

NEM VÁLT BE A TILTÁS KANADÁBAN
A DOHÁNYTERMÉKEK BOLTI KIHELYEZÉSÉT TILTÓ RENDELET EGÉSZSÉGÜGYI ÉS GAZDASÁGI HATÁSAI

DR. PATRICK BASHAM – DEMOCRACY INSTITUTE

(ÖSSZEFOGLALÓ)

A Democracy Institute 2010. június 15-én publikálta a *Canada's Ruinous Tobacco Display Ban Economic & Health Lessons* című tanulmányát. Ebben a dohányárak üzleti kihelyezésének és reklámozásának tilalmát, és annak a kanadai közegészségügyre és gazdaságra gyakorolt hatásait vizsgálja. A tiltás két negatív hatása a feketepiac élénkülése és a kiskereskedelmi szektor megtizedelése volt. A tanulmány elsősorban kanadai adatokkal dolgozik, de izlandi, ír és thaiföldi példákat is elemez.

A bolti kihelyezés és reklám tiltását támogatók szerint a reklámmal ellátott cigarettatárolók a kamaszokat dohányzásra serkentik, a dohányzókat pedig megakadályozzák a leszokásban. Ha eltávolítunk mindenféle reklámot a tárolóktól – érvelnek az ellenzők –, kevesebb fiatal próbálja majd ki a dohányzást, a felnőttek pedig nagyobb eséllyel tudnak leszokni, miközben a független kiskereskedelem alig érzi meg a folyamatot.

Közegészségügyi hatások Kanadában

A dohányárak bolti kihelyezését elsőként Izland tiltotta be 2001 augusztusában, ezt a példát követte a kanadai Saskatchewan tartomány, ahol 2002-től volt tilos ez a tevékenység. 2006-ban, amikor még csak Manitoba és Saskatchewan tartományban volt érvényes a tiltás, nem volt statisztikailag jelentős eltérés a fiatalok dohányzási szokásaiban a tartományok között. Érdekesség azonban, hogy a legmagasabb mértékű dohányzást éppen a két tiltó tartományban regisztrálták.

Ma már Kanada minden tartományában tiltás van érvényben. A tanulmány adatai szerint azonban az ilyen rendelkezések sem a fiataloké, sem a felnőttek dohányzási szokásaira nincsenek hatással. Néhány helyen kis mértékben csökkent ugyan a dohányzók aránya, de a tartományok között olyan is volt (Új-Skócia), ahol 15%-kal nőtt a dohányzás. Dr. Andrew Lilico, a Europe Economics gazdasági szakértője egy jelentésében megállapítja, hogy a tiltást megelőző és követő évek adatait összevetve mindkét korcsoportban a nőtt a dohányzás mértéke. Dr. Basham tanulmánya azt a következtetést vonja le, hogy az eladáshelyi reklámok tiltása közegészségügyi szempontból negatív.

Gazdasági következmények Kanadában

Más szempontból igen „sikeresnek” bizonyult a tiltás: a dohányárak forgalmát a független kiskereskedőktől a feketepiacra terelte. Bár úgy vélhetjük, hogy a dohányárakat forgalmazó kereskedők számának jelentős csökkenése üdvözlendő tény, hiszen a fogyasztás csökkenéséhez vezethet, Kanadában nem ez történt. A vevők a legális termékeket árusító legális üzletek helyett az adómentes, gyakran hamisított termékeket árusító helyeken szerzik be a dohányárakat. Kanada példája azt mutatja, hogy az

eladáshelyi bemutatás és reklámozás betiltása gazdasági szempontból a dohánypiaci verseny torzulásához és a törvényes kereskedők számának csökkenéséhez vezet, a dohányosokat pedig a feketepiac felé tereli.

A Kanadai Vegyeskereskedők Szövetsége (Canadian Convenience Store Association) által készített felmérés szerint például Ontarióban a dohányosok 61 százaléka, Quebec tartományban pedig 75 százaléka illegális cigarettát szív. Tragikus hatással volt az intézkedés a kisboltok sorsára is: 2008-ban, amikor egy kivétellel már Kanada összes tartományában bevezették a tiltó rendeletet, minden hetedik, azaz összesen 2.300 vegyesbolt, illetve trafik bezárt.

Míg Kanadában a dohányárak üzleti kihelyezésének és reklámozásának betiltása után a fiatalok körében valójában nőtt a cigarettafogyasztás, szó szerint több ezer kiskereskedő zárta be vállalkozását, és veszítette el megélhetési forrását. Eközben a rendelkezés semmiféle pozitív hatást nem tett az országos egészségügyre.

Hasonló korlátozások Izlandon, Thaiföldön és Írországban

Az elmúlt évek során a bolti kihelyezés tiltásával foglalkozó országokban sokat emlegették Izlandot. A tiltó rendelkezést a világon elsőként bevezető országban komoly bizonyítékokat véltek felfedezni arra, hogyan csökkenti a tiltás a dohányzás mértékét. Az adatok azonban nem támasztják alá a siker-sztorit. A tiltás bevezetése utáni első teljes év, 2002 folyamán a fenti korosztályban mért elterjedtség a megelőző évekhez képest magasabb szinten állt. A 2008. évi hivatalos izlandi statisztikai adatok szerint nem várható jelentősebb csökkenés a dohányzásban, mint amit a bevezetést megelőző 10 év trendje előrevetített.

Thaiföldön 2005-ben vezették be a dohányárak üzletekben történő kihelyezésének és reklámozásának tilalmát. 5 évvel később még mindig nincs bizonyíték arra, hogy a tiltás csökkentette volna a dohányzás mértékét. A thai kormány a közelmúltban elismerte, hogy a fiatalok és a nők körében a dohányzás elterjedtsége emelkedő tendenciát mutat. Ezt támasztják alá a GATS adatai is.

Írországban csak 2009 júliusában vezették be a tilalmat. Bár csak rövid, 9 hónapos időszak adatai álltak rendelkezésre a tanulmány készülésekor, ez alatt nem tapasztaltak prevalencia-csökkentést.

Következtetések

A tiltáspárti véleményekkel ellentétben a gyakorlati tapasztalat nem igazolja azt feltevést, hogy a dohányárak bemutatásának tiltása csökkenti a fogyasztás mértékét. Ezt igazolják a tiltást bevezető négy ország, Kanada, Izland Írország és Thaiföld adatsorai. Ez a rendelet rendkívül hatástalan, mint dohányzást szabályozó eszköz, nem sikeres. Sőt, ezek a tiltó rendelkezések az elérni kívánt hatással éppen ellentétesen hatottak. Néhány helyen nemhogy csökkentették volna, egyenesen növelték a dohányzás mértékét. Talán kevésbé meglepő, ám nem kisebb jelentőségű a tiltás gazdaságra gyakorolt hatása sem.

Az objektív kutatási tapasztalatokra támaszkodva kijelenthetjük, hogy vélhetőleg az összes olyan ország, ahol a dohányárak üzleti bemutatását betiltják, súlyos egészségügyi és gazdasági károknak néz elébe.

