

Thực trạng vi phạm quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán lẻ ở 6 tỉnh tại Việt Nam năm 2015

Lê Thị Thanh Hương¹, Trần Khánh Long¹,
Nguyễn Ngọc Bích¹, Nguyễn Xuân Lâm², Lê Vũ Anh²

Nghiên cứu “Thực trạng vi phạm quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán lẻ ở 6 tỉnh tại Việt Nam năm 2015” được thực hiện nhằm: (1) Mô tả thực trạng vi phạm các quy định (QĐ) cấm quảng cáo (QC), khuyến mại (KM) thuốc lá (TL) tại điểm bán lẻ ở 6 tỉnh, (2) Tìm hiểu những khó khăn, thách thức trong việc thực thi QĐ cấm QC, KM TL tại Việt Nam. Thiết kế nghiên cứu cắt ngang, với 1.199 điểm bán lẻ được quan sát bằng bảng kiểm, kết hợp phỏng vấn sâu thanh tra văn hóa, thể thao, du lịch.

Tỉ lệ các điểm bán lẻ vi phạm QĐ cấm QC TL ở 6 tỉnh nghiên cứu là 19,2%. Tỉ lệ vi phạm QĐ cấm trưng bày quá một bao/một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu TL là 97,6%. Tỉ lệ vi phạm QĐ cấm KM TL là 4,2%. Một số khó khăn, thách thức trong công tác thực thi QĐ cấm QC, KM TL là nhận thức về QĐ cấm QC, KM TL của người bán hàng chưa tốt, tính tuân thủ QĐ pháp luật về cấm QC, KM và trưng bày TL tại điểm bán chưa cao, sự e dè trong việc xử phạt của các thanh tra đối với người vi phạm.

Nghiên cứu khuyến nghị nâng cao nhận thức về các QĐ cấm QC, KM và trưng bày TL tại điểm bán cho chủ cơ sở kinh doanh, bán lẻ TL, xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm QĐ cấm QC, KM TL.

Từ khóa: quảng cáo, khuyến mại, thuốc lá, điểm bán lẻ, Việt Nam

The violation of the bans on tobacco advertising and promotion at points of sale in Vietnam 2015

Le Thi Thanh Huong¹, Tran Khanh Long¹,
Nguyen Ngoc Bich^{1,2}, Nguyen Xuan Lam², Le Vu Anh²

The study on “The violation of the bans on tobacco advertising and promotion at points of sale in six provinces in Vietnam 2015” was conducted to describe the violation of the bans on tobacco

advertising, promotion (TAP) at points of sale (POSs), and to identify challenges in enforcing the bans on TAP in Vietnam. This was a cross sectional study with 1,999 POSs as the study subjects, using an observational checklist. The study also sought information on the challenges in enforcing the ban by in-depth interviews with inspectors of the Department of Culture, Sport and Tourism.

The study showed that the proportion of POSs that violated the ban on tobacco advertising at six study provinces was 19.2%. The compliance rate of displaying in a store no more than one pack carton or one bot of a tobacco brand was 97,6% and the rate of violating the ban on tobacco promotion was 4.2%. Some challenges of the enforcement of the TAP ban at POSs were low awareness among POSs' owners of the bans on TAP and poor compliance of the TAP bans at POSs. The reluctance of inspectors to give penalties to the violators was also one of the potential causes of the identified challenges.

It is recommended that the awareness for POSs' owners on the bans on TAP should be improved and penalties to violators of the bans should be strictly implemented.

Keywords: advertising, promotion, tobacco, points of sale, Vietnam

Tác giả:

1. Trường Đại học Y tế Công cộng
2. Hội Y tế Công cộng Việt Nam

1. Đặt vấn đề và mục tiêu

Luật Phòng chống tác hại của thuốc lá (PCTHTL) (2012) (có hiệu lực từ 1/5/2013) quy định tại Điều 9, Khoản 2 “Các hành vi bị nghiêm cấm: quảng cáo, khuyến mại thuốc lá; tiếp thị trực tiếp thuốc lá tới người tiêu dùng dưới mọi hình thức”. Song song với các hình thức cấm quảng cáo (QC), khuyến mại (KM) và tài trợ (TT) thuốc lá (TL), Điều 25 (khoản 1b) cũng đề cập tới quy định trưng bày TL 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” [2]. Cùng đồng hành với Luật PCTHTL, Luật Quảng cáo cũng xếp thuốc lá vào nhóm mặt hàng bị cấm QC [3].

Trước và ngay sau khi Luật PCTHTL được ban hành, các kết quả nghiên cứu của Trường Đại học Y

tế công cộng (ĐHYTCC) cho thấy việc tuân thủ các quy định đã có về cấm QC cũng như KM thuốc lá ở Việt Nam được thực hiện khá tốt với các loại hình QC ngoài trời và trên các phương tiện thông tin đại chúng. Tuy nhiên, tại các điểm bán lẻ TL, việc vi phạm diễn ra khá phổ biến, với khoảng 1/3 số điểm bán vi phạm cả quy định cấm QC và KM. 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 TL. Nghiên cứu của Trường ĐHYTCC cũng đã mô tả nhiều chiêu thức lách luật của các công ty TL như sử dụng giấy bóng kính trong suốt làm vỏ tút TL hoặc sử dụng các mô hình bao thuốc để trưng bày TL tại điểm bán [5], [6]. Trong khi đó, các nghiên cứu trên thế giới cho thấy trước thực trạng áp dụng quy định cấm QC, KM và tài trợ tại nhiều nước trên thế giới, các công ty TL đã chuyển hướng và nhằm vào các điểm bán lẻ TL để thực hiện các chiêu thức

QC và KM một cách tinh vi, lách luật. Chẳng hạn, tại các điểm bán lẻ thường xuyên quan sát thấy các hình thức QC như tờ QC dán tường, các màu sắc, vật phẩm liên hệ tới nhãn hiệu của công ty TL, chẳng hạn ô, dù che hoặc gạt tàn TL [5], [7]. Ngoài ra, các hình thức KM, tiếp thị TL được ghi nhận tại các điểm bán lẻ bao gồm phiếu mua thuốc miễn phí, quà tặng miễn phí, mua nhiều giảm giá, tặng mẫu TL miễn phí [5], [7], [10] hay thậm chí sử dụng nhân viên tiếp thị để tiếp thị trực tiếp sản phẩm tới người tiêu dùng [5].

Thông qua các hình thức QC, KM và tiếp thị TL tại điểm bán, ngành công nghiệp TL có khuynh hướng tiếp cận tới những đối tượng sử dụng thuốc lá “tiềm năng” của họ như phụ nữ [7], đặc biệt là phụ nữ nghèo và có trình độ văn hóa thấp [4], giới trẻ và người có thu nhập thấp [7] và thông qua đó làm tăng số lượng người hút thuốc lá trên toàn thế giới và ảnh hưởng không nhỏ tới những nỗ lực phòng chống tác hại của thuốc lá đang thực hiện tại nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam.

Trong giai đoạn 2009-2011 và 2012, Trường ĐHYTCC đã thực hiện các nghiên cứu mô tả thực trạng vi phạm quy định cấm QC, KM TL tại điểm bán lẻ [1], [5], [6]. Tuy nhiên tất cả các nghiên cứu này đều được thực hiện trước khi Luật PCTHTL ra đời hoặc trước khi Luật có hiệu lực. Nghiên cứu do Hội Y tế công cộng (YTCC) Việt Nam tiến hành với sự phối hợp của Trường ĐHYTCC năm 2015 là một trong những nghiên cứu đầu tiên được thực hiện nhằm theo dõi tình trạng này sau khi Luật PCTHTL chính thức có hiệu lực từ ngày 1/5/2013.

Bài báo này được trình bày với mục tiêu: (1) Mô tả thực trạng vi phạm các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại các điểm bán lẻ tại 6 tỉnh ở Việt Nam năm 2015 phân theo vùng miền, và (2) Mô tả một số khó khăn, thách thức trong công tác thực thi quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán ở Việt Nam.

2. Phương pháp nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: (1) Điểm bán lẻ TL có giấy phép kinh doanh và/hoặc có mặt bằng kinh doanh cố định, bao gồm siêu thị, quán cà phê, cửa hàng tạp hóa có bán thuốc lá, vũ trường/ quán bar, các điểm công cộng như nhà ga, sân bay, bến tàu xe; (2) thanh tra văn hóa thể thao và du lịch (VHTTDL).

Địa điểm nghiên cứu: Trong mạng lưới 11 tỉnh hội của Hội Y tế công cộng Việt Nam, nhóm nghiên cứu chọn 5 tỉnh Hải Dương, Thái Bình, Khánh Hòa, Bình Định, Đồng Tháp dựa trên các tiêu chí: các tỉnh được chọn có sự tương đồng về mức độ vi phạm các quy định cấm QC, KM thuốc lá theo kết quả nghiên cứu do Trường ĐHYTCC thực hiện [5]. Tỉnh Bạc Liêu được chọn do cùng vùng đồng bằng Sông Cửu Long và tương đồng với tỉnh Đồng Tháp. Miền Bắc gồm hai tỉnh Hải Dương và Thái Bình (đại diện cho hai tỉnh vùng đồng bằng sông Hồng), miền Trung gồm hai tỉnh Khánh Hòa và Bình Định (đại diện cho các tỉnh miền nam Trung bộ), và miền Nam gồm hai tỉnh Đồng Tháp và Bạc Liêu (đại diện cho các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long).

Thời điểm thu thập số liệu: tháng 4 – tháng 8 năm 2015.

Thiết kế nghiên cứu: Nghiên cứu cắt ngang, kết hợp với nghiên cứu định tính (phỏng vấn sâu).

Cỡ mẫu nghiên cứu: 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 ĐHYTCC [5] và tính được cỡ mẫu là 1.200 điểm bán lẻ TL. 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 với sự giúp đỡ của địa phương và điều tra viên được yêu cầu quan sát 10 cửa hàng/điểm bán lẻ TL 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 của thị trấn huyện lỵ được quan sát. Tối thiểu mỗi tuyến phố phải quan sát được 5 điểm bán lẻ TL, đảm bảo cỡ mẫu được thu thập tương tự như cỡ mẫu ở khu vực nội thành.

Đối với mẫu định tính, tổng số có 6 cuộc phỏng vấn sâu được thực hiện với thanh tra VHTTDL.

Công cụ thu thập số liệu:

Công cụ thu thập số liệu định lượng: 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 ĐHYTCC [5]. Các bảng kiểm đã được Trường ĐHYTCC thử nghiệm trong nghiên cứu từ năm 2009-2011.

Công cụ thu thập số liệu định tính: Bảng hướng dẫn phỏng vấn sâu đối với các thanh tra VHTTDL, với các chủ đề chính được hỏi gồm: mô tả các dạng vi phạm QC, KM TL tại địa bàn quản lý, tuân thủ của các hộ kinh doanh, việc thực thi hành quy định cấm QC, KM TL của các cơ quan chức năng, những khó khăn thách thức trong công tác này và các đề xuất của các thanh tra.

Các tiêu chí đánh giá vi phạm quy định cấm QC, KM TL tại điểm bán lẻ:

- Vi phạm QC: Một điểm bán lẻ được coi là vi phạm quy định cấm QC TL là khi có bất cứ một tiêu chí vi phạm nào sau đây được ghi nhận: tranh/áp phích có màu sắc/nhãn hiệu thuốc lá; hộp treo tường gắn/in biểu tượng/logo, nhãn hiệu thuốc lá; băng rôn/ô che có gắn/in biểu tượng/logo, nhãn hiệu thuốc lá; quây tử trưng bày có gắn/in biểu tượng/logo, 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...)
- Vi phạm về trưng bày: tại điểm bán lẻ TL có trưng bày quá một bao, một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu TL được ghi nhận tại thời điểm nghiên cứu.
- Vi phạm về KM: Một điểm bán lẻ được coi là vi phạm quy định cấm KM TL khi có bất kỳ một tiêu chí vi phạm nào sau đây được ghi nhận: mua nhiều giảm giá, giá khuyến mại, phiếu giảm giá, tặng quà/vật phẩm khi mua hàng, có giải thưởng trong vỏ bao thuốc.

Phương pháp quản lý và phân tích số liệu: Số liệu định lượng được phân tích bằng phần mềm SPSS version 19.0. Sử dụng kiểm định χ^2 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.

Đạo đức nghiên cứu: Nghiên cứu đã được Hội đồng Đạo đức của Trường ĐHYTCC thông qua tại quyết định số 289/2014/YTCC-HĐ3 ngày 28 tháng 10 năm 2014.

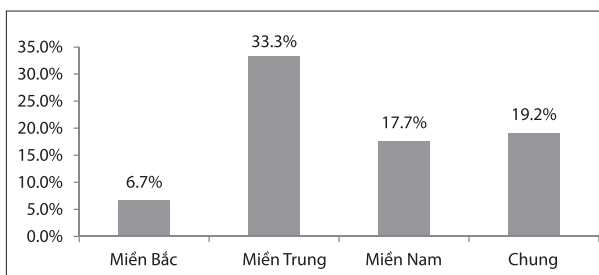
3. Kết quả

Trong số 1.200 điểm bán lẻ TL được quan sát tại 6 tỉnh, có một phiếu bị lỗi nên tổng số có 1.199 điểm bán lẻ TL được đưa vào phân tích, trong đó chủ yếu là các cửa hàng tạp hóa (70%). Quán cà phê, quán nước chiếm 26%. Nhà hàng chiếm 1,4% và các loại hình bán lẻ TL khác chiếm 2,6%.

3.1. Thực trạng vi phạm các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại 6 tỉnh nghiên cứu

3.1.1. Thực trạng vi phạm các quy định cấm quảng cáo thuốc lá

Thực trạng vi phạm các quy định cấm QC TL được quan sát tại các điểm bán lẻ, đối chiếu với tiêu chí so sánh và được trình bày trong Biểu đồ 1.



Biểu đồ 1. Thực trạng vi phạm các quy định cấm quảng cáo theo vùng miền tại 6 tỉnh nghiên cứu, 2015

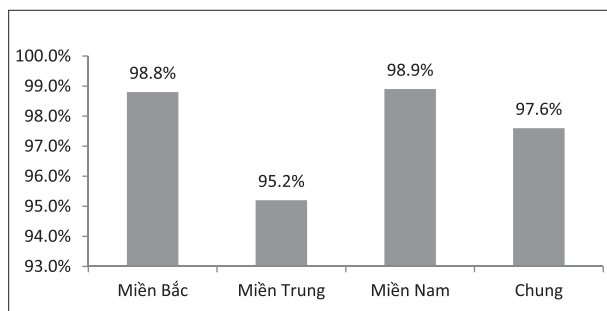
Kết quả Biểu đồ 1 cho thấy tỉ lệ vi phạm các quy định cấm QC TL chung tại cả 6 tỉnh trong năm 2015 là 19,2%, trong đó cao nhất là tại miền Trung (33,3%), tiếp đến là miền Nam (17,7%) và thấp nhất là tại miền Bắc (6,7%). Sự khác biệt này có ý nghĩa thống kê với $\chi^2=184,558$; $p < 0,001$; $df=2$.

3.1.2. Thực trạng vi phạm các quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá tại điểm bán lẻ thuốc lá

Thực trạng vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút hoặc một hộp của một nhãn hiệu TL

được điều tra viên ghi nhận qua bảng kiểm quan sát và được trình bày ở Biểu đồ 2.

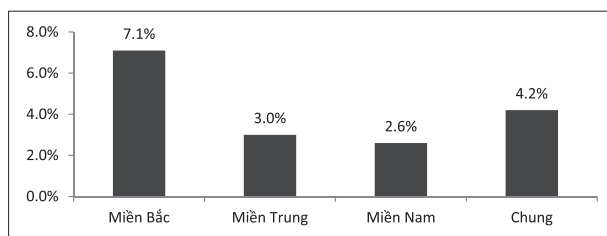
Kết quả Biểu đồ 2 cho thấy tính trên toàn bộ 6 tỉnh, tỉ lệ vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một túi hoặc một hộp của một nhãn hiệu TL là 97,6%. Tỉ lệ này ở 3 vùng Bắc, Trung, Nam lần lượt là 98,8%; 95,2% và 98,9% và không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về tỉ lệ vi phạm quy định này ở 3 vùng miền ($p>0,05$).



Biểu đồ 2. Tỉ lệ các điểm bán lẻ thuốc lá vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một túi hoặc một hộp của một nhãn hiệu thuốc lá theo vùng miền tại 6 tỉnh nghiên cứu

3.1.3. Thực trạng vi phạm các quy định cấm khuyến mại thuốc lá

Kết quả vi phạm quy định cấm KM TL được trình bày tại Biểu đồ 3. Kết quả Biểu đồ 3 cho thấy tỉ lệ vi phạm các quy định cấm KM TL trên địa bàn cả 6 tỉnh nghiên cứu được ghi nhận là 4,2%, trong đó cao nhất là tại hai tỉnh Hải Dương và Thái Bình (7,1%), tiếp theo là khu vực miền Trung (3,0%) và miền Nam (2,6%). Sự khác biệt về tỉ lệ vi phạm quy định cấm KM TL giữa hai tỉnh miền Bắc với các tỉnh miền Trung và miền Nam là có ý nghĩa thống kê với $\chi^2=24,098$; $p<0,001$; $df=2$.



Biểu đồ 3. Tỉ lệ vi phạm các quy định cấm khuyến mại thuốc lá tại điểm bán năm 2015

3.2. Những khó khăn, thách thức trong công tác thực thi quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại Việt Nam

Sáu cuộc phỏng vấn sâu được thực hiện với các thanh tra Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch nhằm tìm hiểu những khó khăn, thách thức trong công tác thực thi quy định cấm QC, KM TL từ quan điểm của những người thực thi quy định.

3.2.1. Nhận thức về các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá của người bán hàng chưa tốt và tính tuân thủ quy định pháp luật về cấm quảng cáo, khuyến mại và trưng bày thuốc lá tại điểm bán chưa cao

Nhận thức chưa đúng của người dân về các quy định cấm QC-KM TL cũng như quy định không được phép trưng bày quá một bao hoặc một túi/hộp của một nhãn hiệu TL là nhận định chung của các thanh tra văn hóa, quản lý thị trường. 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 TL 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 gọi 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.” (PVS, thanh tra Sở VH TTDL KH).

3.2.2. Sự e dè trong việc xử phạt của các thanh tra đối với người vi phạm cũng như thiếu những văn bản hướng dẫn thi hành cụ thể

Kết quả từ nghiên cứu định tính cho thấy ở toàn bộ cả 6 tỉnh nghiên cứu, mặc dù tỉ lệ vi phạm các quy định cấm QC, KM và trưng bày TL diễn ra khá phổ biến nhưng chưa có trường hợp xử phạt vi phạm hành chính nào liên quan tới việc trưng bày quá quy định được thực hiện. Điều này do có tâm lý e dè việc sử dụng chế tài phạt vi phạm hành chính đối với các đối tượng kinh doanh TL. 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 TL 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 tử đó mà phạt họ ở cái mức rất cao, phạt từ 3 đến 40 triệu, rất cao mà cái quây tử đó họ lấy đầu ra họ đóng” (PVS, Thanh tra Sở VHHTDL KH).

Một trong những lý do khác khiến việc xử phạt chưa được thực hiện nghiêm là do chưa có hướng dẫn xử phạt tại chỗ nên lực lượng chức năng gặp lúng túng khi gặp những trường hợp vi phạm. Hình thức xử lý của họ chỉ là nhắc nhở.

“Cái này thì tôi nghĩ là vẫn chưa rõ ràng. Có được nộp phạt tại nơi vi phạm không? Có được xử lý 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?” (PVS, thanh tra Sở VHHTDL TB).

4. Bàn luận

4.1. Thực trạng vi phạm các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại 6 tỉnh nghiên cứu

Nghiên cứu này ghi nhận điểm bán lẻ TL phổ biến nhất là cửa hàng tạp hóa, và tỉ lệ vi phạm các quy định cấm QC, KM TL tại các điểm bán lẻ TL khá phổ biến. Kết quả này tương tự với kết quả thu được của nghiên cứu của Trường ĐHYTCC năm 2009-2011 [1], [5]. Các kết quả tương tự cũng đã được ghi nhận ở các nước trong khu vực như Indonesia [7], [11] và các nước khác trong khu vực Đông Nam Á [7] và Ấn Độ [9]. Trong khi đó, tại những nước có quy định nghiêm ngặt về cấm QC, KM TL như Úc hoặc Canada, tình trạng vi phạm rất thấp, kể cả ở điểm bán lẻ TL [8].

Trong nghiên cứu này, kết quả thể hiện tỉ lệ vi phạm quy định cấm QC TL là 19,2% tại cả 6 tỉnh nghiên cứu và cao nhất là ở hai tỉnh Khánh Hòa và Bình Định. Kết quả này hoàn toàn phù hợp với kết quả nghiên cứu mà Trường ĐHYTCC thu được

trong giai đoạn 2009 – 2011, với tỉnh Khánh Hòa cũng là tỉnh có tỉ lệ vi phạm các quy định cấm QC TL cao nhất [5]. Đây là tỉnh có tiềm năng du lịch lớn, lượng khách du lịch trong nước và quốc tế đổ về khá đông nên nếu không có những biện pháp hiệu quả nhằm khống chế tỉ lệ vi phạm quy định cấm QC TL thì sẽ có nhiều đối tượng khác nhau phải tiếp xúc với những hình ảnh QC TL.

Theo Khoản 1b, Điều 25 của Luật PCTHTL, tại điểm bán lẻ TL không được trưng bày quá một bao/một tút/hộp của một nhãn hiệu TL [2]. Mặc dù các hoạt động thanh kiểm tra các hoạt động PCTHTL, 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 TL 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 TL.

Kết quả nghiên cứu này tương tự như kết quả của nghiên cứu do Trường ĐHYTCC thực hiện [5]. Nghiên cứu của Trường ĐHYTCC trước khi Luật PCTHTL ra đời cho thấy tỉ lệ vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút của một nhãn hiệu TL tại địa bàn 10 tỉnh của nghiên cứu trong giai đoạn 2009 – 2011 khá cao, với hơn 90% điểm bán lẻ thuốc lá vi phạm quy định này. Nghiên cứu của chúng tôi được thực hiện trên phạm vi 6 tỉnh ở ba vùng miền của đất nước vào năm 2015, tức là sau hai năm kể từ ngày Luật PCTHTL có hiệu lực. Tuy nhiên, tỉ lệ vi phạm quy định cấm trưng bày quá một bao/một tút/một hộp của một nhãn hiệu TL ghi nhận được ở nghiên cứu này thậm chí còn cao hơn so với nghiên cứu được thực hiện năm 2009-2011 của Trường ĐHYTCC.

Hoạt động KM TL tại điểm bán lẻ không sôi nổi bằng hoạt động QC. Kết quả này khá tương đồng với kết quả từ nghiên cứu năm 2009 – 2011 của Trường ĐHYTCC, mặc dù trong nghiên cứu năm 2009 – 2011, Trường ĐHYTCC 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 ĐHYTCC cho thấy, tỉ lệ các điểm bán lẻ TL 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 phạm tiêu chí “khuyến mại về giá” lần lượt là 11%, 10% và 7,5% [5].

4.2. Những khó khăn, thách thức trong công tác thực thi quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại Việt Nam

Hiện tại đã có các văn bản quy phạm pháp luật liên quan tới lĩnh vực cấm QC, KM TL tại Việt Nam như Luật PCTHTL, Luật Quảng cáo, 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. Tuy nhiên những người thực thi quy định vẫn gặp nhiều khó khăn, thách thức trong công tác thực thi quy định cấm QC, KM TL. Việc các chủ cơ sở bán lẻ không biết (hoặc cố tình không biết) các quy định về cấm QC, KM TL, cấm trưng bày quá một bao/một gói hoặc một hộp của một nhãn hiệu TL đang là những thách thức không nhỏ đối với đội ngũ thanh tra VHTTDL cũng như cán bộ quản lý thị trường. Trong khi đó, ngoài việc thanh tra việc vi phạm các quy định cấm QC, KM TL, các thanh tra VHTTDL cũng như quản lý thị trường còn phải thực thi nhiệm vụ ở nhiều lĩnh vực khác, do vậy đây cũng là một hạn chế ảnh hưởng tới công tác thực thi quy định này.

Do chưa có hướng dẫn xử phạt tại chỗ, những trường hợp bị phát hiện vi phạm thường chỉ có thể được nhắc nhở bởi các lực lượng chuyên ngành. Vì vậy, việc tái phạm có thể sẽ xảy ra ngay sau khi đoàn kiểm tra đi khỏi. 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 QC, KM và trưng bày TL.

Việc e dè trong xử phạt các trường hợp vi phạm quy định cấm QC, KM TL cũng là một rào cản làm ảnh hưởng đến sự tuân thủ của các chủ điểm kinh

doanh bán lẻ thuốc lá về quy định cấm QC, KM và tài trợ TL, và những kết quả này khá tương đồng với những nghiên cứu mà Trường ĐHYTCC thực hiện trước khi Luật được ban hành [5] hoặc trước khi Luật có hiệu lực [6]. Do quan niệm những chủ cơ sở này là những người kinh doanh nhỏ lẻ, thu nhập không cao nên các thanh tra thường e ngại khi xử phạt họ. 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 TL.

5. Kết luận và khuyến nghị

Tỉ lệ các điểm bán lẻ vi phạm QĐ cấm QC TL ở 6 tỉnh nghiên cứu là 19,2%. Tỉ lệ vi phạm QĐ cấm trưng bày quá một bao/một gói hoặc một hộp của một nhãn hiệu TL là 97,6%. Tỉ lệ vi phạm QĐ cấm KM TL là 4,2%. Một số khó khăn, thách thức trong công tác thực thi QĐ cấm QC, KM TL là nhận thức về QĐ cấm QC, KM TL của người bán hàng chưa tốt, tính tuân thủ QĐ pháp luật về cấm QC, KM và trưng bày TL tại điểm bán chưa cao, sự e dè trong việc xử phạt của các thanh tra đối với người vi phạm.

Nghiên cứu khuyến nghị nâng cao nhận thức của người bán tại các điểm bán lẻ /kinh doanh TL tại các điểm bán lẻ về các quy định cấm QC, KM TL cũng như các mức xử phạt nếu vi phạm quy định. Đồng thời, cần đảm bảo thực hiện nghiêm việc xử lý các trường hợp vi phạm các quy định cấm QC-KM TL cũng như quy định cấm trưng bày quá một bao hoặc một gói/hộp của một nhãn hiệu TL tại điểm bán lẻ. 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.

6. Bản quyền số liệu

Nghiên cứu này được thực hiện bởi Hội Y tế Công cộng Việt Nam thông qua phối hợp với Trường Đại học Y tế Công cộng dưới sự tài trợ kinh phí từ Quỹ Từ thiện Đại Tây Dương (AP). Bản quyền số liệu của nghiên cứu thuộc Hội Y tế Công cộng Việt Nam.

Lời cảm ơn

Nhóm nghiên cứu xin chân thành cảm ơn sự hỗ trợ về tài chính của Tổ chức Từ thiện Đại Tây Dương (AP) để nghiên cứu có thể được triển khai. Xin cảm ơn sự hỗ trợ về nhân lực và kỹ thuật của Hội Y tế Công cộng và sự hỗ trợ về nhân lực của 5

tỉnh hội (Hải Dương, Thái Bình, Khánh Hòa, Bình Định) và Sở Y tế Bạc Liêu. Đồng thời, chúng tôi cũng xin cảm ơn sự tham gia nhiệt tình của các thanh tra Sở Văn hóa – Thể thao và Du lịch của 6 tỉnh và các chủ cơ sở thuốc lá trong quá trình thực hiện nghiên cứu này.

Tài liệu tham khảo

Tiếng Việt

1. Lê Vũ Anh, Lê Thị Thanh Hương, Trần Thị Tuyết Hạnh, Trần Khánh Long, Đỗ Phúc Huyền, and Phùng Xuân Sơn (2011). Tình hình thực hiện các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá tại Việt Nam năm 2010 Tạp chí Y tế công cộng. 20: p. 43-49.
2. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2012). Luật Phòng chống tác hại của thuốc lá. Quốc hội: Hanoi.
3. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2012). Luật Quảng cáo. Quốc hội: Hà Nội.

Tiếng Anh

4. Brown-Johnson CG, England LJ, Glantz SG, and Ling PM (2014). Tobacco industry marketing to low socioeconomic status women in the U.S.A. *Tob Control*. 23(e2): p. e139-46.
5. HSPH (2012). Tobacco Advertising, Promotion and Sponsorship in Vietnam – Results from a three year study 2009-2011 at 10 provinces/ cities in Vietnam. p. 1-120.
6. HSPH (2013). Stakeholder' awareness on the Law on Tobacco Control and challenges in the implementation of the ban on tobacco advertising, promotion and sponsorship. p. 1-45.

7. Kin F, T.Y. Lian, and Y.C. Yun (2010). How the Tobacco Industry Circumvented Ban on Tobacco Advertising, Promotion and Sponsorships: Observation from Selected ASEAN Countries. *Asian Journal of WTO & International Health Law and Policy*. 5(2): p. 449-65.

8. Li L, Borland R, Fong GT, Thrasher JF, Hammond D, and Cummings K.M (2013). Impact of point-of-sale tobacco display bans: findings from the International Tobacco Control Four Country Survey. *Health Educ Res*. 28(5): p. 898-910.

9. Sardana M, Goel S, Gupta M, Sardana V, and Singh BS (2015). Is Exposure to Tobacco Advertising, Promotion and Sponsorship Associated with Initiation of Tobacco Use among Current Tobacco Users in Youth in India? *Asian Pac J Cancer Prev*. 16(15): p. 6299-302.

10. Sinha DN, Palipudi KM, Oswal K, Gupta PC, Andes LJ, and Asma S (2014). Influence of tobacco industry advertisements and promotions on tobacco use in India: findings from the Global Adult Tobacco Survey 2009-2010. *Indian J Cancer* 51(Suppl 1): p. S13-8.

11. WHO (2015). WHO report on the global tobacco epidemic, 2015 - Country profile: Indonesia. [cited 2016 Feb 19]; Available from: http://www.who.int/tobacco/surveillance/policy/country_profile/idn.pdf.