

TDK dolgozat

2013

Az új törvényi szabályozás hatásainak vizsgálata a dohánytermékek
fogyasztására és disztribúciójára Magyarországon nemzetközi
összehasonlításban

Rezümé

Manapság az új dohány-kereskedelemről szóló törvény és annak hatása kiemelten foglalkoztatja a magyar közvéleményt. Dolgozatunkban elsősorban a rövid távú hatásokra próbálunk rávilágítani, azokra, amelyek az elmúlt néhány hónapban befolyásolták a magyar fogyasztók életét. A hosszú távú hatásokat elsősorban néhány más tagország dohánytörvénye alapján vizsgáljuk. Néhány szomszédos országban sem idegen a magyar gyakorlathoz hasonló szabályozás, de elmondható, hogy a törvény ott már több éve érvényben van így az ott kialakult fogyasztói változások sokkal alaposabban vizsgálhatóak. A dolgozat folyamán primer kutatásunk segítségével vizsgáljuk a hazai dohánytermékek fogyasztásának változásait.

Dolgozatunkban eltekintünk, és figyelmen kívül hagyjuk a politikai nézeteket és véleményeket a törvényről, a kutatás kizárólag csak a hatásokra tér ki és a további esetleges változásokat vizsgálja. Kutatásunkban kitérünk a kiskereskedelmi hálózat felépítésére és működésére, rámutatunk előnyeire és hátrányaira is. A törvény hatására elmondhatjuk, hogy egy újfajta kiskereskedelmi egység jött létre, amit eddig Magyarországon nem találhattunk meg. A fogyasztók megérezték a hagyományos dohánytermékek drágulását, dolgozatunkban néhány lehetőséget keresünk a költségek minimalizálására a hagyományos cigaretta helyettesítésére. Az Európai Unióban ugyanúgy, mint hazánkban, az állam érdekelt a lakosság megfelelő egészségi állapotának fenntartásában és nagy hangsúlyt fektet a 18 év alattiak körében a dohányzás visszaszorítására. Az új törvény ezt kellő komolysággal kezeli és szigorúan szabályozza. Ezt a rendelkezést mi is előtérbe helyezzük és megvizsgáljuk milyen eredményt sikerült elérni az új dohánytörvénnyel.

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	1
2. A dohányzás társadalmi és gazdasági hatásai	2
2.1 A dohány eredete	2
2.2 A legfőbb dohányfajták.....	3
2.3 A nemzetközi körkép	4
2.4 Az Európai Unió helyzete	6
2.5 Nemzetközi kísérletek a dohányzás visszaszorítására	10
2.6 Magyarország szerepvállalása	15
2.7 Az illegális dohánykereskedelem	21
3. A dohány-kiskereskedelmi hálózat	22
3.1 A nemzetközi kitekintés.....	22
3.2 A hazai jogszabályok	28
3.3 A kiskereskedelmi hálózat kialakulása	33
3.4 Az egyéb szabályok és szankciók	35
4. Primer kutatás.....	37
4.1 A kutatás ismertetése	37
4.2 A fogyasztási és vásárlási szokások vizsgálata.....	39
4.3 A válaszok elemzése a Nemzeti Dohányboltok esetében	42
4.4 A dohányzók környezetének vizsgálata.....	53
5. Összegzés	54
Irodalomjegyzék.....	57
Mellékletek.....	64

Ábrajegyzék

1. ábra	7
2. ábra	9
3. ábra	12
4. ábra	14
5. ábra	24
6. ábra	40
7. ábra	43
8. ábra	43
9. ábra	44
10. ábra	46
11. ábra	47
12. ábra	48
13. ábra	50
14. ábra	52

Táblajegyzék

1. táblázat.....	13
2. táblázat.....	23
3. táblázat.....	37

1.BEVEZETÉS

A dohányzás elterjedése világviszonylatban is kétségbeejtő, a számos leszoktató kampány ellenére is. A magyarországi viszonyokat tekintve Európában sereghajtóknak számítunk. A kormány már a 90-es évek óta próbálja a lakosság körében visszaszorítani ezt a káros szenvedélyt. A több mint 20 éve folyó, kisebb-nagyobb sikerű prevenciók ellenére a magyar lakosság körében a dohányzási ráta az egyes régiókban a 38%-ot is eléri (WHO, 2011). Kimutathatóan az alacsony jövedelműek és az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők körében magas a dohányosok aránya.

2012-ben az új dohánytörvény ezt a problémát hivatott csökkenteni, melynek rövidtávon már látható jelei vannak. A fiatalkorúak dohányzásának visszaszorítása sarkalatos pontja a törvénynek, amelynek hatékonyságáról megoszlanak a vélemények. A 2012. január 1-jével életbe lépett szabályozás szerint minden zárt terű közintézményben és vendéglátóhelyen tiltott a dohányzás, különösen a nemdohányzók védelme érdekében. Kutatások bizonyítják, hogy azokban az európai országokban, ahol a beltéri dohányzás tiltott, a fogyasztás néhány éven belül 4-5%-os csökkenést mutat (TNS Opinion & Social, 2010). Az aktív dohányzás csökkenésével a fiatalkorúak dohányzási rátája is csökken, mivel környezetükben nem találkoznak rossz példákkal. A közoktatási intézmények és a játszóterek környékén történő dohányzás betiltásával egészségesebb környezetet biztosítunk a fiatalabb generációknak és saját életkörülményeink javításához is hozzájárulunk.

A 2013. július 1-je óta érvényes új dohány-kiskereskedelmi hálózat a kormány reményei szerint, a környező országokhoz hasonlóan, drasztikusan csökkenti a dohányfogyasztást és annak káros hatásait. Tapasztalatok azt mutatják, hogy önmagában egy terület szigorú ellenőrzése nem elegendő. Az eredmények eléréséhez prevenciókra, leszoktató módszerekre és a hatékony média kampányra van szükség.

Tanulmányunkban a fogyasztók és a dohányárusítók véleménye alapján, a rövid távú hatásokat fogjuk vizsgálni és elemezni. A pályázat politikai visszhangjától eltekintünk és a társadalmi, gazdasági hatásokra fókuszálunk. A téma precízebb megértése érdekében a nemzetközi példákat és az országra jellemző gyakorlatokat vizsgáljuk, és azt összehasonlítjuk a hazai példával.

A rendszerváltástól napjainkig bekövetkezett törvényi és rendeleti változtatásokon is végighaladunk, lépésről-lépésre bemutatjuk milyen módon jutottunk el a jelenleg hatályos érvényben lévő jogszabályhoz.

Primer kutatásunk alapján szemléltetjük a szabályozás előtti és utáni viszonyokat. Több mint harminc kérdésen keresztül boncolgatjuk a vásárlási és fogyasztási változásokat. A megfelelő módszerekkel az adatok kiértékelése után megvizsgáljuk, milyen mértékben érte el célját az új jogszabály. Az új hálózat értékeléséhez Nemzeti Dohánybolt tulajdonostól szerzett információkat is felhasználunk. A téma aktualitásából fakadóan, a legfrissebb forrásokat és tanulmányokat használtuk fel, de a precízebb értékelés miatt az előző időszak számadataiból is dolgoztunk.

2. A DOHÁNYZÁS TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI HATÁSAI

2.1 A dohány eredete

A dohányt, szakszerűbb megfogalmazásban a Nicotiana növénycsalád tagjait az európai ember gyógynövényként hozta el az Újvilágból a XV. században. Eredetileg pszichedelikus szerként használták, mivel használata nagy mennyiségben hallucinogén tünetekkel járt. Az európai ember gyógynövényként tekintett rá, későbbi népszerűsége ennek tudható be. A fáma szerint Medici Katalin migrénjét is meggyógyította a növény füstjének belélegzése. Fogyasztása ezen kívül még sokféle módon történhetett, egyaránt kedvelt volt a kenegetése, füstölése és rágása is. A cigaretta megjelenése csak későbbre, a XIX. század közepére datálható. Az első gyártott és csomagolt cigaretták ebben az időszakban terjedtek el Spanyolországban a kezdetekben csomagolás nélkül, majd dobozos kiserelésben. A kereskedők az új terméket elterjesztették Portugáliában majd egész Európában. A fordulópont a XIX. század közepén következett be, amikor szakértők a dohányzást egészségre káros tevékenységnek kiáltották ki, érveik között szerepeltek többek között az általa okozott légzőszervi és keringési betegségek. Az egészségügyi kockázat napvilágra kerülését követően a fogyasztók jogos követeléseiket peres úton kívánták behajtani, ami egy kompromisszumos megoldáshoz vezetett. A peres ügyeket rendező Tobacco Master Settlement Agreement (MSA), korlátozta a dohánytermékek marketingjét, reklámját és pénzbeli kompenzációra kötelezte a gyártókat az érintett országok felé. A dohány ennek

ellenére sem veszített népszerűségéből sőt, a második világháborúban a dobozos cigaretták ára a megnövekvő kereslet hatására csillagászati mértékben nőtt meg (Boston University, 1999)

2.2 A legfőbb dohányfajták

A legnépszerűbb termék az előre gyártott, dobozos cigaretta. Mai formájában a XIX. század közepétől létezik, és azóta jelentősen nem változott. Alapvetően három dohányfajta használata terjedt el, ezek név szerint a Virginia, a Burley és az Oriental. A keverés arányától függ, hogy milyen ízű lesz a cigaretta (Philip Morris International, 2013). Az erősségét a legjobban három összetevő kimutatásával, illetve feltüntetésével lehet jellemezni, a nikotinnal, a kátránnyal és a szénmonoxid-tartalommal. Az Európai Unióban legfeljebb 10 mg kátrány, 1 mg nikotin és 10 mg szén-monoxid engedélyezett egy szál cigaretta esetén.

Az új fogyasztói réteg elérése érdekében a hagyományos íz mellett megjelentek az ízesített, például mentolos vagy szegfűszeges cigaretták. Ez a módszer egyrészt a cigaretta erős, egészségre káros füstjét hivatott enyhíteni, másrészt új íz világot ajánl az ínyenceknek.

Az áremelkedések hatására a fogyasztók nagy része áttért az úgynevezett RYO (roll your own), vagyis tekert cigarettákra. Ezt a dohányterméket a fogyasztó állítja össze, amely így a hagyományos cigarettáknál jóval olcsóbb lesz.

Napjainkban széles körűen elterjedt, jelentős felhasználói bázist tudhat magának a hagyományos pipa. A pipakészülék megvétele után csak a dohány megfelelő utánpótlásáról kell gondoskodni, így ez is egy költséghatékonyabb módja a dohányfogyasztásnak.

A szivar főleg az idősebb korosztály kedvelt dohányterméke, ennek megfelelően magasabb árszinteken képviseli magát. Az utóbbiból adódóan forgalma nem éri el az előző termékekét. Mivel szűrővel nem rendelkezik, a dohány kártékony hatása itt fokozottan jelen van.

A szakértők a vízpipát is ide szokták sorolni, az utóbbi időben vált népszerűvé a fiatalok körében, de jelentős piaci részesedése nincsen.

2.3 A nemzetközi körkép

Napjainkban világszerte egymilliárd ember dohányzik valamilyen formában, ami az összlakosság 14%-a, és ez a szám egyre növekszik. A nemi megoszlás a dohányzók között rendkívül egyenetlen, megközelítőleg 800 millió férfi és csak 200 millió nő dohányzik (Tobaccoatlas, 2013). Ennek történelmi és társadalmi okai vannak. A magas jövedelmű országokban, mint például Nyugat-Európa országai vagy az Egyesült Államok, ez a két arány mégis közel van egymáshoz. A közepes, vagy alacsony jövedelmű országokban (Kína, India) a nemi különbségek jelentősen nagyobbak. Ez egyrészt köszönhető a nők nehéz társadalmi helyzetének, a nemi egyenjogúság hiányának. Az utóbbi országokban a cigaretta egy férfinak társadalmi státuszszimbólum, szinte elvárt dolog, míg egy nőnek megengedhetetlen. Továbbá egy férfi nagyobb jövedelméből adódóan könnyebben megengedheti magának a cigarettát, amíg egy nő luxuscikként tekint rá. A nyugati világban sem volt más a helyzet egészen a XX. század elején meginduló szüfrazsett mozgalomig, amely nagy eredményeket ért el a nők egyenjogúságát illetően. Ez meghozta a változást a dohányzási szokásokban is, de globális szinten megmaradtak a nemi különbségek.

A régi kor maradványa az a marketingszemlélet, amely a dohányzást maszkulinnak, a cigarettát fogyasztó embert magabiztosnak és erősnek mutatja be. Régen kifizetődőbb volt a férfiakat megcélózni, mivel ők több pénzzel rendelkeztek, de ez a marketingstratégia ma már nem aktuális. A helyzet az 1920-as évek elején fordult meg, a dohánygyártó cégek fő marketingvonala lett, hogy a dohányzás függetlennek és egyenjogúnak mutatja a nőket. A dohánygyártó vállalatok a dohányzás okozta halálozások és a dohányzást abbahagyók által kialakult piaci rést igyekeznek betölteni ezzel az új célcsoporttal. Ahogy a gyengébbik nem kezdett nagyobb befolyásra és jövedelemre szert tenni, úgy jelentek meg az őket célzó reklámok, üzenetek és számukra szabott új cigaretta-dobozok, kiserelések. Míg régebben a hangsúly a maszkulinitáson és az erőn volt, most egyre inkább a szabadságon és az önállóságon. Megjelentek a mentolos cigaretták kisebb nikotin és kátrány-tartalommal slim, vagyis vékony kiserelésekben. Az eredmény magáért beszél, a fejlett országokban egyre több nő dohányzik, mint férfi, sőt 13-15 éves korosztályt nézve majdnem ugyanannyi lány dohányzik, mint fiú. A nemi különbségek a fogyasztást illetően tehát szinte eltűntek az újabb generációkban.

A teljes lakosságra kivetítve Kínában, Oroszországban és Indonéziában dohányoznak a legtöbben (Tobaccoatlas, 2013), míg a legnagyobb mennyiségben Szerbiában fogy. Ott egy átlagos felnőtt évente 2861 cigarettát szív el, ezt követi Bulgária (2822) és Görögország (2795). Magyarország ezeken a listákon még mindig előkelő helyeken áll, a teljes lakosság harmada dohányzik, átlagosan egy fő évi 1518 cigarettát szív el (Tobaccoatlas, 2013).

Míg a fejlett nyugati világban átlagosan csökken a dohányzók száma, addig a fejlődő vagy közepesen fejlett országokban ennek az ellenkezője figyelhető meg. A folyamat azt eredményezi, hogy mára a dohányzók nagy része a fejlődő világban él. Fontos megemlíteni, hogy a két ellentétes trend globális viszonylatban nem hoz változást, a „dohányjárvány” még mindig a legelterjedtebb közegészségügyi fenyegetés a világon. Felelős többek között a tüdő, torok és szájrákért, a stroke-ért és egyéb artériás betegségekért (Humanillnesses, 2013). A világon a dohányzás évente hatmillió áldozatot szed, amiből tíz százalék passzív dohányos, tehát olyan ember, aki önnön hibáján kívül szenved el a következményeket (BBC, 2013).

A dohánypiac a káros hatásai ellenére virágzik. 2008 és 2012 között átlagosan 4%-kal nőtt, 805 milliárd dollár bevétellel zárva a legutolsó évet. A dohánytermékek közül a cigaretta, mint a legnagyobb részesedésű (körülbelül 85%) dohánytermék, volt a hajtóereje a piacnak, csak ebből a fajtából 685 milliárd dollár bevétel folyt be. Becslések szerint a teljes piac évente átlagosan 4,7%-kal fog nőni az elkövetkezendő időszakban, és 2017-re eléri az 1000 milliárd dolláros értéket is (Reportlinker, 2013). A növekedés már nem a nyugati világ polgárainak köszönhető, a dohányjárvány lassan elhúzódik kelet felé, a fejlődő, közepes jövedelmű országok felé. Tökéletes példa erre Kína, ami a legnagyobb piaca a cigarettának (Prweb, 2013), és rezidens nagyvállalata, a China National Tobacco Corporation, könyvelhette el a legnagyobb bevételt a világ vezető dohányvállalatai közül.

A dohányt több mint 120 országban termesztik megközelítőleg 3,8 millió hektáron, főleg az alacsony és közepes jövedelmű országokban. Nem ritka eset, hogy a termelés közvetetten hozzájárul az éhezéshez, mivel a földet így nem az állatok legeltetésére és a növények termesztésére használják.

2009-ben 7.1 millió tonna dohányt termeltek, ami 33%-os csökkenést jelent 1997-hez, amikor rekord mennyiséget értek el, alig több mint 9 millió tonnát (Tobaccoatlas, 2013). A visszaesést a csökkenő fogyasztás okozza, habár a dohánytermékek fogyasztói bázisa egyre nő a fejlődő országokban.

A dohányipar a munkaerő terén is jelentős szerepet tölt be, a világ munkaerejének 3%-át (ILO, 2013), azaz 100 millió embert foglalkoztat, ebből 1,2 millió dolgozik a gyárakban, 40 millió ember vesz részt a növesztésben és a termelésben, míg a maradék az elosztási és kiskereskedelmi hálózatban helyezkedik el. Az ipar munkaerő szükséglete a trendekhez igazodva csökken, egyre kevesebb emberre van szükség a gyárakban és a dohányföldeken, a modernizált gépek által végzett munka gyorsabbnak és hatékonyabbnak bizonyult. Tökéletes példa erre Nagy-Britannia, ahol 1990 és 1998 között 3%-kal csökkent a foglalkoztatottak száma, mégis 75%-nőtt a termelékenységi ráta (ILO, 2013). A folyamat főleg a fejlődő országok gazdaságára jelent veszélyt, mivel az itt dolgozók nagy része a termelési szektorban dolgozik. Nagy valószínűséggel az iparosodás és a modernizáció nem fog megállni, sőt felgyorsul, ami jelentős károkat okozhat ezen országok gazdaságában.

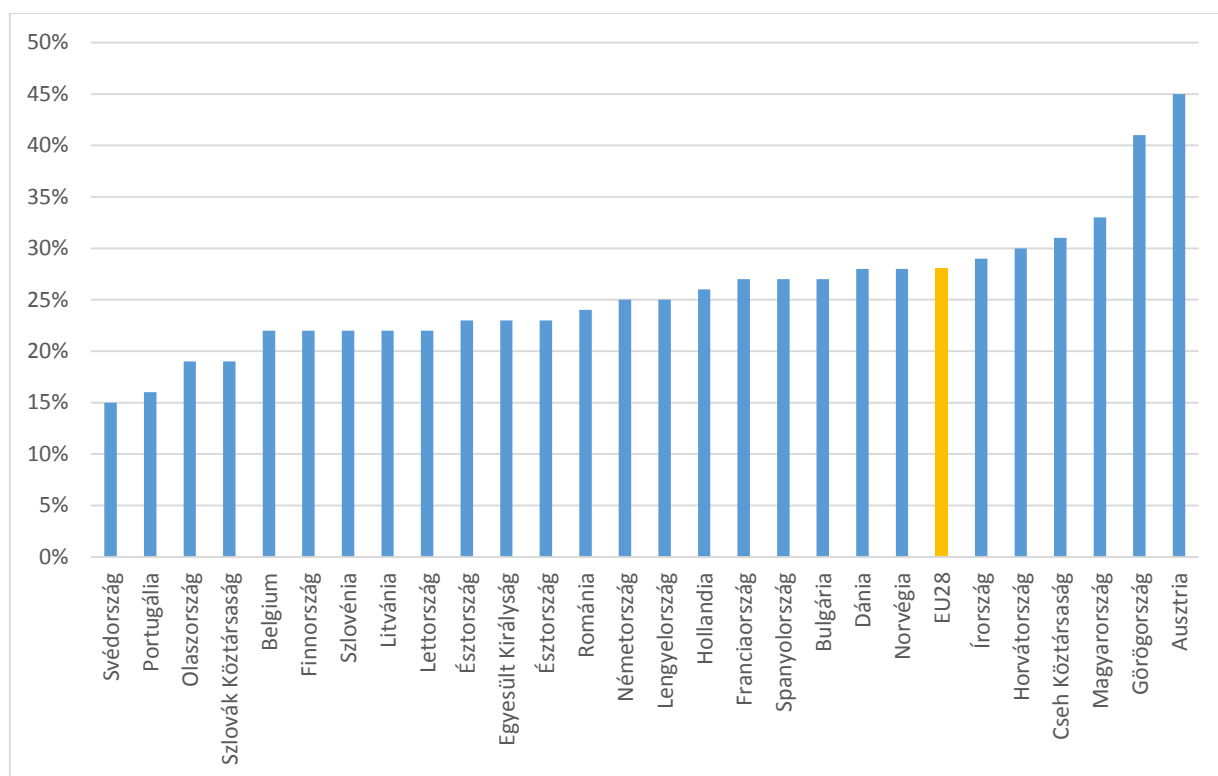
Látható, hogy ez egy rendkívül jövedelmező terület, de csak vállalati szinten. A gépiesítéssel csökken a munkaköltség, a visszaeső fogyasztást áremeléssel lehet konszolidálni. A társadalmunknak viszont több hátránya, mint előnye származik ebből. A dohányzással kapcsolatban felmerülő költségek lehetnek direktek, mint a betegségek kezelése, vagy indirektek, például a korai halálozások miatti váratlan munkaerő kiesés. A befizetett adók és a dohányipar által biztosított munkahelyek hozzájárulása a gazdasághoz nem ellensúlyozza ezeket a költségeket. (Fontos megemlíteni, hogy az illegális dohánykereskedelem sokat ront az arányon, mivel nem járul hozzá az állami költségvetéshez.) Az Egyesült Államokban, Kínában és az Egyesült Királyságban az egészségügyre fordított költségvetés körülbelül 5%-át tette ki a dohányzás okozta betegségek kezelése.

2.4 Az Európai Unió helyzete

Az Európai Unió lakosságának 28%-a, azaz megközelítőleg 140 millió ember (European Commission, 2013), rendszeres dohányzó. Naponta átlagosan 14,4 cigaretta fogy el fejenként (European Parliament, 2012) a dohányzó lakosság körében, vagyis 2016000 szál. Ez évente 38728421 doboz, ami 154 913 684 eurót jelent évente (KPMG, 2013) átlagáron számolva. A dohány a háztartási kiadások 2%-át teszi ki (EUROSTAT, 2010), de az alkohollal és kábítószerrel együtt ez is csökkenő tendenciát mutat (EUROSTAT, 2013).

A dohányzók aránya (≥ 15 év) a teljes lakosságon belül Európában 2013-ban

1. ábra



Forrás: WHO [2013]

A fenti ábra az Európai Unió jelenlegi 28 tagállamát vizsgálja, azokon belül a dohányzók arányát a teljes lakosságon belül. Látható, hogy a legtöbben Ausztriában és Görögországban dohányoznak, őket követi Magyarország és a Cseh Köztársaság.

A nemi megoszlás majdnem egyenletes, a férfiak 32, a nők 24%-a vallotta magát rendszeres dohányzónak egy nemrég készült felmérés alkalmával (European Commission, 2013). Ez a statisztika is alátámasztja a fenti hipotézist a nemi arányok kiegyenlítődéséről. Fontos faktor ezen kívül a képzettség szintje. Egy magasan képzett ember nagyobb jövedelme ellenére kevésbé valószínű, hogy dohányozzon, mint egy alacsonyabb képzettséggel rendelkező társa.

Habár az utóbbi években a dohányzók aránya a teljes lakosságon belül csökkent (KPMG, 2013), körülbelül 26%-kal (Tobaccoatlas, 2013), a 15-24 éves korosztály megközelítőleg 21%-a dohányzik, átlagosan 11 éves koruktól kezdve (European Commission, 2012). Ez rávilágít arra, hogy az utóbbi években bevezetett szabályozások és törvények ellenére a fiatalok jelentős része, beleértve sok kiskorút is, rabja ennek a szenvedélynek. A nagy dohánygyártó vállalatok a fiatalokban új célközönséget látnak, akikkel pótolni lehet a kieső fogyasztást. A dohányzók túlnyomó többsége fiatalon, még 18 éves kora előtt kezd el dohányozni, majd később nagy valószínűséggel rendszeres fogyasztókká válnak. A cigaretta a tizenévesek körében szociális funkciót tölt be, kohéziós hatása van. Sokan azért gyújtanak rá először, hogy beilleszkedjenek, tartozzanak valahova. Nagy szerepet tölt be a szokásaik alakításában a média és a szülők példája. A dohányzás reklámozásának betiltásával nagy veszélyforrást iktattak ki, de nap, mint nap így is találkozhatnak dohányzó emberekkel, főleg veszélyes, ha ez családon belül történik. Erre megoldást jelenthetnének a különböző prevenciós események, tanfolyamok, de hatásuk elenyésző az elterjedtség hiányában.

Az dohányzási ráták földrajzi megoszlása nem egyenletes, nyugaton a népesség kisebb hányada dohányzik, mint keleten. Spanyolországban például a férfiak 36, a nők 27,7%-a dohányzik, eközben Romániában az arány 45,2%; 23,6% (WHO, 2013). Ez általánosságban érvényes a többi országra is, habár az adatok javuló tendenciát mutatnak. Először a fejlett, nyugati világban kezdtek el az emberek dohányozni, majd innen terjedt el az egész világon. Logikus, hogy a dohányzás tudatos visszaszorítása ugyanott kezdődött el, ott ismerték fel és tudatosították az emberekben e szokás káros mivoltát. Az adatok azt mutatják, hogy ugyanaz a folyamat végigmegy minden társadalomban, a végkifejlete pedig a dohányzás számottevő csökkenése.

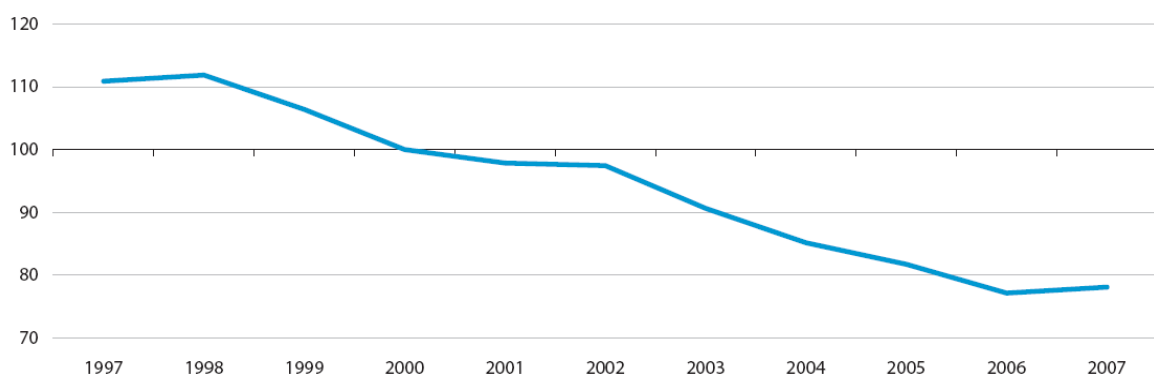
Az Európai Unióban a dohányzás évente 650000-700000 korai, megelőzhető halálért felelős (L Currie, J Townsend, 2009; European Commission, 2013), a dohányzók 50%-a hal meg idő előtt, átlagosan 14 évvel rövidítve meg az életüket. Életükben számos betegségre nagyobb esélyük van, ide tartozik például a tüdő és szívbetegségek magas kockázata. Ez alacsonyabb produktivitást és életkedvet feltételez, ami rontja az esélyeiket egy egészséges emberhez képest. A munkaerőpiacról kiszorulnak, miközben megnövekedett egészségügyi

költségek merülnek fel velük kapcsolatban. Minden ország érdeke ezért, hogy visszaszorítsák a dohányzást, csökkentsék az okozott társadalmi és gazdasági károkat.

Az Európai Unióban jelen van a dohányipar teljes vertikuma, kezdve a termesztéstől a feldolgozáson át egészen az elosztási hálózatiig. Ez nem jelenti azt, hogy a tagállamok gazdaságának meghatározó része, viszont mindenképpen jelentős. Az Európai Unió részesedése a globális dohánytermelésből 3,5-4%, vagyis 250000 tonna évente. Az EU15-ök földjeik 0,1%-án termesztnek dohányt, hozzájuk képest az újonnan csatlakozott államok adatai elenyészőek, a teljes termelés 10%-át teszik ki. A tagok közül Olaszország termel a legtöbbet, az össztermelés 35,6%-át ő állítja elő. Őt követi Bulgária 16%-kal és Spanyolország 15%-kal (Nomisma, 2012). Az adatokat vizsgálva kijelenthető, hogy a termelés ezen a területen évtizedek óta csökken, folyamatosan veszítve a nemzetközi súlyából (EUROSTAT, 2012).

Dohánytermékek előállításának volumene (EU27; 1997 – 2007)

2. ábra



Source: Eurostat (STS)

(2000=100%)

Forrás: EUROSTAT [2009]

A fenti adatokból tisztán látszik, hogy Európában a dohányipar évek óta recesszióban van. A trend az újonnan csatlakozott országokkal sem változik, ami a következetesen visszaszorított fogyasztás rovására írható fel. A dohányiparban dolgozók száma ugyancsak visszaesőben van, az ezredforduló hajnalán az EU15-ök munkaerőpiacán a teljes munkaerő 0,13%-a volt kapcsolatba hozható ezzel a területtel (European Commission, 2013). Ez utóbbit azonban nem kizárólag a recesszió okozza. Ahogy az fentebb említve volt, a gépiesített, modernizált munkaerő sokkal hatékonyabb alkalmazása kezdi kiszorítani az emberi munkaerőt. A nemzetközi együttműködés hatására dohányzás ellenes intézkedések

sora jelent meg és fejtette ki hatását az unió gazdaságára és társadalmára. Ennek hatása a közegészségügyre mindenképpen pozitív, de felmerül e gazdasági szektor eltűnése után maradt ürré kérdése.

A dohánytermékek árrugalmassága negatív, tehát az EU-ban tapasztalható árnövekedés a kereslet csökkenését váltotta ki. Ugyanakkor a dohány élvezeti termék is egyben, vagyis pótolható. A kiesett bevételt más szektorok felszívják, a veszteség nem jelentős. További pozitívum lehet, ha az állami költségvetésre és a munkaerőpiacra gyakorolt hatása enyhül, így nagy potenciál szabadulhat fel. A felszabadult pénzügyi és egyéb eszközöknek élénkítő ereje hozzájárulhat a gazdaság átstrukturálásához, segíthet a váltásban.

2.5 Nemzetközi kísérletek a dohányzás visszaszorítására

Először 1995-ben az Egészségügyi Világszervezet 48. ülésén merült fel az ötlet egy nemzetközi összefogás lehetőségéről a dohányzás visszaszorítása érdekében. Ezt követően 1998-ban a dohányzás elleni küzdelem a WHO prioritásává vált, és egy évvel később a gyakorlatban is létrejött az FCTC, azaz a Keretegyezmény a Dohányzás Visszaszorításáért (WHO, 2013). A szervezet által hozott irányelvek minden tagra érvényesek, ilyen például a közfigyelem ráirányítása a dohányzás veszélyeire, vagy az állami támogatások csökkentése, illetve megvonása a dohányipartól (WHO, 2013). Eddig hét irányelvet fogadtak el, a szervezetnek 186 tagja van, beleértve az egész Európai Uniót, kivéve Csehországot. Magyarország 2003. június 16-án írta alá az egyezményt, ami 2005. február 27-én érvénybe is lépett. Ez a nemzetközi összefogás példaértékű, eredményei közé tartozik a Dohányzás mentes nap, ez idén a dohánnyal kapcsolatos reklámok és szponzortőkék betiltásáról szól (WHO, 2013), vagy a közoktatási kampányok a dohányzás visszaszorítása érdekében (WHO, 2013). Hazánkban például erről szóló számítógépes és egyéb játékok jelentek meg direkt az 5-10 éves gyerekek számára (WHO, 2013).

Hasonló nemzetközi összefogást figyelhetünk meg az Európai Unióban, amely egy kisebb, de koncentráltabb, nagyobb kohézióval rendelkező programot valósít meg. Ezt a Bizottság ellenőrzi, a közösen meghozott döntések, illetve irányelvek pedig minden tagállamra kötelező érvényűek. Ilyen intézkedés például az 1989-ben meghozott „Televízió határok nélkül direktíva” – amely betiltotta a dohánytermékek reklámozását a televízión keresztül. Az utóbbi helyére lépett 2007-ben az „Audiovizuális médiaszolgáltatásokról” szóló

direktíva, amely kiterjeszti a hatáskört minden audiovizuális kereskedelmi kommunikációra, beleértve a termékelhelyezést is (European Commission, 2013). Továbbá a dohányzás reklámozásáról szóló direktíva rendelkezik arról is, hogy tilos a dohánytermékek reklámozása minden formában, magában foglalva minden médiát (European Commission).

Hatásosnak bizonyult a különböző figyelemfelkeltő feliratok bevezetése a cigaretták dobozán azzal a szándékkal, hogy felhívják a célközönség figyelmét a termék fogyasztásának veszélyeire és ezáltal csökkentsék a keresletét. A dohánytermékekről szóló direktíva kötelezővé tette ezeknek az üzeneteknek az alkalmazását, méretének növelését, sőt újabban képes illusztrációk is megjelentek a csomagolásokon. A figyelmeztetésnek két általános vonala van: „A dohányzás öl”; „A dohányzás súlyosan károsítja az ön és környezetében élők egészségét”(European Commission, 2013). Az intézkedés hatásosnak bizonyult, egy felmérés során a megkérdezett európai uniós állampolgárok 31%-a szerint hatásosak a figyelmeztetések, habár a felmérésben részt vett dohányzók körében kisebb hatásfokot ért el (European Commission, 2013). A módszer ugyanakkor hatékony a fiatalok rászokási hajlandóságának csökkentésében. A dobozok felületének legalább 75 százalékát elfoglaló képes üzenetek jelentősen nagyobb hatásfokkal bírnak, mint az 50 százalékos vagy kisebb képek. Számos országban megfigyelhető, hogy ahol a cigaretta dobozai tartalmaznak ilyen üzeneteket, a dohányzási ráta a teljes lakossághoz viszonyítva számottevően csökkent (Hírposta, 2013).

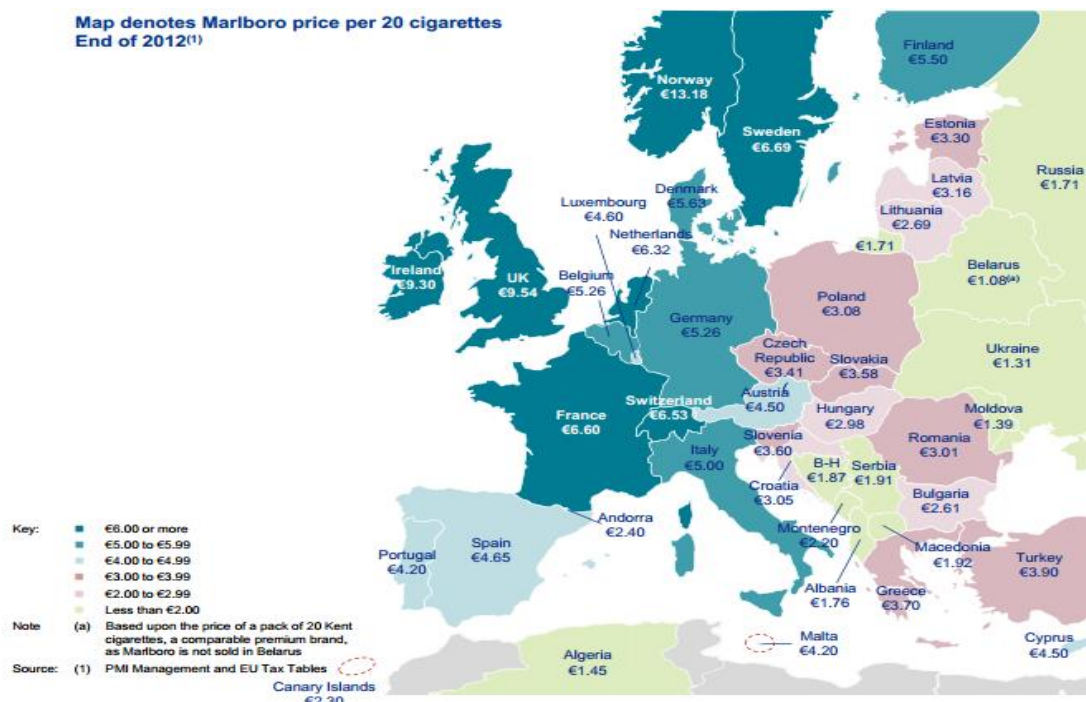
A dohányzás elleni küzdelem másik fő vonala a termékek árszintjével kapcsolatos. A dohánytermékek árának megemelése azonnali hatással van annak keresletére, így az adók megemelése egy logikus lépés. Egy tanulmány felmérése alapján a válaszadók 20%-a azonnal abbahagyná a dohányzást egy 20%-os áremelkedés esetén, míg a résztvevők többsége 41-60%-os áremelkedés esetén szokna le a cigarettáról (L Currie, J Townsend, 2012). A cigaretta árrugalmassága átlagosan $[-0,3; -0,4]$ között van, vagyis ha az ár 1%-kal nő, akkor a kereslet 0,3, 0,4%-kal csökken (L Currie, J Townsend, 2012). Az adatok nem tükrözik az egész társadalom hozzáállását, de az alapvető viselkedési formákat jól ábrázolják. Az adózás tehát egy hatékony eszköz az állam kezében, csökkentheti a termék iránti keresletet, amellyel közvetetten járulna hozzá a termelési mennyiség növeléséhez. A nemdohányzó fogyasztók egészségesebbek, tovább élnek, vagyis hosszabb ideig hatékonyabb munkát végeznek, mint dohányzó társaik. Az állam növelheti a bevételét is, mivel a rendszeres dohányzók lassan reagálnak az árváltozásokra. Az így befolyt összeg

jelentős támogatást jelent a közegészségügy részére, ebből lehet finanszírozni a dohányzás okozta betegségek kezelését, több forrást hagyva az egyéb területekre. Számolni kell azzal is, hogy a fogyasztók a cigaretta drágulása esetén az arra szánt pénzt ugyanúgy elköltik más élvezeti cikkekre, vagyis a fogyasztás számottevően nem csökkenne.

Az Európai Unió több kísérletet tett a dohánytermékek árának növelésére. A minimum adószint központilag meghatározott, de kisebb-nagyobb eltérések előfordulhatnak. A tagállamok árszintjei között nagy különbség fedezhető fel, a 2012 év végén mért adatok szerint a legtöbbet Nagy-Britanniában kérnek egy doboz cigarettáért, egészen pontosan 9,54 eurót. Ehhez képest Lengyelországban már 2,61 euróért lehet hozzájutni ehhez a termékhez.

A Marlboro cigaretták ára Európában 2012-ben

3. ábra



Forrás: KPMG [2012]

(Az árak a 20 szálát tartalmazó Marlboro dobozokra vonatkoznak)

Ugyanakkor az árak adótartalma között nincs számottevő különbség, a legtöbb adóterhet, 86,65%-ot, Bulgáriában róttak a cigarettára, míg a legkevesebbet Luxemburgban, 70,12%-ot (WHO, 2013).

A dohányzás szabályozása az európai országokban 2013-ban¹ (1. táblázat)

	Munkahelyek	Zárt közforgalmú helyiségek	Éttermek	Bárok	Egészségügyi intézmények	Oktatási intézmények	Közösségi közlekedés	Hotelek és szállodák	Bentlakásos ellátás*	Büntetés végrehajtási intézetek
Ausztria										
Belgium										
Bulgária										
Ciprus									X	
Csehország			X	X						
Dánia										
Észtország										
Finnország										
Franciaország										
Németország										
Görögország										
Magyarország										
Írország										
Olaszország										
Lettország										
Litvánia										
Luxemburg										
Málta										
Hollandia										
Lengyelország										
Portugália										
Románia										
Szlovákia				X						
Szlovénia										
Spanyolország										
Svédország										
Egyesült Királyság										
Törökország										
Macedónia**										
Norvégia										
Szerbia										
Izland										
Horvátország										

*Általános kifejezés olyan bentlakásos menhelyekre, speciális otthonokra vagy egyéb intézményekre, melyek (orvosi, szociális vagy egyéb) gondozási szolgáltatást nyújtanak.
 ** volt Jugoszláv Köztársaság

Az utóbbi években a tagországok kormányai adónövelésekkel próbálják visszaszorítani a dohánytermékek forgalmát, eddig sikerrel. A dobozban árult cigaretták fogyasztása csökkent, habár ezt ellensúlyozza az egyéb, mint például a tekerős cigaretták iránti kereslet növekedése. A dohányiparnak megfelelő válasza az áremelkedésre az olcsóbb alternatívák bevezetése és népszerűsítése. Így nagyobb fogyasztói réteget tud elérni, a szegényebb fogyasztókat egy új, potenciális célközönségnek

tekinti. Olcsóbb alternatívának tekinthetőek az úgynevezett RYO (Roll-Your-Own), azaz sodort cigaretták (L Currie, J Townsend, 2012). Az olcsóbb termékekkel nem lehet teljesen helyettesíteni a kiesett bevételt, ezeknek célja a veszteség minimalizálása, és figyelembe kell venni, hogy a nemzetközi összefogás a dohányzás teljes kiszorítására törekszik, így valószínűsíthetően az áremelkedés minden dohányterméket érinteni fog. Számos ország tiltotta be a dohányzást zárt és/vagy közforgalmú területeken, visszaszorítva így a dohányfüst terjedését.

A fenti táblázaton az egyes országok szabályozásai láthatóak a dohányzásra vonatkozóan. A sátrózott rész jelöli a dohányzás teljes tilalmát, míg a szürke rész jelzi, hogy a dohányzás tiltott, de vannak dohányzásra kijelölt helyek is. Az „X” jelöli a dohányzás tilalmának és

¹ Forrás: Fókuszpont [2013]

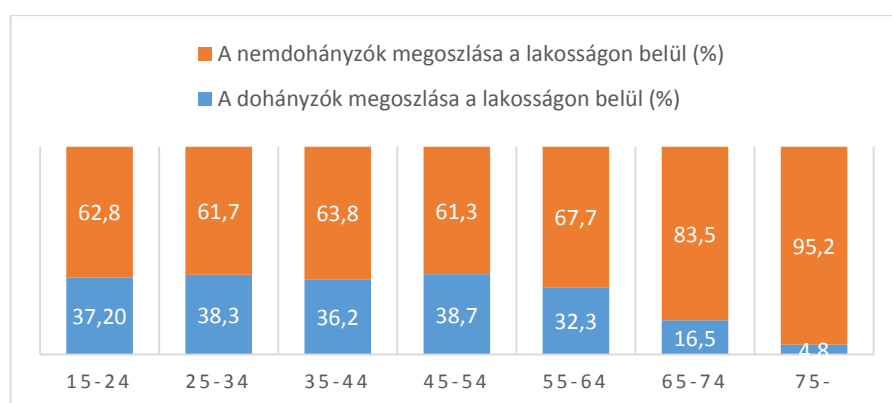
tervbe vételének teljes hiányát. Látható, hogy a legszigorúbb szabályozásokkal Bulgária, Görögország és Macedónia büszkélkedhet, igaz a dohányzási ráta ezekben az országokban messze az európai átlag felett van. A legtöbb államban a dohányzás tiltott az oktatási és egészségügyi intézményekben és a közösségi közlekedés során. A büntetési és szociális intézményekben, a hotelekben és a szállodákban a legtöbb országban büntetlenül lehet rágyújtani. Meglepően kevés országban szabályozott a dohányzás a munkahelyeken és az éttermekben, ebből a szempontból hazánk úttörőnek számít. A felmérésben legrosszabbul szereplő ország Ausztria, ahol a dohányzás az említett helyeken sehol sem szabályozott, a nagykorú fogyasztó bárhol cigarettázhat.

Fontos megemlíteni az állam szerepvállalásának fontosságát a leszokással kapcsolatban. A dohányzás ellen hozott intézkedések jelentős szerepet vállaltak a dohányzási ráta csökkenésében, de egy megfelelően kidolgozott stratégia nélkül ezek részben a fekete piac malmára hajtják a vizet. Prevencióval, közoktatási programokkal, leszokást segítő kezelésekkel elérhető, hogy a dohánytermékek vonzerejét csökkentve a társadalom kigyógyuljon ebből a betegségből.

2.6 Magyarország szerepvállalása

**A dohányzók és nem dohányzók megoszlása a teljes lakosságon belül
Magyarországon 2013-ban.**

4. ábra



Forrás: Primer Kutatás

Hazánk lakosságának 31%-a dohányzik, ebből a férfiak 36,8%-a és a nők 26,7%-a. A rendszeres dohányzók aránya 30%-ról 27%-ra csökkent az utóbbi években, ami 10%-os javulást jelent az ezredfordulóhoz képest. A férfiak nagyobb aránya hagyta abba ezt a káros

szenvedélyt, ami az arányok kiegyenlítődéséhez vezethet, de meg kell említeni, hogy a 15-17 éves korosztály körében, amíg minden negyedik fiú dohányzik, addig csak minden tízedik lány. Megfigyelhető továbbá, hogy a magasabban képzettek körében kisebb a dohányzók aránya. A napi rendszerességgel dohányzók arányát tekintve Magyarországot csak Görögország, Bulgária és Ausztria előzi meg, sőt nálunk dohányzik Európában a legtöbb nő Görögország után. Évente 25-26 ezer ember halálát okozza a dohánytermékek fogyasztása, ami a nemzetközi átlag majdnem kétszerese (KSH, 2013).

Magyarországon megközelítőleg 40000 ember dolgozik a dohányiparban, beleértve a termesztést, feldolgozást és a kiskereskedelmet (BAT, 2013). A termesztés 4842 hektáron folyik (BAT, 2013), a legfrissebb adatok szerint 18388 tonnát dolgoztak fel Magyarországon 2011-ben (MADOSZ, 2013). Az Európai Unión belül a magyar dohányipar nem számít jelentősnek, az itt termelt dohány nagy része töltelék, főleg kiegészítő dohányként kerül a cigarettákba.

Az elszívott cigaretták számában 8%-os csökkenés figyelhető meg 2009 óta. Egy átlagos magyar évente 1518 cigarettát szív el (Tobaccoatlas, 2013). A sodort cigaretták száma majdnem a kétszeresére nőtt, de a fogyasztók még mindig a hagyományos cigarettákat preferálják az árváltozás ellenére. A kiadások terén visszaesés figyelhető meg a dohányárak esetében, a fogyasztók 8,1%-kal kevesebbet költöttek a dohánytermékekre 2012-ben (KSH, 2013). A trend 2013-ban is folytatódik, a dohányáru-szaküzletek értékesítési volumene 3,2%-kal csökkent 2013-ban (KSH, 2013). A jelenség legfőképp az áremelkedésnek tudható be, 2013 január-júliusában a javak főbb csoportjai közül, elsősorban a jövedékiadó-emelés miatt, a legnagyobb mértékben a szeszes italok, dohányárak drágultak (11,1%) az előző év azonos időszakához képest 2013-ban (KSH, 2013). A költségvetésben a csökkenés ellenére is jelentős tétel a dohánytermékekből származó jövedelem. Ebben az évben a jövedéki adóbevételek közel négytizede a dohánygyártmányokból jött be (KSH, 2013).

Az új kiskereskedelmi struktúra bevételi változásokat is hozott magával. A törvény bevezetése utáni első hónapban, júliusban mindössze 28 milliárd forint folyt be az államkasszába a dohánytermékek után, augusztusban még kevesebb, 24 milliárd. Az előző évekhez képest ez jelentős csökkenést jelent, tavaly augusztusban például 36 milliárd forint gazdagította az államot (Index, 2013). A későbbi hónapok korrigálták az addigi bevételkiesést, a szeptember rekordbevétellel, 36,2 milliárd forinttal zárt, míg októberben 28,8 milliárd forint áramlott a kasszába. Az utóbbi két hónap eredménye 8,2 százalékkal

haladja meg a tavalyi év ugyanezen időszakát. Hozzá tartozik, hogy a növekedést nem a fogyasztás emelkedése, hanem a dohány gyártók és importőrök politikája generálta (Adó, 2013). Az előre csomagolt cigaretta forgalma határozottan csökkent (Napigazdaság, 2013), ám fogyasztási dohányból majdnem annyi fogyott, mint tavaly. Az olcsó tekert cigaretták betöltik a hagyományos társuk által hagyott rést, viszont alacsonyabb árak miatt kevesebb bevétel is származik belőlük. A dohánytermékek átlagfogyasztása nem csökken jelentős mértékben, az egészségügyi kockázatok továbbra is fennállnak, ennek költségeit az állam részben a dohánytermékekből származó, egyre csökkenő jövedelemből fedezi.

Magyarországon, az európai normákkal összefüggésben új dohány törvény került bevezetésre. Az országban a további szabályozások az EVSZ Dohányzás-ellenőrzési Keretegyezménnyel állnak összefüggésben, amihez hazánk 2004 április 7-én, mint részes fél csatlakozott, majd azt a 2005. évi III. törvénybe beiktatta. A tagállamok, köztük Magyarország is hét irányelvet fogadott el. Az irányelvek tartalmazzák a dohányzás visszaszorításával kapcsolatos népegészségügyi politikáknak a dohányipar kereskedelmi és egyéb anyagi érdekeltségeivel szembeni védelmét, valamint a dohánytermékek csomagolásának, címkézésének, promóciójának, reklámozásának szabályozását (Fókuszpont, 2013). A felsorolt irányelveket valamennyi tagország, köztük hazánk is sikeresen átültette saját jogrendjébe és a további szabályozásokat is ezzel összhangban határozta meg.

Az Európai Bizottság a további egységes szabályozásból kiindulva, egyfajta háttéranyagként kiadta az úgynevezett ' Zöld Könyvet', ami ismerteti a dohányfüsttel kapcsolatos gazdasági károkat. 2007-ben elfogadott irányelv szerint elsődleges cél a teljes dohányzási tilalom elrendelése minden zárt munkahelyen, beleértve a vendéglátó egységeket is (OEFI, 2013).

A dohánytörvények megalkotásának két főbb alapelve és elsődleges célja a fiatalkorúak dohányzásának visszaszorítása és a nemdohányzók védelme, ami a hatályos jogszabályra is igaz. Az alábbi két fogalom szerint határoznak meg mindenfajta dohányzással foglalkozó jogszabályt.

A hatóságok a legfiatalabb és egyben legsérülékenyebb korosztály védelme érdekében az óvodákban és a gyermekjóléti, gyermekvédelmi intézményekben (bölcsőde, családi napközi, átmeneti otthon, stb.) a dohányzással szemben a nulla tolerancia elvét érvényesítve

teljes dohányzási tilalmat rendelnek el (2.§ (2). bek). A védelmi szint emelésével az iskolás korcsoport alatti, a dohányzás káros hatásaival szemben legérzékenyebb gyermekek állami szerepvállalással megvalósuló rendszeres elhelyezése csak olyan intézményekben történhet, ahol nem lehet dohányozni (GYTS, 2009)

A nemdohányzók védelme mellett a dohányzás visszaszorításának másik nélkülözhetetlen eleme a megelőzés. Az Egészségügyi Világszervezet szerint a dohányzás megelőzésére irányuló programok a már egészen fiatal gyermekeknél történő alkalmazása – az egészséges életmódra nevelés alapvető részeként – kiemelt jelentőségű. Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) Dohányzás-ellenőrzési Keretegyezménye (FCTC) szintetizálja a haladó nemzetközi gyakorlatot, illetve a részes felek által közösen kidolgozott irányelvek segítségével útmutatást ad az országoknak abban, hogy milyen elemei legyenek egy átfogó nemzeti dohányzás elleni stratégiának (GYTS, 2009)

A rendszerváltás előtt is történtek megfelelő lépések a dohányzás visszaszorítására. 1988-ban Dr. Hutás Imre publikált tanulmánya szerint, a férfiak több mint 50%-a rendszeresen dohányzik (Kocsis, 2009). Ez a szám a '80-as évekre egyre csak emelkedett annak ellenére, hogy a nyugati országokban az arányok mérséklődtek. A kormány jellemzően ebben az időszakban a dohány forgalmát és kereskedelmét szabályozta, ahogy a 16/1968. (IV. 9.) Korm. rendelet is kimondja, a fogyasztás visszaszorítása másodlagos szempont volt, a passzív dohányzás és a nemdohányzók védelme csak orvosi berkeken belül vetődött fel. A jelenleg is hatályos 2013. évi I. törvényt több különböző szabályozás előzte meg, elsődleges célul tűzte ki a nemdohányzók védelmét és a dohányzás visszaszorítását. Ez egy hosszú távú folyamat, amelynek többek között a jelenlegi dohányzással kapcsolatos rendelkezése csak a lépcsőzet egyik foka.

Az első törvényt Magyarországon, amely a nemdohányzók védelmét szabályozza, az 1999.évi XLII. törvény szabályozta. A jogszabályban a dohányzás tilalma zárt helyiségekben bizonyos korlátozások mellett volt engedélyezve, a teljes körű tiltás még nem történt meg.

A törvény szabályozta, hogy a korlátozással érintett helyiségekben (munkahelyen, közintézményekben, tömegközlekedési eszközökön) a dohányzást a külön arra kijelölt helyen végezzék. A különös védelmet élvező személyek tartózkodása esetén a törvény teljesen megtiltotta a dohányzást.

A rendelkezést megszegőket, legyenek azok jogi személyiség nélküli gazdasági társaságok vagy jogi személyek, egészségvédelmi vagy fogyasztó védelmi bírság megfizetésére kötelezte (1999. évi XLII. törvény).

A törvényben megjelenik a kiskorúak védelme, amire később a 2013-ban elfogadott szabályozás is épül. Szabályozza a dohány kiskereskedelem árusításának helyét, valamint szigorúan szankcionálja a 18 év alattiaknak a dohánytermékek forgalmazását. Az intézkedés betartását a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség ellenőrzi. A szigorú szankciók ellenére a gyakorlatban nem nyújtott megfelelő biztosítékot a kiskorúak kiszolgáltatásában. Az erre irányuló kutatás és az élelmiszer-kiskereskedelemben végzett ellenőrzések is ezt bizonyítják.

A törvény rendelkezik a dohánytermékek forgalomba hozatalának egyes szabályairól. Rendelkezik a cigaretta doboz megjelenéséről, a figyelmeztetések nagyságáról és kinézetéről, és a forgalmazást csak a végrehajtott változtatásokkal engedélyezi. Az intézkedés előírja a cigarettásdobozon megjelenő kombinált figyelmeztetések méretét, ami egyik oldalt 30%, míg a másik oldalon 40%-ot kell kitennie.

A most készülő új szabályozás az Unión belül ezt a számot 65%-ra fogja növelni, valamint a dobozokon elhelyezendő figyelmeztetéseket is egységesíti (Origo, 2013).

A magyar törvényhozás a következő néhány évben a nemdohányzók védelméről és a dohányzás visszaszorításáról nem hozott különösebb intézkedéseket. Hazánkban 2011-re szükségét látták változtatni a már meglévő „dohány” jogszabályokon, alkalmazkodva a nyugat-európai gyakorlathoz. A 2011. évi XLI. törvényben az addigi gyakorlathoz képest meglehetősen komoly szigorításokat fedezhetünk fel. A módosítás értelmében 2012. január 1-jétől tilos a dohányzás zárt közforgalmú intézményekben, munkahelyeken, aluljárókban, megállóhelyeken és tömegközlekedési eszközökön, valamint játszótérekben és azoknak 5 méteres körzetében.

A legnagyobb megdöbbenés, amire számítani lehetett, hogy a törvény a vendéglátóhelyeken és szórakozóhelyeken sem engedélyezi a zárt helyiségekben a dohányzást, még az addig használt kijelölt dohányzóhelyeken sem. Az éjszakai élet egyik meghatározó eleme lett a szórakozóhelyek előtt, az utcán dohányzók tömege, akik sok esetben zavarják az ott lakók nyugalma. Erre a problémára mind a mai napig nem sikerült megoldást találni, pedig a hatályba lépés óta több mint másfél év telt el.

Továbbá a munkahelyeken és közintézményekben található dohányzásra kijelölt helyeket is meg kell szüntetni, mivel mindegyikük zárt szobában helyezkedik el. Dohányozni kizárólag csak szabad levegőn lehet az említett intézmény bejáratától öt méter sugarú körben, ahol ez nem lehetséges, ott közvetlenül az ajtóban is megoldható. A szórakozóhelyeken, amelyek rendelkeznek kerthelységgel és szabadtéri lehetőséggel, ott a dohányzás továbbra is megengedett. A munkahelyeken és közintézményekben biztosítani kell szabadtéri elkülönített és kijelölt dohányzó helyeket, beleértve a vendéglátó és szórakoztató egységeket. Utóbbi alól kivétel, ha az üzemeltető nemdohányzó intézménnyé nyilvánítja azt, vagy a tűzvédelmi előírások nem teszik ezt lehetővé. Ezen felül tilos nyitott dohányzó helyeket kialakítani a közoktatási, gyermekjóléti és gyermekvédelmi intézményekben továbbá egészségügyi szolgáltatóknál (NSZSZ, 2013).

A módosítás végrehajtásához a 1993. évi XCIII. törvény a munkavédelemről szóló ide vonatkozó bekezdése is megváltoztatásra került.

Az erre vonatkozó módosítás: „38. § Azokon a munkahelyeken, ahol az egészséget nem veszélyeztető és biztonságos munkavégzés dohányzási tilalom elrendelését teszi szükségessé, a nemdohányzók védelméről és a dohánytermékek fogyasztásának, forgalmazásának egyes szabályairól szóló törvényben foglaltaknak megfelelő, nyílt légtérű dohányzóhelyet kell kijelölni, kivéve, ha a munkáltató a munkahelyet külön törvény szerint nemdohányzó.” (1993. évi XCIII. törvény)

Ezek után kizárólag a pszichiátriai betegeknek és a fogvatartottaknak engedélyezett a dohányzás zárt helyiségben, akik az intézményi kereteken belül huzamosabb ideig élnek. A megfelelő technikai kialakítás mellett a dohányzó helyiségekből is meg kell akadályozni a füst kijutását az intézmény többi nemdohányzó légtérébe.

A Fiatalkorúak Büntetés Végrehajtási Intézetében is engedélyezett a dohányzás annak ellenére, hogy több 18 éven aluli elítélt is él ott, akik a zárt cellák miatt ki vannak téve az állandó dohányfüstnek (Gazdasági Rádió, 2013). Mivel minden embernek joga van az egészséges környezethez, ezekben az intézményekben további szigorításokat kell bevezetni, ugyanis a meglehetősen zárt szobákban a káros hatások felerősödnek.

Zárt helyiség: valamely műszaki megoldással környezetétől fizikailag lehatárolt létesítmény, amelynek a külső környezetből történő folyamatos légcseréje nem, vagy kizárólag nyílászárók, illetőleg egyéb műszaki berendezés útján biztosított (2011. évi XLI. törvény).

Zárt helyen a törvény értelmében dohányozni csak a dohányterméket bemutató rendezvényeken, szállodai dohányzó szobákban, valamint az erre kijelölt szivarszobákban engedélyezett. A dohányzó helyiségekben azonban étel-ital felszolgálat nem lehetséges. Továbbá nem alakítható ki új, erre a célra használatos szivarszoba, az erre vonatkozó engedélyeket 2011. július 9-ig be kellett adnia a szállodáknak (Biztonsági Adatlap, 2013). Egy későbbi módosítás értelmében a kaszinókban is lehetett volna dohányozni, ám egy jogtechnikai hiba miatt a határozat csak egy óráig volt érvényben (Délmagyar, 2013).

A törvény szigorúan rendelkezik a szankciókról, valamint a tilalom betartásáról, amiről az ÁNTSZ gondoskodik. Természetes személy 50ezer Ft-tal, míg a gazdasági társaságok, intézmények 2,5 millió Ft-tal büntetendők.

A hatékony munkavégzés érdekében állandó bejelentővonal is létesült, ahol az állampolgárok bejelentést tehetnek az esetleges törvénysértésről, amit a kapacitásuktól függően az ÁNTSZ kivizsgál. A tavaly kiszabott büntetések éves szinten elérték a 12 millió Ft-ot, amibe nem tartozott bele a három hónapos türelmi időszak.

Lakossági bejelentések vizsgálata alapján tavaly áprilisban elkezdett ellenőrzések számos hiányosságokra világítottak rá. A közegészségügyi felügyelők ebben az időszakban összesen 56 ezer egységet kerestek fel és csaknem 1200 esetben találtak valamilyen kifogásolni valót (Vállalkozói Negyed, 2013). A számok alapján a szabálysértések legnagyobb aránya közterületeken történt, ami a mai napig problémát jelent tekintve a meglehetősen nehéz tetten érést.

Az ÁNTSZ kiemelte "hogyan a közforgalmú intézmények tulajdonosai, üzemeltetői és az állampolgárok is megértették a nemdohányzók védelméről szóló szabályozás fontosságát, támogatják azt, és alapvetően jogkövető magatartást tanúsítanak"- ez is azt mutatta, hogy a szigorúbb szabályozásra a lakossági igény is megvolt.

2.7 Az illegális dohánykereskedelem

Ezek a szabályozások és az adóterhek nincsenek hatással az illegális kereskedelemre. Az utóbbi hat évben az árak növekedésével természetes módon nőtt az feketekereskedelem forgalma. Részesedése 2011-ben elérte a 10,4%-ot, majd 2012-ben a 11,1%-ot. Ez 12,5 milliárd euró veszteséget jelent a tagállamok számára. Nagy-Britannia tapasztalta a legnagyobb növekedést az illegális kereskedelem terén (6,4%), őt követte Görögország (3,3%) és Olaszország (3,2%) (KPMG, 2013). Fontos tényező, hogy az unió területén belül a szabadkereskedelmi egyezményeknek köszönhetően az illegális áruk szabadon mozoghatnak, így a belső terjesztők ellen a hatóságoknak kevesebb eszközük áll rendelkezésre. A külső határvédelem szigorításával el lehet érni, hogy a nagyobb kibocsátók volumene, mint például Fehéroroszország vagy Ukrajna, csökkenjen. A feketepiac jellemzően minőség-ellenőrzés, garancia és fogyasztói visszacsatolás hiányában működik, aminek fő vonzereje az alacsony ár. A fogyasztó nem mindig tudja, hogy mit vásárol, ezért egy olyan alternatívát kell kínálni, ami megszünteti ezt a zsákbamacska effektust. Az ilyen fajta kereskedelem jellemzően az interneten vagy kéz alatt zajlik, olyan helyeken tehát, ahol a hatóságok teljes kivonásával tudják lebonyolítani az üzletet. Magyarországon a dohánytermékek feketekereskedelme az utóbbi időben felerősödött, becslések szerint a teljes piac 7-8 százaléka illegális. A kínálatot, vagyis a zárjegy nélküli illegális cigarettát két módon állítják elő. Az egyik módszer szerint legális dohánygyárakban éjszakai műszakban termelnek a piac e részére, vagy illegális dohánygyárakat vesznek igénybe. Az Európai Unióba áramló illegális forgalom fő forrása Fehéroroszország, ahol az állami tulajdonú dohánygyár a hazai keresletet messze meghaladó mennyiségben állít elő dohánytermékeket. Illegális gyárakat hazánkban is üzemeltetnek, ilyet fedeztek fel például Szolnokon és Környén is. A feketepiacon jellemzően négyféle termékkel találkozhatunk, amelyek lehetnek hamisítottak vagy legális forrásból származóak. Magyarországra főleg Ukrajnából érkeznek ilyen jellegű szállítmányok, sokszor legálisan működő szállítási cégek segítségével, de előfordul, hogy saját építésű alagutakon keresztül (Utóbbira a határokon való röntgenellenőrzés miatt volt szükség). Az áru elosztását a feketepiacon operáló, általában saját ügyfélkörrel rendelkező kiskereskedők végzik. Budapesten leggyakrabban a metró megállóiban és azok környékén folyik az illegális áruelosztás, jelentős forgalom bonyolódik le például a határ úti, a kőbánya-kispesti és a népligeti állomásoknál.

A piac e része jelentős károkat okoz a nemzeti dohányboltoknak, amire a kiskereskedelmi egységek nem tudnak megfelelően reagálni. Az árrés emelése nagy eséllyel a legális

forgalom még nagyobb csökkenését vonzaná magával, így az egyetlen megoldás a határok hatékonyabb ellenőrzése és az illegális termelés visszaszorítása lenne (Index, 2013).

Magyarországon az elmúlt években a dohánytermékek árai növekvő tendenciát mutattak. Az adók által megnövelt áraknak a fogyasztás csökkentése a célja, ami viszont veszélyes lehet. Az árnövekedés szabályszerűen vonzza az illegális piacot, amely alacsonyabb árával versenyképes alternatívát jelent. Válaszadóink több mint fele számolt be illegálisan árusított dohánytermékekről, közülük 16 százalék rendszeresen találkozik ezzel a jelenséggel. A probléma nem új keletű, az utóbbi években a cigaretták illegális árusítása nemzetközi viszonylatban is nőtt, ennek legfőbb oka a magas ár. Hazánk tagja a Schengeni egyezménynek és a szabadkereskedelmi övezetnek, ami megkönnyíti az illegális áruk szabad mozgását a határokon belül, míg a külső határok ellenőrzésére fokozott figyelmet fordítanak a vámőrök. Ennek ellenére kijelenthetjük, hogy a legtöbb zárjegy nélküli cigaretta Fehéroroszországból és Ukrajnából érkezik és forgalmuk megközelíti a 8 százalékot (Heol, 2013).

3. A DOHÁNY-KISKERESKEDELMI HÁLÓZAT

3.1 A nemzetközi kitekintés

Az Európai Unióban 2009-ben 2784 vállalat 45900 alkalmazottja dolgozott a dohánytermékek kiskereskedelmi hálózatában. Majdnem egymillió boltban árusítottak dohánytermékeket, leszámítva az automatákat. Ezekből 229012 bolt ezekre a termékekre specializálódott (European Parliament, 2012).

Az egyes kiskereskedelmi egységek elterjedtsége Európában (db)

2. táblázat

Dohány- kiskereskedelmi egységek	Dohánybolt	Újságárus	Benzinkút kisbolt	Élelmiszerbolt	Egyéb	Össz.
Ausztria	2761			2961	1265	6987
Belgium	3422		1685	6000	800	11907
Bulgária	1372		700	15029	4935	22036
Cseh Köztársaság	8519		2397	17104	35068	63088
Dánia	65	1923	804	3102	3600	9494
Egyesült Királyság	0		48164	6959	40647	95770
Finnország	447		479	3923	4249	9098
Franciaország	27398					27398
Görögország	9160		15514		9108	33782
Hollandia	2000			6400		8400
Írország	0		0	4000	6500	10500
Lengyelország	20724			119276		140000
Lettország	817		571	3166	957	5511
Litvánia	986		561	4475	2945	8967
Magyarország	5432					5432
Németország	28450		13400	50500		92350
Norvégia	1156		1371	3564	1517	7608
Olaszország	56071			13501		69572
Portugália	4450		1150		17900	23500
Románia	3130		1330	71779	5575	81814
Spanyolország	13505			134894		148399
Svédország	1500	2500	2000	3432	1267	10699
Szlovák Köztársaság	640	1900	730	7850	9770	20890
Szlovénia	144		471	2704	280	3599

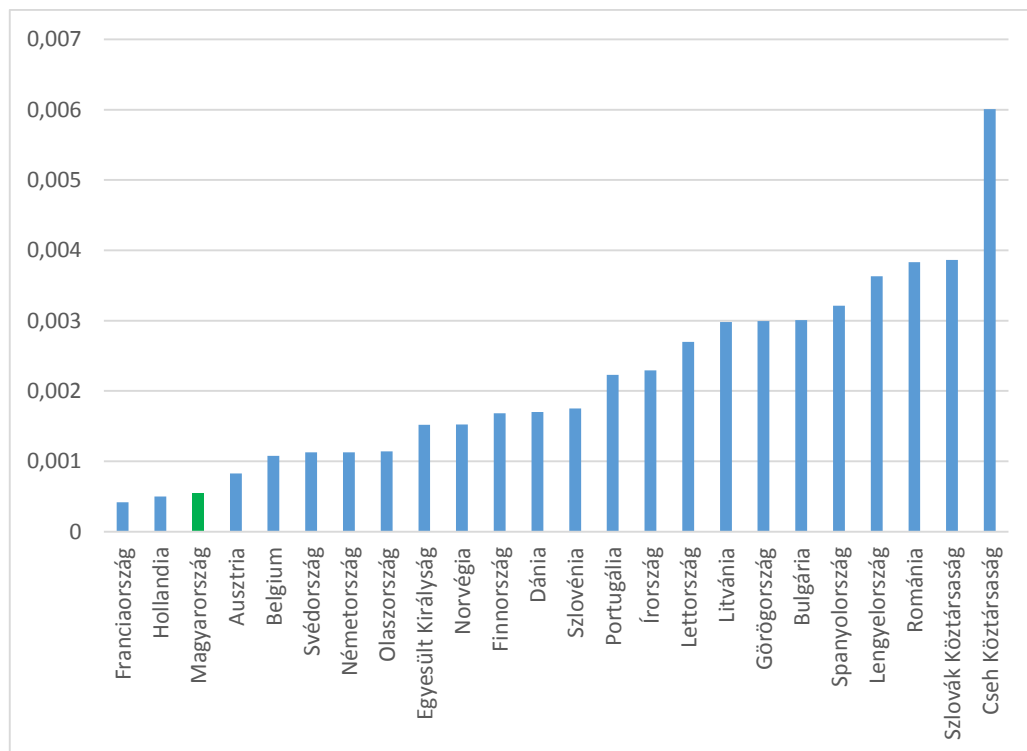
Forrás: Nomisma [2010]; Nemzeti Dohány [2013]

A kiskereskedelmi hálózat magában foglalja a kisboltokat, a szupermarketeket, az élelmiszerboltokat, a trafikokat, a benzinkutakat, a hoteleket és az éttermeket (European Parliament, 2012). A kiskereskedelem struktúrája tagállamonként meglehetősen változó. Bevett gyakorlatnak számít élelmiszerboltokban és benzinkutakon cigarettához jutni, de a dohánytermékekre specializálódott boltok megfelelő alternatívák. Számos országban, például Spanyolországban vagy Olaszországban az ilyen boltok működtetéséhez koncessziós jogot kell szereznie az üzemeltetőknek, míg más országokban e nélkül is zavartalanul árulhatják portékájukat. A dohánytermékekre specializálódott üzletek a vizsgált országok szinte mindegyikében fellelhetőek, habár számos helyen nem ez a legelterjedtebb értékesítési forma. A legtöbb Németországban, Franciaországban és

Olaszországban található, míg a legnagyobb számú dohánybolttal Spanyolország rendelkezik.

Az egy főre jutó dohányárúsító helyek száma Európában 2010-ben

5. ábra



Forrás: Nomisma [2010]

Ha megvizsgáljuk az egy főre jutó dohányárúsító helyek számát, eredményül azt kapjuk, hogy arányaiban a Cseh Köztársaságban, a Szlovák Köztársaságban és Romániában található a legtöbb ilyen kiskereskedelmi egység. Az utóbbi országok közül ennek ellenére csak a Cseh Köztársaság található meg az európai dohányzási ráta toplistájában. A lakossághoz viszonyítva a legkevesebb dohányterméket árusító üzlethelyiség Franciaországban, Hollandiában és hazánkban van annak ellenére, hogy mind három ország előkelő helyen szerepel a dohányzási rátát illetően.

Népszerű értékesítési forma az automata készülékek alkalmazása, mivel így sokkal gyorsabban lehet hozzájutni a termékhez, és olcsóbb is az üzemeltetése egy hagyományos dohányboltnál. Az alkalmazásuk szigorúan szabályozott, gondoljunk az életkor ellenőrzésére alkalmas rendszer felülvizsgálatára. Az utóbbi ok miatt sok országban ezeket

a készülékeket betiltották, míg olyan országokban, mint Németország, Spanyolország vagy Ausztria, számos helyeken lehet találkozni velük (Nomisma, 2012).

A koncessziós jog alatt egy beruházás hasznosítási jogának egy meghatározott időre történő átengedését értjük a külső forrást biztosító beruházónak. Az állam monopolhelyzetben van egy adott termék vagy termékcsoporthoz piacán, amelyek árusításához koncessziós jogot biztosít bizonyos kiskereskedelmi szereplőknek. A jog elnyerése általában egy pályázat során dől el.

A következőkben három európai uniós ország, a Magyarországhoz hasonló dohány-kiskereskedelmi struktúráját elemezzük. Franciaországban, Spanyolországban és Ausztriában is megtalálhatóak a dohányboltok, de hazánkkal a legtöbb közös vonás a francia rendszerben fedezhető fel. Az utóbbi két ország rendszerét megfigyelve látható, hogy dohányterméket a dohányboltokon kívül más boltokban is be lehet szerezni, míg Franciaországban kizárólag a koncesszióra jogosult üzlethelyiségek árusíthatnak ilyen termékeket.

Franciaországban 27398 dohánybolt és 6500 (nem ellenőrzött) másodlagos árusítási hely található. Koncessziós jogot pályázat útján lehet elérni. Pályázó csak francia vagy más európai uniós tagország állampolgára illetve vállalata lehet. Utóbbi esetében az üzemeltető a vállalat vezetője lesz (Tobaccocontrollaws, 2013). A pályázónak vállalnia kell egy évenkénti összeg befizetését, ami a dohánybolt üzemeltetésének a feltétele. Aki a meghatározott minimum felett a legnagyobb összeg befizetését vállalja, az kapja meg a koncessziós jogot (Tobaccocontrollaws, 2013).

A dohánytermékek árusításának joga három évre szól, a szerződés meghosszabbítható és visszavonható (ez alól kivételt képeznek az időszakos jelleggel felállított dohányboltok). Egy üzemeltető csak egy boltot vezethet, aki kapcsolatba hozható egyéb ilyen kiskereskedelmi egységekkel, az koncessziós jogát elveszíti. Az utóbbiak alól kivételt képeznek az időszakos jelleggel felállított és speciális dohányboltok. A boltban csak dohánytermékeket lehet árusítani, kizárólag személyesen, a dohány automaták alkalmazása tiltott (Tobaccocontrollaws, 2013).

Négyféle üzlet létezik, hagyományos állandó, hagyományos időszakos, ideiglenes és speciális. Hagyományos állandó üzlethelyiségnek minősül minden olyan bolt, amely utcákon és turisztikailag nem látogatott köztereken található. A kiskereskedelmi tevékenység zárt helyen történik egész éves nyitva tartással. A hagyományos időszakos

dohányboltokat turisztikai célpontokon állítják fel, ilyenek például a hegyi üdülőhelyek és a tengerpartok.

Az ideiglenes dohányboltok a közprogramokon részt vevő fogyasztókat hivatottak kiszolgálni, ha az nem kulturális és sportesemény (Tobaccocontrollaws, 2013). Ideiglenes jellegéből fakadóan az árusításhoz használt helyiség mobil és szétszerelhető.

Az utolsó kategória a közlekedési szektorral van szoros kapcsolatban, megtalálható autópálya melletti pihenőhelyeken, repülőtereken és kikötőkben.

Az egyértelmű megkülönböztetés érdekében az üzletek felületére egy speciális logót kell elhelyezni, amely utal az adott üzlet termékportfóliójára (Tobaccocontrollaws, 2013). Az árumegjelenítésre szigorú előírások vonatkoznak, a dohánytermékek nem lehetnek láthatóak a vásárlók számára, és azok megjelenését nem módosíthatják (Tobaccocontrollaws, 2013).

A Spanyolországban hatályos törvény szerint a Kanári-szigetek kivételével a dohánytermékek árusítása állami monopólium, azaz csak az állam által feljogosított személyek üzemeltethetnek kiskereskedelmi egységeket, feltéve, hogy nem hozhatóak kapcsolatba az ugyanezen a területen operáló gyártókkal és nagykereskedőkkel. Ezen kívül a koncesszióra jogosultak nem rendelkezhetnek másik kiskereskedelmi egységgel, ellenkező esetben a francia eljáráshoz hasonlóan elvesztik a megnyert jogukat. A koncessziók odaítélésénél objektív szempontokat vesznek figyelembe, a verseny nem diszkriminatív senkivel szemben sem. Ilyen szempontok például a tisztaság, a jövedelmezőség, a távolság egyes trafikok között (a minimális távolság 150 méter [Propemprendedores, 2013]) és a népesség szerinti eloszlásuk (Cmtabacos, 2009). A cél, hogy a kínálat könnyen, nagy távolságok leküzdése nélkül hozzáférhető legyen a fogyasztói réteg számára.

A koncessziós jog huszonöt évig érvényes, a lejártá után az adott árusítási helyre újabb pályázatot ír ki az állam az előző tulajdonos eddigi érdemei és teljesítménye figyelembe vételével. A jelenlegi tulajdonos helyzetéből adódóan jelentős előnnyel indul a következő pályázaton, de ez nem biztosíték a sikerhez.

Az üzletek alkalmazott árrése nem lehet több mint 8,5 százalék, a minimumszint nincs meghatározva, így üzletektől függően különböző árakkal találkozhat a fogyasztó, de a

különbségek nem számottevőek. Spanyolországban átlagosan egy doboz Marlboro 4,65 euró, ami körülbelül ezernégyszáz forint.

Az üzlethelyiség felületén a megkülönböztető jelzések, a márka, vagy bizonyos beszállító logója, használata tilos, a bolton csak alapvető információk jelenhetnek meg, például a nyitva tartás (Cmtabacos, 2009). Továbbá előírt, hogy a koncessziós jog címét látható helyen el kell helyezni, így tájékoztatva a fogyasztókat (Propemprendedores, 2013). A törvény nem rendelkezik a dohánytermékek megjelenítéséről.

A fent említett dohányboltokon kívül a törvény lehetőséget ad a tisztán dohányból készült cigaretta és szivar pótdíjas/feláras árusítására újságárusoknak, bároknak, éttermeknek, hoteleknek, hosteleknek és szórakozóhelyeknek, amennyiben azok megfelelnek a következő feltételeknek. Legalább 100 négyzetméternyi alapterület áll rendelkezésükre ahol előzőleg elkülönítették a dohányzásra kijelölt területet (Propemprendedores, 2013). A dohánytermékek árusítása történhet dohány automaták használatával vagy manuális módon.

„Ausztriában a dohánytermékek értékesítése szövetségi monopólium tárgyát képezi, azaz az osztrák állam kizárólagos tulajdonát képező vállalkozás (Monopolverwaltung GmbH) dönthet arról, ki árusíthat dohánytermékeket (...)”. Pályázó csak büntetlen előéletű személy lehet. Több pályázó esetén a legalább 50 százalékos rokkantságot igazoló nyeri meg a jogot a dohánytermékek árusítására. „Az osztrák „Dohánymonopólium Törvény” alapján a dohányboltok területi védelem alatt állnak, amely alapján egy dohányüzlet csak abban az esetben létesíthető olyan helyen, ahol korábban nem létezett ilyen jellegű üzlet, ha erre vonatkozóan jelentős szükséglet áll fenn, és ha az nem idézi elő a közeli trafikok hozamának csökkenését” (...) - Dohányboltot tehát a gyakorlatban örökölni vagy átvenni lehet, ritka az új trafikok nyitása (NOL, 2011). A dohányárak forgalmazása és értékesítése Ausztriában szintén korlátozott, csak a kiválasztott trafikokban és automatákból lehet dohányterméket vásárolni. A trafikok mellett azonban a benzinkutak és a vendéglők is árusíthatnak cigarettát. Ugyanakkor itt általában legalább 10%-kal magasabb árral kell számolnia a dohányzónak, mintha trafikban kívánná a dohányterméket beszerezni. Ezáltal igyekeznek biztosítani a dohányboltok forgalmát, és ösztönözni a vásárlókat, hogy a dohányterméket a trafikokban szerezzék be. A cigarettaárak a trafikokban egységesek” (Piac és Profit, 2012).

3.2 A hazai jogszabályok

Az Országgyűlés továbbra is első és legfontosabb feladatának tekinti a közegészségügy javítását és a fiatalkorúak dohányzásának visszaszorítását. A 2012. évi CXXXIV. törvény kimondja: „*elsősorban annak érdekében, hogy Magyarországon minél kevesebb fiatalkorú dohányozzon, mely kiemelt közegészségügyi cél eléréséhez az első lépés a dohánytermékek széleskörű kiskereskedelmi beszerezhetőségének, illetve a dohánytermékek megjelenésének korlátok közé szorítása*” (2012. évi CXXXIV. törvény), ezt a célt nyomatékosítja kiegészítve azzal, hogy ennek érdekében az állam a dohánytermékek forgalmazását meghatározott keretek között korlátozza.

2012. évi CXXXIV. törvény, un. dohánytörvény a későbbiekben, a 2013-ban hatályba lépett rendelkezés egyes momentumai, illetve egyes részletének előzményei már felfedezhetőek. A törvény vizsgálata előtt és az új jogszabályok megértéséhez elengedhetetlen néhány fogalom tisztázása.

Az alapvető fogalmak nem változtak, mint a dohánytermék megnevezése, de számos új meghatározás került a törvénybe, mint a dohánytermék kiegészítő termék, dohánybolt vagy a dohánytermék-kiskereskedő. A felsoroltak közül néhányat a dolgozatban is megemlítünk.

Dohánytermék: „cigaretta, szivar, szivarka, pipadohány és más fogyasztási dohány, vagy egyéb, külön jogszabály szerint dohányzásra szánt, dohány alapanyagú termék” (2012. évi CXXXIV. törvény)

Dohányterméket kiegészítő termék: „olyan áru, amely a dohánytermék fogyasztását közvetlen módon elősegíti, így különösen cigarettahüvely, cigarettapapír, gyújtóeszköz, pipa, dohánylevél-töltő” (2012. évi CXXXIV. törvény).

Meghatározásra kerülnek az egyes kiegészítő termékek, amelyek párhuzamosan értékesíthetőek a dohánytermékek mellett. Későbbiekben csak a Nemzeti Dohányboltokban lehet hozzájutni ezekhez a termékekhez. Az ízesített dohányok is a törvény hatálya alá kerülnek, így azok az un. 'török' vízipipa boltok kénytelenek voltak koncessziót szerezni vagy tevékenységüket felfüggeszteni.

Dohánytermék-kiskereskedő: „az a jogosult, aki koncessziós szerződés alapján a dohánytermékek kiskereskedelmét e törvény rendelkezéseinek megfelelően végezheti”¹⁶

Dohánybolt: Nem mozgó (és részekre bontás nélkül nem is mozgatható), más üzlettől elkülönült, önálló üzlethelyiség (2012. évi CXXXIV. törvény).

A két új meghatározás szükséges a monopóliumok bevezetésére és a koncessziók kiadására, ugyanis a későbbi 2013-as jogszabály többek között ezek alapján határozza meg és hozza létre a Nemzeti Dohányboltokat. A törvény kiemeli milyen alapvető feltételei vannak a dohány árusító helyeknek, pontosan rendelkezik arról, hogy mit nevezhetünk majd később ún. 'trafiknak'. A meghatározás lesz a fő oka, hogy a hatályba lépést követően a fesztiválokon és rendezvényeken megszűnnek a mozgó árusok, ami a közvélemény, főleg a fiatalok felháborodását eredményezte.

A törvény nem ad lehetőséget arra, hogy átmeneti koncessziót adjon, vagy a már koncesszióval rendelkező kiskereskedő árusítson az ilyen rendezvényeken.

A nyári fesztiválszezonban ez a külföldiek között is zavarodottságot okozott, ugyanis meglehetősen nehezen találták meg a helyi árusító pontokat. Tetézte a problémát, hogy ezek a kiskereskedők évközben napi legfeljebb ötven főt szolgáltak ki, azonban ez időszak alatt a napi ezer fős forgalom sem volt ritka. Ilyen magas eltérést csak precíz logisztikai szervezéssel lehet elérni, melynek hiányában a kiszolgálás összeomolhat.

Ezek a többnyire vidéken elhelyezkedő Nemzeti Dohányboltok, melyek általában szűkek és egy vagy két ember kiszolgálására alkalmasak, képtelenek voltak azonnal ellátni a hirtelen megváltozott igényeket. Az árusító helyeknek a tisztaság mellett, többé-kevésbe egységesnek és rendezettnak is kell lennie. Másik előnye lehet a „külön leválasztott” helyiség létrehozása, amit a törvényben előírtak alapján kell átalakítani dohányárusítás céljára az alábbiak szerint:

„jogszabály által meghatározott más termék forgalmazható, és amely üzlethelyiség külső felületére tekintve dohánytermék nem látható, csak az üzlethelyiségbe belépve” valamint, *„kereskedelmi tevékenység folytatása céljából létesített vagy használt épület, illetve önálló rendeltetési egységet képező épületrész, helyiség, ideértve az elsődlegesen raktározás, tárolás célját szolgáló olyan épületet vagy épületrészt is, amelyben kereskedelmi tevékenységet folytatnak”* (2012. évi CXXXIV. törvény)

A törvényben foglaltak szerint csak és kizárólag az erre a célra kialakított dohányboltokban árusíthatók ezentúl dohánytermékek, külön helyiségben leválasztva, ez alól csupán a kétezer fő vagy annál kevesebb lakossal bíró települések a kivételek.

A szigorú kritériumok miatt, ami egyébként változatlanul a 2013-as törvényben is szerepel, a pályázókat új üzlethelyiségek vásárlására, bérlésére vagy a régiék átalakítására, felújítására motiválták. Egyes kis településeken és a fővárosban is a bérleti díjak megemelésére lehetett számítani főleg a forgalmasabb csomópontoknál. Ezzel egyidejűleg viszont a már hosszú ideje kiadatlan üzletek helyén és az omladozó kirakatok helyett rendezett, egyszerű, visszafogott megjelenést lehetett tapasztalni. Ennek egyik fő oka, hogy a törvény az árusítás minden részletét szabályozza, a legrészletesebb piktogramokig.

A legfontosabb kritérium a kiskorúak védelmében, hogy az utcáról a dohánytermék nem lehet látható. Az árusító helyen kívülről csak a 'Nemzeti Dohánybolt' felirat olvasható, ezen felül a nyitva tartás és az üzemeltető jogszabályban előírt adatai szerepelhetnek. Abban az esetben, ha a bolt egyéb termékeket is árusít, az erre utaló feliratokat is el lehet helyezni. Az egységes kör alakú jelzés megjelenhet a bolton kívül, melynek *„átmérője legalább 40 centiméter, és amelyen fehér alapon fekete nyomtatással megjelenítésre kerül a következő szám: „18”, azzal, hogy a kör alakú jelzés külső kerületén legalább egy 4 cm vastagságú külső, piros gyűrű látszik”* (2012. évi CXXXIV. törvény) , ezen kívül mindenfajta dohányzással kapcsolatos kép és reklám kihelyezése tilos. Néhány esetben a törvény lehetővé teszi a bolton kívüli értékesítést, de ebben az esetben is a jogszabályi előírások figyelembe vétele mellett. A minimálisra vett tájékoztatások főleg a külföldiek körében a dohánybolt beazonosítását tették nehezéssé. Az esetek többségében csak magyarul van kiírva a 'dohánybolt' felirat, ebből kifolyólag csak a 'T' betű formájú piktogram nyújthat megfelelő támpontot. A ND oldaláról letölthető 160 oldalas dokumentumból minden dohányüzlet értesülhetett a kötelező arculati elemek kialakításáról. Az aprólékosan kidolgozott belső megjelenésen túl a tulajdonosok bizonyos határok között szabad kezet kapnak. A felkeresett dohányüzlet esetében is speciálisan kialakított pulttal találkozhattunk, ami optimális helykihasználtságot eredményezett.

Magyarországon a gazdasági reklámtevékenységről szóló 2001. évi I. törvénnyel módosított 1997. évi LVIII. törvény tiltja a dohányáru reklámját, egyidejűleg azonban kivételeket fogalmaz meg az általános tilalom alól, melyek közül a dohányáru eladási helyén való bemutatása és árfeltüntetése kiaknázható rést hagyott a dohányipari cégek

száma. A rádiózásról és a televíziózásról szóló 1996. évi I. törvény azonban kivételt nem engedve tiltja dohányárut népszerűsítő, ismertető reklámtevékenységeket (GYTS, 2009). A rendelkezésből kifolyólag a dohánybolt reklámozása nem tilos, így gyakran a járókelők különböző 'hirdető' táblákkal találkozhatnak, ahol az üzlet elhelyezkedését hirdetik. A „könnyebb eligazodást segítik” - nyilatkozták az árusok, csak hogy ezek a hirdető táblák mérete egy teljes házfal nagyságát is elérhetik.

A kialakítás mellett az árusított termékek listája is előtérbe kerül, melyek az alábbiak:

- a) *dohánytermék,*
- b) *dohányterméket kiegészítő termék,*
- c) *a szerencsejáték szervezéséről szóló 1991. évi XXXIV. törvény különös rendelkezései I. fejezet 1. és 4. címében szabályozott sorsolós játék és fogadás bonyolításával kapcsolatos termék,*
- d) *a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvényben meghatározott szeszes ital,*
- e) *a népegészségügyi termékadóról szóló 2011. évi CIII. törvényben meghatározott energiaiital,*
- f) *kávé (csomagolt kávé /ideértve az azonnal oldódó kávékivonatot is/, vagy helyben is fogyasztható kávéital),*
- g) *ásványvíz és üdítőital,*
- h) *a Bizottság vám- és a statisztikai nomenklatúráról, valamint a Közös Vámtarifáról szóló 2658/87/EGK tanácsi rendelet I. mellékletének módosításáról szóló 2010. október 5-i 861/2010/EU rendelete szerinti 2105 00 vámtarifa szám alá tartozó (fagylalt és más ehető jégkrém) termék,*
- i) *újság, napilap, folyóirat, periodikus kiadvány (2012. évi CXXXIV. törvény)*

A változtatások sorozata után ezt a listát sem nevezhetjük véglegesnek. Korábban kiadott kormánynyilatkozat szerint a Nemzeti Dohányboltokban kizárólag a törvényben leírt dohánytermékeket és az ehhez közvetlen kapcsolható termékeket lehet árusítani.

A cigaretta alacsony árrésére hivatkozva, ami 20-30 Ft között mozgott dobozonként, engedélyezi árusítani a fent felsorolt termékeket, többek között a szeszes italokat és üdítőitalokat is. Ezt megelőzően egy doboz cigaretta ára 71%-nyi adót tartalmazott, és csupán az egyharmada volt előállítási költség. A törvény későbbi módosításában 10%-os garantált árrést biztosít az eladónak, ami egyrészt biztos hasznot és ezzel összhangban egységnyi cigarettadrágulást jelent. A törvény erre vonatkozó rendelkezése: „A (2) bekezdésben meghatározott legkisebb kereskedelmi árrés mértéke a dohánytermék -

adókkal nem csökkentett - kiskereskedelmi eladási árának tíz százaléka. Ennek megfelelően a dohánytermék-nagykereskedő a dohánytermék-kiskereskedőtől a dohánytermék után legfeljebb olyan árat követelhet, amely nem nagyobb a dohánytermék - adókkal nem csökkentett - kiskereskedelmi eladási árának 0,9-szeres szorzatával kiszámolt összegnél” (2013. évi LXXI. törvény)

Ezt megelőzően minden 100 Ft-nyi cigaretta 80-82 Ft-ja képezte az adótartalmat, és a fennmaradó rész az eladók és a nagykereskedelmi forgalmazók haszna volt. A törvényt megelőzően is megjósolható volt, hogy a cigaretta ára drasztikusan fog emelkedni. A végső módosításokat követően az 1000 Ft-ot is elérheti, amiből az eladók végső árrése akár 12% is lehet. Az áremelés hazánkban mindig a fekete piac fellendülésével járt együtt. A tapasztalt eladó is úgy fogalmaz- „*ha mérsékelni lehetne egy lélektani határig... Sokat lendítene a dolgon és a fekete piac visszaszorulásához vezetne*”. A nagy dilemma mi lehetne az optimális mérték, de nem szabad elfelejtenünk, önmagában a magas ár nem jelent visszatartó erőt.

A fővárosban és más vidéki településeken tiltják az este 10 óra utáni alkoholárusítást, azonban ez kerületi és önkormányzati rendeletek a dohányboltokra nem terjednek ki. A kisebb közérttertekre nézve ez a gyakorlat végzetes lehet, mivel a cigaretta mellett már alkoholt sem árusíthat az éjszaka folyamán.

További gondot jelent, hogy az elhelyezkedést tekintve sok esetben a közérték és a 'trafikok' között csupán néhány méter különbség van. Abban az esetben, ha a termékek köre tovább bővülne, a dohányboltok közelében elhelyezkedő közérték bezárásra kényszerülnének, különösképpen azokon a településeken, ahol a lakosságszám nem éri el az ezer főt.

A dohánytermékek kereskedelmére való jogosultságot a törvény harmadik fejezetének második bekezdése szabályozza. A dohánykereskedelmet a koncessziós jog megszerzéséhez köti a 1991. évi XVI. törvény első bekezdése alapján: „*A kizárólagos állami, önkormányzati vagy önkormányzati társulási tulajdon hatékony működtetésének, valamint a kizárólagosan az állam vagy az önkormányzat hatáskörébe utalt tevékenységek gyakorlásának egyik lehetséges útja mindezek koncessziós szerződés alapján való átengedése*” (1991. évi XVI. törvény).

A korábbi évekkel ellentétben a törvény e része teljesen új, az ezt megelőző években ilyen meghatározás nem is szerepelt a korábbi dohánytörvényekben, ezt csak a 2005. évi CLXIV.

törvény szabályozta. A dohány kiskereskedelméhez szükséges alapvető feltételek nem változtak, dohányboltot csak európai uniós állampolgársággal, illetve székhellyel rendelkező egyéni vállalkozó vagy gazdasági társaság üzemeltethet dohányboltot. A koncessziót nem szerezheti meg 18-ik életévét be nem töltött személy. Az érvényes üzemeltetést a vámhatóság ellenőrzi, és a szankciókat is ő szabja ki (2012. évi CXXXIV. törvény). A dohánykereskedelem joga nem adható ki abban az esetben, ha a pályázó a törvényben meghatározott összegig vám- vagy adóbírsággal terhelt, valamint ha 30 napon túli köztartozás áll fenn. A koncessziós jog nem ruházható át, illetve más eladó alkalmazásakor a törvényben előírtak szerint kell eljárni, valamint egy üzletre csak egy kereskedelmi szerződés bocsátható ki. Megszűnése esetén a vámhatóságnak kötelessége új pályázatot kiírni.

3.3 A kiskereskedelmi hálózat kialakulása

A dohánytermékek állami monopóliummá tételével, a „*állami vagyonnal való gazdálkodás szabályozásáért felelős miniszter*” (2012. évi CXXXIV. törvény) irányítja a pályázat menetét és elbírálását. Az ehhez szükséges szervezeti háttérrel kormányi határozatban szabályozza, 2012. (X. 11.) Korm. határozat valamint a 2012-es tv-ben foglaltak szerint „*A dohánytermék-kiskereskedelem szervezésének előmozdítására, a dohánytermék-kiskereskedelmi jogosultság átengedéséről szóló pályázat kiírásának, elbírálásának, a koncessziós szerződés megkötésének előkészítésére, valamint a megkötött koncessziós szerződés ellenőrzésére a miniszter 100%-os állami tulajdonban lévő zártkörűen működő nonprofit részvénytársaságot (a továbbiakban: a részvénytársaság) alapít.*” (2012. évi CXXXIV. törvény) amik együttesen rendelkeznek a *Nemzeti Dohánykereskedelmi Nonprofit Zrt. megalakulásáról.*

A határozat rendelkezik a működéshez szükséges háttérforrásról, amire a kormány 45 millió Ft-ot különít el a tárgyi év költségvetéséből. A pályázatok lefolyását, valamint a további irányítást ez a részvénytársaság kezeli (2012. (X. 11.) Korm. határozat). A jogszabály kiköti, hogy a pályázatnak nyilvánosnak és minden településen egyformán elérhetőnek kell lennie.

Első olvasatra a kiírás nem is tűnhet bonyolultnak, azonban mélyebben megvizsgálva komoly akadályokba ütközhet a gyakorlatlan pályázó. Az elbírálás pontrendszer alapján történik és a beküldőnek egy adatlapot kell visszaküldeni megbízható üzleti tervvel együtt. Egy rosszul kitöltött pályázatot automatikusan érvénytelenítenek, valamint ez esetben további javításokra sincs lehetőség. Fontos kritérium a pályázat kiírásában, hogy egy személy ugyan több pályázatot is beadhat, de legfeljebb öt boltra kaphat koncessziós jogot, valamint azoknál az egy közigazgatási egységeknél, ahol egynél több dohánybolt is üzemeltethető, csak az üzletek 2/3-át birtokolhatja. A szigorú rendelkezés ellenére számos esetben visszaélések történtek az ügyben, mivel az egy szoros rokonságon belül birtokolható dohányboltok száma nem volt megszabva.

A törvény kitér arra is, hogy egyes pályázókat előnyben kell részesíteni, mint a megváltozott munkaképességűeket, valamint a 3 hónapja egybefüggő munkakeresőket ösztönözve a munkanélküliség csökkenését az adott térségben.

A koncesszió jog birtoklásáért természetesen a törvényben meghatározott éves díjat ki kell fizetni a lakosságszám és a településtípus függvényében. Az értékesítési jog 20 éven keresztül áll fenn. Ezen felül a pályázóknak további 60ezer Ft-ot kell fizetniük regisztrációs díjként. Az árusítási jog kiosztása több körös pályázat útján történik meg, mivel a korai időkben a kedvezőtlen üzleti feltételek mellett az érdeklődők száma igen alacsony volt. A szekunder kutatásunkat a tulajdonosoktól nyert információk is alátámasztották, miszerint egy új dohánybolt nyitása hozzávetőlegesen egy millió Ft-ba kerülne. A költségek a megfelelő biztonsági rendszerek beszerzésétől (széf, kamerarendszer) a hatósági engedélyeken át egészen az új alkalmazottak felvételeiből tevődnek össze. Külön problémát jelentett az alkalmazottak megfelelő képzése a nyitás napjáig.

A nagyobb árrés több pályázót vonzott így az utolsó harmadik körben a maradék 180 értékesítési jogra 3824 darab érvényes pályázat érkezett. A pályázatok elbírálásában a helyi érdekképviselőknek csak jóváhagyási joga volt, a döntés központi bizottság által történt. A végső eredmény 45ezer árusító üzlet helyet 5415 darab nyitott meg 2013. július 1-jétől (Index, 2013)

A pályázatok elbírálása során számos esetben olyan tulajdonosok kaptak dohányárusítói koncessziót olyanok, akik még nem dolgoztak ebben az szektorban. Budapesten a XXI-ik kerületben elhelyezkedő trafik tulajdonosra éppen az ellenkezője a jellemző, ő már 17 éve ebben az üzletágban dolgozik. A nyitás utáni két hónapban a forgalom kiugró volt, de szeptembertől erős visszaesést tapasztalt. A kertvárosi környezet a tulajdonos szerint

elégséges forgalmat generál, annak ellenére, hogy 500 méteres körzetben két árusító egységgel is találkoztunk. Az elhelyezkedésre vonatkozó szabály nem található a dohánytörvényben, amire az ND is felhívja figyelmet-„2012. évi CXXXIV. sz. pedig a *Kiírás nem tartalmaz... a dohányboltok településen belüli elhelyezkedésre vonatkozóan, így nem köti meg azok egymástól viszonyított távolságát*”. A dohánybolt vevőköre javarészt a kerületben élőket foglalja magában, így a dohányárak forgási sebességével viszonylag pontosan lehet kalkulálni. Az eladási statisztikákat figyelembe véve dolgozták ki az üzleti tervet, melynek benyújtásához ügyvédi segítséget vettek igénybe. A korábbi évek eladási tapasztalataik alapján a pályázatban előírt kritériumokat határidőre teljesítették. Az 500 milliárd forintos piacból, így egy kis családi vállalkozás is részesedhetett.

3.4 Az egyéb szabályok és szankciók

A ma is hatályos 2013. évi I. törvény, mely kismértékben tér el a 2012-es dohánytörvénytől, bizonyos rendelkezések pontosítását tartalmazva. A megváltozott szabályozásról külön törvényt hozott az országgyűlés, 2013. évi LXXI. törvény a dohányzással összefüggő egyes változtatásokról. A jogszabályban külön kitér az árusított termékek listájára, a pályázat lefolytatásának módjára és a koncessziós díjakra. Az árusítással kapcsolatban felhívja a figyelmet a kiskorúak védelmére, valamint az eladással kapcsolatos egyes szabályokra. A tizenharmadik életévét be nem töltött személy semmilyen körülmények között nem léphet az üzletbe, valamint az eladó kérésére az ezt bizonyító okmányt fel kell mutatnia. Az értékesítést abban az esetben is meg kell tagadni, ha fenn áll a gyanú, hogy a dohányterméket más kiskorú részére kívánják megvásárolni. A kiskorú személy nem vásárolhat más terméket sem a boltban, legyen az akár egy üdítő, fagyis vagy rágógumi, erre a törvény szigorúan felhívja a figyelmet:„*bekezdés rendelkezései szerint felszólított fogyasztó a dohánytermék értékesítési helyét nem hagyja el, a dohánytermék értékesítése, illetve a dohányboltban más e törvény alapján a dohányboltban forgalmazható termék értékesítése sem folytatható még az arra jogosult fogyasztó részére sem*” (2012. évi CXXXIV. törvény). Abban az esetben, ha ez nem történik még, és a kiskorú nem hagyja el a boltot, az eladó a rendőrség segítségét is kérheti.

A dohány-kiskereskedő továbbá nem fogadhat el semmilyen ajándékot, térítést vagy egyéb juttatást a dohány-nagykereskedőtől vagy más személytől, ami a dohányértékesítésre irányul, még abban az esetben sem ha ezt a személy a dohány-kiskereskedőre tekintettel fogadja el.

Ez a rendelkezés a koncessziós pályázatokra is igaz. A kiskereskedő szintén semmilyen egyezményt nem köthet a nagykereskedővel, ami arra irányul, hogy a többi kiskereskedővel szemben előnyösebb helyzetbe hozza. A törvény a hatályba lépést követően a szabályt sértő kiskereskedőnek 15 nap haladékat ad, valamint a megmaradt készleteket a nagykereskedőnek 30 napon belül kötelessége az eredeti áron megvásárolni. A kiskereskedőnek kötelessége a készletekről és a forgalomról külön nyilvántartást vezetni valamint elektronikus úton adatot szolgáltatni, mulasztás esetén a vámhatóság bírságot szabhat ki.

A felsorolt számos rendelkezések és kitételek szigorúan szabályozzák a dohánykereskedelmet, de mit sem érnének a megfelelő szankciók nélkül.

„A vámhatóság a dohánytermék-kiskereskedelem hatósági felügyeletét látja el, tevékenységének célja a dohánytermék-kiskereskedelmi piac zavartalan és eredményes működésének, a fiatalok védelmének, továbbá a dohánytermék-kiskereskedelemmel szembeni bizalom erősítésének érdekében a dohánytermék-kiskereskedelmi piac folyamatos felügyelete” (2012. évi CXXXIV. törvény)

Továbbiakban a vámhatóság ellenőrzi a dohányboltok törvényben előírt működését és a dohánytermékek zavartalan forgalmát. Abban az esetben, ha a törvényi szabályozástól valamilyen eltérést tapasztalnak, a szabálysértéstől függően bírságokat szabnak ki, amelyek ellen fellebbezési lehetőség nincs. A büntetés mértéke a dohány-kiskereskedővel szemben 200 ezer forinttól 10 millió forintig terjedhet abban az esetben, ha törvényi előírástól eltér, állammal szembeni kötelezettséget nem teljesít, vagy az adatszolgáltatási kötelezettségeknek nem felel meg. A bírság minimális összege 5 millió forint, de 500 millió forintra is módosulhat, ha a kiskereskedő a tiltás ellenére tovább üzemelteti a kiskereskedelmet.

A vámhatóság az engedélyt vissza is vonhatja több esetben is, ha a kiskereskedő ellen egy éven belül három szabálysértési eljárás indul. A kiskereskedőt elmarasztalás érheti akkor is, ha tevékenységét engedély nélkül szünetelteti, vagy 90 napon belül nem kezdi meg. Árusítási engedély bevonása esetén az ezt követő 2 évben nem nyithat új dohányboltot és nem folytathat kereskedelmi tevékenységet dohánytermékekkel kapcsolatban.

A dohánybolt kereskedelmet folytató vállalkozás, így rá is vonatkozik- „a tisztességes piaci verseny körülményeit biztosító értékesítési követelmények” (2012. évi CXXXIV. törvény) betartása, ide vonatkozik a bármiféle engedmény, ajándék elutasítása.

4. PRIMER KUTATÁS

4.1 A kutatás ismertetése

Primer kutatásunkat kvantitatív módszerrel készítettük el, melyben a dohányzási szokások változásaira voltunk kíváncsiak a 2013. július 1-jén hatályba lépett dohánytörvény alapján. A felmérésben önkitöltős kérdőív formájában 150-en vettek részt. Véletlen mintavétel hiánya miatt mintánkat nem tekinthetjük reprezentatívnak, ám a felhasználhatóság érdekében a mintát nagyrészt a lakosság korcsoportonkénti megoszlása szerint válogattuk ki. A fiatalok dohányzási szokásaira koncentráltunk, mivel a szabályozás egyik fő célja deklaráltan a korosztálynak a védelme és dohányzásának visszaszorítása.

A minta megoszlása a dohányzási szokások szerint

3. táblázat

	Dohányzik		Összesen (n=150)
	Igen (n=71)	Nem (n=78)	
Életkor (%)			
Fiatalkorosztály (16-25)	50,7%	49,3%	44,7%
Középkorúak (26-35)	51,1%	48,9%	30,0%
Idős korosztály (35 felett)	39,4%	60,6%	25,3%
Lakhely (%)			
Főváros	49,5%	49,5%	62,0%
Község	30,0%	70,0%	6,7%
Megyeszékhely	45,2%	54,8%	20,7%
Város	53,3%	46,7%	10,0%
Családi állapot (%)			

Egyedülálló	48,2%	51,8%	37,3%
Elvált	66,7%	33,3%	8,0%
Házass	29,2%	66,7%	16,0%
Párkapcsolatban élek	52,6%	47,4%	0,7%
Havi jövedelem (%)			
Alacsony jövedelmű	52,3%	47,7%	43,3%
Átlagos jövedelmű	47,9%	52,1%	32,0%
Átlag feletti jövedelmű	43,8%	56,3%	10,7%

Forrás: Primer kutatás

A mintába került személyeket hat fokozatú skálára bontottuk életkoruk szerint 1=18 alatt, 2=19-25, 3=26-35, 4=36-50, és 5=51-65 feletti kategóriákat állapítottunk meg, melynek átlaga 2,8725 (standard deviáció/SD/ 1,07357) A mintában jellemzően a fiatalabb generáció képviseltette magát, de az arányokhoz mérten az idősebb korosztály is a mintába került 25,3%-os aránnyal. A kérdőívünket online terjesztettük főleg közösségi oldalakon, valamint az idősebb generációt telefon és e-mail útján próbáltuk elérni. A célcsoportot alapvetően dohányzókra és nem dohányzókra bontottuk, mivel az új hálózat és a szabályozás hatásai a nem dohányzók életére is kihatnak. A mintába került kitöltőket családi állapotuk szerint is vizsgáltuk, aszerint, hogy milyen összefüggés van a dohányzási szokásaik között. Meglepő módon az egyedülállók és a párkapcsolatban élők aránya a mintában majdnem megegyezik 38% és 34%. Ezt az arány a nagyszámú fiatal kitöltő befolyásolja, mivel arányukban hozzávetőlegesen fele-fele a párkapcsolatban élők és az egyedülállók száma. A várakozásoknak megfelelően a középső és az idősebb korosztály aránya a házass, elvált és az özvegy esetében számottevő. A káros szokások összefüggnek a jövedelem mértékével is, így kutatásunk ezt az arányt is vizsgálta.

Az életkorhoz hasonlóan skálára bontottuk a jövedelmeket is 1=90000 alatt, 2=90001-150000, 3=150001-250000, 4=250001-350000 és 350001 feletti jövedelmekre, melynek átlaga 1,64 (SD: 0,81). A kérdőív kitöltők között az alacsonyabb jövedelműek voltak többségben, pontosan 50%-ban, ami nem meglepő a jelenlegi gazdasági helyzetben. A kérdésre válaszolók között az átlag feletti jövedelmek arányai is számottevőek voltak, összesen 37%-ot tett ki. A mintába került 30%-nyi középkorúak a magyarázat a magasabb jövedelem megjelenésére. Az előző fejezetben is bizonyított, hogy az alacsonyabb jövedelműek és az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők körében a dohányosok

száma magasabb. A településtípus is számításba és felmérésre került, ahol többségben a fővárosi lakosság jelent meg 62%-ban, itt a fiatalabb korosztály majdnem 70%-ot ért el.

A vidékről származók többsége, 44,4%-uk, az idősebb korosztály közül került ki. A városi és a megyeszékhelyen lakók aránya a teljes sokaságban a második legnagyobb részt, 30%-ot ér el, a főváros után. Az alábbi táblázatban a dohányzás szerint felosztottuk a mintát életkor, lakhely, családi állapot és jövedelem szerint.

4.2 A fogyasztási és vásárlási szokások vizsgálata

Hazánkban az új dohány kiskereskedelmi struktúra bevezetése a dohányzás teljes lakosságon belüli, de legfőképpen a fiatalok közötti dohányzást hivatott visszaszorítani.

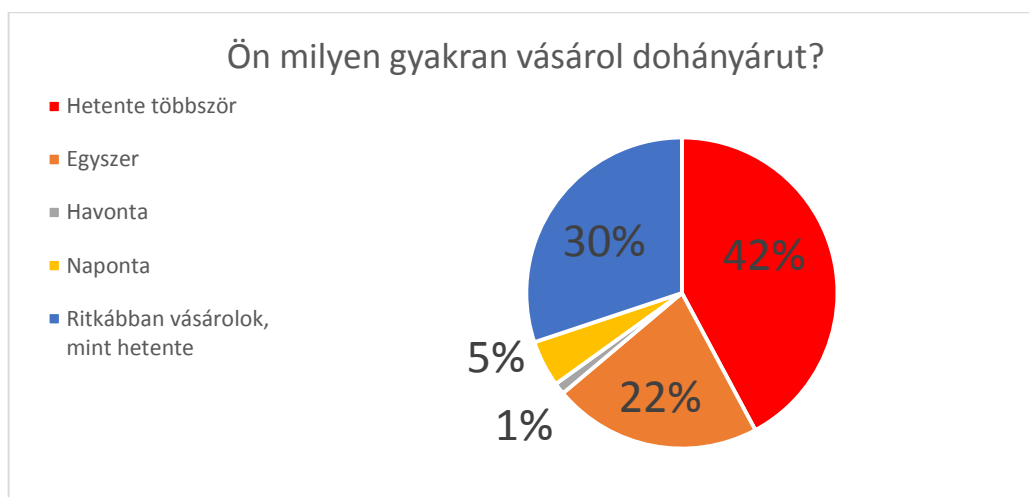
Kérdőívünk válaszadóinak 48 százaléka vallotta, hogy dohányzik, ebből 68 százalék mindennap rágyújt. Közülük 15 százalék többet, 30 százalék kevesebbet gyújt rá, mint pár hónappal ezelőtt. A kitöltők felénél pedig egyáltalán nem történt érdemi változás a dohányzási szokásaikat illetően. Megfigyelhető, hogy az alacsony jövedelemmel, tehát 90000 forint/hó, rendelkezők nagyobb valószínűséggel dohányoznak többet, mint a magas, vagy közepes jövedelemmel rendelkezők. A kevesebbet dohányzók legnagyobb arányban a magas keresetűek közül kerülnek ki, a 150 ezer és 250 ezer forint/hó jövedelemmel rendelkezők fele vallotta, hogy az utóbbi pár hónapban kevesebb dohányterméket fogyaszt. A nem dohányzókat legnagyobb arányban a közepes és magas jövedelemmel rendelkezők képviselik, de az alacsony keresetűek fele is ide tartozik. Ennek számos oka lehet, mint ahogy fent említve volt, például a tehetősebb fogyasztók megengedhetik maguknak az egyéb élvezeti cikkeket is, míg szegényebb társaiknak a cigaretta marad. A fogyasztás növekedésére a válasz a tekerős cigaretta megjelenése, ami alacsony árával vonzó alternatívát jelent. Az adatokból következtethetünk arra, hogy jelentős csökkenés nem történt az elfogyasztott dohánytermékek terén, ezzel szemben a fogyasztók több mint egy harmada kevesebbet nyúl a cigarettához az utóbbi időben, ami pozitív visszajelzés a meghozott intézkedések hatékonyságát illetően.

Válaszadóink ötöde ismer fiatalkorú dohányzót, ami a statisztikákkal együtt rámutat arra, hogy a probléma, vagyis a fiatalok és kiskorúak dohányzása valós, a kezdeményezés ennek

visszaszorítására sürgető. A Nemzeti Dohányboltok fő célja, hogy a kiskorúak az új rendszerben ne juthassanak hozzá dohánytermékekhez. Az utóbbi cél elérése érdekében hozott intézkedés, hogy 18 éven aluli vásárló be sem léphet ezekbe a helyiségekbe. Ugyanakkor válaszadóink kevesebb, mint fele vélte csak úgy, hogy a dohányboltok betartják a rájuk vonatkozó előírásokat a fiatalokkal kapcsolatban, azaz jelentős részük úgy véli, hogy a kiskorúak ezután is hozzájuthatnak a dohánytermékekhez. Hasonló az arány a következő kérdésünkénél, amiben a kiskorúak helyzetéről kérdeztük kitöltőinket. A vélekedők kilenc százaléka hisz a sikerben, míg 27 százalékuk úgy gondolja, hogy az új szabályozás egyáltalán nem segít a helyzeten. A többség szerint az új rendszer részben járul hozzá a célhoz, aminek a legfőbb oka az előírások be nem tartása.

A dohányárak vásárlásának gyakorisága

6. ábra



Forrás: Primer kutatás

Az átlagos vásárló hetente egyszer vagy akár többször is vásárol dohánycikket, általában hetente egyszer egy doboz cigarettát vesz, és 500-1000 forintot hagy a dohányboltokban. A magasabb jövedelemmel rendelkezők inkább hetente járnak a dohányboltokba, míg az alacsonyabb keresetűek többször is felkeresik azt. A ritkábban vásárlók egy vásárlás alkalmával ugyanakkora mennyiségben vesznek cigarettát, tehát kevesebbet dohányoznak, mint a náluk gyakrabban vásárlók. Kijelenthető továbbá, hogy az átlagos vásárló inkább gyakrabban vásárol kisebb mennyiségben, mint hogy többet költsön egy vásárlás alkalmával.

A dohányzók körében a cigaretta a legnépszerűbb dohánytermék, ezen belül a tekert cigaretta is számottevő fogyasztói bázist tudhat magának. Utóbbi a dohányszektorban bekövetkezett áremelkedésnek köszönhető, mivel ez a termék jóval olcsóbb, mint a hagyományos változata. A viszonylag új kategória, az e-cigaretta fogyasztói bázisa elhanyagolható, a válaszadók 3 százaléka fogyaszt ilyet. 73,6 százalék egyáltalán nem tervezi, hogy valaha is kipróbálja. Közepes arányú azok száma, akik használták, de valamilyen oknál fogva abbahagyták. E „modern” e-termék lényege, hogy nem bocsát ki füstöt, megkímélve a környezetünkben lévőket, és kevésbé kártékony a tüdőre. Nikotintartalmát szabályozni lehet attól függően, hogy milyen patront helyez bele tulajdonosa, így hatékony módszer a leszokni vágyóknak. Napjainkban még nem terjedt el széleskörűen, de egyre több helyen forgalmazzák, sőt a Ryanair gépein vásárlása és fogyasztása is engedélyezett.

Az Európai Unióban a dohánytermékek internetes vásárlása tilos, így az online lebonyolított üzletek illegálisak, hiányzik az ellenőrzés lehetősége mind a beszállítói és kiskereskedelmi folyamatban. A világhálón a megszokott ár töredékéért találhatunk dohánytermékeket, amelyek főleg az Európai Unió kívülről származnak. Az internetes vásárlás olcsó, de bonyolult, mivel a legnagyobb haszon a vámok kikerülésével érhető el. Az uniós szabályozás szerint „egy Európai Unió kívüli országból vámmentesen csak magánszemélytől magánszemélynek küldhető cigaretta, legfeljebb 50 darab” (Origo, 2013). Az ajándékként kapott, a vámmentes mennyiség (17. életévüket betöltött utasoknál légi úton 200 darab, egyéb módon utazók esetében 40 darab) feletti mennyiség vámkezeltetése természetes jogi személy számára nem engedélyezett (Origo, 2013). Az ilyen módon történő forgalmazás tehát nem kifizetődő, a legális internetes forgalom elhanyagolható. Az új uniós javaslat ezen változtatna, szigorúan szabályozná a korellenőrzési rendszert és előírná az internetes kiskereskedők bejelentési kötelezettségét. A jövőben minden egyes cigarettadoboz nyomkövetővel lenne ellátva, így csökkentve az illegális termékek áramlását. Látható, hogy a folyamat a legális internetes vásárlásnak kedvez, ezzel szeretnék kiszorítani az illegális internetes piacot. Az új direktíváról 2014-ben dönt majd az Európai Tanács, és 2015-2016 között lép hatályba (European Commission, 2013).

Magyarországon a dohánytermékeket csak nemzeti dohányboltokban lehet forgalmazni szabályozott környezetben. Az új direktíva megváltoztatná a helyzetet, az irányítás kikerülne az állam kezéből, és az ellenzők szerint semmilyen biztosíték nincs arra, hogy az internetes kiskereskedők betartják a jogszabályokat (Origo, 2013). A dohányzó válaszadók

túlnyomó többsége, 91 százaléka nem vásárolt még dohányterméket az interneten keresztül, és nem is tervezi, így mintánk alapján kijelenthető, hogy az internetes vásárlásnak hazánkban gyakorlatilag nincs célközönsége.

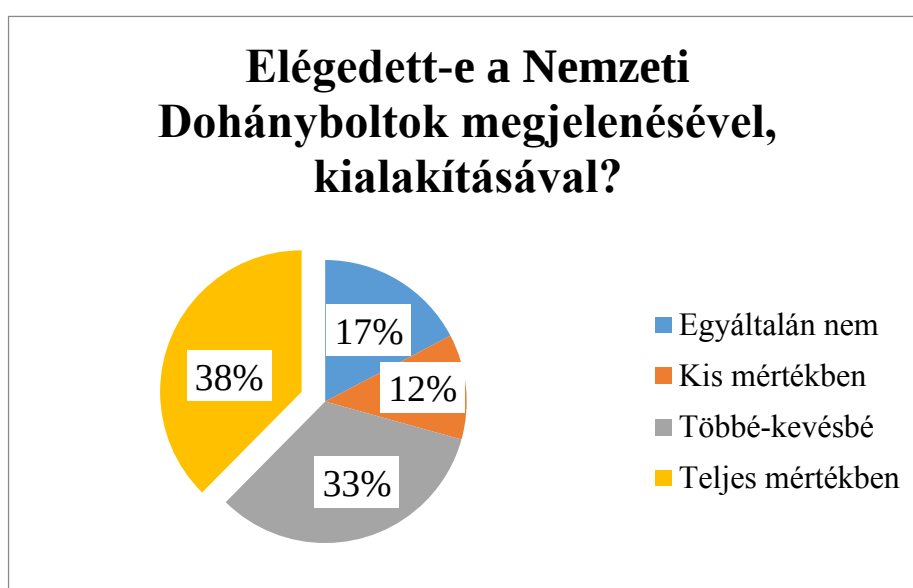
4.3 A válaszok elemzése a Nemzeti Dohányboltok esetében

A kutatásunk leghangsúlyosabb része a Nemzeti Dohányboltok vizsgálata, melyet koncentráltan az elmúlt néhány hónap alapján vizsgáltunk. Válaszokat kerestünk arra vonatkozólag, hogy a magyar fogyasztói társadalom életét milyen mértékben befolyásolta a nyugati mintájú szabályozás bevezetése. Az alapvető dohányzási szokások vizsgálata után a fogyasztási változásokat és a lakosságot megosztó véleményeket fogjuk vizsgálni.

A törvénytervezetet változó lelkesedés fogadta, főleg az ifjú 18 évet betöltött dohányosok körében. Az új törvény a dohányzó helyek korlátozása és a beltéri dohányzás megtiltása mellett az árusítható helyek számát is korlátozza. A szabályozásból kifolyólag a megszokott közérteket és az 'ismerős boltos néniket' felváltották az eldugott, elsötétített dohányboltok. A kutatásunk azt mutatja, hogy inkább a koncessziók kapcsán keletkeztek elmarasztaló vélemények, a bolt kialakításával és felépítésével szemben pozitív visszajelzések születtek.

Elégedettség felmérése a Nemzeti Dohányboltok megjelenésével kapcsolatban

7. ábra

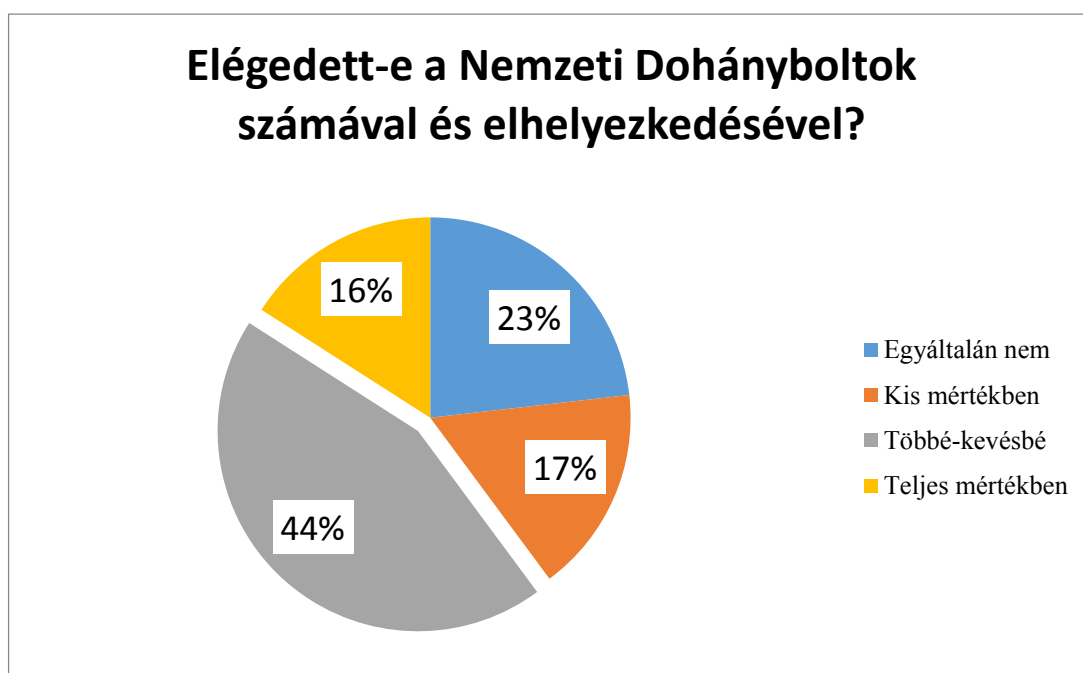


Forrás: Primer kutatás

A válaszadók közül a dohányzók a megjelenéssel és a kialakítással elégedettek voltak, a válaszadók 33% és 38%-a többé-kevésbé, illetve teljes mértékben meg van vele elégedve. A dohányboltokról összességében elmondható, hogy kialakításuk megfelelő, az a törvényileg előírtak szerint történt, a fogyasztóvédelem is csak korlátozott számban talált ezzel kapcsolatban mulasztásokat. A sajtóban olvasható volt néhány érdekes, meghökkentő kialakítású 'trafik', amire a kitöltőink is felhívták a figyelmet, de ezek főleg vidéken voltak jellemzőek. Az egy ablakos megoldás néhány esetben problémákhoz vezetett, valamint a teljes eltakarás kedvezett a betöréseknek is. Az újságokban és az online hírportálokban az utóbbi néhány hónapban különböző betörési bűncselekményeket lehetett olvasni. Az ORFK már megtette a szükséges lépéseket ennek kapcsán, de tökéletes megoldás még várat magára. A bűntény felderítését nehezíti a dohányboltok kialakítása és elhelyezkedése, valamint a tolvajok felkészültsége. A tulajdonosok riasztóval és kamerás biztonsági rendszerrel védekezhetnek az ilyen bűncselekmények ellen. Az utóbbi időben megsokszorozódott a dohányboltok ellen elkövetett lopások és betörések száma, melynek kapcsán törvénymódosítások várhatóak.

Felmérés a Nemzeti Dohányboltok számával és elhelyezkedésével kapcsolatban

8. ábra



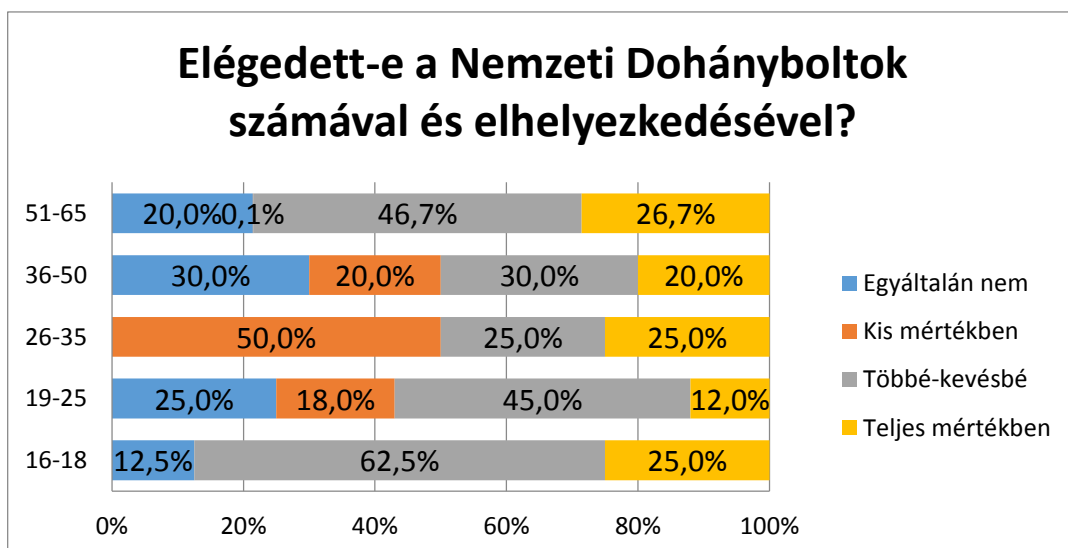
Forrás: Primer kutatás

Az elhelyezkedést tekintve ezzel szemben már megoszlanak a vélemények. Kimutatható, hogy a válaszadók a nagyobb településeken elégedettek a dohányboltok számával, továbbá kiderül, hogy a 'teljes mértékben' és a 'többé-kevésbé' elégedettek körében is több mint 60%-kal a fővárosiak vannak többségben. Ezzel szemben a községből származó kitöltők között 55%-az 'egyáltalán nem elégedettek' arányát erősíti, ami további magyarázatra ad okot. A dohányárúsító helyek szekunder kutatásakor megalapozottnak láthatjuk azt a feltevést, hogy a községek többségében csak a falu központjában vagy a legtöbb esetben csak a másik faluban lehet dohányárut kapni. Ennek ellenére a mintába került lakosság összességében 44%-ban elégedett az elhelyezkedéssel.

A nyitott kérdéseknél is számos problémára hívták fel a kitöltők a figyelmünket ezzel kapcsolatban, a sötétedés utáni hosszú gyaloglásokat illetve a megközelíthetlenséget – „... ahol én lakom, ott viszont 2 km-es körzetben nincs egy darab sem. Azelőtt 2 perc alatt vettem cigit a sarki boltban.” Néhány esetben egyes elbírálásnál kifejezetten az üdülő körzetekben a dohányboltok nem a turisták által látogatott központokban helyezkednek el, hanem a község közigazgatási központjában.

Felmérés a Nemzeti Dohányboltok számával és elhelyezkedésével kapcsolatban

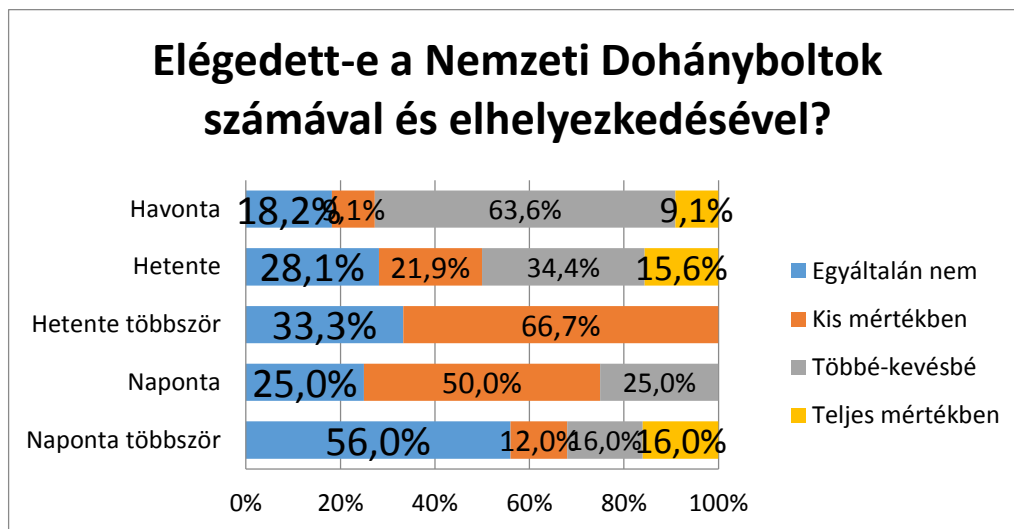
9. ábra



Forrás: Primer kutatás

Néhány esetben a két helyszín több kilométerre van egymástól ezért a dohányboltot nagyon nehéz megtalálnia-,, ... *nyáron is állandóan vadászni kellett a trafikokat.*” Korosztály szerint vizsgálva nem volt számottevő eltérés, hasonlóan alakult, mint a dohánybolt megjelenés tekintetében. A 19 és a 25 év közöttiek 47,5%-ban gondolják többé-kevésbe megfelelőnek az elhelyezkedést és csak 24,6%-uk gondolja úgy, hogy e téren változtatás szükséges. Az idősebb korosztály valamivel elégedettebb, 23,5%-uknak teljesen megfelel a mostani helyzet. Az életkor és az elhelyezkedés között szignifikáns kapcsolatot fedezhetünk fel ($p < 0,05$)

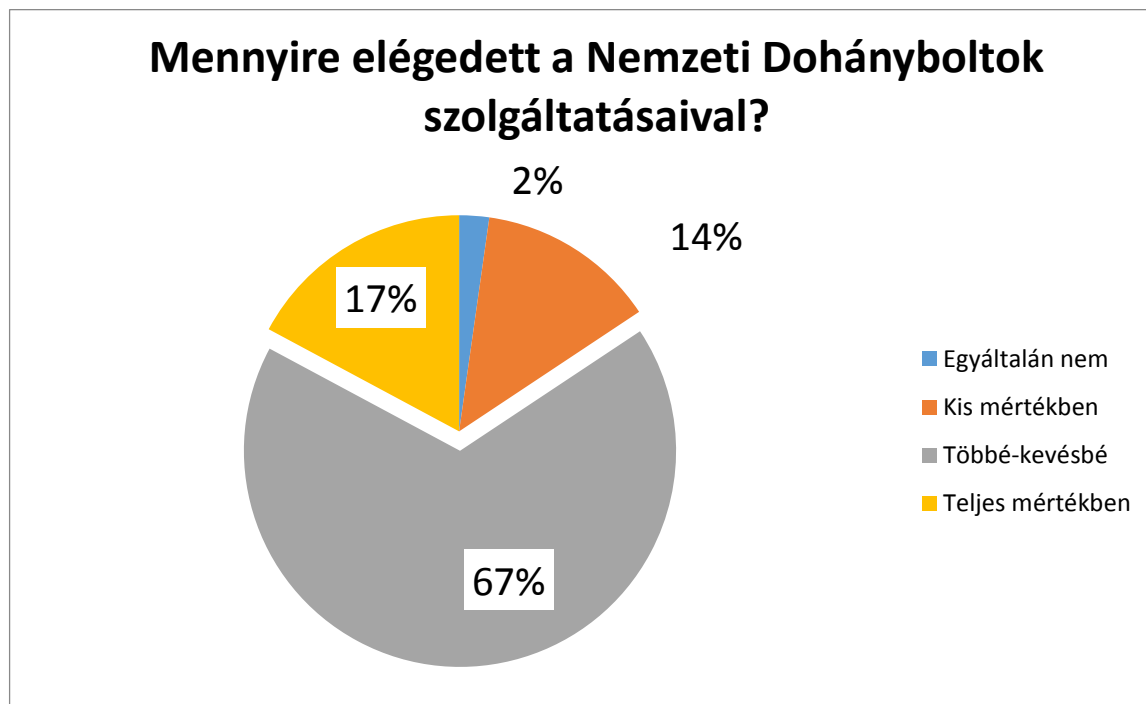
Az eltérés nagyságából következtethetünk arra, hogy az idősebb réteg egy nagyobb bevásárlás alkalmával oldja meg a cigaretta vásárlást is. A szabályozás jelen állás szerint nem teszi lehetővé a hipermarketek vagy a nagy bevásárló outletek környékén való árusítást, mégis a tulajdonosok számára ezek a helyek vagy környékei továbbra is kecsegtető lehet. A fogyasztók olyan dohánybolttal is találkozhattak már, ami egy-egy hipermarket oldalában vagy egy már nem használatos raktárhelységről lett kialakítva. A dohányboltok elhelyezése, a lehetőségekhez mérten, elfogadhatóan lett kialakítva, ezt alátámasztja, hogy a dohányosok felének többé-kevésbe megfelelt és csak 20% körül van azoknak a száma, akik javítanának a jelenlegi állapotokon. A felmérés hatékonysága érdekében hat kategória alapján kellett a válaszadóknak a Nemzeti Dohányboltokat besorolni távolságuk alapján. A kutatásból kiderül, hogy a fogyasztók 32,7%-nak lakhelye közelében található dohánybolt és 10%-uk vélekedik úgy, hogy több mint 1 kilométert kell megtennie a legközelebbi árusító pontig.



Forrás: Primer kutatás

Megfigyelhetjük, hogy azok a fogyasztók, akik egy héten belül többször vásárolnak dohánytermékeket elégedetlenebbek, mint akik ritkábban vásárlók. Akik hetente vagy ennél ritkábban vásárolnak az ő esetükben az elégedettség 70%-k körül mozog, míg azok, akik egy héten belül többször vásárolnak az ő esetükben ez a szám 50% alá esik vissza. A tendencia egyértelműen a ritkábban, de nagyobb tétel vásárlás felé mozog, ugyanis ez jellemző a vásárolandó dohány volumen esetében is. Az egy kartont vagy ennél többet vásárlók zömét nem zavarja a boltok elhelyezkedése, mivel egy héten legfeljebb egyszer vagy kétszer látogatja meg, de a sűrűbben vásárlókat már hátrány érheti ezzel kapcsolatban. A vásárlási gyakoriság és az elhelyezkedésről alkotott vélemény között van szignifikáns kapcsolat ($p < 0,001$). Következtetni lehet arra, hogy az új kiskereskedelmi hálózat hatással van a vásárlási szokásokra.

A kérdőíves kutatás kapcsán a válaszadók dohány vásárlása egyes napszakok közel egyenlően oszlott el, tehát a rendszeres és minél hosszabb idejű nyitva tartás egy dohánybolt kapcsán létfontosságú. A törvény nem írja elő a maximális nyitvatartási időt, de a pályázatban vállaltakat a koncessziós jog végéig fenn kell tartani.



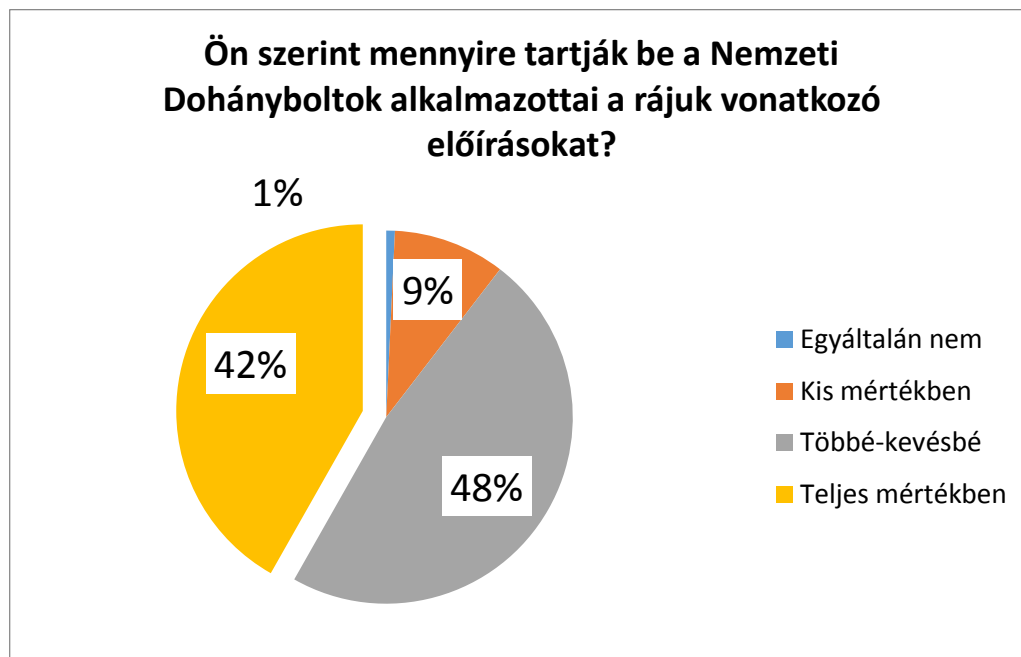
Forrás: Primer kutatás

A dohányboltok szolgáltatásai viszonylag korlátozottak, de az árusítandó termékek kapcsán előtérbe kerülhetnek. A régi családi közértek dohányárusítását sok esetben egy az üzleti életben gyakorlottabb vállalkozó vette át, ami bizonyos fokú modernizációt okozott. A bankkártyás és a paypass-os fizetés a legkisebb nemzeti árusító helyeken is megtalálhatók, amire a vásárlók részéről is nagy igény volt. A vizsgált dohányüzletekben a kártyás fizetés, a kényelmes parkolás és a rendszeres nyitva tartás versenyelőnyt jelent a többi dohánybolttal szemben.

A válaszadók 67%-a elégedett a jelenlegi nemzeti dohányboltok szolgáltatásaival. Természetesen ebben az esetben is találkozhatunk ellen példákkal. A kitöltők nehezményezték, hogy a megszokott bevásárlási rutinjukat megzavarta az eladó felkészületlensége, ami kellemetlenséget okozott. A felmérés tükrözi az országosan mért tapasztalatokat, miszerint a 19 és 25 év közöttiek 70%-a többé-kevésbé elégedett a szolgáltatások színvonalával, és a rutintalanság nem zavarta a vásárlásban. Az ennél idősebb kitöltők már fenntartásokkal kezelik ezt a helyzetet, többségük kis mértékben elégedett az eladáskor nyújtott színvonallal.

Felmérés a Nemzeti Dohányboltok számával és elhelyezkedésével kapcsolatban

12. ábra



Forrás: Primer kutatás

A törvény legfőbb célja a kiskorúak védelme és a fiatalok dohányzás visszaszorítása volt. A korhatárhoz kötött termékek forgalmazása és annak ellenőrzése, már a dohánytörvény előtt is nagy gondot jelentett a fogyasztó védelemi hatóságoknak. A hatályban lévő jogszabály szerint nem léphet kiskorú személy a nemzeti dohányboltokba illetve nem árusítható más felnőtt fogyasztónak sem addig dohánytermék, míg a kiskorú a helyiségben tartózkodik. A törvény betartásának a felelőssége az eladóra hárul, akinek ezt kötelessége ellenőrizni. A válaszadók 54%-a szerint a mostani cigarettaárusítók igyekeznek ellátni a rájuk bízott feladatot. A Nemzeti Fogyasztóvédelemi Hatóság állandó ellenőrzéseket tart a dohányboltokban, szabálytalanság esetén a bírság több millió Ft-ot is elérheti. Mostanáig 124 esetben vonta vissza a koncessziós jogot ilyen visszaélésre hivatkozva az NDN (Nemzeti Dohánykereskedelmi Nonprofit Zártkörűen Működő Részvénytársaság). A szabályozás kis mértékben ugyan, de elérte a célját, mivel a válaszadók között mind a fiatalabb mind az idősebb korosztály esetében majdnem 60%-uk nem találkozott még ilyen visszaéléssel.

Az országos felmérés is a szabálytalanságok csökkenését mutatja. Tavaly a kereskedők 58 százaléka értékesített cigarettát 18 éven aluli személynek, a jelenlegi 12 százalékos aránnyal

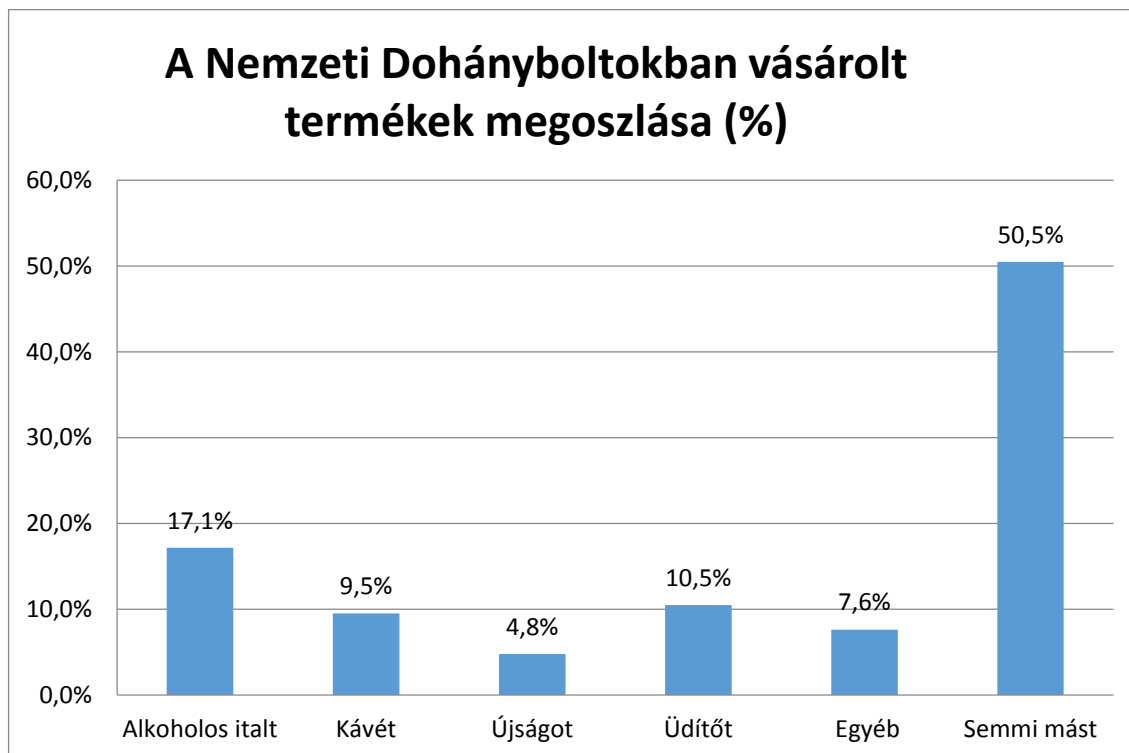
szemben. Számszerűsítve, az 5800 koncessziós joggal rendelkező dohányboltból 700 esetében talált ilyen kihágást a társaság (HVG, 2013). A biztató számadatok ellenére a válaszadók 69% gondolja úgy, hogy ezzel a szigorú tiltással nem lehet huzamosabb ideig a fiatalok dohányzását visszaszorítani. Az egyre növekvő illegális dohánykereskedelemben, ami az ország egyes régióiban a 8%-ot is eléri (Index, 2013), a fiatalok is könnyedén cigarettához juthatnak. A 18 év alattiak a dohányboltokban is könnyen cigarettához juthatnak azzal, hogy egy felnőttet kérnek meg a vásárlás lebonyolítására. Kijelenthetjük, hogy a szabályozás ebből a szempontból felemás megoldást eredményezett.

A kisgyermekkel vásárló családok kapcsán problémák merültek fel, ugyanis a 17 éves fiatalok ugyanúgy nem léphet be egy dohányüzletbe, mint egy 2 éves kisgyerek. A különböző fórumokon számos olyan esetet lehet olvasni, amikor az édesanyjának kint kellett a kisgyermekét hagynia a bolt előtt. Emiatt az anyukák vásárlási szokása egy idő után biztosan meg fog változni, hiszen a fóliázott, besötétített ablakok lehetetlenné teszik az üzlet előtt várakozó gyermekek felügyeletét.

A dohányboltokban árusított termékek listáját a dohánytörvény szabályozza. Kizárólag csak a törvényben felsorolt termékeket lehet árusítani, azokon kívül minden mást tilos. Az árusítható termékek körét többször bővítették annak érdekében, hogy a boltok üzemeltetése nyereséges legyen. Az elektromos cigaretta és tartozékainak árusítása Magyarországon szintén tilos, így a dohányboltokban sem lehet ilyet kapni. A kérdőívünkben a válaszadók 36%-a nyilatkozta azt, hogy a dohánytermékek kívül nem vásárol mást a nemzeti dohányboltokban. A dohányzók többsége is (59%-uk) is ezen az állásponton van. A felmérésünkből kitűnik, hogy a nemdohányzók nem túl nagy arányban, de vásárolnak a Nemzeti Dohányboltokban. A dohánytermékek után a második legkedveltebb fogyasztási cikk az üdítőitalok, melynek aránya 7,3% a teljes mintában. Az alkohol árusítással a dohányboltok lépéselőnybe vannak a többi kisbolttal szemben, ugyanis rájuk nem vonatkozik az önkormányzat este 10 óra utáni alkohol forgalmazást tiltó rendelete. Az alkohol a második legnépszerűbb termék a fogyasztók körében, 6,7%-uk vásárolt már ilyen típusú terméket a dohányboltokban.

Felmérés a Nemzeti Dohányboltokban vásárolt termékekkel kapcsolatban

13. ábra



Forrás: Primer kutatás

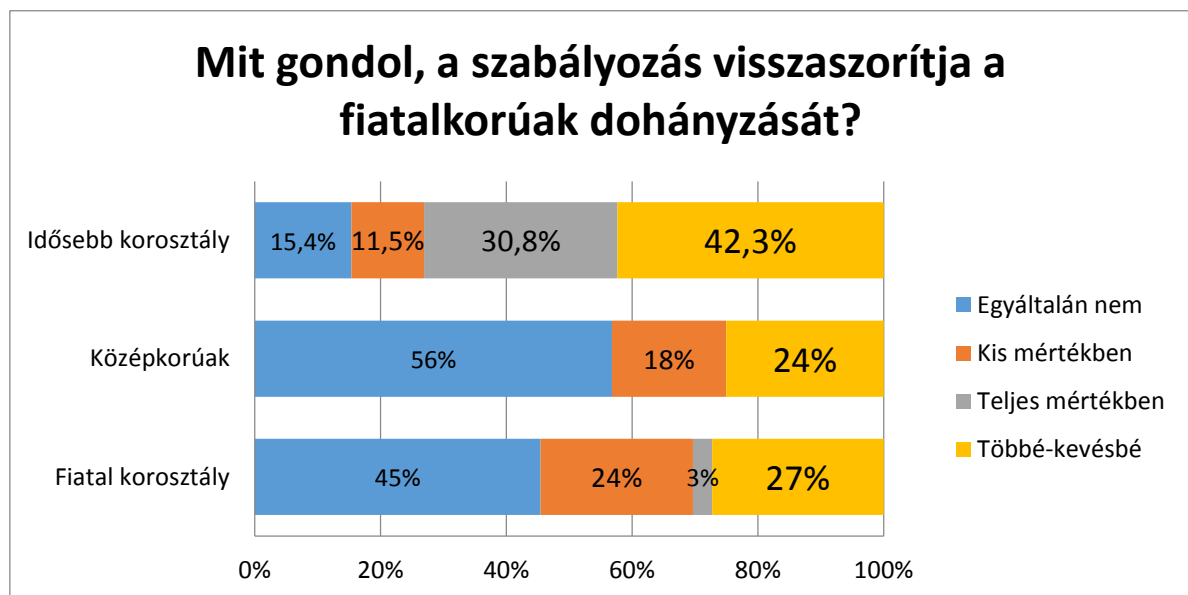
A kitöltők beszámolóiból megtudtuk, hogy néhány fővárosi dohány üzletben nagyobb alkohol választék van, mint egyes közértekben. A nem dohányosok közül többen megemlítették, hogy kifejezetten alkohol vásárlás céljából keresték fel a dohány üzleteket. Ezen üzletek további előnye, hogy a reggeli munkakezdés előtt egy helyen meg lehet vásárolni a napi cigi adag mellé az újságot és kávé is. A dohányboltok helyben és előre elkészített kávé is forgalmazhatnak, a fogyasztók ezt a lehetőséget 6,7%-ban ki is használják. A többi árusított termék vásárlása elhanyagolható bár a tapasztalatok azt mutatják, hogy az alacsonyabb árkategóriájú termékek (rágógumi, fagyó) is szép számmal fogynak. A vizsgált dohányboltban a dohánytermékeken kívül főleg kiegészítőket árulnak, például cigaretta-adagolókat, öngyújtókat és vízpipákat. Az egyéb tipikus dohányboltokban megtalálható termékek, mint az alkoholos italok, üdítők, újságok hiányoznak a termékpalettáról a kereslet hiánya miatt.

A legnépszerűbb cigarettamárka a magas árfekvésű Marlboro Gold, de ezen kívül jól fogy a cigarettahüvely és töltő, amelyek a „tekert” cigaretta kellékei. A tulajdonos nem változtatna a jelenlegi termékválasztékon, de szükség esetén továbbítja az igényt a beszállítók felé, ahogy ők is jeleznek, ha új terméket hoznak forgalomba.

A tulajdonosoknak ezekkel a számokkal tisztában kellett lenniük, mivel ez alapján tudnak a készleteikkel gazdálkodni. A nyitások alkalmával a gyakorlatlan pályázók nem készültek fel megfelelően, így akadt olyan dohány bolt ahol bizonyos cigaretta márkákból hiány lépett fel. A felmérés azt mutatja, hogy a dohányosok 2,8%-a nem trafikokban szerzi a cigarettát. Az arányuk nem túl magas mégsem elhanyagolható, mivel ezek a fogyasztók a feketekereskedelemről elégítik ki szükségleteiket. A dohányzó vásárlók többek között ezekkel a termékekkel egészítik ki a kínálatot. Ez rámutat arra, hogy sokan egy helyen szeretnék elintézni a napi bevásárlást, nem szeretnék ingázni két bolt között, ami veszélyt jelenthet a hagyományos vegyes illetve kisboltokra nézve.

Felmérés a fiatalok dohányzásával kapcsolatban

14. ábra



Forrás: Primer kutatás

A jogszabályalkotóknak a dohányzás visszaszorítása a fő céljuk az új hálózat kialakításával, ami a reményeik szerint hosszútávon megvalósítható. A lakosság nem látja ilyen pozitívan a helyzetet. A középkorúak pesszimistábbak, mint a fiatalabb korosztály. A 19 és 25 év között 44,8%-uk, 26 és 35 év közöttiek több mint a fele egyáltalán nem gondolja úgy, hogy

ez befolyásolná a dohányfogyasztást, viszont a 36 év közöttiek 'többé-kevésbe' 42,3%-a változásra számít.

Előzetes prognózis szerint a jövőben a fiatalok dohányosok száma csökkenő tendenciát kell, hogy mutasson. A szigorú szabályozások és ellenőrzések hatása a jövő évtől már kimutatható. A 19 és 25 éves korosztály 24%-a kismértékben, ugyan de csökkenésre számít, bár úgy gondolják nem feltétlenül az új szabályozás hatására. A fiatalok dohányzásában a középkorúak 56%-a egyáltalán nem lát semmilyen változást.

Az idősebb korosztály ebben az esetben is optimistábbnak mondható, mivel 30,8%-uk abszolút csökkenésre számít ezen a téren és a kevésbé optimisták száma is 42,3%-ot mutat ebben a korosztályban.. Az életkor és a dohányzás megítélése között mindkét esetben szignifikáns kapcsolt mutatható ($p < 0,005$).

A megkeresett dohánybolt tulajdonos sok visszatérő vendéggel büszkélkedhet, bár a csökkenő trend ezt a dohányboltot is elérte. A visszatérő nagykorú vásárlók között számos kiskorú is akadt, körülbelül 10-15-en próbálkoztak személyazonosításra alkalmas igazolás hiányában dohánytermékhez jutni, hiába.

A felmérések azt mutatják, hogy azokban az országokban, ahol a cigaretta ára tartósan magas valamint a szabályozás is szigorúbb, csökken a 18 éven aluli dohányosok száma. Európai viszonylatban is kiemelkedő az angliai példa ahol az utóbbi időben kimutatható csökkenés jelentkezett a fiatalok dohányosok számában.

4.4 A dohányzók környezetének vizsgálata

Hazánk az Európai Unió tagjaként részt vesz abban az európai kezdeményezésben, amely a dohánytermékek forgalmazásának szabályozását koordinálja, az itt hozott döntések ránk is kötelező jelleggel érvényesek (European Commission, 2013). A folyamatnak több fő vonala is van, egyik ilyen az ellenmarketing, amelyben különféle üzenetekkel hívják fel a fogyasztók figyelmét a dohányzás veszélyeire. Kérdőíreinket megkérdeztük, hogy mennyire befolyásolják őket ezek a figyelmeztetések. Kiderült, hogy a szöveges üzenetek hatásfoka csekély, alig egy ötödük figyel rájuk, a többségre egyáltalán nincsenek hatással. A képes üzenetek hatásosabbak, jobban vonzzák a figyelmet, ezt támasztotta alá felmérésünk is.

Válaszadóink 19,44 százalékát befolyásolja a cigaretta csomagolásán megjelenített elrettentő üzenet. A dohányzók az ellenmarketing hatására tudatosabban nyúlnak a cigarettához, jobban figyelembe veszik annak káros hatásait, ami megnöveli az esélyt a leszokásra.

Kutatásunk szerint a cigaretta dobozán megjelenő szöveges elrettentő üzenet hatásfoka meglehetősen csekély, válaszadóink többségének fogyasztási szokásait ez a fajta módszer egyáltalán nem befolyásolja. A dohányzók csupán 5 százaléka nyilatkozta, hogy befolyásolja őket, és az utóbbi hónapban kevesebbet gyújtanak rá, ami a kevésbé intenzíven dohányzók számának kevesebb, mint tizede. Hasonló adatokat kapunk, ha a figyelmeztető üzenetek képes formáját vesszük górcső alá. A képes üzenetek a dohányzók 5 százalékát befolyásolják eredményesen, ami a kevesebbet dohányzók ötöde.

Magyarországon 2012. január 1-től nem lehet dohányozni zárt és/vagy közforgalmú területen, például éttermekben, munkahelyeken vagy bárokban. Felmérésünkben az intézkedésről pozitívan nyilatkoztak, a válaszadók túlnyomó többsége egyetért a szabályozással, ami főleg a passzív dohányosok védelmére irányul. Több mint felük szinte soha, vagy egyáltalán nincs kitéve a passzív dohányzás veszélyének, harmaduk is csak 1 óránál kevesebb ideig. A passzív dohányzás veszélyeinek kitett személyek 48,3 százaléka 25 éven aluli, annak ellenére, hogy ennek a korosztálynak a 88,1 százaléka jár olyan intézménybe, ahol a tiltás teljes körű. Harmaduk nyilatkozta, hogy intézményükben a dohányzás tiltott, mégis ki vannak téve a passzív dohányzásnak. Az idősebb munkaképes korosztálykétharmada dolgozik olyan helyen, ahol a dohányzás teljes körűen tiltott, miközben 25,3 százaléka nyilatkozta azt, hogy ugyanott 0-5 óráig van kitéve a dohányzás okozta füstnek. Arra lehet következtetni, hogy az oktatási intézményekben és a munkahelyeken sokan nem tartják be a szabályozást. Ez főleg az oktatási intézményekben jelent nagy veszélyt, mivel ott a legnagyobb a rákszokási esély. A fiatalok befolyásolhatóbbak, hajlamosabbak követni a rossz példát.

A kutatásból kiderült, hogy a fent említett intézkedések és a fogyasztás csökkenése között közepesen erős kapcsolat áll fenn. A dohányzók 14 százaléka egyetért a zárt, közforgalmú területeken való dohányzás betiltásával és az utóbbi időben kevesebbet is gyújt rá. A módszer hatékonynak mondható, nemcsak a passzív, de az aktív dohányzókat is figyelembe véve. A munka vagy az étkezés közben jelentkező kísértés a dohányzás betiltásával

valószínűsíthetően csökken, ami hozzájárul e területek légkörének tisztaságához és az emberek közegészségének javulásához.

5. ÖSSZEGZÉS

Az emberiség évszázadok óta rabja a dohányzásnak, káros hatásait későn sikerült kimutatni, amikor a jelenség már világszerte elterjedt volt. Azóta számos nemzetközi és egyéni szerepvállalást láthattunk a dohányzás visszaszorítása érdekében, és ezek számos sikereket értek el. A dohánytermékek ára drasztikusan megnőtt a megemelt adóknak köszönhetően, így minden egyes eladott cigaretta hozzájárul a dohányzás elleni harchoz. A dohányzás életterét is sikerült szűkíteni, ma már szinte minden országban szabályozott, hogy hol lehet rágyújtani és hol nem. Továbbá a cigaretta dobozok felületének nagy része figyelmeztető üzenet, amely tájékoztatja a fogyasztót a termék veszélyeiről.

Magyarország ebben a tekintetben az élen jár, a dohányzás tiltott minden zárt, közforgalmú intézményben, munkahelyeken és buszmegállóknál. Az ebben az évben meghozott új kiskereskedelmi törvény is a dohányzást hivatott visszaszorítani, főleg a fiatal korosztály körében.

Magyarországon az utóbbi időszakban megnőtt a dohánytermékek ára, de ez veszélyeket is hordoz magában. Primer kutatásunkból kiderült, hogy az alacsony keresetű fogyasztók között nagyobb a dohányzási hajlandóság, közülük többen többet gyújtanak rá, mint pár hónappal ezelőtt. A fogyasztási szokások kezdenek átalakulni, a hagyományos cigaretta mellett egyre népszerűbb annak „tekert” változata, mely alacsony árával vonzó alternatívát jelent a fiataloknak és az alacsony jövedelmű fogyasztóknak. Az előállított és elfogyasztott dohány mennyisége ennél fogva alig változott, csak a belőle származó adójövedelem lett kevesebb. Az árnövekedés az illegális kereskedelemnek is kedvez, egyre többen vásárolnak zárjegy nélküli cigarettát a nemzeti dohányboltok kikerülésével. A feketepiac egyaránt káros a fogyasztókra és az államra, mivel az ellenőrizetlen áru akár károsabb is lehet az egészségre, mint a hagyományos, nem beszélve arról, hogy az ilyen termékből nem származik adóbevétele. Hazánk keleti és déli határai a Schengeni Egyezménynek köszönhetően különösen védettek, de a feketekereskedelemnek így is sikerült eddig beférkőznie az európai piacra. A határok szigorúbb védelme, és a belső forgalom

hatékonyabb ellenőrzése minden esetben hozzájárul az illegális kereskedelem visszaszorításához és ezáltal a dohányzás elleni küzdelem sikeréhez.

Dohányterméket 2013. július 1-től csak Nemzeti Dohányboltokban lehet forgalmazni szigorúan ellenőrzött környezetben. A kiskorúak nem tartózkodhatnak ezekben a boltokban, és dohánytermékkel is csak a személyi igazolvány bemutatása után tud szolgálni az eladó. Az intézkedés egyedülálló Európában, ugyan az öreg kontinens országaiban is megtalálhatóak a dohányboltok, a hazánkéhoz hasonló rendszer csak Franciaországban található. Az új rendszer a társadalom bizonyos részeiben elégedetlenséget szült, sokan nehéznek találták az alkalmazkodást annak drasztikus és gyors bevezetésének köszönhetően.

Ezen kívül látható, hogy a vásárlók nagy része nem elégedett az új kiskereskedelmi egységekkel, számos panasz hallható a szolgáltatások minőségéről és a dohányboltok nem optimális elhelyezkedéséről. A vásárlók többsége nehezményezi az eladók felkészületlenségét, amivel a vásárlást szükségszerűtlenül meghosszabbítják. Az alkalmazottak képzésével, a tapasztalt eladók nagyobb arányú bevonásával ezt az akadályt könnyen le lehet küzdeni.

A nagy városokban és a fővárosban élők többsége elégedett az üzlethelyiségek elhelyezkedésével és számával, de sokan hangoztatták, hogy az új rendelkezés óta hosszú percekkel kell sétálniuk a legközelebbi boltba. Más helyeken egy adott utcában akár több ilyen üzlethelyiség is található. A negatív vélemények főleg községekből és kisebb települések lakóitól származik, ami arra enged következtetni, hogy a vidéki kiskereskedelmi elosztást tovább kell fejleszteni. Sok településen csak egy dohánybolt található, amely a távolság miatt nem tudja maradéktalanul kielégíteni az összes fogyasztó igényét. A külföldi példákban láthattuk, hogy a probléma könnyedén megszüntethető. Spanyolországban a koncessziós pályázat során figyelembe veszik a dohányboltok egymástól való távolságát. Ily módon nem jöhet létre olyan abszurd helyzet, hogy két üzlet egymástól csak pár lépésre helyezkedik el, míg máshol hosszú percekkel kell sétálni egy trafikig.

A dohányboltokat a vásárlók termékportfóliójuk ellenére nem tekintik hagyományos üzleteknek, csak dohányterméket vásárolnak ott. Ha a jelenlegi tendenciát nézzük, kijelenthető, hogy a dohányboltok nem jelentenek veszélyt a vegyes, illetve kisboltokra, azoknak egyelőre nem kell tartaniuk a kiskereskedelem átrendeződésétől. Ugyanakkor nem ritka eset, hogy egy dohánybolt üzemeltetője kiegészítő termékekkel tornássza fel a jövedelmét. A dohányzó vásárlók továbbá szeretnék kiegészíteni a jelenlegi kínálatot, jobb szeretnék egy boltban elintézni a napi bevásárlást. A hagyományos kisbolti hálózat

fenntartása érdekében egy precíz termékportfólió meghatározásra van szükség, amely felosztja a piacot a kiskereskedelmi egységek számára. A dohányboltok termékinálatának bővítése csak az érdekvédelmi szervezetek együttműködésével történhet meg, elkerülendő a hagyományos kisbolti hálózat erodálódását.

A törvény kiskorúakra vonatkozó szabályozása teljes körű, de betartása némi kétséget von maga után. A fiatalok dohányzása nem a vártan megfelelően csökkent, melyben közrejátszott az, hogy sok eladó nem tartja be a rá vonatkozó előírásokat. Az illegális kereskedelem megléte is növeli a kockázatot, egy kereskedőtől kéz alatt bárki tud cigarettát vásárolni életkorra tekintet nélkül. Feltételezhetően több kiskorú is vásárolhatott, vagy hozzájuthatott dohánytermékekhez, ami figyelembe véve a törvény legfontosabb célját, tarthatatlan állapot. Nemzeti Dohányboltba kiskorú személy ugyan nem léphet be, de ez önmagában nem gátolja meg az említetteket a dohánytermékek vásárlásától és fogyasztásától. Továbbá a dohányzó szülő vásárlás alatt gyermeke nem kísérheti el, ami kisgyermekeseknél több mint bosszantó kellemetlenség. A kiskorúak dohányboltokban való tartózkodását tiltó szabálynak nincs jelentős hatása, inkább egy elviselendő kellemetlenség. A 18 éven alatti korosztályt a káros hatások ismertetésével, az előírások precízebb betartásával és a felnőttek felelősebb szerepvállalásával lehet és kell távol tartani, illetve leszoktatni a dohányzásról.

Meg kell említeni, hogy a dohányzás egész társadalmunkon belüli csökkentése az állam szerepvállalása nélkül nem oldható meg. Célratoróbb szabályozással, közoktatási programokkal, prevenciós eseményekkel a társadalom elérheti, hogy végre kigyógyuljon ebből az évszázados betegségből. Kiváló példa erre a dohányzás közintézményekben való betiltása, amivel nemcsak a nemdohányzó fiatalok számára teremtünk tisztább életkörnyezetet, hanem a prevalencia-vezérelt, leendő dohányzók arányát is csökkentjük.

Magyarország az elmúlt időszakban nagyot lépett előre a dohányzás elleni küzdelemben, a társadalom a nemzetközi trendeknek megfelelően egy átfogó szabályozási folyamaton ment keresztül. A nemzetközi gyakorlat azt mutatja, hogy a dohányzás szigorú keretek között tartása pozitívan hat az általános közegészségre. Magyarország a rendszerváltás előtti nemtörődöm politika felhagyásával belépett a WHO dohányzás elleni keretegyezményébe, és ezáltal bevezette a dohányzás szabályozásáról és tiltásáról szóló hatályos törvényeket. Hazánk lakosságának nagy része még mindig rendszeres dohányzó, de a nemzetközi példák már bizonyították, hogy hatékony fellépéssel és szabályozással kezelhető ez a „betegség”. Hazánk az új kiskereskedelmi törvénnyel, a dohányzás életterének csökkentésével és a

dohánycikkek árának növelésével bizonyította szándékát, hogy nem kíván sokáig Európa asztmás betege maradni.

Irodalomjegyzék

Könyvek:

1. Allen Carr [2004]: Hogyan tartsd távol gyermeked a dohányzástól, Budapest: Mágus, cop.
2. Demjén Tibor [2007]: Dohányzás visszaszorítása, kiad. az Országos Egészségfejlesztési Intézet, Budapest: OEFI
3. Kovács Gábor [2010]: Dohányzás és leszokás. Budapest: Medicina
4. Selymes Orsolya [2010]: Hogyan ne szokjunk le a dohányzásról? : függőségoldás egy életre / Selymes Orsolya. (Budapest, Jaffa, cop.)
5. Szilágyi Tibor [2007]: Passzív dohányzás és a vendéglátó-ipari egységek [közread. az] Egészségünkért a XXI. Században Alapítvány, Budapest
6. Szilágyi Tibor [2004]: Tobacco control in Hungary: past, present, Budapest

Tanulmányok:

1. Demjén Tibor, Kiss Judit, Bóti Edina, Lőrík Eszter, Papp Noémi, Dr. Kovács Dorina [2009]: GLOBAL YOUTH TOBACCO SURVEY (GYTS) Nemzetközi Ifjúsági Dohányzásfelmérés 2008. MAGYARORSZÁG ZÁRÓTANULMÁNY, Budapest 3-36p
2. Comunidad Valenciana [2013]:Guía de iniciación Fiscal y Laboral, Valencia 3-5p
3. European Comission [2012]: Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning the manufacture, presentation and sale of tobacco and related products, Brussels 1-35p
4. KPMG [2013]: Project Star Results, Genf 9-16.p
5. L Currie, J Townsend, M Leon Roux, F Godfrey, S Gallus, AB Gilmore, D Lev, L Nguyen, G Rosenqvist, L Clancy [2012]- Policy Recommendationsfor Tobacco Taxationinthe European Union Integrated Research Findingsfromthe PPACTE project, EU 1-15p
6. Nomisma [2012] The European Tobacco Sector an analysis of the socio-economicfootprint Bologna 13-33p
7. Parlamento de Espana: [1998] Ley 13/1998, De 4 De Mayo, De Ordenación Del Mercado De Tabacos Y Normativa Tributaria, Madrid

8. Pénzes Melinda, Prof. Balázs Péter [2012]: Dohányzásellenes intézkedések hatékonyságának megítélése serdülők körében, Egészségtudomány, LVII. Évfolyam, 2013. 1. szám, Budapest
9. SpecialEurobarometer 332 [2010] :TNS Opinion&Social: Tobacco, Brussel
10. WHO [2011]: Report on the Global Tobacco Epidemic, 2011: Warning about the dangers of tobacco., Geneva

Cikkek:

1. Adó [2013]:
<http://ado.hu/rovatok/ado/nottek-a-dohanytermekek-utani-adobeveletek>(2013. október 22.)
2. Academic [2012]:
<http://academic.udayton.edu/health/syllabi/tobacco/history.htm> (2013. október 12.)
3. BBC [2011]: <http://www.bbc.co.uk/news/health-11844169> (letöltés:2013. október 12.)
4. British American Tobacco [2013]:
http://www.bat.hu/group/sites/BAT_82BLKL.nsf/vwPagesWebLive/DO82BLS8?opendocument&SKN=1(2013. október 29.)
5. Délmagyar[2012]:
http://www.delmagyar.hu/belfold_hirek/baki_egy_orai_g_elt_csak_a_kaszino-dohanyzas_rendelete/2257472(2013. október 22.)
6. Kocsis Piroska [2009]: Sikertelen támadás a dohányzók ellen. Az Országos Füstmentes Egyesület a rendszerváltás előtt., Budapest
7. European Commission [2013]:
http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/Tobacco/Documents/tobacco_fr_en.pdf 72.o
8. Eisler József [2011] Dohánytermesztési adatok:
<http://www.madosz.hu/index.php?mod=1&akc=olvas&cid=357>(2013. október 29.)
9. Eurostat [2013]:
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Population_and_population_change_statistics(letöltve:2013. október 14.)

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php?title=File:Manufacture_of_tobacco_products_\(NACE_Division_16\)_Index_of_production,_EU-27_\(2000%3D100\).PNG&filetimestamp=20100803145948](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php?title=File:Manufacture_of_tobacco_products_(NACE_Division_16)_Index_of_production,_EU-27_(2000%3D100).PNG&filetimestamp=20100803145948)(2013. október 14.)

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-13-002/EN/KS-SF-13-002-EN.PDF(2013.október 17.)
http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_co3_c&lang=en(2013.október 17.)

10. Fókuszpont [2013]:

<http://www.fokuszpont.dohanyzasvisszaszoritasa.hu/hu/content/evsz-dohanyzas-ellenorzesi-keretegyezmey-iranyelvek-jegyzokonyvek-jelentesek>(letöltés:2013.október 22)

<http://www.fokuszpont.dohanyzasvisszaszoritasa.hu/hu/content/dohanyfustmentes-europaert-az-europai-unio-lehetosegei> (2013.október 22.)

11. Framework Convention Alliance [2013]: <http://www.fctc.org/index.php/news-blog-list-view-of-all-214/world-no-tobacco-day> (2013.október 17.)

12. Gazdasági Rádió [2011]: <http://gazdasagiradio.hu/cikk/72560>(2013. október 22.)

13. Győr-Moson-Sopron Megyei Kormányhivatal Népegészségügyi Szakigazgatási Szervének [2013]:
<http://www.antsznydr.hu/index.php/sajtoszoba/3-sajtoszoba/297-nemdohanyzok-vedelme>(2013. október 22.)

14. HVG [2013]

http://hvg.hu/gazdasag/20131107_700-trafikban_adtak_fiatalkorunak_cigaret#(2013-11-07)

15. Humanillness [2013]:

<http://www.humanillnesses.com/original/T-Ty/Tobacco-Related-Diseases.html>(2013.október 12.)

16. ILO [2012]:

http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/WCMS_071230/lang-en/index.htm(2013.október 12.)

17. Index [2013]:

<http://index.hu/gazdasag/2013/09/16/csempesz cigik>(letöltve:2013. október 24.)

<http://index.hu/gazdasag/2013/07/01/trafik>(letöltve:2013. október 27.)

http://index.hu/gazdasag/2013/09/11/dohany_jovedeki_ado(letöltve:2013. október 22.)

http://index.hu/gazdasag/2013/09/19/durva_novekedes_a_cigaretta_feketepiacon (letöltve:2013-11-07)

18. KSH [2012]:

<http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/stattukor/haztfogy/haztfogyhavi1212.pdf>(letöltés:2013.október 29.) 26p

- <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/jel/jel1306.pdf>(letöltés: 2013.október 29.) 1-15p
- http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/thk/thk10_egeszseg.pdf(letöltés:2013.október 29.) 25-26p
19. Napigazdaság [2012]:
<http://www.napigazdasag.hu/erosen-csokkent-a-cigaretta-jovedekiado-bevetele>(2013. október 22.)
20. Népszabadság Online [2011]: http://nol.hu/lap/gazdasag/20111228-az_invalidusok_trafikjoga?ref=sso (2013. október 26.)
21. Origo [2013]:
<http://www.origo.hu/itthon/20131008-betiltjak-a-mentolos-cigit.html>(Letöltve:2013. október 21.)
<http://www.origo.hu/itthon/20130221-az-illegalis-es-a-netes-kereskedelem-miatt-dolhetnek-be-a.html> (letöltve:2013. november 3.)
22. Philip Morris International [2013]:
http://www.pmi.com/en_cz/our_products/pages/about_tobacco.aspx(2013.október 12.)
23. Riportlinker [2013]
<http://www.reportlinker.com/p0137330-summary/Global-Tobacco.html>(2013.október 12.)
24. The Tobacco Atlas [2013]:
http://www.tobaccoatlas.org/uploads/Images/PDFs/Tobacco_Atlas_2ndPrint.pdf 17.o (2013.október 12.)
http://www.tobaccoatlas.org/industry/growing_tobacco/text (2013.október 12.)
http://tobaccoatlas.org/uploads/Images/PDFs/TA4_pdf_world_tables.pdf(2013.október 12.)
25. Tobacco Control Laws [2013]:
<http://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/France/France%20-%20Decree%20No.%202004-68.pdf> 1-10p
26. Tobacco in Australia [2013]: <http://www.tobaccoinaustralia.org.au/chapter-1-prevalence/1-13-international-comparisons-of-prevalence-of-sm>(2013.október 14.)
27. TradersHuddle [2013]: Performance Data of China Cigarette Manufacturing Industry
28. WHO [2013]:
http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/85380/1/9789241505871_eng.pdf (letöltés:2013.október 14.) 59.o
http://www.who.int/tobacco/mpower/mpower_report_prevalence_data_2008.pdf (letöltés:2013.október 14.)

<http://www.who.int/fctc/guidelines/resourceslist.pdf> (letöltés:2013.október 17.)

http://www.who.int/tobacco/global_report/2013/technical_note_iii.pdf(letöltés:2013.október 26.)

<http://www.who.int/fctc/about/history/en>(letöltés:2013.október 17.)

http://www.who.int/fctc/guidelines/article_5_3.pdf(letöltés:2013.október 18.)

http://gamapserver.who.int/gho/interactive_charts/tobacco/use/atlas.html(2013.október 14.)

29. Vállalkozóinegyed [2013]:<http://www.vallalkozoinegyed.hu/20130124/millios-birsagok-dohanyzas-miatt>(2013. október 22.)

Jogszabálygyűjtemény

- Az Egészségügyi Világszervezet Dohányzás-ellenőrzési Keretegyezménye (kihirdetve: 2005. évi III. törvény)
- 102/2005. (X. 31.) FVM rendelet a dohánytermékek gyártásáról, forgalmazásáról és ellenőrzéséről
- 46/2003. (IV.16.) OGY határozat az Egészség Évtizedének Johan Béla Nemzeti Programjáról
- 16/1968. (IV. 9.) Korm. rendelet a dohány termeléséről, feldolgozásáról, forgalomba hozataláról és jövedéki ellenőrzéséről
- 77/1982. (XII. 20.) MT rendelet a dohány termeléséről, feldolgozásáról, forgalomba hozataláról és jövedéki ellenőrzéséről szóló 16/1968. (IV. 9.) Korm. rendelet módosításáról
- 1993. évi XCIII. törvény a munkavédelemről
- 1949. évi XX. törvény a Magyar Köztársaság Alkotmányáról
- 1992. évi LXXIX. törvény a magzati élet védelméről
- 1995. évi LXIV. törvény a Gyermekek és Ifjúsági Alapról, a Nemzeti Gyermekek és Ifjúsági Közalapítványról, valamint az ifjúsággal összefüggő egyes állami feladatok ellátásának szervezeti rendjéről
- 1996. évi I. törvény a rádiózásról és a televíziózásról
- 1997. évi LVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenységről
- 1999. évi XLII. törvény a nemdohányzók védelméről és a dohánytermékek fogyasztásának, forgalmazásának egyes szabályairól

- 2003. évi CIII. törvény a határokat átlépő televíziózásról szóló európai egyezményt módosító, Strasbourgban, 1998. szeptember 9-én kelt (október 1-jén elfogadásra megnyitott) Jegyzőkönyv kihirdetéséről
- 2003. évi CXXVII. törvény a jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól
- 2008. évi XLVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól
- 2011. évi (XII. 22.) Korm. rendelet A dohánytermékek jelöléséről, valamint az egészségvédelmi bírság alkalmazásának részletes szabályairól.
- 2011. (XII. 21.) VM rendelet A dohánytermékek gyártásáról, forgalmazásáról és ellenőrzéséről szóló 102/2005. (X. 31.) FVM rendelet módosításáról
- 2011. évi XLI. törvény A nemdohányzók védelméről és a dohánytermékek fogyasztásának, forgalmazásának egyes szabályairól szóló 1999. évi XLII. törvény módosításáról
- 2012. évi CXXXIV. törvény A fiatalok dohányzásának visszaszorításáról és a dohánytermékek kiskereskedelméről
- 2012. évi CCIII. törvény A fiatalok dohányzásának visszaszorításáról és a dohánytermékek kiskereskedelméről szóló 2012. évi CXXXIV. törvény módosításáról
- 2012. évi XXVI. törvény A nemdohányzók védelméről és a dohánytermékek fogyasztásának, forgalmazásának egyes szabályairól szóló 1999. évi XLII. törvény módosításáról
- 2012. (XII. 10.) NGM rendelet Dohánytermék-kiskereskedelmi tevékenység engedélyezése során a vámhatóság által lefolytatott eljárásokért fizetendő igazgatási szolgáltatási díjamértékéről, valamint a díjak beszemértékéről, valamint a díjak beszedésének, kezelésének, nyilvántartásának és visszatérítésének részletes szabályairól
- 2012. (X. 11.) Korm. határozat A Nemzeti Dohánykereskedelmi Nonprofit Zrt. alapításához, illetve működéséhez szükséges forrás biztosítása érdekében szükséges előirányzat-átcsoportosításról
- 2013. (VI. 30.) Korm. rendelet A dohánytermék-kiskereskedők által vezetendő nyilvántartásokról, valamint a dohányboltban forgalmazott egyes termékekre vonatkozó adatszolgáltatási kötelezettség teljesítéséről
- 2013. (VI. 7.) Korm. rendelet A dohánytermék-kiskereskedelmi tevékenységhez kapcsolódó engedélyezési eljárás egyes szabályairól
- 2013. évi LXXI. törvény A dohányzással összefüggő egyes törvények módosításáról
- 2013. évi I. törvény A fiatalok dohányzásának visszaszorításáról és a dohánytermékek kiskereskedelméről szóló 2012. évi CXXXIV. törvény, valamint a jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól szóló 2003. évi CXXVII. törvény módosításáról

- 2013. (II. 14.) Korm. rendelet A dohánytermékek előállításáról, forgalomba hozataláról és ellenőrzéséről, a kombinált figyelmeztetésekről, valamint az egészségvédelmi bírság alkalmazásának részletes szabályairól
- 2012. (X. 11.) Korm. határozat A Nemzeti Dohánykereskedelmi Nonprofit Zrt. alapításához, illetve működéséhez szükséges forrás biztosítása érdekében szükséges előirányzat-átcsoportosításról
- 2013. (VI. 30.) Korm. rendelet A dohánytermék-kiskereskedők által vezetendő nyilvántartásokról, valamint a dohányboltban forgalmazott egyes termékekre vonatkozó adatszolgáltatási kötelezettség teljesítéséről
- 2013. (VI. 7.) Korm. rendelet A dohánytermék-kiskereskedelmi tevékenységhez kapcsolódó engedélyezési eljárás egyes szabályairól
- 2013. évi LXXI. törvény A dohányzással összefüggő egyes törvények módosításáról
- 2013. évi I. törvény A fiatalok dohányzásának visszaszorításáról és a dohánytermékek kiskereskedelméről szóló 2012. évi CXXXIV. törvény, valamint a jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól szóló 2003. évi CXXVII. törvény módosításáról
- 2013. (II. 14.) Korm. rendelet A dohánytermékek előállításáról, forgalomba hozataláról és ellenőrzéséről, a kombinált figyelmeztetésekről, valamint az egészségvédelmi bírság alkalmazásának részletes szabályairól

Mellékletek

Kvantitatív kutatás

A dohányzási szokásokról

1. Ön Betöltötte már a tizenhatodik életévét?

Igen

Nem

2. Ön Dohányzik?

Igen, rendszeresen

Igen, ritkán

Nem, de próbáltam

Nem, leszoktam

Nem, és nem is tervezem

A következő kérdések a dohányzási szokásaira irányulnak

3. A cigarettát illetően melyik állítás illik önre a leginkább?

Mindennap dohányzom

Hetente párszor dohányzom

Ritkán dohányzom

Dohányoztam, de abbahagytam

Soha nem dohányoztam

4. Az e-cigarettaát illetően melyik állítás illik önre a leginkább?

Mindennap használom

Hetente párszor használom

Ritkán használom

Használtam, de abbahagytam

Soha nem használtam

5. Önt mennyire befolyásolják dohányzási szokásaiban a cigaretta dobozokon lévő káros hatásokra felhívó írásos üzenetek?

Egyáltalán nem befolyásolnak

Befolyásolnak

Nagy mértékben befolyásolnak

6. Önt mennyire befolyásolják dohányzási szokásaiban a cigaretta dobozokon lévő káros hatásokra felhívó képes üzenetek?

Egyáltalán nem befolyásolnak

Befolyásolnak

Nagy mértékben befolyásolnak

7. Az elmúlt pár hónapban történt-e bármilyen változás a dohányzási szokásait illetően?

Nem történt

Többet dohányzom

Kevesebbet dohányzom

A következő kérdések az ön környezetével kapcsolatosak

8. Az ön háztartásában van olyan, aki naponta, vagy nagyon gyakran dohányzik?

Egyedül élek

Van

Nincs

9. Az ön környezetében van-e 18 éven aluli dohányzó?

Igen

Nem

Nem válaszolok

10. Tapasztalt-e valamilyen változást a fiatalkorúak dohányzási szokásaiban az elmúlt pár hónapban?

Nem

Csökkenést tapasztaltam

Növekedést tapasztaltam

11. A munkahelyén, iskolájában mennyi időre van kitéve a cigarettafüstnek egy munkanap alatt?

Több, mint 5 órát

1 és 5 óra között

1 óránál kevesebb

Szinte soha

Soha

Otthon dolgozom

12. Az alábbiak közül melyik állítás írja le a legjobban az ön munkahelyén illetve iskolájában alkalmazott dohányzást korlátozó intézkedéseket?

A beltéri dohányzás tiltott

A beltéri dohányzás csak az arra kijelölt helyeken végezhető

A beltéri dohányzás néhol tiltva van, néhol engedélyezve

A beltéri dohányzás egyáltalán nincs korlátozva

Otthon dolgozom, tanulok.

13. Ön egyetért e azzal, hogy az éttermekben betiltották a dohányzást?

Teljesen egyetértek

Egyetértek

Nem érdekel

Ellenzem

Teljesen ellenzem

14. Ön egyetért e azzal, hogy a vendéglátó, illetve szórakozóhelyeken betiltották a dohányzást?

Teljesen egyetértek

Egyetértek

Nem érdekel

Ellenzem

Teljesen ellenzem

15. Ön ellenzi az irodákban és egyéb beltéri munkahelyeken a dohányzás korlátozását?

Egyáltalán nem ellenzem

Nem ellenzem

Nem érdekel

Ellenzem

Teljesen ellenzem

A következő kérdések a vásárlási szokásaira vonatkoznak

16. Ön milyen gyakran vásárol dohányárut egy héten?

Nem dohányzom

Egyszer

Egynél többször

Naponta többször

17. Egy vásárlás során milyen mennyiségben vásárol cigarettát?

Nem szívok cigarettát

Egy doboz

Két doboz

Több doboz

Karton

Ennél több

18. Egy vásárlás során mennyit szokott költeni?

0-500

501-1000

1001-2000

2001-5000

Ennél több

19. Havonta mennyit költ dohánytermékekre?

2500 Ft alatt

2501-5000 Ft

5001-10000 Ft

10001-15000 Ft

15000 Ft felett

20. Vásárolt már dohányterméket az interneten keresztül?

Nem, és nem is tervezem

Nem próbáltam, de tervezem

1-10 alkalommal

Gyakran

Mindig

21. Hány alkalommal találkozott csempészett dohányáruval az elmúlt 4 hónapban?

Soha

Egy-két alkalommal

Gyakran

Mindig

22. Tegye növekvő sorrendbe az alábbi tényezőket aszerint, hogy azok mennyire fontosak önnek dohánytermék vásárlásakor!!

Márka

Minőség

Árszínvonal

Ízesítés

Csomagolás

Kiszereelés

23. Ön a nap melyik részében vásárol dohányterméket?

Nem dohányzom

Reggel

Délelőtt

Délután

Este

Éjszaka

A következő kérdések a dohánytermékek forgalmazásának szabályozásával kapcsolatosak

24. Igazságosnak tartja a Nemzeti Dohányboltok koncessziós pályázatának elbírálását?

Teljes mértékben

Többé-kevésbé

Kis mértékben

Egyáltalán nem

25. Mennyire elégedett a Nemzeti Dohányboltok szolgáltatásaival?

Teljes mértékben

Többé-kevésbé

Kis mértékben

Egyáltalán nem

26. Ön szerint mennyire tartják be a Nemzeti Dohányboltok alkalmazottai a rájuk vonatkozó előírásokat a fiatalkorúak kiszolgálásával kapcsolatban?

Teljes mértékben

Többé-kevésbé

Kis mértékben

Egyáltalán nem

27. Mit szokott vásárolni a Nemzeti Dohányboltokban a dohánytermékeken kívül?

Semmi mást

Kávé

Fagyi

Üdítő

Rágógumi

Rágcsálnivaló

Újság

Alkoholos ital

28. Ön milyen más termékeket látna szívesen a Nemzeti Dohányboltok polcain?

29. Milyen messze van öntől a legközelebbi Nemzeti Dohánybolt?

50 méternél kevesebb

51-150m

151-250m

250-500

500-1000m

1000 méternél több

30. Önt pozitívan érintette az új dohány kiskereskedelmi struktúra?

Igen

Nem

Kérem, indokolja meg a választát:

A következő kérdések személyes jellegűek

31. Életkora

16-18

19-25

26-35

36-50

51-63

64-

32. Lakhelye?

Főváros

Megyeszékhely

Város

Község

33. Családi állapota?

Egyedülálló

Párkapcsolatban élek

Házas

Elvált

Özvegy

34. Van gyermeke?

Igen

Nem

35. Mennyi a havi jövedelme?

90000 Ft alatt

90001-150000 Ft

150001-250000 Ft

250001-350000 Ft

350000 Ft felett