****

**HỘI Y TẾ CÔNG CỘNG VIỆT NAM**

138 Giảng Võ, Hà Nội

Điện thoại: 04.62662348

Email: vpha@vpha.org.vn

**báo cáo kết quả nghiên cứu**

**THỰC TRẠNG VI PHẠM quy định cấm Quảng cáo, Khuyến mại các sản phẩm thuốc lá TẠI ĐIỂM BÁN LẺ THUỐC LÁ Ở một số tỉnh thành CỦA việt nam, 2014-2015**

**hà nội, 2015**

**THÀNH VIÊN NHÓM NGHIÊN CỨU**

1. TS. Lê Thị Thanh Hương, Trường Đại học Y tế công cộng
2. Ths. Trần Khánh Long, Trường Đại học Y tế công cộng
3. Ths. Đỗ Hải Sơn, Hội Y tế công cộng Việt Nam
4. CN. Nguyễn Xuân Lâm, Hội Y tế công cộng Việt Nam
5. CN. Lê Hương Trang, Hội Y tế công cộng Việt Nam
6. Ths. Nguyễn Ngọc Bích, Hội Y tế công cộng Việt Nam

**tóm tắt nghiên cứu**

Nghiên cứu “Thực trạng vi phạm các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán lẻ thuốc lá ở một số tỉnh thành của Việt Nam năm 2014 – 2015” được thực hiện từ tháng 4/2014 đến tháng 9/2015” với 2 mục tiêu: (1) Mô tả thực trạng vi phạm quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán lẻ thuốc lá ở một số tỉnh thành của Việt Nam trong năm 2014 và 2015 và (2) Mô tả một số thuận lợi, khó khăn trong công tác thực hiện quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán lẻ thuốc lá ở Việt Nam.

Phương pháp nghiên cứu cắt ngang được thực hiện ở hai thời điểm tháng 4 và 5 năm 2014 và tháng 7 và 8 năm 2015 tại 6 tỉnh: Hải Dương, Thái Bình, Khánh Hòa, Bình Định, Đồng Tháp và Bạc Liêu. Trong đó, hai tỉnh Khánh Hòa và Thái Bình được thụ hưởng một số hoạt động của dự án “Xây dựng mô hình thực thi môi trường không khói thuốc và quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ các sản phẩm thuốc lá tại 2 tỉnh thông qua mạng lưới Hội Y tế Công cộng Việt Nam và sự hỗ trợ của các nhà hoạch định chính sách”; 4 tỉnh còn lại được hưởng các hoạt động về phòng chống tác hại thuốc lá dưới sự hỗ trợ và chỉ đạo của Quỹ Phòng chống tác hại thuốc lá.

Kết quả nghiên cứu cho thấy tỉ lệ vi phạm quy định cấm quảng cáo thuốc lá vẫn tăng mặc dù Luật Phòng chống tác hại thuốc lá đã có hiệu lực từ 1/5/2013. Tỉ lệ vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá rất cao (gần 100%), mặc dù xu hướng đã giảm trong năm 2015 so với 2014. Tỉ lệ trưng bày mẫu bao hấp dẫn (chẳng hạn mẫu bao phát sáng) tăng từ 29,1% năm 2014 lên 33,2% năm 2015. Tuy nhiên, tỉ lệ vi phạm quy định cấm khuyến mại thuốc lá tại điểm bán giảm trong năm 2015 (3,2%) so với năm 2014 (5,3%).

Một số thuận lợi, trong công tác triển khai các quy định cấm quảng cáo – khuyến mại thuốc lá là hệ thống văn bản, chính sách về PCTHTL tương đối đầy đủ, có sự phối hợp liên ngành trong chỉ đạo công tác PCTHTL. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều khó khăn, thách thức trong công tác này được ghi nhận là nhận thức của người kinh doanh thuốc lá về các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá chưa tốt, tính tuân thủ quy định cấm chưa cao; lực lượng thanh tra mỏng, địa bàn hoạt động rộng, sự e dè trong việc xử phạt các đối tượng vi phạm của thanh tra v.v.

Một số khuyến nghị được đề xuất trong nghiên cứu là: nâng cao nhận thức về các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá cho đối tượng kinh doanh thuốc lá, xử phạt nghiêm các trường hợp vi phạm để làm gương răn đe các trường hợp khác.

**DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT**

CBSK Cảnh báo sức khỏe

ĐBLTL Điểm bán lẻ thuốc lá

ĐH YTCC Đại học Y tế công cộng

HSPH Hanoi School of Public Health

KM Khuyến mại

PCTHTL Phòng chống tác hại của thuốc lá

PVS Phỏng vấn sâu

QC Quảng cáo

QH Quốc hội

TLN Thảo luận nhóm

TT Tài trợ

VHTTDL Văn hóa, Thể thao, Du lịch

YTCC Y tế công cộng

1. **Đặt vấn đề**

Ngày 18/6/2012, Luật Phòng chống tác hại của thuốc lá (PCTHTL) đã được Quốc hội Nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam phê duyệt và Luật chính thức có hiệu lực từ ngày 1/5/2013. Lĩnh vực cấm quảng cáo (QC), khuyến mại (KM) và tài trợ (TT) thuốc lá được đề cập tại Điều 9 và Điều 16 của Luật. Điều 9 của Luật ghi rõ: 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. Về lĩnh vực tài trợ, Điều 16 của Luật cho phép “Tổ chức, cá nhân kinh doanh thuốc lá chỉ được tài trợ nhân đạo cho chương trình xóa đói, giảm nghèo; phòng, chống thiên tai, dịch bệnh, thảm họa; phòng, chống buôn lậu thuốc lá và không được thông báo trên phương tiện thông tin đại chúng về việc tài trợ đó”. Song song với các hình thức cấm QC, KM và TT thuốc lá, Điều 25 (khoản 1b) cũng đề cập tới quy định trưng bày thuốc lá tại điểm bán “đại lý bán lẻ, điểm bán lẻ thuốc lá không được trưng bày quá một bao, một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá” cũng như yêu cầu các đại lý bán lẻ, điểm bán lẻ phải treo biển thông báo không bán thuốc lá cho người chưa đủ 18 tuổi [[4](#_ENREF_4)]. Cùng đồng hành với Luật Phòng chống tác hại của thuốc lá, Luật Quảng cáo cũng xếp thuốc lá vào nhóm mặt hàng bị cấm quảng cáo [[5](#_ENREF_5)].

Song song với việc Luật Phòng chống tác hại thuốc lá có hiệu lực chính thức, một số văn bản hướng dẫn thực hiện một số điều khoản của Luật cũng đã được ban hành. Nghị định số 176/2013/NĐ-CP ban hành ngày 14/11/2013 hướng dẫn các biện pháp thực hiện và xử phạt đối với một số vi phạm về lĩnh vực phòng chống tác hại thuốc lá như vi phạm quy định về địa điểm cấm hút thuốc lá (Điều 23), vi phạm quy định về bán thuốc lá, trong đó có hành vi vi phạm quy định trưng bày quá một bao, một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá (Điều 24), vi phạm quy định về ghi nhãn, in cảnh báo sức khỏe trên bao bì thuốc lá (Điều 25) và vi phạm quy định cấm quảng cáo, tiếp thị thuốc lá tới người tiêu dùng, quy định về tài trợ thuốc lá (Điều 27) [[2](#_ENREF_2)]. Ngoài ra, về lĩnh vực quảng cáo thuốc lá, Nghị định 158/2013/NĐ-CP ban hành ngày 12/11/2013 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và quảng cáo cũng quy định một số điều khoản liên quan tới các vi phạm về cấm quảng cáo, tiếp thị và trưng bày thuốc lá tại điểm bán [[1](#_ENREF_1)]. Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ban hành ngày 15/11/2013 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ người tiêu dùng cũng quy định các mức xử phạt liên quan tới kinh doan, buôn bán thuốc lá và trưng bày thuốc lá [[3](#_ENREF_3)].

Trước và ngay sau khi Luật ban hành, các kết quả nghiên cứu của Trường Đại học Y tế công cộng (ĐH YTCC) cho thấy việc tuân thủ các quy định đã có về cấm quảng cáo cũng như tài trợ thuốc lá ở Việt Nam được thực hiện khá tốt với các loại hình quảng cáo ngoài trời và trên các phương tiện thông tin đại chúng. Tuy nhiên, tại các điểm bán, việc vi phạm diễn ra khá phổ biến, với khoảng 1/3 số điểm bán vi phạm cả quy định cấm quảng cáo và khuyến mại. Trong đó hơn 90% điểm bán vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao, một tút hoặc một hộp đối với một nhãn hiệu thuốc lá. Nghiên cứu của Trường ĐH YTCC cũng đã mô tả nhiều chiêu thức lách luật của các công ty thuốc lá như sử dụng giấy bóng kính trong suốt làm vỏ tút thuốc lá hoặc sử dụng các mô hình bao thuốc để trưng bày thuốc lá tại điểm bán [[7](#_ENREF_7)], [[8](#_ENREF_8)].

Việc thực thi và tuân thủ các quy định về cấm QC, KM và TT thuốc lá cũng như các điều khoản quy định khác của Luật PCTHTL hiện đang được Chính phủ và các Bộ ngành quan tâm. Các nghiên cứu trên thế giới cho thấy QC, KM, TT thuốc lá góp phần làm tăng số người hút thuốc lá bởi các hoạt động khuyến mại, tiếp thị của các công ty thuốc lá [[6](#_ENREF_6)] cũng như làm giảm quyết tâm bỏ thuốc lá tới 1,5 lần ở những người sử dụng thuốc lá đang hướng tới ý định bỏ thuốc [[9](#_ENREF_9)] và khuyến khích những người bỏ thuốc hút trở lại, cũng như là nguyên nhân của 34% trường hợp thử hút thuốc ở thanh thiếu niên [[6](#_ENREF_6)].

Để đánh giá hiệu quả của việc thực thi Luật PCTHTL cũng như tìm hiểu một số rào cản, thách thức trong công tác PCTHTL liên quan tới công tác cấm quảng cáo, khuyến mại, tài trợ thuốc lá, cũng như việc thực thi quy định không khói thuốc nơi công cộng và công sở, Hội YTCC được Liên minh Phòng chống Bệnh Phổi quốc tế tài trợ dự án “Xây dựng mô hình thực thi môi trường không khói thuốc và quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ các sản phẩm thuốc lá tại 2 tỉnh thông qua mạng lưới Hội Y tế Công cộng Việt Nam và sự hỗ trợ của các nhà hoạch định chính sách" trong năm 2014 – 2015 nhằm hỗ trợ hai tỉnh Thái Bình và Khánh Hòa thực hiện các hoạt động nhằm thúc đẩy công tác thực thi các quy định cấm QC, KM thuốc lá và không khói thuốc tại hai tỉnh nói trên.

Báo cáo này được thực hiện nhằm đánh giá hiệu quả thực thi quy định cấm QC, KM và TT thuốc lá tại hai tỉnh Thái Bình và Khánh Hòa sau một năm triển khai các hoạt động can thiệp. Các kết quả được so sánh với một số tỉnh không được triển khai can thiệp nhằm so sánh hiệu quả của các hoạt động can thiệp tại địa bàn hai tỉnh.

**II. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU**

1. Mô tả thực trạng vi phạm quy định cấm QC, KM thuốc lá tại các điểm bán lẻ tại một số tỉnh của Việt Nam, năm 2014-2015
2. Mô tả những thuận lợi, khó khăn/ thách thức trong công tác thực thi và tuân thủ các quy định cấm QC, KM, TT thuốc lá theo Luật PCTHTL tại Việt Nam.
3. **PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**
   1. **Đối tượng nghiên cứu:**

* Các điểm bán lẻ thuốc lá có giấy phép kinh doanh và/hoặc có mặt bằng kinh doanh cố định, bao gồm:
  + Siêu thị
  + Quán cà phê
  + Đại lý bán thuốc lá
  + Cửa hàng tạp hóa có bán thuốc lá
  + Vũ trường/ quán bar
  + Các địa điểm công cộng như nhà ga, bến tàu xe, sân bay
* Chủ các điểm bán lẻ thuốc lá
* Thanh tra văn hóa, thể thao và du lịch
* Chánh/phó chánh thanh tra văn hóa, thể thao và du lịch.
  1. **Địa điểm nghiên cứu:**
* Hai tỉnh được triển khai một số hoạt động của Dự án “Xây dựng mô hình thực thi môi trường không khói thuốc và quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ các sản phẩm thuốc lá tại 2 tỉnh thông qua mạng lưới Hội Y tế Công cộng Việt Nam và sự hỗ trợ của các nhà hoạch định chính sách”: Thái Bình và Khánh Hòa
* Bốn tỉnh không có hoạt động của dự án của Hội YTCC Việt Nam: Hải Dương, Bình Định, Đồng Tháp và Bạc Liêu nhưng có hoạt động PCTHTL triển khai theo hướng dẫn chung của Quỹ PCTHTL.
  1. **Thời gian nghiên cứu**
* Từ tháng 4/2014 đến tháng 8/2015; trong đó thời gian thu thập số liệu được diễn ra như sau:
  + Năm 2014: tháng 5-6/2014
  + Năm 2015: tháng 7-8/2015
  1. **Thiết kế nghiên cứu:**

Nghiên cứu cắt ngang tại hai thời điểm, kết hợp với thảo luận nhóm và phỏng vấn sâu. Nghiên cứu thu thập số liệu thông qua bộ phiếu quan sát ghi nhận các vi phạm về QC, KM, TT thuốc lá trên thị trường tại các điểm bán lẻ thuộc địa bàn 6 tỉnh nghiên cứu. Ngoài ra, nghiên cứu đã thực hiện một số cuộc phỏng vấn sâu đối với các lãnh đạo Sở, chủ các điểm kinh doanh thuốc lá. Các cuộc thảo luận nhóm được thực hiện với các thanh tra văn hóa, thanh tra truyền thông, cán bộ quản lý thị trường và công an và chủ các điểm bán lẻ thuốc lá tại địa bàn 6 tỉnh.

* 1. **Cỡ mẫu và chọn mẫu**

Quá trình chọn mẫu được tham khảo từ nghiên cứu “Điều tra tình hình vi phạm các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá tại Việt Nam, 2009-2011” của Trường Đại học Y tế công cộng [[7](#_ENREF_7)]. Tại mỗi tỉnh/thành phố, với sự giúp đỡ chuyên gia tại địa phương, nhóm nghiên cứu chọn ra một quận nội thành và một huyện ngoại thành đại diện cho vùng nông thôn và thành thị. Tại quận nội thành, 10 tuyến phố chính có mật độ buôn bán và quảng cáo thương mại lớn được lựa chọn và điều tra viên được yêu cầu quan sát ngẫu nhiên 10 cửa hàng và các địa điểm công cộng (nhà ga, bến tàu, bến xe…) nằm trên một tuyến phố đó. Tại huyện ngoại thành, khác với các huyện nội thành, toàn bộ các cửa hàng và địa điểm công cộng trên các tuyến phố được quan sát. Tối thiểu mỗi tuyến phố phải quan sát được 5 cửa hàng bán thuốc lá, đảm bảo cỡ mẫu được thu thập tương tự như cỡ mẫu ở khu vực nội thành. Cỡ mẫu được chọn điều tra là 1200 điểm bán và 120 điểm công cộng/ tuyến phố.

Sau khi đã lựa chọn các tuyến phố, điều tra viên đã đi dọc tuyến phố từ số nhà nhỏ nhất (số 1) đến hết phố và lựa chọn các điểm bán thuộc đối tượng điều tra đảm bảo cỡ mẫu. Để tránh những vi phạm trùng nhau, 2 điểm bán cùng loại yêu cầu phải cách nhau tối thiểu 20m.

Đối với mẫu định tính: chọn chủ định các đối tượng đã định. Tổng số có 4 cuộc phỏng vấn sâu (PVS) với chánh – phó chánh thanh tra văn hóa – thể thao – du lịch, 3 cuộc thảo luận nhóm với thanh tra văn hóa – thể thao – du lịch và 9 cuộc PVS với chủ các điểm kinh doanh thuốc lá (5 tại khu vực nội thành và 4 tại khu vực ngoại thành) được thực hiện vào năm 2014. Trong năm 2015, do hạn chế về thời gian và nguồn lực nên chỉ thực hiện 4 cuộc PVS với chánh – phó chánh thanh tra văn hóa – thể thao – du lịch. Mục đích của các cuộc PVS và thảo luận nhóm nhằm tìm hiểu những khó khăn, thách thức trong công tác triển khai việc thực thi quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá ở Việt Nam.

* 1. **Phương pháp thu thập số liệu:**
* Định lượng: Bảng kiểm quan sát (Phụ lục 1)
* Định tính: Hướng dẫn phỏng vấn sâu + thảo luận nhóm (Phụ lục 2)
  1. **Các bước tổ chức thu thập số liệu:**
* Giai đoạn chuẩn bị:
  + Bảng kiểm quan sát được tham khảo từ nghiên cứu “Điều tra tình hình vi phạm các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá tại Việt Nam, 2009-2011” do Trường Đại học Y tế công cộng thực hiện [[7](#_ENREF_7)]. Các bảng kiểm đã được Trường Đại học Y tế công cộng thử nghiệm trong nghiên cứu từ năm 2009-2011.
  + Tài liệu tập huấn và hướng dẫn quan sát điểm bán được xây dựng và sử dụng trong quá trình tập huấn giám sát viên và điều tra viên của Hội YTCC.
  + Tập huấn số liệu cho điều tra viên tại các tỉnh thuộc địa bàn nghiên cứu được thực hiện bởi các giám sát viên của Hội YTCC Việt Nam.
* Giai đoạn thu thập số liệu:
  + Điều tra viên tại các tỉnh được giao nhiệm vụ thu thập số liệu theo từng khu vực được phân công.
  + Các giám sát viên của Hội YTCC được phân công phụ trách các điều tra viên, và hướng dẫn điều tra viên cách quan sát, thu thập số liệu theo đúng yêu cầu của nghiên cứu.
  + Kết thúc mỗi ngày, phiếu điều tra được tập hợp về khu vực của giám sát viên và phiếu được kiểm tra lại xem có thông tin nào còn sót để có thể khắc phục, bổ sung thông tin còn thiếu kịp thời. Những vướng mắc trong quá trình thu thập số liệu sẽ được trao đổi ngay giữa giám sát viên và điều tra viên để tìm hướng khắc phục thích hợp.
  1. **Các hoạt động nhằm thực thi quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá được triển khai tại hai tỉnh Thái Bình và Khánh Hòa trong hai năm 2014 – 2015**

Trong giai đoạn 2014 – 2015, Dự án “Xây dựng mô hình thực thi môi trường không khói thuốc và quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ các sản phẩm thuốc lá tại 2 tỉnh thông qua mạng lưới Hội Y tế Công cộng Việt Nam và sự hỗ trợ của các nhà hoạch định chính sách” được triển khai tại Thái Bình và Khánh Hòa với sự tài trợ của Liên minh Phòng chống Lao và Bệnh Phổi quốc tế. Các hoạt động liên quan tới cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá được triển khai tại hai tỉnh bao gồm:

* Tập huấn cho đoàn kiểm tra liên ngành về nội dung cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá
* Triển khai chiến dịch ra quân của đoàn liên ngành giám sát thực thi quy định cấm quảng cáo, khuyến mại va tai trợ thuốc lá
* Truyền thông (phối hợp cùng chương trình của quỹ phòng chống tác hại thuốc lá) về phòng chống tác hại thuốc lá
* Ban hành các chỉ thị và quyết định tăng cường thực thi Luật, trong đó giao cho Sở Thông tin Truyền thông và các sở liên quan đẩy mạnh việc nghiêm cấm quảng cáo và tài trợ các sản phẩm thuốc lá
* Tổ chức các hội thảo cung cấp thông tin và nghiên cứu về Luật trong đó có các nội dung về cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá
* Nhắc nhở các Sở ban ngành liên quan trong các cuộc họp ban chỉ đạo hàng quý.

Ngoài những hoạt động do Hội YTCC tiến hành, tại các tỉnh thành trên toàn quốc trong năm 2015 cũng đã triển khai nhiều hoạt động phòng chống tác hại thuốc lá trong các mảng như cấm hút thuốc nơi công cộng, cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá dưới sự chỉ đạo của Quỹ Phòng chống tác hại thuốc lá (PCTHTL) quốc gia.

* 1. **Các tiêu chí đánh giá về hình thức vi phạm quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán**
* Vi phạm chung: Một điểm bán lẻ được coi là vi phạm quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá là khi có bất cứ một tiêu chí vi phạm nào trong trong bộ phiếu quan sát được ghi nhận tại cửa hàng đó (xem Phụ lục 1), trừ tiêu chí về vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút của một nhãn hiệu thuốc lá.
* Vi phạm về quảng cáo: Một điểm bán lẻ được coi là vi phạm quy định cấm quảng cáo thuốc lá khi có bất kỳ một tiêu chí vi phạm nào ở phần quảng cáo trong bộ phiếu quan sát được ghi nhận tại cửa hàng đó, trừ tiêu chí về vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút của một nhãn hiệu thuốc lá.
* Vi phạm về trưng bày: tại điểm bán lẻ thuốc lá có trưng bày quá một bao, một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá được ghi nhận tại thời điểm nghiên cứu.
* Vi phạm về khuyến mại: Một điểm bán lẻ được coi là vi phạm quy định cấm quảng cáo thuốc lá khi có bất kỳ một tiêu chí vi phạm nào ở phần khuyến mại trong bộ phiếu quan sát được ghi nhận tại cửa hàng đó.
* Vi phạm cả quảng cáo và khuyến mại: tại điểm bán lẻ có vi phạm cả hai tiêu chí quảng cáo và khuyến mại trong bộ phiếu.
  1. **Phương pháp quản lý và phân tích số liệu**
* Quản lý số liệu:
  + Số liệu định lượng được làm sạch trước khi nhập liệu. Nhập liệu bằng phần mềm EpiData 3.1
  + Số liệu định tính được gỡ băng và bảo quản ở định dạng văn bản (Microsoft word).
* Phân tích số liệu:
  + Số liệu định lượng được phân tích bằng phần mềm SPSS version 19.0. Sử dụng kiểm định khi bình phương để so sánh các giá trị tỉ lệ với mức giá trị p<0,05.
  + Số liệu định tính được phân tích thủ công. Các thông tin được tổ chức và sắp xếp theo chủ đề ở dạng ma trận định tính và được trích dẫn minh họa cụ thể tại từng ý phân tích.
  1. **Đạo đức nghiên cứu**

Nghiên cứu tuân thủ các quy định của Hội đồng Đạo đức của Trường Đại học Y tế công cộng. Các đối tượng tham gia nghiên cứu được thông báo về nội dung của cuộc quan sát/phỏng vấn và có quyền từ chối không tham gia. Trong quá trình trả lời phỏng vấn, nếu đối tượng cảm thấy không thoải mái có thể yêu cầu dừng phỏng vấn ở bất kỳ thời điểm nào mà không bị ràng buộc gì.

Mọi thông tin về đối tượng nghiên cứu được bảo mật. Các thông tin do đối tượng nghiên cứu cung cấp chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu mà không sử dụng cho bất kỳ mục đích nào khác. Các thông tin được trích dẫn trong báo cáo được mã hóa và đảm bảo không để lộ danh tính người trả lời phỏng vấn.

Các quan sát được thực hiện tại các điểm bán thuốc lá đều có sự đồng ý, cho phép của chủ cơ sở trước khi thực hiện quan sát.

1. **KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ BÀN LUẬN**
   1. **Thông tin chung về các loại hình điểm bán thuốc lá trong nghiên cứu**

Tổng số có sáu tỉnh được chọn vào nghiên cứu và phân bố tương đối đồng đều ở các khu vực, trong đó có hai tỉnh thuộc vùng đồng bằng châu thổ sông Hồng (Thái Bình và Hải Dương), hai tỉnh ven biển thuộc vùng Nam Trung Bộ (Khánh Hòa và Bình Định) và hai tỉnh thuộc khu vực đồng bằng sông Cửu Long (Đồng Tháp và Bạc Liêu). Trong đó, hai tỉnh được can thiệp là Thái Bình và Khánh Hòa.

Thông tin chung về loại hình các điểm bán lẻ thuốc lá trong nghiên cứu được trình bày tại Bảng 3.1. Tổng số có 1.207 loại hình điểm bán thuốc lá được quan sát vào năm 2014 và 1.199 điểm bán thuốc lá được quan sát vào năm 2015 (xấp xỉ 200 điểm bán/tỉnh).

**Bảng 3.1. Phân loại các loại hình điểm bán lẻ tại các tỉnh trong nghiên cứu, 2014.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Các loại hình điểm bán lẻ thuốc lá** | **Thời điểm nghiên cứu** | | | | **Tổng** | |
| **2014** | | **2015** | |
| **Tần số** | **%** | **Tần số** | **%** | **Tần số** | **%** |
| Các cửa hàng tạp hóa | 881 | 73,0 | 839 | 70,0 | 1720 | 72,0 |
| Quán café, quán nước | 284 | 23,5 | 312 | 26,0 | 584 | 24,4 |
| Nhà hàng | 17 | 1,4 | 17 | 1,4 | 34 | 1,4 |
| Khác | 25 | 2,1 | 31 | 2,6 | 51 | 2,1 |
| **Tổng** | **1.207** | **100** | **1.199** | **100** | **2.389** | **100** |

Kết quả Bảng 3.1 cho thấy trong tổng số khoảng 1.200 điểm bán lẻ thuốc lá (ĐBLTL) được quan sát trong nghiên cứu, các cửa hàng tạp hóa chiếm tỉ lệ cao nhất và tương đồng nhau ở cả hai thời điểm quan sát của 2014 và 2015 (lần lượt là 73% và 72%). Tỉ lệ các ĐBLTL là các quán cà phê, quán nước chiếm thứ hai trong tổng số các điểm bán lẻ được quan sát trong hai năm nghiên cứu. Tỉ lệ này lần lượt ở năm 2014 và 2015 là 23,5% và 26%. Tỉ lệ các điểm bán lẻ được quan sát là nhà hàng chiếm tỉ lệ rất nhỏ trong nghiên cứu, và ở cả hai năm đều là 1,4%. Ngoài các cửa hàng tạp hóa và các quán cà phê, giải khát, bia rượu, karaoke còn có các nhóm khác cũng được quan sát trong nghiên cứu này. Nhóm này bao gồm các loại hình cửa hàng như siêu thị/bách hóa tổng hợp, cửa hàng chuyên bán thuốc lá/đại lý thuốc lá, quầy thuốc lá/ xe đẩy chuyên dụng, nhà hàng/ quán ăn v.v. tuy nhiên chiếm tỉ lệ khá nhỏ trong nghiên cứu, chỉ dao động với tỉ lệ xấp xỉ 2%. Nghiên cứu không phát hiện sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các loại hình điểm bán thuốc lá trong hai năm thực hiện nghiên cứu.

Những kết quả được ghi nhận trong nghiên cứu này tương tự với kết quả thu được của nghiên cứu tại trường Đại học Y tế công cộng (ĐHYTCC) năm 2009-2011 [[7](#_ENREF_7)]. Báo cáo của Trường ĐHYTCC cho thấy các điểm bán thuốc lá được quan sát phổ biến nhất cũng là các cửa hàng tạp hóa, tiếp đến là các quán cà phê, giải khát, rượu bia, karaoke. Các loại hình cửa hàng như siêu thị/bách hóa tổng hợp, cửa hàng chuyên bán thuốc lá/đại lý, xe đẩy chuyên dụng, nhà hàng/quán ăn v.v. cũng chiếm tỉ lệ thấp.

* 1. **Thực trạng vi phạm quy định cấm quảng cáo, khuyến mại tại điểm bán lẻ thuộc các địa bàn nghiên cứu**
     1. ***Tình hình vi phạm chung các quy định về cấm quảng cáo thuốc lá tại các tỉnh nghiên cứu***

Như đã trình bày ở phần Phương pháp nghiên cứu, tại các điểm bán thuốc lá được quan sát, việc vi phạm chung về các quy định cấm quảng cáo được tính đến khi bất kỳ một quy định nào trong bảng kiểm quan sát được ghi nhận là có sự vi phạm, trừ việc vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao hoặc một tút của một nhãn hiệu thuốc lá. Cụ thể là, các điểm bán thuốc lá bị coi là vi phạm quy định cấm quảng cáo thuốc lá khi tại thời điểm quan sát, điểm bán đó được điều tra viên ghi nhận có tranh ảnh quảng cáo, poster, tủ, quầy trưng bày thuốc, mô hình bao thuốc lá v.v. Thực trạng vi phạm chung về các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại các tỉnh thuộc địa bàn nghiên cứu được trình bày ở Biểu đồ 3.1.

**Biểu đồ 3.1. Tình hình vi phạm các quy định cấm quảng cáo thuốc lá tại các điểm bán trong nghiên cứu, 2014 – 2015**

Kết quả Biểu đồ 3.1 cho thấy tình hình vi phạm quy định cấm quảng cáo thuốc lá tại các điểm bán lẻ thuốc lá trong cả hai năm vẫn còn diễn ra tương đối. Trong tổng số xấp xỉ 1.200 điểm bán được quan sát, tính chung trong cả hai năm có gần 1/5 số điểm bán vi phạm quy định cấm quảng cáo thuốc lá. Tỉ lệ vi phạm trong năm 2014 là 12,8% và tỉ lệ này trong năm 2015 là 25,7% (χ2 = 64,807, p<0,001, df = 1). Có thể nhận thấy tỉ lệ vi phạm quy định cấm quảng cáo thuốc lá tại 6 tỉnh trong nghiên cứu của năm 2015 cao gần gấp đôi so với năm 2014, mặc dù tỉ lệ vi phạm của năm 2015 vẫn còn khá cao. Như vậy, mặc dù các hoạt động phòng chống tác hại thuốc lá tại các tỉnh dưới sự điều phối và chỉ đạo của Quỹ PCTHTL đã diễn ra khá khẩn trương và tích cực, nhưng dường như hiệu quả hoạt động đối với riêng lĩnh vực cấm quảng cáo thuốc lá chưa đạt được hiệu quả như mong muốn.

Một trong những nguyên nhân khách quan có thể lý giải cho việc tăng tỉ lệ vi phạm các quy định cấm quảng cáo thuốc lá là các hình thức quảng cáo ngày một tinh vi của các công ty thuốc lá. Việc liên tục tung ra những mẫu trưng bày mới với các lợi nhuận dành cho người bán hàng (tặng thuốc cuối mỗi tháng nếu liên tục trưng bày các tủ phát sáng v.v.), cấp lại ngay tủ trưng bày mới cho các điểm bán thuốc lá nếu tủ cũ bị các lực lượng chức năng tịch thu.





**Hình 3.2. Một số hình ảnh vi phạm quy định cấm quảng cáo thuốc lá được ghi nhận trong nghiên cứu**

* + 1. ***Thực trạng vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút/hộp của một nhãn hiệu thuốc lá tại các tỉnh thuộc địa bàn nghiên cứu***

Theo Khoản 1b, Điều 25 của Luật PCTHTL, tại điểm bán lẻ thuốc lá không được trưng bày quá một bao/một tút/hộp của một nhãn hiệu thuốc lá. Việc trưng bày trên một bao/tút/hộp đối với mỗi nhãn hiệu thuốc lá được coi là vi phạm quy định này. Thực trạng vi phạm Khoản 1b, Điều 25 của Luật PCTHTL được trình bày ở Biểu đồ 3.3.

**Biểu đồ 3.3. Thực trạng 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 thuốc lá trong nghiên cứu, 2014-2015**

Kết quả Biểu đồ 3.3 cho thấy tình hình vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao hoặc một tút hay một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá diễn ra rất phổ biến tại hầu hết các điểm bán lẻ thuốc lá được quan sát trong nghiên cứu ở cả hai năm 2014 và 2015. Trong năm 2014, có tới 98,5% số điểm bán thuốc lá (ĐBTL) được ghi nhận có trưng bày quá một bao/một tút/một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá và tỉ lệ vi phạm này được ghi nhận là có giảm đi một cách có ý nghĩa thống kê ở năm 2015 với 96,7% các ĐBTL vi phạm quy định này (χ2 = 8,068, p<0,05, df= 1).

Có thể thấy rằng, mặc dù các hoạt động thanh kiểm tra các hoạt động PCTHTL đã được thực hiện tại các tỉnh, bao gồm cả các hoạt động do Dự án của Hội YTCC Việt Nam cũng như các hoạt động do Quỹ PCTHTL chỉ đạo triển khai tại các tỉnh, công tác thực thi quy định cấm QC, KM, TT thuốc lá vẫn còn gặp khá nhiều khó khăn, thách thức, đặc biệt là trong việc tuân thủ quy định cấm trưng bày quá một bao, một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá.

Kết quả nghiên cứu này cũng tương tự như kết quả của nghiên cứu do Trường ĐH YTCC thực hiện [[7](#_ENREF_7)]. Kết quả từ nghiên cứu của Trường ĐH YTCC cho thấy tỉ lệ vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút của một nhãn hiệu thuốc lá tại địa bàn 10 tỉnh của nghiên cứu trong giai đoạn 2009 – 2011 cũng khá cao, với hơn 90% điểm bán lẻ thuốc lá vi phạm quy định này. Giai đoạn thu thập số liệu của năm 2009 – 2011 của Trường ĐH YTCC diễn ra trước khi có sự ra đời của Luật PCTHTL. Nghiên cứu này được thực hiện trên phạm vi 6 tỉnh ở ba vùng miền của đất nước (2 tỉnh miền bắc, 2 tỉnh miền nam trung bộ và 2 tỉnh thuộc vùng đồng bằng sông Cửu Long) ở thời điểm năm 2014 và 2015, tức là sau một và hai năm kể từ ngày Luật PCTHTL có hiệu lực. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cho thấy tỉ lệ vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút/một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá ghi nhận được ở nghiên cứu này thậm chí còn cao hơn so với nghiên cứu được thực hiện năm 2009-2011 của Trường ĐH YTCC.

Như vậy có thể thấy rằng, mặc dù Luật PCTHTL đã có hiệu lực từ 1/5/2015 và đến thời điểm thu thập số liệu đợt 2 của nghiên cứu này (tháng 7&8 năm 2015) là đã có hiệu lực hơn 2 năm, tỉ lệ vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá không hề có dấu hiệu giảm, thậm chí còn tăng cao hơn so với thời điểm trước khi Luật ra đời.





**Hình 3.4. Vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút thuốc lá tại điểm bán thuốc lá tại các tỉnh thuộc địa bàn nghiên cứu, 2014-2015**

**Tình hình vi phạm quy định trưng bày các mẫu vỏ bao thuốc lá hấp dẫn tại điểm bán**

Một trong những yếu tố thu hút sự quan tâm của người mua thuốc lá là việc trưng bày các mẫu bao hấp dẫn, chẳng hạn như mẫu bao phát sáng, bắt mắt, sử dụng nhiều màu sắc. Đây chính là một hình thức quảng cáo trá hình của các công ty thuốc lá nhằm thu hút những người tiêu dùng. Thực trạng vi phạm quy định trưng bày các mẫu vỏ bao thuốc lá hấp dẫn tại điểm bán của nghiên cứu này được trình bày tại Biểu đồ 3.5.

Có trưng bày

Không trưng bày

2014

Chung

2015

**Biểu đồ 3.5. Thực trạng trưng bày các mẫu vỏ bao thuốc hấp dẫn tại điểm bán, 2014 – 2015**

Kết quả Biểu đồ 3.5 cho thấy tỉ lệ các ĐBLTL có trưng bày các mẫu bao thuốc lá hấp dẫn, bắt mắt người tiêu dùng trong hai năm 2014 và 2015 chiếm tỉ lệ lần lượt là 29,1% và 33,2%. Tỉ lệ các ĐBLTL trưng bày các mẫu bao hấp dẫn trong năm 2015 cao hơn một cách có ý nghĩa thống kê so với năm 2014 (χ2 = 6,742, p<0,05, df= 1). Hình ảnh về mẫu vỏ bao thuốc lá được thiết kế đẹp mắt như bao phát sáng được trình bày ở Hình 3.6.

****

**Hình 3.6. Mẫu bao Marlboro phát sáng được ghi nhận tại điểm bán**

* + 1. ***Tình hình vi phạm quy định cấm khuyến mại thuốc lá tại điểm bán tại địa bàn nghiên cứu, 2014 – 2015***

Việc vi phạm quy định cấm khuyến mại thuốc tại điểm bán được ghi nhận trong nghiên cứu này khi điều tra viên ghi nhận tại điểm bán có các hình thức như: bao thuốc được bán với giá khuyến mại, mua nhiều giảm giá, được tặng kèm phiếu giảm giá, có tặng quà/vật phẩm khuyến mại khi mua thuốc lá, có giải thưởng trong vỏ bao thuốc.

Kết quả về thực trạng vi phạm quy định cấm khuyến mại thuốc lá được trình bày trong Biểu đồ 3.7. Biểu đồ 3.7 cho thấy tỉ lệ vi phạm quy định cấm khuyến mại thuốc lá ở các điểm bán trong cả hai năm 2014 và 2015 khá nhỏ, lần lượt là 5,3% và 3,2% và sự khác biệt này là có ý nghĩa thống kê (χ2 = 4,748, p<0,05, df= 1). Có thể thấy rằng, hoạt động khuyến mại tại điểm bán đã giảm đi theo thời gian giữa hai năm 2014 và 2015 và không sôi nổi bằng hoạt động quảng cáo tại điểm bán. Kết quả này khá tương đồng với kết quả từ nghiên cứu năm 2009 – 2011 của Trường ĐH YTCC, mặc dù trong nghiên cứu năm 2009 – 2011, Trường ĐH YTCC không gộp chung tất cả các tiêu chí này mà tính riêng cho từng tiêu chí. Chẳng hạn, kết quả năm 2009 – 2011 của Trường ĐH YTCC cho thấy, tỉ lệ các ĐBLTL vi phạm tiêu chí “tặng quà khi mua sản phẩm” trong các năm 2009 – 2011 lần lượt là 3,2%; 4,9% và 5,6% và vi pham tiêu chí “khuyến mại về giá” lần lượt là 11%, 10% và 7,5% [[7](#_ENREF_7)].

**Biểu đồ 3.7. Thực trạng vi phạm quy định cấm khuyến mại thuốc lá tại các điểm bán thuộc địa bàn nghiên cứu, 2014 – 2015**

* + 1. ***Thực trạng vi phạm cả quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán, 2014 – 2015***

Ngoài các tiêu chí vi phạm riêng lẻ về quảng cáo, khuyến mại thuốc lá và trưng bày quá một bao/một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá đã được trình bày ở phần trên, nhóm nghiên cứu cũng tiến hành cộng gộp các tiêu chí liên quan tới cấm quảng cáo, khuyến mại và trưng bày thuốc lá tại điểm bán trong hai thời điểm nghiên cứu (2014 và 2015). Theo đó, những ĐBLTL được coi là vi phạm cả quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá khi tại ĐBLTL đó, điều tra viên quan sát thấy có cả sự vi phạm đồng thời về các tiêu chí quảng cáo lẫn các tiêu chí khuyến mại và trưng bày quá một bao/một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá. Tương tự như vậy, các ĐBLTL được coi là vi phạm tiêu chí cấm quảng cáo và trưng bày quá một bao/một tút hay một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá khi điều tra viên quan sát thấy tại điểm bán đó vi phạm đồng thời cả 2 tiêu chí trên. Kết quả về tỉ lệ các ĐBLTL vi phạm cả tiêu chí cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá và vi phạm tiêu chí cấm quảng cáo và trưng bày được trình bày ở Biểu đồ 3.8 và 3.9.

**Biểu đồ 3.8. Tỉ lệ các ĐBLTL vi phạm đồng thời cả tiêu chí cấm quảng cáo vào khuyến mại thuốc lá, 2014–2015**

Kết quả Biểu đồ 3.8 cho thấy nếu ghép cả ba tiêu chí nói trên vào, tỉ lệ các ĐBLTL vi phạm đồng thời cả ba tiêu chí là rất nhỏ, chỉ dao động trên 1% và không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa hai đợt điều tra (χ2 = 0,851, p>0,05, df= 1). Tuy nhiên, nếu chỉ tính trên hai tiêu chí là cùng vi phạm quảng cáo và quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá (Biểu đồ 3.9) thì tỉ lệ vi phạm cao hơn khá nhiều. Kết quả nghiên cứu được trình bày tại Biểu đồ 3.9 cho thấy tỉ lệ vi phạm cả hai tiêu chí này ở năm 2015 cao hơn so với năm 2014 (22,4% so với 11,3%). Sự khác biệt này có ý nghĩa thống kê với χ2 = 53,586; p<0,001, df= 1. Tỉ lệ vi phạm này thấp hơn nhiều so với tỉ lệ vi phạm đồng thời các tiêu chí này thấp hơn nhiều so với tỉ lệ vi phạm được ghi nhận trong giai đoạn 2009 – 2011 của Trường ĐH YTCC. Cụ thể, trong năm 2009 – 2011, tỉ lệ các ĐBLTL vi phạm đồng thời cả tiêu chí cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá lần lượt là 29,4%; 32,9% và 35,8% [[7](#_ENREF_7)].

**Biểu đồ 3.9. Tỉ lệ các ĐBLTL vi phạm tiêu chí cấm quảng cáo thuốc lá và trưng bày quá một bao/một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá, 2014 – 2015**

* + 1. ***Thực trạng vi phạm quy định in các thông tin làm người sử dụng hiểu nhầm về tác hại của thuốc lá đối với sức khỏe của con người***

Khoản 2d, Điều 15 của Luật PCTHTL ghi rõ “Việc ghi nhãn đối với thuốc lá được sản xuất, nhập khẩu để tiêu thụ tại Việt Nam phải được thực hiện bằng tiếng Việt, theo đúng quy định của pháp luật về nhãn hàng hoá và bảo đảm các yêu cầu sau đây: Không được sử dụng từ, cụm từ làm người đọc, người sử dụng hiểu thuốc lá là ít có hại hoặc hiểu sai về tác hại của thuốc lá và khói thuốc lá đối với sức khoẻ con người” [[4](#_ENREF_4)].

Trong hai lần quan sát của nghiên cứu vào năm 2014 và 2015, nghiên cứu ghi nhận vẫn còn một tỉ lệ nhất định các ĐBLTL có bán các bao thuốc còn các dòng chữ như “nhẹ”, “êm”, “low tar” hay “ít nicotine” khiến người đọc, người sử dụng hiểu thuốc lá ít có hại cho sức khỏe hoặc hiểu chưa đúng về tác hại của thuốc lá đối với sức khỏe của người sử dụng. Thông tin về tỉ lệ vi phạm Khoản 2d của Điều 15 Luật PCTHTL được trình bày ở Biểu đồ 3.10.

**Biểu đồ 3.10. Tỉ lệ các ĐBLTL vi phạm quy định in các chữ “nhẹ”, “êm”, “ít nicotine”, 2014-2015**

Kết quả Biểu đồ 3.10 cho thấy tỉ lệ vi phạm khoản 2d, Điều 15 của Luật PCTHTL có khuynh hướng tăng trong năm 2015 so với 2014, với tỉ lệ vi phạm tăng hơn gấp 2 lần (13,4% so với 5,7%; χ2 = 42,092; p<0,001, df= 1). Đây cũng là một thách thức không nhỏ đối với công tác PCTHTL tại Việt Nam khi tỉ lệ vi phạm tiêu chí vẫn tăng, mặc dù đã có Luật PCTHTL cũng như một số văn bản hướng dẫn dưới Luật để thực thi các quy định cấm này. Mặc dù có những khó khăn như vậy, việc Luật PCTHTL ra đời đã làm giảm đáng kể tỉ lệ vi phạm quy định này so với trước khi có Luật. Chẳng hạn, trước khi có Luật PCTHTL, tỉ lệ các ĐBLTL có trưng bày các bao thuốc lá có các chữ “nhẹ”, “êm” hoặc “low tar” hay “ít nicotine” trong các năm 2009 – 2011 lần lượt là 12,7%; 25,5% và 23,3% [[7](#_ENREF_7)]. Theo đó, đã có các nghị định hướng dẫn xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và quảng cáo [[1](#_ENREF_1)] và trong lĩnh vực y tế [[2](#_ENREF_2)]. Do vậy, nếu doanh nghiệp thuốc lá nào còn in các thông tin sai lệch trên vỏ bao thuốc mà bị phát hiện sẽ bị phạt theo quy định của pháp luật, do vậy để tránh bị phạt, các công ty thuốc lá đã chấn chỉnh lại hoạt động in các thông tin trên bao bì của sản phẩm thuốc lá. Đây cũng có thể coi là một giải thích cho việc giảm khá nhanh tỉ lệ vi phạm quy định này ở thời điểm sau khi Luật có hiệu lực. Tuy nhiên, kết quả được thực hiện trong nghiên cứu năm 2014 của Trường ĐHYTCC về việc tuân thủ in cảnh báo sức khỏe bằng hình ảnh trên vỏ bao bì thuốc lá tại các điểm bán thuốc lá cho thấy với các bao thuốc lá hợp pháp được sản xuất bởi các công ty trong nước, không có bao nào vi phạm quy định in ấn các chữ chứa thông tin sai lệch như trên [[10](#_ENREF_10)].

Ngoài ra, một tiêu chí nữa cũng được bổ sung thu thập trong đợt thu thập số liệu năm 2015 là việc các ĐBLTL còn bán các bao thuốc lá không có cảnh báo sức khỏe (CBSK) bằng hình ảnh. Kết quả được trình bày trong Biểu đồ 3.11. Kết quả Biểu đồ 3.11 cho thấy, mặc dù Luật PCTHTL đã có hiệu lực từ ngày 1/5/2013, đồng thời việc lưu hành bao thuốc lá vỏ mềm không có CBSK bằng hình ảnh chỉ được đến thời điểm tháng 8/2013 và bao thuốc lá vỏ cứng đến thời điểm tháng 12/2013, vẫn còn tới 18,1% các ĐBLTL có bán các bao thuốc lá không có CBSK bằng hình ảnh.

Biểu đồ 3.11. Tỉ lệ các ĐBLTL còn bán các bao thuốc lá không có CBSK bằng hình ảnh năm 2015

* 1. **Thuận lợi, khó khăn trong công tác thực hiện quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán**

Để tìm hiểu các khó khăn, thuận lợi trong công tác thực hiện quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại các điểm bán, nghiên cứu đã tiến hành thực hiện một số cuộc phỏng vấn sâu (PVS) và thảo luận nhóm (TLN) với lãnh đạo Sở Văn hóa thể thao du lịch (VHTTDL), thanh tra Sở VHTTDL của các tỉnh trong địa bàn nghiên cứu (chánh thanh tra và thanh tra viên), thực hiện phỏng vấn sâu với chủ cơ sở kinh doanh thuốc lá tại các địa bàn nội thành và ngoại thành của 6 tỉnh tham gia nghiên cứu.

* + 1. ***Những thuận lợi trong công tác thực hiện quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán***
       1. *Các văn bản pháp luật liên quan tới lĩnh vực cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá đã sẵn có và đã có hiệu lực*

Luật PCTHTL đã chính thức có hiệu lực từ ngày 1/5/2013, đồng thời, các văn bản hướng dẫn dưới Luật như các nghị định, các thông tư hướng dẫn thi hành các điều khoản của Luật cũng lần lượt được ban hành. Đồng hành với Luật PCTHTL, Luật Quảng cáo cũng được ban hành và có hiệu lực từ ngày 1/1/2013. Liên quan tới lĩnh vực cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán, các Nghị định có thể được áp dụng là Nghị định số 176/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực y tế; Nghị định số 158/2013/NĐ-CP ngày 12/11/2013 về quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và quảng cáo và Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013 quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ người tiêu dùng.

Điều 24 Nghị định 176/2013/NĐ-CP ghi rõ với những hành vi trưng bày quá một bao, một tút/ hộp của một nhãn hiệu thuốc lá sẽ bị phạt với mức tiền từ 1 triệu đến 2 triệu đồng (Chính phủ 2013b). Ngoài ra, Khoản 1a - Điều 50 của Nghị định 158/2013/NĐ-CP cũng ghi rõ hình thức quảng cáo thuốc lá sẽ bị phạt từ 40.000.000đ – 50.000.000đ [[1](#_ENREF_1)]. Nghị định 185/2013/NĐ-CP quy định mức phạt từ 2 triệu đến 3 triệu đối với hành vi trưng bày quá một bao hoặc một tút/hộp của một nhãn hiệu thuốc lá, cao hơn so với Nghị định số 176/2013/NĐ-CP [[2](#_ENREF_2)].

Như vậy có thể thấy rằng sự ra đời và tồn tại các loại văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực QC-KM thuốc lá là công cụ đắc lực giúp cho thanh tra có thể thực hiện được các quy định cấm QC-KM thuốc lá trong phạm vi thẩm quyền cho phép của mình.

Ngoài ra, việc các chính quyền địa phương triển khai đưa nội dung Luật vào sâu rộng trong các cơ quan, công sở và có những văn bản, chỉ thị hướng dẫn, yêu cầu triển khai Luật cũng là một thuận lợi lớn cho công tác PCTHTL tại địa phương, trong đó có mảng cấm QC-KM thuốc lá.

“*Nhìn chung mà nói, từ khi Luật [PCTHTL] ra đời, tinh thần Luật được mọi người ủng hộ, và đồng thời tất cả mọi tổ chức cá nhân người ta thấy cái việc tác hại của thuốc lá, cần nên chống là điều hết sức cần thiết. Thông qua Luật có các Nghị định, có các văn bản qui định. Ngay ở tỉnh Khánh Hòa, đã triển khai nhiều văn bản, triển khai quyết liệt, tinh thần là làm sao quán triệt được tận nơi tận chốn, các tổ chức nhất là các cơ quan đoàn thể phải nghiêm chỉnh chấp hành. Tỉnh có nhiều chỉ thị, nhiều văn bản, ngay cả nghị quyết của hội đồng nhân dân tỉnh cũng đưa ra vấn đề này. Vì thế, về mặt luật mà nói phải nói là thực thi một cách có hiệu quả địa bàn trên tỉnh Khánh Hòa*” (TLN Thanh tra Sở VHTTDL KH, 2014).

* + - 1. *Công tác truyền thông, phổ biến các quy định về cấm QC, KM, TT thuốc lá tới các thanh tra đã được thực hiện đồng bộ ở các địa phương*

Luật PCTHTL đã có hiệu lực từ 1/5/2013. Sau hơn 2 năm triển khai thực hiện Luật, riêng về mảng cấm QC, KM, TT thuốc lá, các văn bản, chính sách có liên quan đã được phổ biến tới mọi tầng lớp thanh tra, đồng thời cũng được tập huấn cho thanh tra và được lồng ghép trong nhiều hoạt động khác nhau của ngành văn hóa, thể thao và du lịch.

*“Đặc biệt đó là năm 2014 thì Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, thanh tra bộ phối hợp với chương trình nước ngoài trong quá trình tập huấn các văn bản mới của ngành thì cũng có lồng ghép tuyên truyền triển khai cho chánh thanh tra các sở ngành trong toàn quốc để triển khai trong hệ thống lưu trú du lịch của toàn ngành” (Nam, PVS chánh TT Sở VHTTDL BĐ, 2015)*.

* + - 1. *Sự phối kết hợp liên ngành của các bên liên quan trong công tác PCTHTL*

Theo tìm hiểu của nhóm nghiên cứu, các tỉnh trong địa bàn nghiên cứu đều có các văn bản, hướng dẫn của Ủy ban nhân dân tỉnh chỉ đạo thực hiện nghiêm Luật PCTHTL. Các sở có vai trò quan trọng trong công tác PCTHTL của tỉnh gồm Sở Y tế, Sở VHTTDL, Sở Thông tin Truyền thông, Sở Công thương đặc biệt là Chi cục Quản lý thị trường, Sở Giáo dục Đào tạo, công an và các sở khác có liên quan. Sở Y tế có vai trò quan trọng nhất trong việc điều phối các hoạt động liên quan tới công tác PCTHTL tại địa phương. Hàng năm, đoàn kiểm tra liên ngành của tỉnh được thành lập để thực hiện công tác thanh kiểm tra các hoạt động khác nhau, trong đó có hoạt động PCTHTL. Ngoài ra, do cả 6 tỉnh trong địa bàn nghiên cứu đều là thành viên thuộc mạng lưới Hội Y tế công cộng (YTCC) Việt Nam nên ngoài sự phối hợp với các sở ngành liên quan trong tỉnh trong công tác PCTHTL thì việc phối hợp với tỉnh Hội YTCC cũng như nhận hỗ trợ, tư vấn về mặt kỹ thuật từ trung ương Hội cũng là điểm thuận lợi lớn cho công tác thực hiện các hoạt động PCTHTL của địa phương, trong đó có công tác cấm QC-KM thuốc lá nữa.

“*Cái việc mà trưng bày quảng cáo các cái loại hình sản phẩm thuốc lá thì sau khi mà Luật (PCTHTL) có hiệu lực thi hành thì trước đây là thanh tra sở văn hóa và du lịch cũng có phối hợp với các ngành chức năng ví dụ như là quản lý thị trường, rồi là công an để rồi chúng ta tiến hành tổ chức kiểm tra thì trước đây thì nó cũng có cái quảng cáo trên các cái loại dù, tủ nhưng mà sau cái đợt mà mình ra quân mình chấn chỉnh và giải thích cho họ thấy những cái đây là cái mà sai phạm mặc dù là coi như là các cái nhà tài trợ người ta không có danh nghĩa chính thức nhưng mà cái này cũng là một hình thức quảng cáo. Dù là cái dù hay là cái hình, cái mầu vàng của cái gói thuốc ngựa mặc dù đó không phải là gói thuốc ngựa nhưng mà đó là một sản phẩm quảng cáo của thuốc lá đó thì từ đó tới nay thì họ không có thực hiện nữa, thì hầu hết các cái dù, các cái tủ đó thì coi như là họ đã dẹp hết*” (Nam, PVS chánh TT Sở VHTTDL BĐ, 2014).

Ngoài ra, một kênh đóng vai trò khá quan trọng trong việc đưa các nội dung của Luật PCTHTL tới rộng rãi với người dân là cơ quan thông tin đại chúng và hệ thống loa đài địa phương. Với sự chỉ đạo của các cấp lãnh đạo, Luật đã được phổ biến tới các bên liên quan, trong đó có người dân nhằm nâng cao nhận thức của các bên về Luật.

*“Theo như cá nhân của mình thì mình thấy là từ khi mà luật phòng chống tác hại của thuốc lá có hiệu lực thi hành thì trên các cái phương tiên thông tin đại chúng của của tỉnh và kể cả mình là tuyên truyền cho các cái đài truyền thanh xã, phường, thị trấn của các huyện mà nhờ đó mà cái tính tác dụng răn đe, rồi nhận thức của người dân từ người dân cho tới các cái chủ cơ sở kinh doanh thì họ cũng có chuyển biến rõ nét”* (Nam, PVS chánh TT Sở VHTTDL BĐ, 2014).

* + 1. ***Những khó khăn trong công tác thực hiện quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán***
       1. *Nhận thức về các quy định cấm QC-KM thuốc lá chưa tốt và tính tuân thủ quy định pháp luật về cấm QC-KM và trưng bày thuốc lá tại điểm bán chưa cao*

Nhận thức chưa đúng của người dân về các quy định cấm QC-KM thuốc lá cũng như quy định không được phép trưng bày quá một bao hoặc một tút/hộp của một nhãn hiệu thuốc lá là nhận định chung của các thanh tra văn hóa, quản lý thị trường và cũng được thể hiện qua các cuộc phỏng vấn các đối tượng là chủ các cơ sở kinh doanh thuốc lá trong quá trình trả lời phỏng vấn. Việc các chủ cửa hàng/đại lý bán thuốc lá không biết nội dung của Luật PCTHTL cũng như không biết hoặc hiểu nhầm quy định hạn chế trưng bày thuốc lá tại điểm bán là điều bất cập, và do vậy họ có thể vi phạm các quy định của pháp luật.

“*Phần lớn các địa điểm buôn bán thuốc lá đó là người ta không hiểu, không ý thức về chuyện quảng cáo, về cái cấm quảng cáo, cho nên là các cái doanh nghiệp, công ty kinh doanh thuốc lá người ta hay gợi ý cho các cái tủ có sẵn logo, có sẵn tất cả cái đó. Trường hợp đó là nhiều, rồi cái trường hợp mà người ta trưng bày nhiều bao, do người ta cũng không nắm bắt được*.” (TLN, thanh tra Sở VHTTDL KH, 2014).

“*Luật phòng chống tác hại thuốc lá thì Luật phòng chống thì mình không nghe nhưng mà hiện là mình đang là bán thuốc cho người hút thuốc là có hại cho sức khỏe, cái đó thì mình tự biết chứ còn cái Luật đó thì dường như là mình không biết*” (PVS, nữ, chủ cửa hàng bán lẻ thuốc lá, BĐ, 2014).

Một thách thức không nhỏ nữa đối với việc tuân thủ quy định trưng bày không quá một bao hoặc một tút/hộp của một nhãn hiệu thuốc lá là tâm lý e ngại việc hạn chế trưng bày sẽ dẫn tới giảm doanh số bán hàng của các chủ hộ kinh doanh thuốc lá và ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập và kinh doanh của họ. Theo những đối tượng phỏng vấn này, tất cả các sản phẩm thuốc lá cần phải được trưng bày càng nhiều càng tốt để thu hút sự chú ý của người tiêu dùng. Một lý do nữa để biện minh cho sự vi phạm trong trưng bày các sản phẩm thuốc lá của các đối tượng phỏng vấn là do có quá nhiều sản phẩm thuốc lá mới được các công ty sản xuất thuốc lá tung ra thị trường một cách thường xuyên và liên tục, dẫn tới việc phải trưng bày nhiều để người mua có thể nhận biết những sản phẩm cũ và mới để mua thuốc lá. Đồng thời, bản thân những chủ cơ sở kinh doanh này cũng không ý thức được việc họ vi phạm các quy định liên quan tới trưng bày thuốc lá có thể bị phạt tiền theo Nghị định số 176/2013/NĐ-CP [[2](#_ENREF_2)] hoặc theo Nghị định số 185/2013/NĐ-CP [[3](#_ENREF_3)].

“*…Mà sản phẩm mới thì mình phải trưng bày, mà không trưng bày thì khách hàng họ không biết, bởi vì ví dụ như là con mèo mới ra, sản phẩm mới ra luôn, một sản phẩm mới mà ra mình thấy như vậy ở chủ trương nhà nước mình như vậy thì mình thấy đừng có cho ra sản phẩm mới rất nhiều để cho cái người kinh doanh rất là khó, tại vì nó nhiều quá mình bán nó cũng không được, mà người ta cứ hỏi thì đương nhiên mình phải mua, không mua thì mất khách, mà cứ tuần, 2 tuần nó lại ra một sản phẩm, tuần, 2 tuần nó lại ra một sản phẩm mới. Như vậy thì mình thấy rất là khó khăn. Cái thứ 2 nữa là nếu như chủ trương của nhà nước là không cho trưng bày hoặc trưng bày một bao như vậy thì mình thấy cái điều kinh doanh của mình rất là khó, kinh doanh bây giờ là thuế má, chẳng hạn ví dụ như cửa hàng mình một tháng là gần 15 triệu tiền thuế gần 10 triệu tiền nhân viên, 1 ngày mình chi phí gần 2 triệu đồng nhưng mà cái vấn đề kinh doanh khó khăn như thế này thì mình thấy là rất khó trong vấn đề kinh doanh*” (PVS, nam, chủ cơ sở kinh doanh thuốc lá, BĐ, 2014).

“*Em cũng chưa nghe mà [nghe về việc nếu vi phạm trưng bày thuốc lá sẽ bị phạt từ 1-2 triệu đồng]*” (PVS, nữ, chủ cơ sở kinh doanh thuốc lá, BĐ, 2014).

So sánh với kết quả nghiên cứu do Trường Đại học Y tế công cộng thực hiện năm 2013, thách thức đối với việc thực thi và tuân thủ các quy định về cấm QC-KM thuốc lá từ phía đối tượng kinh doanh thuốc lá tìm được từ nghiên cứu này là tương tự [[8](#_ENREF_8)]. Có thể coi đây là một ‘rào cản kép’ khi các chủ cơ sở kinh doanh thuốc lá vừa nhận thức chưa đúng, chưa đủ về Luật PCTHTL và các quy định cấm QC-KM thuốc lá, vừa lo ngại việc không trưng bày nhiều sản phẩm thuốc lá trên tủ kệ sẽ làm ảnh hưởng tới doanh thu của họ. Việc làm cho người dân, đặc biệt là các hộ kinh doanh thuốc lá hiểu và tự giác tuân thủ quy định của pháp luật về việc không thực hiện các hoạt động QC-KM thuốc lá và tuân thủ việc trưng bày thuốc lá đúng quy định sẽ là một thách thức vô cùng khó khăn đối với công tác thực hiện cấm QC-KM thuốc lá.

* + - 1. *Lực lượng thanh tra mỏng, địa bàn rộng*

Một trong những thách thức của việc thực thi các quy định cấm QC-KM thuốc lá tại điểm bán và cấm trưng bày quá một bao hoặc một tút/hộp của một nhãn hiệu thuốc lá được cho là do lực lượng thanh tra thực thi các công việc này quá mỏng. Một tỉnh/thành phố trung bình có khoảng 5-15 thanh tra thuộc Sở VHTTDL, trong đó chỉ có khoảng 1/3 phụ trách mảng văn hóa, còn lại là các thanh tra thể thao, thanh tra du lịch, phòng chống bạo lực gia đình. Trong khi đó, thanh tra văn hóa là lĩnh vực tương đối rộng, nhạy cảm, bao gồm cả quảng cáo thuốc lá, bia rượu, phim ảnh, sự kiện văn hóa, v.v. Do vậy, các thanh tra văn hóa không thể dành toàn bộ thời gian để thanh, kiểm tra các vi phạm về quảng cáo, khuyến mại, tài trợ thuốc lá. Địa bàn các tỉnh lại rộng, những thanh tra này phải hoạt động trên toàn bộ địa bàn tỉnh, và đó cũng là một hạn chế đối với hoạt động của thanh tra. Hơn nữa, phần kinh phí hạn hẹp, được cấp theo ngân sách nhà nước một khoản cố định làm cho việc thanh kiểm tra liên ngành cũng gặp nhiều khó khăn. Kết quả này cũng tương tự như kết quả thu được trong nghiên cứu do Trường ĐHYTCC thực hiện năm 2013 [[8](#_ENREF_8)].

* + - 1. *Sự e dè trong việc xử phạt từ phía các cán bộ thực thi nhiệm vụ cũng như thiếu những văn bản hướng dẫn thi hành cụ thể*

Kết quả nghiên cứu định lượng cho thấy tỉ lệ vi phạm các quy định về cấm QC-KM thuốc lá tại điểm bán ở cả 6 tỉnh thuộc địa bàn nghiên cứu là rất phổ biến, trong đó phổ biến nhất là vi phạm về quy định cấm trưng bày quá một bao hoặc một tút/hộp của một nhãn hiệu thuốc lá. Tuy nhiên, kết quả từ nghiên cứu định tính cho thấy ở toàn bộ cả 6 tỉnh, chưa có trường hợp xử phạt vi phạm hành chính nào liên quan tới việc trưng bày quá quy định được thực hiện. Nghiên cứu đã tìm hiểu lý do và nhận thấy rõ ràng là có tâm lý e dè việc sử dụng chế tài phạt vi phạm hành chính đối với các đối tượng kinh doanh thuốc lá. Lý do dẫn tới sự e dè của các thanh tra, quản lý thị trường, công an là do hầu hết các hộ vi phạm đều là những hộ kinh doanh nhỏ lẻ, thu nhập không đáng kể và nguồn thu nhập chính của các hộ này đều từ lợi nhuận có được do buôn bán thuốc lá và các sản phẩm khác.

“*Chỉ có biện pháp duy nhất là kiểm tra và yêu cầu không thực hiện thôi. Nói thật với em là vì mấy cái tủ đó mà phạt họ ở cái mức rất cao, phạt từ 3 đến 40 triệu, rất cao mà cái quầy chủ đó họ lấy đâu ra họ đóng*” (TLN, Thanh tra Sở VHTTDL KH, 2014).

Kinh nghiệm triển khai việc đội mũ bảo hiểm bắt buộc khi tham gia giao thông bằng xe máy cho thấy việc xử phạt nghiêm các đối tượng vi phạm, đưa lên các phương tiện thông tin đại chúng về hình ảnh vi phạm sẽ có tác dụng cao đối với những người vi phạm. Kinh nghiệm này nên được áp dụng trong trường hợp xử phạt vi phạm hành chính về các hành vi vi phạm quy định cấm QC-KM và trưng bày các sản phẩm thuốc lá.

Ngoài ra, kết quả phỏng vấn với các thanh tra cho thấy không dễ để có thể thực hiện xử phạt đối với những trường hợp vi phạm. Do chưa có hướng dẫn xử phạt tại chỗ (bằng hình thức xé biên lai xử phạt đối với các trường hợp vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao hoặc một tút/hộp của một nhãn hiệu thuốc lá, những trường hợp bị phát hiện vi phạm chỉ có thể được nhắc nhở bởi các lực lượng chuyên ngành. Như vậy, trường hợp tái phạm hầu như sẽ xảy ra ngay sau khi đoàn kiểm tra đi khỏi. Ngoài ra, nếu không nhắc nhở, đoàn thanh tra có quyền lập biên bản xử phạt vi phạm hành chính. Theo quy định của pháp luật, đối tượng bị lập biên bản phải có mặt tại cơ quan chức năng và nộp phạt theo quy định của nhà nước. Nhưng trên thực tế, sau khi các biên bản được lập ra, hầu như không có trường hợp nào xuất hiện tại các cơ quan chức năng để nộp phạt như quy định, và việc họ không đến trình diện cũng không ảnh hưởng gì tới các hoạt động kinh doanh của họ. Đây cũng có thể là một lý do dẫn tới sự coi thường các quy định của pháp luật trong việc thực thi các quy định của pháp luật trong lĩnh vực cấm quảng cáo, khuyến mại và trưng bày thuốc lá.

*“Trong ngành làm công tác thanh tra chúng tôi có những việc xử lí để người ta ra kho bạc nộp, mà phải dùng hình thức tuyên truyền vận động nhiều thì người ta mới đi nộp chứ bây giờ không phải là bắt người ta nộp cái này cái cưỡng chế người ta nộp ngay đâu. Nhiều người người ta bơ luôn, kể cả anh có thu hồi cái này thì người ta cũng bơ luôn, vì người ta không thích nộp, thì đương nhiên những trường hợp như vậy ... cái số lượng nó lớn chứ...”…. “Cái này thì tôi nghĩ là vẫn chưa rõ ràng. Có được nộp phạt tại nơi vi phạm không? Có được xử lí áp dụng như công an giao thông là có những hành vi ví dụ như công an chỗ này thì được phạt dưới 1 triệu đồng và xử phạt tại chỗ, trên 1 triệu đồng là không được xử phạt tại chỗ, thế bây giờ mức xử phạt bao nhiêu thì phải về kho bạc, bao nhiêu thì phải xử phạt tại chỗ, nó phải có những cái cụ thể thì tôi nghĩ là cái đấy mới áp dụng được. Đấy là cái thứ nhất, cái thứ hai nữa là tại một đơn vị nào là cụ thể nhất?”* (TLN, thanh tra Sở VHTTDL, TB, 2014).

* + - 1. *Còn tồn tại nhiều kẽ hở trong các văn bản pháp luật hiện hành và hình thức lách luật của các công ty thuốc lá ngày một tinh vi*

Một điểm bất cập không nhỏ trong công tác thực thi các quy định cấm QC-KM thuốc lá tại các điểm bán là có khá nhiều kẽ hở trong các văn bản pháp luật hiện hành. Hiện tại, các điểm bán thuốc lá được các công ty thuốc lá tài trợ rất nhiều các tủ, hộp, thậm chí là hộp phát sáng với các bao thuốc lá, tút thuốc lá được trưng bày bên trong, vừa vi phạm tiêu chí về quảng cáo thuốc lá, vừa vi phạm tiêu chí về trưng bày quá một bao hoặc một tút/hộp của một nhãn hiệu thuốc lá (Hình 3.2). Tuy nhiên, lực lượng chức năng chỉ có thể phạt được chủ cơ sở kinh doanh thuốc lá là đơn vị quảng cáo trực tiếp mà không thể phạt được các công ty sản xuất thuốc lá hoặc các công ty cung cấp các tủ thuốc này cho các cơ sở kinh doanh thuốc lá. Trong khi đó, để phạt được những chủ cơ sở kinh doanh thuốc lá lại gặp phải những khó khăn như đã nêu ở phần 3.3.2.3. Hoặc nếu phạt được và tịch thu được tang vật thì các cơ sở kinh doanh thuốc lá lại nhận được các tủ trưng bày khác do các công ty thuốc lá mang tới. Rõ ràng có một kẽ hở không nhỏ giữa việc xây dựng, ban hành luật và các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan và việc thực thi luật. Như vậy, nếu như các cơ quan chức năng và chính phủ không khắc phục được những kẽ hở này thông qua việc ban hành các văn bản bổ sung thì hiện tượng vi phạm tại điểm bán sẽ còn tiếp tục tồn tại và ngày càng phát triển, đồng thời các công ty thuốc lá khai thác triệt để vì đây là hình thức để họ có thể tiếp cận dễ nhất tới người tiêu dùng.



***Hình 3.2. Tủ trưng bày thuốc lá Winston tại các điểm bán với hình thức vi phạm “kép”: vừa vi phạm quảng cáo vừa vi phạm quy định trưng bày***

*“Người làm luật cứ xây dựng, người thực thi cứ thực thi. Nhưng bây giờ phạt ai? Đối tượng là đối tượng đang buôn bán, đối tượng đang quảng cáo. Nếu như cái hãng [công ty thuốc lá] đó mà cái hãng đó chịu thì ta phạt chứ sợ quái gì không phạt. Nhưng mà trong luật là phạt cái người đang thực hiện nhiệm vụ quảng cáo đó, thì nó [cơ sở kinh doanh thuốc lá] nói là tôi có quảng cáo đâu, tôi được khuyến mại, tôi được tài trợ đơn vị kinh doanh mà. Nên nhiều tủ hiện nay rất chi là mới, mới hiện nay đang dần dần hình thành. Nhưng mà nói chung là hình thành thì hình thành, cứ thuốc lá bây giờ không cần biết tút hay mấy tút nữa, cứ hễ thấy thuốc lá, tôi đã dặn mấy anh em rồi, mấy ông ý qui định chẳng qua là mang hình thức lách luật. Bây giờ ai người ta cũng ủng hộ cái việc……….người ta không cần biết tút hay là bao nhiêu tút. Đấy chỉ là mình đưa ra một cái lý luận mình nói”* (TLN, thanh tra Sở VHTTDL KH, 2014)*.*

* + - 1. *Sự phối hợp giữa các sở ngành liên quan chưa thực sự sâu sát và hiệu quả*

Mặc dù có thể nói rằng từ khi Luật PCTHTL ra đời, các sở ngành liên quan trong từng tỉnh đã có những phối hợp khá chặt chẽ với nhau trong nhiệm vụ chung về PCTHTL và cấm QC-KM thuốc lá nói riêng, nhưng sự phối hợp cũng chưa thực sự hiệu quả ở một số tỉnh. Tại địa bàn các tỉnh mặc dù đã thành lập các đoàn kiểm tra liên ngành, tuy nhiên thông tin chia sẻ cho nhau chưa thực sự hiệu quả và chưa nhuần nhuyễn, dẫn đến việc nhiệm vụ của bên nào thì bên đó thực hiện, do vậy có thể ảnh hưởng tới chất lượng chung.

*“Thực ra là khi mà cái luật quảng cáo phòng chống tác hại của thuốc lá ra đời thì nhiệm vụ triển khai luật này là ủy ban nhân dân tỉnh triển khai, do sở Tư pháp…, cùng với sở Y tế triển khai. Thực ra cái tuyên truyền này là bên ngành văn hóa không nắm được cái qui mô, cái chương trình công tác phổ biến giáo dục các luật. Tại vì cái này là lĩnh vực của bên Y tế, cho nên là bên này, trong phạm vi của sở này ý, nếu mà nói về thẩm quyền tuyên truyền cái này là trong nội bộ; chứ không có trách nhiệm đi tuyên truyền tác hại thuốc lá cho các cơ sở kinh doanh dịch vụ. Cái đó là của bên ngành y tế. Bên này chỉ tuyên truyền những cái liên quan đến quản lý nhà nước của văn hóa thể thao và du lịch, ví dụ như là tuyên truyền về các qui định về quảng cáo, tuyên truyền các hoạt động về luật thể dục thể thao, về mặt du lịch. Còn tuyên truyền tất cả các loại luật mà đã được triển khai cho các đơn vị trực thuộc. Quảng cáo mà mang qui mô toàn tỉnh về phòng chống tác hại thuốc lá được cơ quan thẩm quyền bên ngành y tế người ta sẽ triển khai*”. (TLN, Thanh tra Sở VHTTDL KH, 2014).

1. **Kết luận**
   1. **Thực trạng vi phạm các quy định cấm QC-KM thuốc lá tại 6 tỉnh nghiên cứu**

* Tỉ lệ vi phạm quy định cấm quảng cáo thuốc lá tại 6 tỉnh nghiên cứu tăng gấp đôi trong năm 2015 so với năm 2014 (25,7% so với 12,8%).
* Hầu như toàn bộ các điểm bán lẻ thuốc lá đều vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá (98,5% năm 2014 và 96,7% năm 2015).
  + Tỉ lệ vi phạm quy định trưng bày năm 2015 giảm so với năm 2014.
* Tỉ lệ trưng bày các mẫu vỏ bao thuốc hấp dẫn, phát sáng có xu hướng tăng giữa hai năm 2014 và 2015 (29,1% và 33,2%).
* Thực trạng vi phạm quy định cấm khuyến mại thuốc lá tại điểm bán giảm giữa hai năm thực hiện nghiên cứu (từ 5,3% giảm xuống 3,2%).
* Tỉ lệ các điểm bán lẻ thuốc lá vi phạm cả quy định cấm quảng cáo và trưng bày quá một bao/một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá tăng giữa hai năm 2014 và 2015 (11,3% và 22,4%).
* Tỉ lệ các ĐBLTL có bán các bao thuốc lá có dòng chữ “nhẹ”, “êm”, “ít nicotine” tăng từ 5,7% năm 2014 lên 13,4% năm 2015.
* Trong năm 2015, vẫn còn 18,1% các ĐBLTL có bán các bao thuốc không có cảnh báo sức khỏe bằng hình ảnh.
  1. **Các thuận lợi, khó khăn trong triển khai các quy định cấm QC-KM thuốc lá**
     1. ***Thuận lợi:***
  + Các văn bản pháp luật liên quan tới lĩnh vực cấm QC-KM thuốc lá đã sẵn có và đã có hiệu lực
  + Có sự phối kết hợp liên ngành của các bên liên quan trong công tác PCTHTL, đặc biệt là có sự tham gia của Hội Y tế công cộng Việt Nam trong công tác PCTHTL tại các tỉnh hội.
    1. ***Khó khăn***
* Nhận thức của người kinh doanh thuốc lá về các quy định cấm QC-KM thuốc lá chưa tốt và tính tuân thủ các quy định cấm QC-KM và trưng bày thuốc lá chưa cao.
* Lực lượng thanh tra mỏng, địa bàn hoạt động rộng
* Có sự e dè trong việc xử phạt các đối tượng vi phạm của các thanh tra cũng như thiếu các văn bản hướng dẫn thực thi cụ thể
* Còn tồn tại nhiều kẽ hở trong các văn bản pháp luật và hình thức lách luật của các công ty thuốc lá ngày một tinh vi.
  + Chỉ xử phạt đơn vị trực tiếp quảng cáo mà không xử phạt tận gốc được các công ty thuốc lá là đơn vị sản xuất và cung cấp các tang vật quảng cáo.

1. **KHUYẾN NGHỊ**

Dựa trên một số kết quả tìm được, nghiên cứu đề xuất một số khuyến nghị cụ thể dưới đây:

* Các tỉnh cần triển khai thông tin cho người dân để nâng cao nhận thức của họ về các nội dung trong Luật PCTHTL. Đồng thời, nâng cao nhận thức của đội ngũ kinh doanh thuốc lá về các quy định cấm QC, KM thuốc lá cũng như các mức xử phạt nếu vi phạm quy định.
* Cần đảm bảo thực hiện nghiêm việc xử lý các trường hợp vi phạm các quy định cấm QC-KM thuốc lá cũng như quy định cấm trưng bày quá một bao hoặc một tút/hộp của một nhãn hiệu thuốc lá tại điểm bán. Việc xử lý các trường hợp vi phạm cần được đưa lên các phương tiện thông tin đại chúng để đảm bảo tính răn đe cũng như giúp người kinh doanh thuốc lá nhận thức được việc họ vi phạm có thể bị xử phạt vi phạm hành chính.
* Các cơ quan chức năng như Bộ Tài chính, Bộ VHTTDL và Bộ Y tế cần phối hợp để có những văn bản hướng dẫn xử phạt, hướng tới xử phạt tại chỗ để giúp các thanh tra có điều kiện thực thi tốt hơn nhiệm vụ của mình trong các lần đi kiểm tra.
* Nghiên cứu và đề xuất hướng ban hành các văn bản hướng dẫn xử phạt tận gốc các trường hợp các công ty thuốc lá cố tình lách luật, vi phạm bằng cách cung cấp các tủ, quầy thuốc có gắn các hình ảnh, các câu từ có tính quảng cáo cho các đơn vị kinh doanh thuốc lá.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Chính phủ nước CHXHCN VN, *Nghị định 158/2013/NĐ-CP ngày 12/11/2013 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và quảng cáo*. 2013, Chính phủ: Hà Nội.

2. Chính phủ nước CHXHCN VN, *Nghị định 176/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực y tế*. 2013, Chính phủ: Hà Nội.

3. Chính phủ nước CHXHCN VN, *Nghị định 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ người tiêu dùng*. 2013, Chính phủ: Hà Nội.

4. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam, *Luật Phòng chống tác hại của thuốc lá*. 2012, Quốc hội: Hanoi.

5. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam, *Luật Quảng cáo*. 2012, Quốc hội: Hà Nội.

6. Cummuings, K.M., R. Sciandra, and J. Lawrence, *Tobacco Advertising in Retail Stores*. 1991: Roswell Park Cancer Institute.

7. HSPH, *Tobacco Advertising, Promotion and Sponsorship in Vietnam – Results from a three year study 2009-2011 at 10 provinces/ cities in Vietnam*. 2012, Hanoi School of Public Health: Hanoi.

8. HSPH, *Stakeholder’ awareness on the Law on Tobacco Control and challenges in the implementation of the ban on tobacco advertising, promotion and sponsorship*. 2013, Hanoi School of Public Health: Hanoi.

9. SEATCA, *The story of point of sale in the Philipines, Thailand and Vietnam*. 2008, Southeast Asia Tobacco Control Alliance: Bangkok.

10. HSPH, *Observation of the compliance of graphic health warning on tobacco products sold at points of sale in Vietnam*. 2014, Hanoi School of Public Health: Hanoi. p. 11.

**PHỤ LỤC**

**Phụ lục 1. Mẫu phiếu quan sát**

**PHIẾU QUAN SÁT HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO VÀ KHUYẾN MẠI TẠI CÁC ĐIỂM BÁN CỦA CÁC CÔNG TY THUỐC LÁ Ở VIỆT NAM**

**MẪU SỐ 1**

***(Dùng cho quan sát viên trong 2 đợt quan sát trước và sau khi triển khai can thiệp)***

Mã số điều tra phiếu: \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_

Ngày tháng: \_\_\_ \_\_\_/\_\_\_ \_\_\_ /\_\_\_

Tên QSV: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

# Đường phố/ Địa chỉ

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

# Tỉnh/ Thành phố: Quận/ Huyện:

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Loại cửa hàng** *(Chỉ đánh dấu vào một ô)*

🞎 Cửa hàng tạp hóa 🞎 Quán cà phê, giải khát, bia, rượu

🞎 Siêu thị / bách hóa tổng hợp 🞎 Cửa hàng chuyên bán thuốc lá/ đại lý thuốc lá

🞎 Khác (ghi rõ) …………………………..

**1. Hoạt động tại các điểm bán (POS)** *(Đánh dấu tất cả các phần nếu có)*

1. **Quảng cáo**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nội dung quan sát** | **VP[[1]](#footnote-1)** | | **Nhãn thuốc lá VP** | **Chụp ảnh (nếu có thể)** | |
| C[[2]](#footnote-2) | K[[3]](#footnote-3) | C | K |
| Tranh/ áp phích/ pano quảng cáo có biểu tượng / logo/ màu sắc nhãn hiệu sản phẩm thuốc lá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Băng rôn/ô che...có gắn/in biểu tượng/ logo/ màu sắc nhãn hiệu thuốc lá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Quầy/tủ trưng bày thuốc lá có gắn/in biểu tượng/logo/màu sắc nhãn hiệu thuốc lá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Xe đẩy chuyên dụng trưng bày thuốc lá có gắn/in biểu tượng/logo/màu sắc nhãn hiệu thuốc lá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Trưng bày quá 1 bao/gói hoặc quá 1 tút/hộp của một nhãn hiệu thuốc lá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Hộp treo tường bày thuốc lá có có gắn/in biểu tượng/ logo/màu sắc nhãn hiệu thuốc lá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Bàn ghế có gắn/in biểu tượng/ logo/ màu sắc nhãn hiệu thuốc lá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Tranh/ biển/ bảng/ sản phẩm quảng cáo thuốc lá có chiếu sáng | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Tranh/ biển/ bảng/ sản phẩm quảng cáo thuốc lá có sự chuyển động | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Vật phẩm khác có gắn/in biểu tượng/logo/ màu sắc nhãn hiệu thuốc lá (VD gạt tàn, bật lửa, hộp diêm...) | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Nhân viên tiếp thị mặc đồng phục có gắn biểu tượng/ logo/ màu sắc nhãn hiệu thuốc lá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Trưng bày các bao bì/ mô hình giống với sản phẩm bao/tút thuốc lá |  |  |  |  |  |
| Khác ( Ghi rõ :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |

1. **Khuyến mại khi mua sản phẩm**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nội dung quan sát** | **VP** | | **Nhãn thuốc lá VP** | **Chụp ảnh (nếu có thể)** | |
| C | K | C | K |
| Đóng gói nhỏ ít hơn 20 điếu | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Giá khuyến mại | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Mua nhiều giảm giá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Phiếu giảm giá (coupons) | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Tặng quà, vật phẩm khuyến mại khi mua hàng | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Giải thưởng trong vỏ bao thuốc | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Khác ( Ghi rõ :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |

1. **Vật phẩm khuyến mại**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nội dung quan sát** | **VP** | | **VP** | **Chụp ảnh (nếu có thể)** | |
| C | K | C | K |
| Thẻ cào trúng thưởng | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Dây đeo chìa khóa | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Áo | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Mũ | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Bật lửa/diêm | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Gạt tàn | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Lịch | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Khác ( Ghi rõ :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |

**2. Mẫu sản phẩm/bao** *(Đánh dấu tất cả các phần nếu có)*

1. **Mẫu sản phẩm:**

| **Nội dung quan sát** | **VP** | | **Nhãn thuốc lá VP** | **Chụp ảnh (nếu có thể)** | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| C | K | C | K |
| Thuốc có các chữ như nhẹ, êm, ít nicotine (hoặc mild, light, low-tar)) | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Mẫu sản phẩm có nhiều màu sắc (4 màu trở lên) chỉ thị, hình ánh, hoa văn băt mắt | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Có nhiều loại hương vị (bạc hà, mật ong, dâu, Sô cô la…) | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Khác ( Ghi rõ :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |

**b. Mẫu bao đặc biệt:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nội dung quan sát** | **VP** | | **Nhãn thuốc lá VP** | **Chụp ảnh (nếu có thể)** | |
| C | K | C | K |
| Hai bao dính liền | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Bao dạng túi đựng giống điện thoại, Ipod | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Mẫu bao tỏa sáng trong bóng tối | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Mẫu bao dạng hộp bằng kim loại | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Khác ( Ghi rõ :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |

**c. Các sản phẩm khác sử dụng tên/ nhãn hiệu sản phẩm thuốc lá**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nội dung quan sát** | **VP** | | **Nhãn thuốc lá VP** | **Chụp ảnh (nếu có thể)** | |
| C | K | C | K |
| Sản phẩm bánh kẹo có gắn biểu tượng/logo/màu sắc nhãn hiệu sản phẩm thuốc lá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Nước giải khát có gắn biểu tượng/logo/màu sắc nhãn hiệu sản phẩm thuốc lá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Rượu bia có gắn biểu tượng/logo/màu sắc nhãn hiệu sản phẩm thuốc lá | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |
| Khác ( Ghi rõ :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) | 🞎 | 🞎 |  | 🞎 | 🞎 |

**Nhận xét chung của quan sát viên:** ..................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................

**Phụ lục 2. Hướng dẫn phỏng vấn sâu + thảo luận nhóm**

**HƯỚNG DẪN PHỎNG VẤN SÂU CẤP TỈNH/ THÀNH PHỐ**

**MẪU SỐ 3.1**

**(Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch)**

***Mục tiêu phỏng vấn sâu:***

1. Mô tả các thực trạng vi phạm qui định cấm QC-KM-TT thuốc lá và quy định cấm hút thuốc tại nơi công cộng và nơi làm việc theo Luật PCTHTL ở Việt Nam
2. Mô tả thực trạng thực thi và tuân thủ các quy định về cấm QC-KM-TT thuốc lá và thực thi quy định cấm hút thuốc tại nơi công cộng và nơi làm việc theo Luật PCTHTL ở Việt Nam
3. Tìm hiểu những thuận lợi, khó khăn khi xử lý các vi phạm về cấm QC-KM-TT thuốc lá và quy định cấm hút thuốc tại nơi công cộng và nơi làm việc ở VN

Mã số: Tên file:

Họ và tên người trả lời phỏng vấn:

Chức vụ:

Địa chỉ liên lạc:

Email: Số điện thoại:

Đơn vị công tác: Tỉnh/ Thành phố:

Ngày phỏng vấn : / / 2014

Địa điểm:

Thời gian bắt đầu: Thời gian kết thúc:

Người phỏng vấn: Thư ký:

**Những việc phải làm trước khi tiến hành phỏng vấn sâu**

1. Giải thích mục đích của cuộc PVS. Lý do tại sao người trả lời được lựa chọn vào cuộc phỏng vấn.
2. Thông tin với người trả lời phỏng vấn về tính bảo mật của thông tin và danh tính trong việc công bố các kết quả.
3. *Chia sẻ với người trả lời rằng* không có câu trả lời đúng và sai, mong người trả lời chia sẻ các ý kiến và kinh nghiệm của bản thân.
4. *Chia sẻ với người trả lời rằng* họ có thể hỏi lại nếu không rõ câu hỏi, có thể không trả lời hoặc đưa ra các bình luận hay bất cứ ý kiến nào mà họ thấy là quan trọng đối với mục đích của dự án.
5. Người phỏng vấn giới thiệu một vài chi tiết về bản thân: tên, làm gì, quan tâm tới vấn đề gì.v.v.
6. Xin phép người trả lời được ghi âm cuộc trao đổi và giải thích tại sao cần ghi âm.
7. Chuẩn bị giấy, bút, máy ghi âm.

**I. PHẦN MÔ TẢ VI PHẠM QUẢNG CÁO, KHUYẾN MẠI THUỐC LÁ VÀ VI PHẠM QUY ĐỊNH CẤM HÚT THUỐC LÁ NƠI CÔNG CỘNG/NƠI LÀM VIỆC**

1. Anh/chị hãy cho biết thực trạng vi phạm quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá (được ghi rõ trong Luật PCTHTL) ở địa phương?
   * + *Việc tuân thủ quy định của các chủ hộ kinh doanh? Nhận thức của chủ cửa hàng về các nội dung cấm QC-KM-TT thuốc lá và trưng bày TL?*
     + *Việc hút thuốc trên các ấn phẩm phim/ảnh/kịch?*
     + *Việc thực thi của các cán bộ có thẩm quyền (thanh tra, công an v.v.). Hỏi về thực tế áp dụng các Nghị định 176 và 158, về việc xử phạt vi phạm hành chính đối với các lỗi quảng cáo, trưng bày quá một bao/ một tút. Hỏi xem thực tế đã xử phạt được trường hợp nào chưa, phản ứng của những đối tượng bị xử phạt như thế nào?*
2. Anh (chị) có nhận xét gì về hoạt động quảng cáo thuốc lá xuất phát từ các công ty thuốc lá ngoài Việt Nam trên địa bàn anh chị quản lý? Đề xuất hướng khắc phục/ quản lý?
3. Định hướng giải quyết của Sở VHTTDL đối với tình trạng vi phạm các quy định cấm QC-KM-TT thuốc lá?
4. Thực trạng tuân thủ quy định cấm hút thuốc nơi công cộng/nơi làm việc tại địa phương hiện nay? Những hoạt động của cơ quan anh/chị trong việc thực thi quy định này?
   * + *Hỏi đối với từng loại hình: Cơ sở y tế, giáo dục, nơi công cộng (rạp chiếu phim, nhà hát, sân bay, bến tàu xe...) và nơi làm việc*
     + *Tính tuân thủ của người hút thuốc? Liệu người hút thuốc có biết các quy định cấm?*
     + *Việc tăng cường thực thi (enforcement) của: cơ quan, người đứng đầu ngành và các cán bộ thực thi (thanh tra/công an)...* 
       - *Hỏi thêm về việc áp dụng Nghị định 176 trong xử phạt vi phạm hành chính đối với những trường hợp vi phạm quy định hút thuốc lá nơi công cộng/nơi làm việc. Thực tế đã xử phạt được trường hợp nào chưa? Phản ứng của người bị xử phạt?*
5. Địa phương/ Cơ quan đã có những văn bản/chị thị/hoạt động gì nhằm thực hiện tốt hơn quy định cấm QC-KM-TT thuốc lá và quy định cấm hút thuốc nơi công cộng và nơi làm việc theo quy định của Luật PCTHTL?
   * + Hỏi rõ về văn bản của địa phương/ chỉ thị của cơ quan, nếu có xin phô tô
     + Hỏi rõ về các hoạt động đã được thực hiện tại địa phương.
6. Các khó khăn trong việc thực thi quy định cấm TAPS và hút thuốc nơi công cộng và nơi làm việc tại địa phương cũng như tại VN nói chung và đề xuất hướng khắc phục?
   * + TAPS?
       - 1. Ý thức tuân thủ của người bán hàng? Chủ cơ sở?
     + Cấm hút thuốc nơi công cộng/nơi làm việc?
       - 1. Ý thức tuân thủ của người dân?
         2. Đội ngũ thanh tra?
7. Định hướng/phương hướng hoạt động sắp tới của địa phương/ngành VHTTDL trong việc thực thi quy định cấm QC-KM-TT thuốc lá và quy định cấm hút thuốc nơi công cộng/nơi làm việc?

**II. PHẦN MÔ TẢ HOẠT ĐỘNG TÀI TRỢ CỦA CÔNG TY THUỐC LÁ**

1. Anh/chị hãy cho biết thực trạng vi phạm quy định cấm tài trợ thuốc lá (Điều 9 và điều 16 của Luật PCTHTL) tại địa bàn – in Luật ra để người được PV biết?

*Các hoạt động tài trợ cho các sự kiện văn hoá, thể thao, nghệ thuật, nghiên cứu khoa học, các dự án giảm thiểu tác hại thuốc lá trong thanh niên đều cần ghi nhận.*

*Hỏi chi tiết đối tượng, thời gian, hoạt động tài trợ chính và kết quả tài trợ (nếu đã kết thúc)*

1. Các hoạt động tài trợ nhân đạo của các công ty thuốc lá trên địa bàn anh chị quản lý diễn ra như thế nào?

*Các hoạt động tài trợ nhân đạo gắn với việc giúp đỡ giải quyết các vấn đề xã hội như thiên tai, thảm hoạ, giúp đỡ người nghèo, xây dựng trường học ....*

1. Các phương tiện truyền thông được sử dụng trong hoạt động này như thế nào?

*Các công ty thuốc lá có sử dụng các phương tiện truyền thông như báo đài để tạo dựng hình ảnh đẹp về thương hiệu của mình trong mắt người tiêu dùng?*

1. Mức độ phổ biến và tầm ảnh hưởng của các hoạt động tài trợ của công ty thuốc lá như thế nào?
   * + *Các hoạt động này có phổ biến tại địa phương không?*
     + *Có được đông đảo người dân biết tới không?*

***(Xin cung cấp tư liệu, ảnh về hoạt động quảng cáo, khuyến mại và tài trợ trên)***

**HƯỚNG DẪN THẢO LUẬN NHÓM**

**THANH TRA VĂN HÓA, THỂ THAO, DU LỊCH**

***Mục tiêu thảo luận nhóm:***

1. Mô tả các thực trạng vi phạm qui định cấm QC-KM-TT thuốc lá và quy định cấm hút thuốc tại nơi công cộng và nơi làm việc theo Luật PCTHTL ở Việt Nam
2. Mô tả thực trạng thực thi và tuân thủ các quy định về cấm QC-KM-TT thuốc lá và thực thi quy định cấm hút thuốc tại nơi công cộng và nơi làm việc theo Luật PCTHTL ở Việt Nam
3. Tìm hiểu những thuận lợi, khó khăn khi xử lý các vi phạm về cấm QC-KM-TT thuốc lá và quy định cấm hút thuốc tại nơi công cộng và nơi làm việc ở VN

Mã số: Tên file:

Đại diện nhóm tham gia thảo luận:

Chức vụ:

Địa chỉ liên lạc:

Email: Số điện thoại:

Đơn vị công tác: Tỉnh/ Thành phố:

Ngày thảo luận nhóm : / / 2014

Địa điểm:

Thời gian bắt đầu: Thời gian kết thúc:

Người hướng dẫn thảo luận: Thư ký:

**Những việc phải làm trước khi tiến hành phỏng vấn sâu**

1. Giải thích mục đích của cuộc TLN. Lý do tại sao những người tham gia được lựa chọn vào cuộc TLN.
2. Thông tin với người tham gia về tính bảo mật của thông tin và danh tính trong việc công bố các kết quả.
3. *Chia sẻ với người trả lời rằng* không có câu trả lời đúng và sai, mong người trả lời chia sẻ các ý kiến và kinh nghiệm của bản thân.
4. *Chia sẻ với người trả lời rằng* họ có thể hỏi lại nếu không rõ câu hỏi, có thể không trả lời hoặc đưa ra các bình luận hay bất cứ ý kiến nào mà họ thấy là quan trọng đối với mục đích của dự án.
5. Người hướng dẫn thảo luận nhóm giới thiệu một vài chi tiết về bản thân và thư ký: tên, làm gì, quan tâm tới vấn đề gì.v.v.
6. Xin phép người trả lời được ghi âm cuộc trao đổi và giải thích tại sao cần ghi âm.
7. Chuẩn bị giấy, bút, máy ghi âm.

**I. PHẦN MÔ TẢ VI PHẠM QUẢNG CÁO, KHUYẾN MẠI THUỐC LÁ VÀ VI PHẠM QUY ĐỊNH CẤM HÚT THUỐC LÁ NƠI CÔNG CỘNG/NƠI LÀM VIỆC**

1. Thực trạng vi phạm quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá (được ghi rõ trong Luật PCTHTL) ở địa phương?

* + - *Việc tuân thủ quy định của các chủ hộ kinh doanh? Nhận thức của chủ cửa hàng về các nội dung cấm QC-KM-TT thuốc lá và trưng bày TL?*
    - *Các hoạt động khuyến mại của các công ty thuốc lá/các điểm kinh doanh thuốc lá trên địa bàn quản lý của Sở VHTTDL tỉnh?*
    - *Việc hút thuốc trên các ấn phẩm phim/ảnh/kịch?*
    - *Thực tế triển khai việc thực thi của các cán bộ có thẩm quyền (thanh tra, công an v.v.). Hỏi về thực tế áp dụng các Nghị định 176 và 158, về việc xử phạt vi phạm hành chính đối với các lỗi quảng cáo, trưng bày quá một bao/ một tút. Hỏi xem thực tế đã xử phạt được trường hợp nào chưa, phản ứng của những đối tượng bị xử phạt như thế nào?*

2. Nhận xét gì về hoạt động quảng cáo thuốc lá xuất phát từ các công ty thuốc lá ngoài Việt Nam trên địa bàn anh chị quản lý? Đề xuất hướng khắc phục/ quản lý?

3. Định hướng giải quyết của Thanh tra Sở VHTTDL đối với tình trạng vi phạm các quy định cấm QC-KM-TT thuốc lá (từ phía các công ty thuốc lá và từ phía các điểm kinh doanh thuốc lá)?

4. Thực trạng tuân thủ quy định cấm hút thuốc nơi công cộng/nơi làm việc tại địa phương hiện nay? Những hoạt động của cơ quan anh/chị trong việc thực thi quy định này?

* + - *Hỏi đối với từng loại hình: Cơ sở y tế, giáo dục, nơi công cộng (rạp chiếu phim, nhà hát, sân bay, bến tàu xe...) và nơi làm việc*
    - *Tính tuân thủ của người hút thuốc? Liệu người hút thuốc có biết các quy định cấm?*
    - *Việc tăng cường thực thi (enforcement) của: cơ quan, người đứng đầu ngành và các cán bộ thực thi (thanh tra/công an)...* 
      * *Hỏi thêm về việc áp dụng Nghị định 176 trong xử phạt vi phạm hành chính đối với những trường hợp vi phạm quy định hút thuốc lá nơi công cộng/nơi làm việc. Thực tế đã xử phạt được trường hợp nào chưa? Phản ứng của người bị xử phạt?*

5. Địa phương/ Cơ quan đã có những văn bản/chị thị/hoạt động gì nhằm thực hiện tốt hơn quy định cấm QC-KM-TT thuốc lá và quy định cấm hút thuốc nơi công cộng và nơi làm việc theo quy định của Luật PCTHTL?

* + - Hỏi rõ về văn bản của địa phương/ chỉ thị của cơ quan, nếu có xin phô tô
    - Hỏi rõ về các hoạt động đã được thực hiện tại địa phương.

6. Các khó khăn trong việc thực thi quy định cấm TAPS và hút thuốc nơi công cộng và nơi làm việc tại địa phương cũng như tại VN nói chung và đề xuất hướng khắc phục?

* + - TAPS?
      * 1. Ý thức tuân thủ của người bán hàng? Chủ cơ sở?
    - Cấm hút thuốc nơi công cộng/nơi làm việc?
      * 1. Ý thức tuân thủ của người dân?
        2. Đội ngũ thanh tra?

7. Định hướng/phương hướng hoạt động sắp tới của địa phương/ngành VHTTDL trong việc thực thi quy định cấm QC-KM-TT thuốc lá và quy định cấm hút thuốc nơi công cộng/nơi làm việc?

**II. PHẦN MÔ TẢ HOẠT ĐỘNG TÀI TRỢ CỦA CÔNG TY THUỐC LÁ**

8. Anh/chị hãy cho biết thực trạng vi phạm quy định cấm tài trợ thuốc lá (Điều 9 và điều 16 của Luật PCTHTL) tại địa bàn – in Luật ra để người được PV biết?

*Các hoạt động tài trợ cho các sự kiện văn hoá, thể thao, nghệ thuật, nghiên cứu khoa học, các dự án giảm thiểu tác hại thuốc lá trong thanh niên đều cần ghi nhận.*

*Hỏi chi tiết đối tượng, thời gian, hoạt động tài trợ chính và kết quả tài trợ (nếu đã kết thúc)*

9. Các hoạt động tài trợ nhân đạo của các công ty thuốc lá trên địa bàn anh chị quản lý diễn ra như thế nào?

*Các hoạt động tài trợ nhân đạo gắn với việc giúp đỡ giải quyết các vấn đề xã hội như thiên tai, thảm hoạ, giúp đỡ người nghèo, xây dựng trường học ....*

10. Các phương tiện truyền thông được sử dụng trong hoạt động này như thế nào?

*Các công ty thuốc lá có sử dụng các phương tiện truyền thông như báo đài để tạo dựng hình ảnh đẹp về thương hiệu của mình trong mắt người tiêu dùng?*

11. Mức độ phổ biến và tầm ảnh hưởng của các hoạt động tài trợ của công ty thuốc lá như thế nào?

* + - *Các hoạt động này có phổ biến tại địa phương không?*
    - *Có được đông đảo người dân biết tới không?*

***(Xin cung cấp tư liệu, ảnh về hoạt động quảng cáo, khuyến mại và tài trợ trên)***

**HƯỚNG DẪN PHỎNG VẤN SÂU**

**CHỦ CƠ SỞ KINH DOANH THUỐC LÁ**

***Mục tiêu cuộc phỏng vấn:***

1. Mô tả các thực trạng vi phạm qui định cấm QC-KM-TT thuốc lá theo Luật PCTHTL ở Việt Nam
2. Mô tả thực trạng thực thi và tuân thủ các quy định về cấm QC-KM-TT thuốc lá theo Luật PCTHTL ở Việt Nam
3. Tìm hiểu những thuận lợi, khó khăn khi xử lý các vi phạm về cấm QC-KM-TT thuốc lá ở VN

Mã số: Tên file:

Tên người trả lời:

Chức vụ:

Địa chỉ liên lạc:

Email: Số điện thoại:

Địa chỉ: Tỉnh/ Thành phố:

Ngày phỏng vấn: / / 2014

Địa điểm:

Thời gian bắt đầu: Thời gian kết thúc:

Người phỏng vấn:

**Những việc phải làm trước khi tiến hành phỏng vấn sâu**

1. Giải thích mục đích của cuộc PVS. Lý do tại sao người trả lời được lựa chọn.
2. Thông tin với người trả lời về tính bảo mật của thông tin và danh tính trong việc công bố các kết quả.
3. *Chia sẻ với người trả lời rằng* không có câu trả lời đúng và sai, mong người trả lời chia sẻ các ý kiến và kinh nghiệm của bản thân.
4. *Chia sẻ với người trả lời rằng* họ có thể hỏi lại nếu không rõ câu hỏi, có thể không trả lời hoặc đưa ra các bình luận hay bất cứ ý kiến nào mà họ thấy là quan trọng đối với mục đích của dự án.
5. Người phỏng vấn giới thiệu một vài chi tiết về bản thân: tên, làm gì, quan tâm tới vấn đề gì.v.v.
6. Xin phép người trả lời được ghi âm cuộc trao đổi và giải thích tại sao cần ghi âm.

Chuẩn bị giấy, bút, máy ghi âm.

1. THỰC TRẠNG VI PHẠM QUY ĐỊNH CẤM QC – KM – TT THUỐC LÁ

1/ Anh/chị bắt đầu kinh doanh mặt hàng thuốc lá từ năm nào? Những nhãn hàng thuốc lá chủ yếu của cửa hàng mình là gì?

2/ Các hình thức khuyến mại mà công ty thuốc lá dành cho chủ cửa hàng và cho khách hàng là gì trong thời gian từ đầu 2014 tới thời điểm phỏng vấn? (Nếu có, xin ghi hình, chụp ảnh).

3/ Anh chị nhận được những sản phẩm gì của các công ty thuốc lá trong việc trưng bày các tủ đựng thuốc (có ghi tên nhãn sản phẩm thuốc lá)? (Khuyến mại về tiền, tặng thêm bao thuốc/ cây thuốc trong một tháng ? – hỏi đối với từng nhãn hàng hoặc từng công ty) (Điều tra viên quan sát và xin phép ghi hình, chụp ảnh về thực tế trưng bày thuốc lá tại điểm bán và trưng bày tủ thuốc do các công ty thuốc lá cấp tại cửa hàng) – chú ý cả các ô/dù có màu sắc của công ty thuốc lá

4/ Anh/chị có biết nội dung cấm quảng cáo – khuyến mại – tài trợ thuốc lá được đề cập trong Luật PCTHTL? (Nếu biết thì hỏi họ biết qua phương tiện truyền thông nào) (Điều tra viên gợi ý người trả lời so sánh và để họ tự trả lời về thực trạng trưng bày của họ/vi phạm QC-KM với nội dung mà họ đề cập trong Luật – nếu họ tự trả lời được. Nếu họ không trả lời được, điều tra viên nhắc lại các điều khoản cấm trong Luật để họ biết và nhận xét về thực trạng vi phạm của cửa hàng họ).

5/ Cơ quan chức năng (công an, quản lý thị trường, thanh tra văn hóa hoặc thanh tra y tế) ở địa phương đã bao giờ đến cửa hàng của anh/chị để kiểm tra/ nhắc nhở việc trưng bày, khuyến mại thuốc lá của anh chị chưa (Hỏi từ đầu 2014 đến thời điểm PV để tránh sai số nhớ lại). Nếu có, việc thanh kiểm tra/ nhắc nhở của họ diễn ra như thế nào (Đề nghị người trả lời mô tả lại).

6/ Anh/chị có biết nội dung về hướng dẫn xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực y tế (nội dung cấm QC – KM thuốc lá và trưng bày thuốc lá)? (Hỏi nếu người trả lời biết. Nếu họ không biết, nhắc cho họ các nội dung này).

7/ Việc tuân thủ các quy định cấm trưng bày quá 1 bao/ 1 tút của một nhãn hiệu thuốc lá hoặc cấm QC – KM thuốc lá có ảnh hưởng tới việc kinh doanh thuốc lá của cơ sở anh/chị không? Nếu có thì ảnh hưởng như thế nào?

8/ Anh/chị có đề xuất gì để việc cấm QC – KM – TT thuốc lá tại địa phương anh/chị nói riêng và tại Việt Nam được thực thi và tuân thủ có hiệu quả hơn?

1. VP: Vi phạm [↑](#footnote-ref-1)
2. C: Có [↑](#footnote-ref-2)
3. K: Không [↑](#footnote-ref-3)