về luật phòng chống tác hại thuốc lá rất cao nhưng tỉ lệ biết về quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá lại không cao. Trong đó, tỉ lệ cao nhất ở thành phố Hồ Chí Minh là 84,8% (tỉ lệ biết luật PCTHTL là 98,6%) và thấp nhất là ở Hải Phòng 60,6 (tỉ lệ biết luật PCTHTL là 82,3%). Sự khác biệt về tỉ lệ biết quy định cấm QC và KM giữa các thành phố có ý nghĩa thống kê (p<0,001).

**Biểu đồ 3: Tỷ lệ chủ cửa hàng bán lẻ thuốc lá biết thuốc lá là sản phẩm**

**bị cấm quảng cáo, khuyến mại (%)**

**Biểu đồ 4: Tỷ lệ chủ cửa hàng biết về các hành vi bị cấm trong quảng cáo thuốc lá (%)**

Các hành vi bị cấm trong quảng cáo thuốc lá được chủ cửa hàng biết đến chủ yếu là quảng cáo biển hiệu, không treo biển cấm bán thuốc lá cho trẻ dưới 18 tuổi và sử dụng các mô hình giống bao thuốc lá để trưng bày. Tỷ lệ chủ cửa hàng biết việc quảng cáo biển hiệu là hành vi bị cấm đạt cao nhất ở Cần Thơ (33,8%), thấp nhất là TP. Hồ Chí Minh (29,7%). Tỷ lệ chủ cửa hàng biết về hành vi không treo biển cấm bán thuốc lá cho trẻ dưới 18 tuổi cao nhất tại Đà Nẵng (18,7%), thấp nhất ở Hà Nội 9,9%.

**Biểu đồ 5: Tỷ lệ chủ cửa hàng biết về các hành vi bị cấm trong khuyến mại thuốc lá (%)**

Cho dùng thử thuốc lá và tặng quà miễn phí khi mua thuốc lá là hai hình thức khuyến mại bị cấm được các chủ cửa hàng biết đến nhiều nhất, tiếp theo là một số hình thức: bán thuốc lá với giá thấp hơn giá niêm yết, giảm giá khi mua nhiều hay tặng phiếu mua hàng/tem trúng thưởng khi mua thuốc lá.

1. ***Kiến thức của chủ cửa hàng về các hình thức xử phạt đối với các hành vi quảng cáo, khuyến mại thuốc lá***

*Bảng 2: Tỷ lệ chủ cửa hàng biết về hình thức xử phạt đối với hành vi quảng cáo thuốc lá tại 5 thành phố*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Không xử phạt (%) | Phạt tiền (%) | Buộc tháo dỡ (%) | Tước giấy phép (%) | | Khác  (%) | | Không biết(%) |
| Hà Nội | 6,1 | 21,5 | 20,2 | 5,1 | 0 | | 47,1 | |
| Hải Phòng | 21,7 | 19,5 | 13,1 | 2,6 | 0 | | 43,1 | |
| Đà Nẵng | 15,9 | 19,3 | 13 | 2,6 | 3,3 | | 45,9 | |
| Hồ Chí Minh | 27,8 | 36,6 | 12,8 | 3,7 | 0 | | 19 | |
| Cần Thơ | 17,8 | 56,9 | 8,3 | 1,4 | 1,1 | | 14,5 | |
| 5 TP | 17,5 | 30,6 | 13,7 | 3,1 | 0,9 | | 34,2 | |

Tại Hà Nội, Hải Phòng và Đà Nẵng, phần lớn chủ cửa hàng không biết đến các hình thức xử phạt đối với các hành vi quảng cáo thuốc lá (> 43%). Ở TP. Hồ Chí Minh và Cần Thơ, tỷ lệ này thấp hơn. Phạt tiền là hình thức xử phạt được các chủ cửa hàng biết đến nhiều nhất. Vẫn có nhiều chủ cửa hàng cho rằng việc vi phạm quy định về quảng cáo thuốc lá không bị xử phạt.

*Bảng 3: Tỷ lệ chủ cửa hàng biết hình thức xử phạt với hành vi khuyến mại thuốc lá tại 5 thành phố*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Không xử phạt (%) | Phạt tiền (%) | Tịch thu SP (%) | Tước giấy phép (%) | | Khác  (%) | | Không biết(%) |
| Hà Nội | 2,7 | 23 | 17,2 | 6,3 | 0 | | 50,8 | |
| Hải Phòng | 19 | 16,8 | 15,3 | 2,2 | 0 | | 46,7 | |
| Đà Nẵng | 14,4 | 22 | 17,3 | 0 | 3,2 | | 43 | |
| Hồ Chí Minh | 28 | 36,9 | 16,6 | 0 | 0 | | 18,5 | |
| Cần Thơ | 19 | 52,9 | 10,9 | 1,1 | 1,1 | | 15 | |
| 5 TP | 16 | 30 | 15,6 | 2,1 | 0,8 | | 35,5 | |

Đa số chủ cửa hàng không biết tới các hình thức xử phạt đối với hành vi khuyến mại thuốc lá. Phạt tiền là hình thức xử phạt được chủ cửa hàng biết đến nhiều nhất, tiếp theo là tịch thu tang vật, sản phẩm khuyến mại.

*Bảng 4: Tỷ lệ chủ cửa hàng biết về hình thức xử phạt hành vi không thực hiện treo biển cấm bán cho trẻ dưới 18 tuổi*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Không xử phạt (%) | Phạt tiền (%) | Tịch thu SP (%) | Tước giấy phép (%) | | Khác  (%) | | Không biết(%) |
| Hà Nội | 5,8 | 25,8 | 13,8 | 5,5 | 0 | | 48,9 | |
| Hải Phòng | 34,3 | 13,5 | 9,5 | 3,6 | 0 | | 39,1 | |
| Đà Nẵng | 33,8 | 11,5 | 10,8 | 1,5 | 3,3 | | 39 | |
| Hồ Chí Minh | 60,6 | 20,1 | 4 | 1,5 | 0 | | 13,9 | |
| Cần Thơ | 41,5 | 25,3 | 5,1 | 0,4 | 1,1 | | 26,7 | |
| 5 TP | 34,2 | 19,5 | 8,8 | 2,6 | 0,8 | | 34 | |

Đa số chủ cửa hàng không biết hình thức xử phạt cho hành vi trưng bày thuốc lá và không thực hiện treo biển không bán thuốc lá cho người dưới 18 tuổi. Hình thức xử phạt được biết đến nhiều nhất là phạt tiền. Tại TP. Hồ Chí Minh và Cần Thơ, phần lớn chủ cửa hàng cho rằng vi phạm quy định trong trưng bày thuốc lá không bị phạt tiền.

*Bảng 5: tỷ lệ chủ cửa hàng biết về hình thức xử phạt với hành vi bán thuốc lá ở khu vực cấm bán tại 5 thành phố.*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Không xử phạt (%) | Phạt tiền (%) | Tịch thu SP (%) | Tước giấy phép (%) | | Khác  (%) | | Không biết(%) |
| Hà Nội | 1,7 | 25,4 | 16,1 | 10,1 | 0 | | 46,8 | |
| Hải Phòng | 25.3 | 12,6 | 11,9 | 1,1 | 1,1 | | 48 | |
| Đà Nẵng | 18,2 | 15,7 | 15,4 | 2,1 | 6,3 | | 42,3 | |
| Hồ Chí Minh | 33,9 | 28,9 | 17,3 | 0 | 0 | | 19,9 | |
| Cần Thơ | 26,4 | 43 | 17,3 | 0 | 0 | | 13.4 | |
| 5 TP | 20 | 25,1 | 15,6 | 3,1 | 1,4 | | 34,8 | |

Phần lớn chủ cửa hàng không biết hành vi bán thuốc lá trong khu vực cấm bán bị xử phạt. Đa số họ cho rằng hành vi này không bị xử phạt.

**Biểu đồ 6: Tỷ lệ chủ cửa hàng biết về cơ quan/đơn vị có thẩm quyền thanh tra xử phạt vi phạm quy định QC và KM tại 5 thành phố**

Qua biểu đồ 8, tỷ lệ chủ cửa hàng biết về cơ quan/đơn vị có thẩm quyền thanh tra xử phạt vi phạm quy định QC và KM cao nhất là thành phố Cần Thơ (66,1%), Hồ Chí Minh (54,2%). Tỷ lệ thấp nhất ở thành phố Hải Phòng 30,3%. Sự khác biệt về tỷ lệ chủ cửa hàng biết về cơ quan/đơn vị có thẩm quyền thanh tra xử phạt vi phạm quy định QC và KM ở 5 thành phố là có ý nghĩa *(p<0,001)*

1. ***Kiến thức của chủ cửa hàng về phạm vi không được phép bán thuốc lá***

Khoản 2, Điều 25, Luật PCTHTL đã quy định: *“Không được bán thuốc lá phía ngoài cổng nhà trẻ, trường mẫu giáo, trường tiểu học, trung học cơ sở, phổ thông trung học, viện nghiên cứu y học, bệnh viện, nhà hộ sinh, trung tâm y tế dự phòng, trạm y tế xã, phường, thị trấn trong phạm vi 100 mét (m) tính từ ranh giới khuôn viên gần nhất của cơ sở đó.”*. Trên thực tế khảo sát cho thấy vẫn còn một số ít người không biết tới quy định này. Trường học là địa điểm bị cấm bán thuốc lá được các chủ cửa hàng biết đến nhiều nhất (> 42%).

**Biểu đồ 7: Tỷ lệ chủ cửa hàng biết về những địa điểm, khu vực không được phép**

**bán thuốc lá tại 5 thành phố**

**Biểu đồ 8: Tỷ lệ chủ cửa hàng biết phạm vi không được bán thuốc lá (%)**

Kết quả khảo sát cho thấy, chỉ có 11% chủ cửa hàng biết phạm vi không được phép bán thuốc lá tính từ cửa hàng tới những địa điểm cấm bán thuốc lá như trường học hay cơ sở y tế. Trong đó, Đà Nẵng và Hải Phòng là hai thành phố chiếm tỷ lệ cao nhất (14,6% và 13,1%). Trong số các chủ cửa hàng trả lời biết tới phạm vi không được phép bán thuốc lá tính từ cửa hàng tới những địa điểm cấm bán thuốc lá, chỉ có 6 chủ cửa hàng (6,2%) trả lời đúng về khoảng cách quy định tính từ cửa hàng tới khuôn viên gần nhất của các địa điểm cấm bán thuốc lá là 100m.

1. ***Kiến thức của chủ cửa hàng về các hình thức xử phạt đối với hành vi bán thuốc lá ở khu vực cấm bán tại 5 thành phố.***

*Bảng 6: tỷ lệ chủ cửa hàng biết về hình thức xử phạt với hành vi bán thuốc lá ở khu vực cấm bán tại 5 thành phố.*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Không xử phạt (%) | Phạt tiền (%) | Tịch thu SP (%) | Tước giấy phép (%) | | Khác  (%) | | Không biết(%) |
| Hà Nội | 1,7 | 25,4 | 16,1 | 10,1 | 0 | | 46,8 | |
| Hải Phòng | 25.3 | 12,6 | 11,9 | 1,1 | 1,1 | | 48 | |
| Đà Nẵng | 18,2 | 15,7 | 15,4 | 2,1 | 6,3 | | 42,3 | |
| Hồ Chí Minh | 33,9 | 28,9 | 17,3 | 0 | 0 | | 19,9 | |
| Cần Thơ | 26,4 | 43 | 17,3 | 0 | 0 | | 13.4 | |
| 5 TP | 20 | 25,1 | 15,6 | 3,1 | 1,4 | | 34,8 | |

Ở 3 thành phố Hà Nội, Hồ Chí Minh, Cần Thơ, phần lớn chủ cửa hàng cho rằng bị phạt tiền khi vi phạm bán thuốc lá ở khu vực cấm bán (>25%). Trong khi đó, tỉ lệ này thấp đáng kể ở Hải Phòng và Đà Nẵng.

1. **Thái độ của chủ cửa hàng về quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá**
2. ***Thái độ của chủ cửa hàng về quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá***

**Biểu đồ 9: tỷ lệ thái độ của chủ cửa hàng về cấm quảng cáo và khuyến mại tại điểm bán là cần thiết**

Nhận thấy, các chủ cửa hàng ở các thành phố có thái độ đồng ý và rất đồng ý về cấm quảng cáo và khuyến mại tại điểm bán là cần thiết lớn hơn 60%. Đặc biệt, tỷ lệ chủ cửa hàng đồng ý cao nhất ở Đà Nẵng 84,9%, tỷ lệ thấp nhất ở Hải Phòng 66,8%. Sự khác biệt về tỷ lệ phần trăm thái độ của chủ cửa hàng về cấm quảng cáo và khuyến mại tại điểm bán là cần thiết ở 5 thành phố là có ý nghĩa *(p<0,001)*

**Biểu đồ 10: tỷ lệ thái độ của chủ cửa hàng về cấm bán xung quanh bán kính 100m đối với CSYT**

Bên cạnh đấy, trên 60% chủ cửa hàng có thái độ từ đồng ý đến rất đồng ý về cấm bán xung quanh bán kính 100m đối với CSYT. Thành phố Hồ Chí Minh có tỷ lệ đồng ý cao nhất chiếm 96,4%, tỷ lệ thấp nhất ở Hải Phòng là 62,8%. Sự khác biệt về tỷ lệ phần trăm thái độ của chủ cửa hàng về cấm bán xung quanh bán kính 100m đối với CSYT ở 5 thành phố là có ý nghĩa *(p<0,001)*

***Biểu đồ 11: tỷ lệ về thái độ của chủ cửa hàng về việc treo biển không bán cho người dưới 18 tuổi là cần thiết tại 5 thành phố***

Trong 5 thành phố, tỷ lệ về thái độ đồng ý và rất đồng ý của chủ cửa hàng trong việc treo biển không bán cho người dưới 18 tuổi cao trên 70%. Tỷ lệ về thái độ đồng ý ở thành phố Cần Thơ chiếm tỷ lệ cao nhất 96,4%, tỷ lệ về thái độ đồng ý Hải Phòng thấp nhất 76,6%. Sự khác biệt về tỷ lệ phần trăm thái độ của chủ cửa hàng về việc treo biển không bán cho người dưới 18 tuổi là cần thiết ở 5 thành phố là có ý nghĩa *(p<0,001)*

**Biểu đồ 12: tỷ lệ về thái độ của chủ cửa hàng về việc cấm trưng bày quá một bao một**

**nhãn hiệu thuốc lá là cần thiết**

Tỷ lệ không đồng ý và rất không đồng ý chiếm tỷ lệ khá cao về việc cấm trưng bày quá một bao một nhãn hiệu thuốc lá là cần thiết. Tỷ lệ này cao nhất ở Đà Nẵng với 50,6%, Hà Nội thấp nhất là 15,3%. Sự khác biệt về tỷ lệ phần trăm thái độ của chủ cửa hàng về việc cấm trưng bày quá một bao một nhãn hiệu thuốc lá là cần thiết ở 5 thành phố là có ý nghĩa *(p<0,001)*

**Biểu đồ 13: tỷ lệ về thái độ của chủ cửa hàng về việc cấm hoàn toàn việc trưng bày thuốc lá tại điểm bán**

Hầu hết, tỷ lệ không đồng ý và rất không đồng ý chiếm tỷ lệ cao (>50%) về việc cấm hoàn toàn việc trưng bày thuốc lá tại điểm bán. Thành phố Hồ Chí Minh chiếm tỷ lệ cao nhất 63,9% về rất không đồng ý và không đồng ý. Thành phố Cần Thơ tỷ lệ rất không đồng ý và đồng ý chiếm tỷ lệ thấp nhất 40,5%. Sự khác biệt về tỷ lệ phần trăm thái độ của chủ cửa hàng về việc cấm hoàn toàn việc trưng bày thuốc lá tại điểm bán là cần thiết ở 5 thành phố là có ý nghĩa *(p<0,001)*

1. ***Thái độ của chủ cửa hàng về việc tuân thủ quy định về QC và KM***

**Biểu đồ 14: tỷ lệ về thái độ của chủ cửa hàng về việc cần tuân thủ quy định của pháp luật về QC và KM thuốc lá tại điểm bán tại 5 thành phố**

Thái độ đồng ý của chủ cửa hàng về việc cần tuân thủ quy định của pháp luật về QC và KM thuốc lá tại điểm bán cao trên 60%. Ở thành phố Cần Thơ, tỷ lệ này cao nhất 93,1%. Thành phố Hà Nội xếp thứ 2 với tỷ lệ đồng ý là 89,1%. Tỷ lệ đồng ý ở Hải Phòng thấp nhất chiếm 69,3%. Sự khác biệt về tỷ lệ phần trăm thái độ của chủ cửa hàng về việc cần tuân thủ quy định của pháp luật về QC và KM thuốc lá tại điểm bán ở 5 thành phố là có ý nghĩa *(p<0,001)*

**Biểu đồ 15: tỷ lệ về thái độ của chủ cửa hàng về quy định cấm QC và KM thuốc lá là không khả thi tại 5 thành phố**

Mặc dù tỉ lệ chủ cửa hàng có thái độ đồng ý và rất đồng ý về cấm QC và KM là cần thiết lớn hơn 60% nhưng quan điểm của các chủ cửa hàng ở 5 thành phố đồng ý về quy định cấm QC và KM thuốc lá là không khả thi lại chiếm > 50%. Trong đó, Cần Thơ là thành phố có tỷ lệ đồng ý cao nhất 85,5%, Hải Phòng thấp nhất 54%. Sự khác biệt về tỷ lệ phần trăm thái độ của chủ cửa hàng về việc quy định cấm QC và KM thuốc lá là không khả thi tại điểm bán ở 5 thành phố là có ý nghĩa *(p<0,001).*

**Biểu đồ 16: tỷ lệ về thái độ của chủ cửa hàng về quy định cấm QC và KM thuốc lá cần xử phạt nghiêm tại 5 thành phố**

Tỷ lệ đồng ý về việc quy định cấm QC và KM thuốc lá cần xử phạt nghiêm khắc ở Đà Nẵng cao nhất 77,2%, thấp nhất là Cần Thơ là 43,6%. Sự khác biệt về tỷ lệ phần trăm thái độ của chủ cửa hàng về việc quy định cấm QC và KM thuốc lá cần xử phạt nghiêm khắc tại 5 thành phố là có ý nghĩa *(p<0,001).*

1. **Thực hành về quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá**
2. ***Thực hành của chủ cửa hàng trong tìm hiểu luật PCTHTL***

**Biểu đồ 17: Tỉ lệ chủ cửa hàng thực hành tìm hiểu luật PCTHTL hay quy định QC và KM**

Tỷ lệ tìm hiểu về luật PCTHTL của chủ cửa hàng tại 5 thành phố còn thấp. Thành phố Hà Nội có tỷ lệ chủ cửa hàng có tìm hiểu về luật cao nhất 20,6%, Hải Phòng có tỷ lệ thấp nhất 3,2%. Sự khác biệt về tỷ lệ phần trăm tìm hiểu về luật PCTHTL của chủ cửa hàng tại 5 thành phố là có ý nghĩa *(p<0,001).*

1. ***Thực hành của chủ cửa hàng về treo và trưng bày quảng cáo***

**Biểu đồ 18: tỉ lệ về nguồn cung cấp các sản phẩm quảng cáo thuốc lá cho chủ cửa hàng tại**

**5 thành phố**

Theo Khoản 2 điều 9 Luật phòng chống tác hại thuốc lá các hành vi bị nghiêm cấm có *“quảng cáo, khuyến mại thuốc lá; tiếp thị thuốc lá trực tiếp tới người tiêu dùng dưới mọi hình thức”*. Nhưng qua biểu đồ cho thấy, các sản phẩm quảng cáo chủ yếu là do được công ty thuốc lá cung cấp để các chủ cửa hàng treo, dán, trưng bày. Ở Đà Nẵng, 100% sản phẩm quảng cáo tại cửa hàng là do công ty cung cấp. Ở các thành phố khác tỷ lệ này lớn hơn 90%. Sự khác biệt về tỷ lệ nguồn cung cấp ở các thành phố là có ý nghĩa (p<0,05)

**Biểu đồ 19: Tỉ lệ về các lý do chủ cửa hàng trưng bày sản phẩm quảng cáo tại 5 thành phố**

Mặc dù, hành vi quảng cáo thuốc lá vi phạm luật PCTHTL nhưng các chủ cửa hàng do chưa nhận được đủ thông tin về vấn đề này nên khi được công ty thuốc lá đưa sản phẩm quảng cảo thì họ dễ dàng đưa ra trưng bày với tỉ lệ trên 50% (bao gồm lý do có thì trưng bày và không có lý do gì đặc biệt). Bên cạnh đấy, chủ cửa hàng nhận thấy việc treo quảng cáo sẽ thu được nhuận từ công ty cũng như thu hút người mua nhiều hơn (17,8%), ở Hồ Chí Minh và Cần Thơ có tỉ lệ này khá cao 25,8% và 17,9%. Sự khác biệt về lý do trưng bày ở các thành phố là có ý nghĩa (p<0,05)

**Biểu đồ 20: Tỉ lệ về các lợi nhuận từ việc trưng bày của chủ cửa hàng tại 5 thành phố**

Khoản 2, Điều 9 luật PCTHTL có đưa ra hành vi bị nghiêm cấm: “Tài trợ của tổ chức, cá nhân kinh doanh thuốc lá” nhưng các công ty thuốc lá đã tài trợ cho các chủ cửa hàng thực hiện hành vi trưng bày sản phẩm quảng cáo qua nhiều hình thức khác nhau. Trong 5 thành phố, tỉ lệ chủ cửa hàng ở Cần Thơ khi trưng bày sẽ được khuyến mại thêm chiếm tỉ lệ cao nhất 29,3%. Hình thức tài trợ cho chủ cửa hàng khi mua thuốc lá được giảm giá cũng chiếm tỉ lệ khá cao 11,7% ở Hồ Chí Minh và 11,3%. Sự khác nhau về tỷ lệ hình thức tài trợ của công ty thuốc lá cho chủ cửa hàng từ việc treo và trưng bày quảng cáo tại 5 thành phố có ý nghĩa (p<0,05)

1. ***Thực hành của chủ cửa hàng trong việc mua và bán cho khách hàng theo luật PCTHTL***

**Bảng 7: Tỉ lệ về tiêu chí nhập và bán thuốc lá của các chủ cửa hàng ở 5 thành phố**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Hà Nội (%) | Hải Phòng (%) | Đà Nẵng (%) | Hồ Chí Minh(%) | Cần Thơ  (%) | 5 TP  (%) |
| Nổi tiếng, xuất xứ nước ngoài | 2,1 | 0,3 | 0,3 | 1,7 | 0,3 | 0,9 |
| Sản xuất tại Việt Nam | 26,9 | 29,2 | 27,3 | 27,4 | 27,5 | 27,7 |
| Có bao bì đẹp, không có CBSK | 1,4 | 0 | 0 | 0,7 | 0 | 0,5 |
| Có ghi CBSK | 10,8 | 1,2 | 6,1 | 6,9 | 6,9 | 6,5 |
| Giá thành rẻ | 42,5 | 6,5 | 11,8 | 12,8 | 11,9 | 11,5 |
| Được dân địa phương thích | 0,7 | 61,7 | 54,3 | 48,6 | 49,7 | 54,1 |
| Khác | 0,7 | 1,2 | 0,3 | 1,7 | 3,6 | 1,4 |

Hầu hết chủ cửa hàng nhập thuốc lá với tiêu chí người dân yêu thích (54.1%), thành phố chiếm tỷ lệ cao nhất trong tiêu chí này là Hải Phòng 61.7%. Thuốc lá có sản xuất tại Việt Nam cũng là một tiêu chí được chủ cửa hàng lựa chọn (>25%), Thành phố Hải Phòng có tỷ lệ cao nhất về tiêu chí này 29.2%. Sự khác nhau về tỷ lệ tiêu chí nhập và bán của chủ cửa hàng ở 5 thành phố có ý nghĩa (p<0.05)

**Biểu đồ 21: Tỉ lệ về các hình thức khuyến mại cho khách hàng tại 5 thành phố**

Ở 5 thành phố, hầu hết khách hàng mua thuốc lá đều không được khuyến mại gì (trên 90%). Ở Thành phố Cần Thơ và Hồ Chí Minh khách hàng khi mua có thể được khuyến mại thêm bật lửa nhưng tỷ lệ này thấp lần lượt 5.7% và 3.7%. Sự khác biệt về tỷ lệ hình thức khuyến mại ở các thành phố là có ý nghĩa (p<0.05).

**Bảng 8: Tỉ lệ độ tuổi của khách hàng mua thuốc lá tại cửa hàng**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | < 18 tuổi  (%) | 18-45 tuổi (%) | 45-65 tuổi (%) | >65 tuổi (%) | Không biết |
| Hà Nội | 4,8 | 54,1 | 31,5 | 8 | 1,6 |
| Hải Phòng | 13,3 | 31,7 | 36,3 | 18,6 | 0 |
| Đà Nẵng | 12,6 | 32 | 37,4 | 18,1 | 0 |
| Hồ Chí Minh | 12,3 | 29,4 | 38,3 | 20 | 0 |
| Cần Thơ | 12,8 | 32,4 | 36,4 | 18,1 | 0,4 |
| 5 TP | 11,6 | 35,1 | 36,1 | 16,9 | 0,3 |
| p < 0,05 | | | | | |

Qua bảng 8, có thể thấy đối tượng khách hành mua chủ yếu là 18-45 tuổi và 45-65 tuổi. Thành phố Hà Nội tỷ lệ đối tượng mua hàng nhiều nhất là 18-45 tuổi 54,1%, Thành phố Hải Phòng, tỷ lệ đối tượng mua nhiều nhất là 45-65 tuổi 36,3%. Thành phố Đà Nẵng, tỷ lệ đối tượng mua nhiều nhất là 45-65 tuổi 37,4%. Thành phố Hồ Chí Minh, tỷ lệ đối tượng mua nhiều nhất là 45-65 tuổi 38,3%. Thành phố Cần Thơ, tỷ lệ đối tượng mua nhiều nhất là 45-65 tuổi 36,4%. Khoản 4, Điều 9 của luật PCTHTL nghiêm cấm hành vi “Người chưa đủ 18 tuổi sử dụng, mua, bán thuốc lá”. Nhưng tỉ lệ trẻ dưới 18 tuổi mua thuốc lá chiếm tỉ lệ khá cao. Tỉ lệ này cao nhất ở Hải Phòng 13,3% và thấp nhất ở 4,8%. Sự khác biệt về tỷ lệ nhóm tuổi mua thuốc lá ở các thành phố là có ý nghĩa (p<0,05).

**Biểu đồ 22: Tỉ lệ chủ cửa hàng bán cho trẻ dưới 18 tuổi và có hỏi chứng minh thư nhân dân của trẻ tại 5 thành phố**

Khoản 6, Điều 9 của luật PCTHTL nghiêm cấm hành vi “Bán, cung cấp thuốc lá cho người chưa đủ 18 tuổi”. Nhưng qua biểu đồ cho thấy, tỷ lệ chủ cửa hàng đã từng bán thuốc lá cho trẻ dưới 18 tuổi khá cao ở các tỉnh thành. Thành phố Cần Thơ chiếm tỷ lệ cao nhất 51,3% và khi bán thì chỉ có 5,8% chủ cửa hàng có hỏi chứng minh thư của khách hàng. Thành phố Đà Nẵng có tỷ lệ đã bán thuốc lá có trẻ dưới 18 tuổi thấp nhất chiếm tỷ lệ 33,9% và khi bán cũng chỉ có 2,9 chủ cửa hàng hỏi người mua chứng minh thư. Thành phố Hải Phòng và Hồ Chí Minh là hai thành phố 100% chủ cửa hàng không hỏi chứng minh thư của trẻ khi mua hàng. Sự khác biệt về tỷ lệ bán cho trẻ dưới 18 tuổi ở các thành phố là có ý nghĩa (p<0,05) và về tỷ lệ hỏi chứng minh thư khi mua hàng ở 5 thành phố là có ý nghĩa (p<0,001).

**Biểu đồ 23: Tỷ lệ về các địa điểm có bán kính cách cửa hàng 100m ở 5 thành phố**

Khi thực hiện điều tra các cửa hàng, cơ sở kinh doanh thuốc lá nằm phía ngoài cổng nhà trẻ, trường mẫu giáo, trường tiểu học, trung học cơ sở, phổ thông trung học, viện nghiên cứu y học, bệnh viện, nhà hộ sinh, trung tâm y tế dự phòng, trạm y tế xã, phường, thị trấn. Có thể thấy, các cửa hàng kinh doanh thuốc lá ở 5 thành phố chủ yếu có vị trí nằm gần trường học và các CSYT. Ở Hà Nội có 36,5%, Hải Phòng 59,7%, Đà Nẵng 40,3%, Hồ Chí Minh 33.8%, Cần Thơ 45,1% các cửa hàng nằm gần trường tiểu học, THCS, THPT. Sự khác biệt về các địa điểm có vị trí gần cửa hàng ở 5 thành phố là có ý nghĩa thống kê (p<0,05).

1. ***Khó khăn thách thức của chủ cửa hàng bán lẻ thuốc lá liên quan đến việc thực thi quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá****.*
2. ***Tiếp cận thông tin từ cán bộ đến tuyên truyền về việc cấm QC và KM thuốc lá***

**Biểu đồ 24: Tỷ lệ cán bộ quản lý thị trường đến tuyên truyền về quy định cấm QC và KM thuốc lá tại 5 thành phố.**

Tại 5 thành phố, tỷ lệ cán bộ quản lý thị trường có đến tuyên truyền về việc cấm QC và KM thuốc lá thấp. Tỷ lệ này cao nhất ở thành phố Cần Thơ 32,9%, thấp nhất ở Hải Phòng 7,9%. Sự khác biệt về tỷ lệ cán bộ quản lý thị trường có đến tuyên truyền về việc cấm QC và KM tại 5 thành phố là có ý nghĩa thống kê (p<0,001)

**Bảng 9: Tần suất cán bộ, thanh tra đến tuyên truyền về quy định QC và KM**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Hiếm khi | Thỉnh thoảng | Thường xuyên |
| Hà Nội | 20 | 66,7 | 13,3 |
| Hải Phòng | 15,8 | 78,9 | 5,3 |
| Đà Nẵng | 24 | 72 | 4 |
| Hồ Chí Minh | 0 | 84 | 16 |
| Cần Thơ | 3,8 | 53,5 | 12,7 |
| 5 TP | 11,9 | 78 | 10,2 |

Bên cạnh đó, các cán bộ thỉnh thoảng mới đi tuyên truyền đến các chủ cửa hàng (>50%). Ở Hồ Chí Minh, thành phố có tần suất cán bộ đi tuyên truyền thương xuyên cao nhất 16%, tỷ lệ thấp nhất là ở thành phố Đà Nẵng 4%. Sự khác biệt về tần suất tuyên truyền của cán bộ ở 5 thành phố là có ý nghĩa thống kê (p<0,001).

1. ***Cơ quan chức năng đến kiểm tra và xử phạt***

**Biểu đồ 25: Tỷ lệ cửa hàng được cơ quan chức năng đến kiểm tra và vi phạm bị xử phạt về quy định QC và KM thuốc lá tại 5 thành phố**

Qua biểu đồ 25 cho thấy, Cần Thơ là thành phố có tỷ lệ cơ quan chức năng đi kiểm tra cao nhất 44,4%, Hải Phòng là thành phố có tỷ lệ cơ quan chức năng đi kiểm tra thấp nhất 5,6%. Sự khác biệt về tỷ lệ cơ quan chức năng đi kiểm tra các cửa hàng ở 5 thành phố là có ý nghĩa thống kê (p<0,001)

Tỷ lệ các cửa hàng bị phạt đang ở mức rất thấp. Ở Hà Nội và Hải Phòng chưa có cửa hàng bị phạt do vi phạm các quy định về QC và KM. Tỷ lệ bị phạt cao nhất ở Cần Thơ 5,4%. Sự khác biệt về tỷ lệ các cửa hàng bị xử phạt ở 5 thành phố là có ý nghĩa thống kê (p<0,001). Trong số 15 người bị phạt ở thành phố cần thơ, có 9 người trả lời số tiền bị phạt từ 200.000-800.000 và 66,7% cho rằng mức phạt quá cao, và 33,3% cho rằng mức phạt đã hợp lý.

1. ***Khó khăn khi thực hiện quy định QC và KM của chủ cửa hàng***

**Bảng 10: Những khó khăn trong việc thực thi quy định QC và KM của chủ cửa hàng tại 5 thành phố**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Hà Nội(%) | Hải Phòng(%) | Đà Nẵng(%) | Hồ Chí Minh(%) | Cần Thơ(%) | 5 TP (%) |
| Không có thông tin | 20,9 | 8,3 | 7,7 | 6,7 | 16,3 | 12,6 |
| Không QC sẽ không có lợi nhuận | 6 | 8,7 | 19,5 | 24,3 | 19,5 | 14,8 |
| Khó xác định độ tuổi KH | 4 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1,3 |
| Công ty TL yêu cầu trưng bày | 2 | 2,1 | 13,4 | 6,7 | 9,6 | 6,8 |
| Không có nhắc nhở của CQCN | 14,3 | 11,1 | 9,3 | 12,1 | 12,1 | 11,7 |
| Không có khó khăn | 41,5 | 7,3 | 20,1 | 23 | 26,8 | 19,2 |
| Khác | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4,8 |
| Không biết | 11,3 | 62,6 | 29,1 | 27,2 | 13,7 | 28,9 |

Các chủ cửa hàng cho rằng không gặp vấn đề gì khi thực hiện quy định cấm QC và KM thuốc lá chiếm tỉ lệ khá cao 19,2%. Bên cạnh, một số chủ cửa hàng cho rằng không gặp vấn đề khó khăn gì thì ở mỗi thành phố cũng xuất hiện những khó khăn nhất định. Tại thành phố Hà Nội, tỷ lệ chủ cửa hàng không có đủ thông tin để thực hiện chiếm tỉ lệ khá cao (20,9%), và họ gặp khó khăn khi không có cơ quan chức năng nhắc nhở 14,3%. Tại thành phố Hải Phòng, họ gặp khó khăn khi không có quảng cáo thì không có lợi nhuận 8,7%. Thành phố Đà Nẵng, lý do là họ không trưng bày sẽ không được lợi nhuận chiếm tỷ lệ 19,5%. Ở thành phố Hồ Chí Minh, lý do không trưng bày không được lợi nhuận chiếm tỷ lệ cao nhất 24,3%. Thành phố Cần Thơ, lý do không trưng bày không được lợi nhuận chiếm tỷ lệ khá cao 19,5%.

1. ***Mong muốn nhận được thông tin hỗ trợ của chủ cửa hàng***

**Biểu đồ 26: Tỷ lệ chủ cửa hàng mong muốn cung cấp thông tin về quy định cấm QC và KM**

**tại 5 thành phố**

Tỷ lệ chủ cửa hàng mong muốn được cung cấp thông tin thấp (<40%) ở 5 thành phố. Tỷ lệ có mong muốn cung cấp thông tin cao nhất ở Hồ Chí Minh 38,1%, thấp nhất ở Đà Nẵng 27,1%. Sự khác biệt về mong muốn nhận thông tin ở 5 thành phố là có ý nghãi thống kê (p<0,05).

**Bảng 11: Tỉ lệ các kênh/nguồn mà chủ cửa hàng mong muốn cung cấp thông tin**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Hà Nội(%) | Hải Phòng(%) | Đà Nẵng(%) | Hồ Chí Minh(%) | Cần Thơ(%) | 5 TP (%) |
| Tivi | 47,3 | 23,6 | 10,1 | 10,2 | 8,5 | 21,8 |
| Báo đài | 9,1 | 10,8 | 20,1 | 17,3 | 12,3 | 13,5 |
| Tờ rơi, sách mỏng | 9,7 | 10,8 | 30,9 | 31,1 | 30,8 | 21,4 |
| Pano/áp phích | 17,6 | 3,4 | 7,9 | 10,2 | 15,4 | 10,9 |
| Thanh tra, QLTT | 6,1 | 10,8 | 0,7 | 3,6 | 7,7 | 5,7 |
| CBYT cơ sở | 3,6 | 16,2 | 12,9 | 13,8 | 11,5 | 11,4 |
| cuộc họp CĐ | 6,7 | 20,3 | 17,3 | 13,8 | 11,5 | 13,5 |
| Khác | 0 | 4,1 | 0 | 0 | 2,3 | 1,7 |

Qua bảng 11, tại thành phố Hà Nội, chủ cửa hàng hầu hết muốn cung cấp thông tin qua tivi 47,3%. Thành phố Hải Phòng, chủ cửa hàng muốn cung cấp thông tin của yếu qua tivi 23,6% và qua cuộc họp cộng đồng 20,3%. Ở thành phố Đà Nẵng, Hồ Chí Minh và Cần Thơ, họ chủ yếu muốn cung cấp qua tờ rơi, sách mỏng.

1. **Các biện pháp cơ quan nhà nước cần làm để chủ cửa hàng bán lẻ thuốc lá thực hiện tốt quy định về quảng cáo và khuyến mại**

**Bảng 12: Các biện pháp cơ quan nhà nước thực hiện để chủ cửa hàng thực thi tốt quy định về QC và KM thuốc lá tại 5 thành phố.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Hà Nội(%) | Hải Phòng(%) | Đà Nẵng(%) | Hồ Chí Minh(%) | Cần Thơ(%) | 5 TP (%) |
| Tăng thuế | 47,3 | 23,6 | 10,1 | 10,2 | 8,5 | 21,8 |
| Tăng cường truyền thông | 9,1 | 10,8 | 20,1 | 17,3 | 12,3 | 13,5 |
| Nâng cao chế tài xử phạt | 9,7 | 10,8 | 30,9 | 31,1 | 30,8 | 21,4 |
| Giảm nhẹ chế tài xử phạt | 17,6 | 3,4 | 7,9 | 10,2 | 15,4 | 10,9 |
| Tăng cường thanh, kiểm tra | 6,1 | 10,8 | 0,7 | 3,6 | 7,7 | 5,7 |
| Không cần làm gì | 3,6 | 16,2 | 12,9 | 13,8 | 11,5 | 11,4 |
| Không biết | 6,7 | 20,3 | 17,3 | 13,8 | 11,5 | 13,5 |
| Khác | 0 | 4,1 | 0 | 0 | 2,3 | 1,7 |

Hầu hết, các chủ cửa hàng ở 5 thành phố đếu trả lời nhà nước cần tăng cường truyền thông và và nâng cao chế tài xử phạt và tăng cường thanh tra. Tại thành phố Hà Nội, 26,9% tăng cường truyền thông, 19% nâng cao chế tài xử phạt. Tại Hải Phòng, 20,3% tăng cường truyền thông, 17,7% tăng cường thanh tra. Thành phố Đà Nẵng, 28,4% tăng cường truyền thông, 23,4% tăng cường thanh tra. Ở Hồ Chí Minh, 34,8% tăng cường truyền thông, 21% nâng cao chế tài xử phạt. Ở Cần Thơ, 27,4% tăng cường truyền thông, 20,3% tăng cường thanh tra. Nhưng, tỷ lệ các chủ cửa hàng đưa ra nhà nước không cần làm gì cả chiếm đến >5%.

1. **KẾT LUẬN**
2. ***Kiến thức của chủ cửa hàng về các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá***

Kiến thức chung ở 5 thành phố chủ cửa hàng biết về luật PCTHTL là 89,5%. Trong đó, thành phố Hồ Chí Minh có tỷ lệ cao nhất là 98,6%, Hà Nội có tỷ lệ thấp nhất với 80,5%. Tỷ lệ chủ cửa hàng biết thuốc lá là sản phẩm bị cấm quảng cáo và khuyến mại tại 5 thành phố (73,2%). Trong đó, TP. Hồ Chí Minh là thành phố có tỷ lệ cao nhất với 84,8%, thấp nhất là Hải Phòng (60,6%). Các hành vi bị cấm trong quảng cáo thuốc lá được chủ cửa hàng biết đến chủ yếu là quảng cáo biển hiệu, không treo biển cấm bán thuốc lá cho trẻ dưới 18 tuổi và sử dụng các mô hình giống bao thuốc lá để trưng bày

Trường học là địa điểm bị cấm bán thuốc lá được các chủ cửa hàng biết đến nhiều nhất (> 42%). Chỉ có 11% chủ cửa hàng biết phạm vi không được phép bán thuốc lá tính từ cửa hàng tới những địa điểm cấm bán thuốc lá như trường học hay cơ sở y tế.

Phạt tiền là hình thức xử phạt được các chủ cửa hàng biết đến nhiều nhất đối với các hành vi vi phạm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá. Tỷ lệ chủ cửa hàng biết về cơ quan/đơn vị có thẩm quyền thanh tra xử phạt vi phạm quy định QC và KM cao nhất là thành phố Cần Thơ (66,1%), tỷ lệ thấp nhất ở thành phố Hải Phòng 30,3%.

1. ***Thái độ của chủ cửa hàng về quy định cấm QC và KM thuốc lá***

Các chủ cửa hàng ở các thành phố có thái độ đồng ý và rất đồng ý về cấm quảng cáo và khuyến mại tại điểm bán là cần thiết lớn hơn 60%. Đặc biệt, tỷ lệ chủ cửa hàng đồng ý cao nhất ở Đà Nẵng 84,9%. Tuy nhiên tỷ lệ đồng ý và rất đồng ý về quy định cấm QC và KM thuốc lá là không khả thi lại chiếm tỉ lệ cao > 50%. Trong đó, Cần Thơ là thành phố có tỷ lệ đồng ý cao nhất 85,5%

Trên 60% chủ cửa hàng có thái độ từ đồng ý đến rất đồng ý về cấm bán xung quanh bán kính 100m đối với CSYT. Thành phố Hồ Chí Minh có tỷ lệ đồng ý cao nhất chiếm 96,4%. Tỷ lệ về thái độ đồng ý và rất đồng ý của chủ cửa hàng trong việc treo biển không bán cho người dưới 18 tuổi cao trên 70%

Các chủ cửa hàng hầu hết có quan điểm không đồng ý về việc cấm trưng bày quá một bao một nhãn hiệu thuốc lá là cần thiết. Tỷ lệ này cao nhất ở Đà Nẵng với 50,6%. Bên cạnh đấy, họ cũng không đồng ý (>50%) về việc cấm hoàn toàn việc trưng bày thuốc lá tại điểm bán.

Các chủ cửa hàng đồng ý nên tuân thủ quy định của pháp luật về QC và KM thuốc lá tại điểm bán chiếm tỉ lệ cao (60%). Họ cũng đồng ý với việc cần xử phạt nghiêm các hành vi vi phạm QC và KM.

1. ***Thực hành của chủ cửa hàng về quy định cấm QC và KM thuốc lá***

Tỷ lệ tìm hiểu về luật PCTHTL của chủ cửa hàng tại 5 thành phố còn thấp. Thành phố Hà Nội có tỷ lệ chủ cửa hàng có tìm hiểu về luật cao nhất 20,6%, Hải Phòng có tỷ lệ thấp nhất 3,2%.

Các sản phẩm quảng cáo chủ yếu là do được công ty thuốc lá cung cấp để các chủ cửa hàng treo, dán, trưng bày. Ở Đà Nẵng, 100% sản phẩm quảng cáo tại cửa hàng là do công ty cung cấp. Hành vi quảng cáo thuốc lá vi phạm luật PCTHTL nhưng các chủ cửa hàng do chưa nhận được đủ thông tin về vấn đề này nên khi được công ty thuốc lá đưa sản phẩm quảng cảo thì họ dễ dàng đưa ra trưng bày với tỉ lệ trên 50%

Trong 5 thành phố, tỉ lệ chủ cửa hàng ở Cần Thơ khi trưng bày sẽ được khuyến mại thêm chiếm tỉ lệ cao nhất 29,3%. Hầu hết chủ cửa hàng nhập thuốc lá với tiêu chí người dân yêu thích (54,1%), và khi mua đa số là không được khuyến mại. đối tượng khách hành mua chủ yếu là 18-45 tuổi và 45-65 tuổi. Tỷ lệ chủ cửa hàng đã từng bán thuốc lá cho trẻ dưới 18 tuổi khá cao ở các tỉnh thành

1. ***Khó khăn thách thức của chủ cửa hàng về quy định cấm QC và KM thuốc lá***

Tại 5 thành phố, tỷ lệ cán bộ quản lý thị trường có đến tuyên truyền về việc cấm QC và KM thuốc lá thấp. Tỷ lệ này cao nhất ở thành phố Cần Thơ 32,9%, thấp nhất ở Hải Phòng 7,9%. Tần suất các cán bộ đi tuyên truyền là thỉnh thoảng đến các chủ cửa hàng chủ yếu

Các chủ cửa hàng cho rằng không gặp vấn đề gì khi thực hiện quy định cấm QC và KM thuốc lá chiếm tỉ lệ khá cao 19,2%. Mọt số cửa hàng gặp khó khăn là do không treo sẽ mất lợi nhuận và chưa được cơ quan chức năng nhắc nhở

1. ***Mong muốn nhận thông tin về quy định cấm QC và KM và các biện pháp đề ra***

Tỷ lệ chủ cửa hàng mong muốn được cung cấp thông tin thấp (<40%) ở 5 thành phố. Tỷ lệ có mong muốn cung cấp thông tin cao nhất ở Hồ Chí Minh 38,1%, thấp nhất ở Đà Nẵng 27,1%. chủ cửa hàng hầu hết muốn cung cấp thông tin qua tivi 47,3%

Hầu hết, các chủ cửa hàng ở 5 thành phố đếu trả lời nhà nước cần tăng cường truyền thông và và nâng cao chế tài xử phạt và tăng cường thanh tra