

Thực trạng vi phạm quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá tại các điểm bán lẻ thuốc lá tại 5 thành phố trực thuộc trung ương ở Việt Nam năm 2017

Lê Thị Thanh Hương¹, Trần Thị Vân Anh²

Tóm tắt:

Mục tiêu nghiên cứu: Mô tả thực trạng vi phạm quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá tại các điểm bán lẻ thuốc lá tại 5 thành phố trực thuộc trung ương của Việt Nam năm 2017. Thiết kế nghiên cứu cắt ngang mô tả được áp dụng, cỡ mẫu gồm 1.385 điểm bán lẻ thuốc lá tại 5 thành phố Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh và Cần Thơ từ tháng 5/2017 đến tháng 11/2017. Số liệu về tình hình vi phạm được ghi nhận qua bảng kiểm quan sát. Tỷ lệ điểm bán lẻ thuốc lá vi phạm quy định về quảng cáo thuốc lá tại 5 thành phố là 69,9%. Có 82,5%% điểm bán lẻ thuốc lá tại 5 thành phố vi phạm quy định về trưng bày thuốc lá quá 1 bao, 1 tút hoặc 1 hộp của 1 nhãn hiệu thuốc lá và 1,6% điểm bán vi phạm quy định về khuyến mại thuốc lá. Tình trạng quảng cáo, trưng bày và khuyến mại thuốc lá diễn ra phổ biến với tỷ lệ vi phạm cao tại các điểm bán lẻ thuốc lá tại 5 thành phố trực thuộc trung ương của Việt Nam. Nghiên cứu khuyến nghị cần tăng cường thực thi nghiêm quy định cấm quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán lẻ.

Từ khóa: quảng cáo, khuyến mại, thuốc lá, điểm bán lẻ, 5 thành phố, Việt Nam, 2017

The violation of the bans on tobacco advertising and promotion at points of sale in 5 largest cities of Vietnam in 2017

Le Thi Thanh Huong¹, Tran Thi Van Anh²

Abstract:

Objective: To describe the violation of the ban on tobacco advertising and promotion at points of sale in 5 cities of Vietnam in 2017. Subject and method: A cross-sectional study was conducted with a sample size of 1.385 tobacco points of sale (POSs) in 5 cities of Hanoi, Hai Phong, Da Nang, Hochiminh City, Can Tho from 5/2017 to 11/2017. The data was collected through an observational checklist. Results: 69.9% of POSs violated the ban on tobacco advertising in 5 cities. The proportion of POSs in 5 cities violated the ban on tobacco display when displayed more than one pack, one carton or box of one tobacco brand was 82.5% and 1.6% of POSs violated the

ban on tobacco promotion. Conclusion: The status of tobacco advertising, display and promotion at POSs was common with a high violation rate in 5 largest cities in Vietnam. The study suggests a strict implementation of the bans on tobacco advertising and promotion at POSs.

Keyword: advertising, promotion, tobacco, points of sale, 5 cities, Vietnam , 2017

Tác giả:

1. Trường Đại học Y tế công cộng
2. University of North Carolina (UNC Hà Nội)

1. Đặt vấn đề

Quảng cáo, khuyến mại thuốc lá là nguyên nhân làm giảm nỗ lực bỏ thuốc trong số những người đang hút thuốc [1], tăng số lượng người hút mới [2] và làm tăng lần thử hút đầu tiên ở đối tượng vị thành niên. Việc phơi nhiễm với quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại điểm bán lẻ có liên quan mật thiết với tính nhạy cảm với hút thuốc lá của sinh viên [3,4]. Nghiên cứu của Pierce và cộng sự (1998) trên đối tượng là các trẻ vị thành niên sinh sống tại California đã ước tính rằng, trong năm 1993, 34% các trường hợp thử hút thuốc ở thanh thiếu niên California được quy cho quảng cáo và tiếp thị thuốc lá [5]. Các nghiên cứu cũng đã khẳng định rằng, việc cấm trưng bày thuốc lá tại điểm bán lẻ sẽ góp phần làm giảm tỉ lệ trẻ phơi nhiễm với các sản phẩm thuốc lá và dẫn tới giảm tỉ lệ trẻ hút thuốc [6].

Tại Việt Nam, quảng cáo và khuyến mại thuốc lá đã bị cấm hoàn toàn tại Điều 9 của Luật Phòng chống tác hại của thuốc lá (PCTHTL) [7]. Luật Quảng cáo năm 2012 cũng xếp thuốc lá vào nhóm mặt hàng bị cấm quảng cáo [8]. Cùng với đó, Chính phủ Việt Nam cũng đã ban hành một số văn bản hướng dẫn trong đó quy

định các chế tài xử phạt với các trường hợp vi phạm trong quảng cáo và khuyến mại thuốc lá. Tuy nhiên, trên thực tế, tình hình thực thi các quy định này tại Việt Nam vẫn còn nhiều bất cập. Việc vi phạm các quy định về quảng cáo, trưng bày và khuyến mại thuốc lá tại các điểm bán lẻ vẫn diễn ra khá phổ biến và khó kiểm soát, đặc biệt là xung quanh các cơ sở y tế và các cơ sở giáo dục khiến cho việc tiếp cận với thuốc lá của nhóm thanh thiếu niên và người trưởng thành trở nên dễ dàng hơn. Một nghiên cứu được thực hiện bởi Trường Đại học Y tế công cộng (ĐHYTCC) và Hội Y tế công cộng (YTCC) Việt Nam tại 1.416 điểm bán lẻ thuốc lá trên 10 tỉnh/thành phố tại Việt Nam năm 2015 cho kết quả: 40,1% điểm bán vi phạm quy định về quảng cáo thuốc lá; 86,9% điểm bán trưng bày quá 1 bao/1 tút của 1 nhãn hiệu thuốc lá và 1,6% điểm bán vi phạm quy định về khuyến mại thuốc lá. Kết quả nghiên cứu này cũng cho thấy tỷ lệ điểm bán lẻ thuốc lá vi phạm các quy định về quảng cáo thuốc lá có xu hướng tăng lên trong giai đoạn từ 2009-2015, kể cả khi Luật PCTHTL đã có hiệu lực [9].

Các thành phố lớn là nơi có mật độ dân cư cao cùng với các hoạt động thương mại dịch vụ

phát triển mạnh nên thường được các công ty thuốc lá tập trung để tiếp thị sản phẩm của họ tới người tiêu dùng. Một số thành phố có các công ty thuốc lá lớn đóng trực tiếp trên địa bàn như Công ty thuốc lá Đà Nẵng (Dataco), Tổng Công ty Thuốc lá Việt Nam (Vinataba) và Nhà máy thuốc lá Thăng Long đóng trên địa bàn Hà Nội, Công ty thuốc lá Sài Gòn tại TP Hồ Chí Minh. Trong những năm trở lại đây, các công ty thuốc lá không ngừng đưa ra nhiều chiến lược quảng cáo và khuyến mại đa dạng và hấp dẫn nhằm thu hút khách hàng đến với các sản phẩm thuốc lá của họ. Mặc dù năm 2015 Trường ĐHYTCC và Hội YTCC Việt Nam đã phối hợp thực hiện nghiên cứu điều tra tình hình vi phạm các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá tại 10 tỉnh, thành phố ở Việt Nam, nhưng chỉ có thành phố Hồ Chí Minh là thành phố trực thuộc trung ương [9]. Chính vì vậy, các thông tin về thực trạng vi phạm tại các thành phố trực thuộc trung ương chưa có và chưa được phổ biến.

Nhằm mục tiêu mô tả thực trạng vi phạm quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá tại các điểm bán lẻ thuốc lá tại 5 thành phố lớn của Việt Nam, nhóm nghiên cứu đã thực hiện khảo sát “Thực trạng vi phạm quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá tại các điểm bán lẻ thuốc lá tại 5 thành phố trực thuộc trung ương của Việt Nam năm 2017”, qua đó đưa ra một số giải pháp giúp hạn chế tình trạng quảng cáo, trưng bày và khuyến mại tràn lan như hiện nay tại các thành phố lớn của Việt Nam.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Các điểm bán lẻ thuốc lá có địa chỉ cố định: Cửa hàng tạp hóa; Đại lý thuốc lá; Siêu thị/cửa hàng tiện lợi; Quán cà phê, giải khát, rượu bia; Nhà hàng/quán ăn; Xe bán thuốc lá có địa chỉ cố định.

2.2. Thời gian và địa điểm nghiên cứu

- Thời gian nghiên cứu: từ tháng 5 – tháng 11/2017, trong đó thời gian thu thập số liệu từ tháng 7-8/2017

- Địa điểm: 5 thành phố trực thuộc trung ương của Việt Nam, bao gồm: Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Cần Thơ và Thành phố Hồ Chí Minh.

2.3. Thiết kế nghiên cứu:

Nghiên cứu mô tả cắt ngang

2.4. Cỡ mẫu và chọn mẫu

Công thức tính cỡ mẫu cho một tỷ lệ được áp dụng:

$$N = \frac{Z^2(1-\alpha/2) \times P(1-p)}{d^2} \times D$$

Trong đó: Mức ý nghĩa = 0,05; $Z(1-\alpha/2) = 1,96$; Sai số cho phép $d = 0,05$; Hệ số thiết kế $D = 2$ được áp dụng trong nghiên cứu này (chọn mẫu nhiều giai đoạn). Theo nghiên cứu thực trạng vi phạm quảng cáo và khuyến mại tại các điểm bán lẻ ở Việt Nam từ 2009 – 2015, tỷ lệ điểm bán vi phạm quy định về quảng cáo, khuyến mại thuốc lá chiếm 80% [9]. Thay vào công thức, ta được số mẫu cần lấy ở mỗi tỉnh là 246 điểm bán lẻ, dự trừ 10% không trả lời, phiếu lỗi, cỡ mẫu mỗi thành phố là 277 điểm bán lẻ. Tổng cỡ mẫu cho khảo sát là 277×5 thành phố = 1.385 điểm bán lẻ.

Tại mỗi thành phố, chọn một quận/huyện nội thành và một huyện ngoại thành. Tại mỗi quận nội thành tiến hành quan sát ngẫu nhiên 8-10 cửa

hàng trên 10 tuyến phố chính có mật độ buôn bán và quảng cáo thương mại lớn. Tại các huyện ngoại thành, toàn bộ các cửa hàng trên các tuyến phố được quan sát. Điều tra viên đi dọc tuyến phố từ số nhà nhỏ nhất (số 1) đến hết phố và lựa chọn các điểm bán phù hợp cho đến khi đủ cỡ mẫu là 277 điểm bán lẻ/thành phố. Hai điểm bán cùng loại hình phải cách nhau tối thiểu 20m.

2.5. Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu về tình hình vi phạm các quy định cấm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá tại các điểm bán lẻ được thu thập thông qua bảng kiểm quan sát vi phạm, được xây dựng bởi Trường Đại học Y tế công cộng trong cuộc điều tra về tình hình vi phạm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá tại các điểm bán lẻ tại 10 tỉnh/thành phố của Việt Nam năm 2009-2011. Bảng kiểm đã được hiệu chỉnh vào năm 2013 và tiếp tục được sử dụng trong cuộc điều tra về tình hình vi phạm quảng cáo và khuyến mại thuốc lá năm 2015 tại 10 tỉnh/thành phố và trong nghiên cứu này [9]. Sau khi được sự cho phép của chủ cửa hàng, điều tra viên đứng tại quầy bán hàng và thực hiện quan sát các hình ảnh vi phạm như trưng bày quá số lượng, có thông tin/hình ảnh về quảng cáo, khuyến mại thuốc lá xuất hiện tại các điểm bán lẻ và điền thông tin quan sát vào bảng kiểm.

2.6. Xử lý và phân tích số liệu

Số liệu định lượng thu thập được từ bộ phiếu quan sát được nhập liệu bằng phần mềm Epidata 3.1 và phân tích bằng phần mềm SPSS 22.0. Kiểm định χ^2 với mức ý nghĩa $p < 0.05$ được áp dụng để so sánh sự khác biệt về tỉ lệ vi phạm giữa các thành phố.

2.7. Đạo đức nghiên cứu

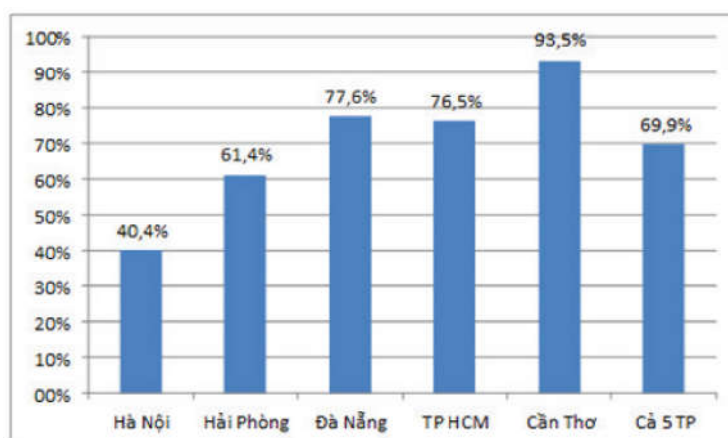
Nghiên cứu đã được Hội đồng Đạo đức của Trường Đại học Y tế công cộng thông qua tại Quyết định số 322/2017 /YTCC-HD3 ngày 15/7/2017. Việc quan sát điểm bán lẻ chỉ được thực hiện khi có sự đồng ý của chủ cửa hàng.

3. Kết quả

Tổng số có 1.385 điểm bán lẻ thuốc lá tham gia nghiên cứu tại 5 thành phố của Việt Nam. Các điểm bán được quan sát trong nghiên cứu này chủ yếu là các cửa hàng tạp hóa, đại lý thuốc lá, quán cà phê có kinh doanh thuốc lá. Trong số các điểm bán lẻ thuốc lá này, phần lớn là các cửa hàng tạp hóa (94,2%), số còn lại là các quán cà phê (5,6%) và đại lý bán thuốc lá (0,2%).

3.1. Thực trạng điểm bán lẻ vi phạm các quy định về quảng cáo thuốc lá tại 5 thành phố của Việt Nam năm 2017

Biểu đồ 1 trình bày sự vi phạm quy định cấm QC thuốc lá tại điểm bán lẻ. Tỷ lệ điểm bán lẻ thuốc lá tại 5 thành phố vi phạm quy định về quảng cáo thuốc lá là 69,9%, trong đó Cần Thơ là thành phố có tỷ lệ vi phạm cao nhất (93,5%), tỷ lệ vi phạm thấp nhất là Hà Nội với 40,4%.



Biểu đồ 1: Tỷ lệ điểm bán lẻ thuốc lá vi phạm quy định cấm quảng cáo thuốc lá tại 5 thành phố của Việt Nam (%)

Các tiêu chí vi phạm phổ biến trong quảng cáo thuốc lá bao gồm: tranh (poster) quảng cáo (66,2%); tủ trưng bày (31,9%); hộp trưng bày (27,7%); mô hình quảng cáo (26,5%); xe đẩy (14,9%).

Tỷ lệ điểm bán vi phạm các tiêu chí về quảng

cáo thuốc lá có xu hướng tăng dần từ Bắc vào Nam, tập trung phần lớn ở 2 thành phố lớn là TP. Hồ Chí Minh và Cần Thơ (Bảng 1).

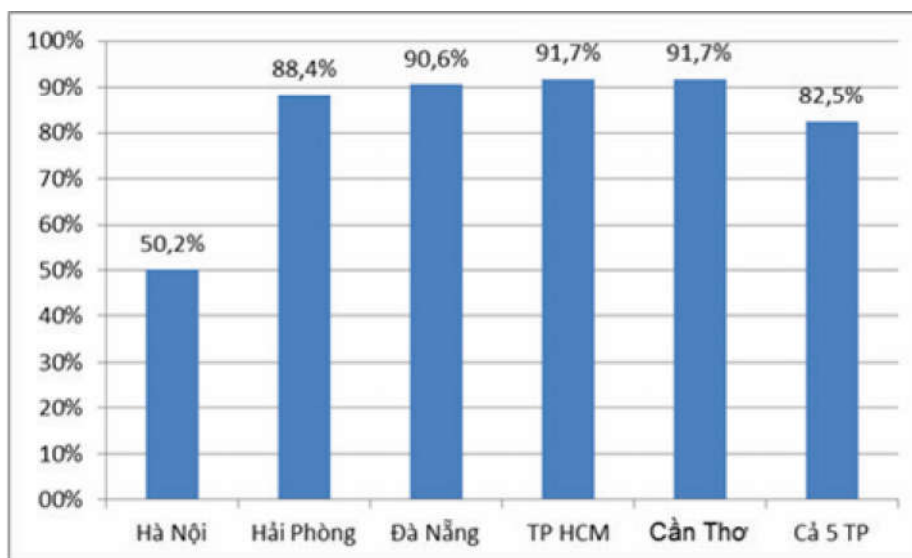
Bảng 1. Tỷ lệ điểm bán thuốc lá có các hình thức quảng cáo thuốc lá vi phạm quy định tại 5 thành phố của Việt Nam năm 2017

Tiêu chí vi phạm	Tỷ lệ vi phạm tại 5 thành phố (%)					
	Hà Nội	Hải Phòng	Đà Nẵng	TP HCM	Cần Thơ	5 TP
Poster quảng cáo	30,7	58,8	76,2	75,1	90,3	66,2
Quầy/tủ trưng bày	10,8	12,3	33,9	42,6	59,9	31,9
Hộp trưng bày	5,8	10,5	30,3	45,1	46,2	27,5
Mô hình quảng cáo	13,4	8,3	26,7	28,9	54,9	26,4
Xe đẩy trưng bày	0	4,0	9,5	30,0	31,0	14,9

3.2. Thực trạng điểm bán lẻ vi phạm các quy định về trưng bày thuốc lá tại 5 thành phố của Việt Nam năm 2017

Kết quả khảo sát cho thấy, 82,5% số điểm bán có thực hiện trưng bày thuốc lá quá 1 bao/1 tút hoặc 1 hộp của 1 nhãn hiệu thuốc lá theo quy

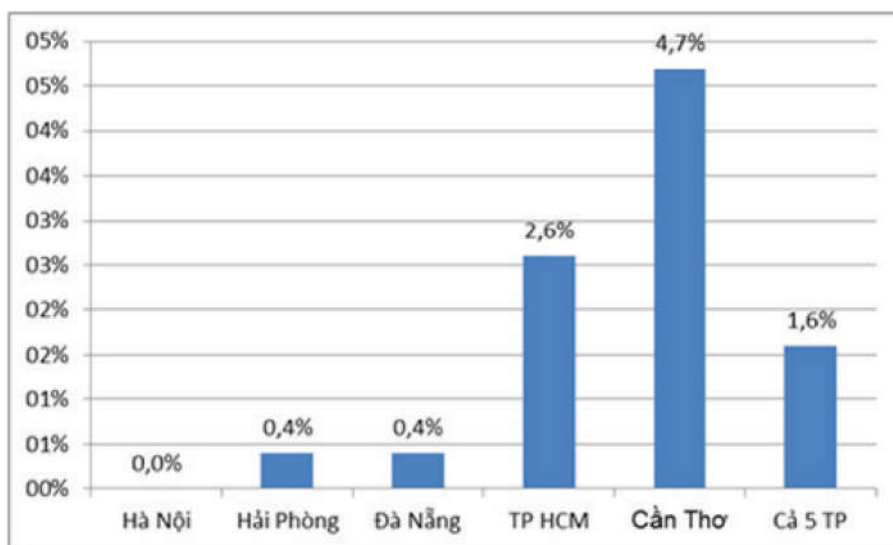
định tại Điều 25 Luật PCTHTL. Cần Thơ và TP. Hồ Chí Minh là hai thành phố có tỉ lệ vi phạm cao nhất (91,7%), tiếp theo là Đà Nẵng 90,6%, Hải Phòng (88,4%). Hà Nội có tỷ lệ vi phạm thấp hơn (50,2%). Sự khác biệt về tỷ lệ vi phạm là có ý nghĩa ($p < 0,05$) (Biểu đồ 2).



Biểu đồ 2: Tỷ lệ điểm bán thuốc lá tại 5 thành phố trưng bày thuốc lá quá số lượng quy định (%)

3.3. Thực trạng điểm bán lẻ vi phạm quy định về khuyến mại thuốc lá tại 5 thành phố của Việt Nam

Tỷ lệ điểm bán thuốc lá tại 5 thành phố có khuyến mại cho khách hàng khi mua thuốc lá rất thấp, chỉ chiếm 1,6%. Các hình thức khuyến mại chủ yếu ghi nhận được là mua thuốc lá tặng bật lửa, tặng thêm thuốc lá nếu có tem trúng thưởng trong vỏ bao hoặc đổi vỏ bao để lấy bao thuốc lá mới/bật lửa/thẻ cào điện thoại (Biểu đồ 3).



Biểu đồ 3: Tỷ lệ điểm bán thuốc lá tại 5 thành phố vi phạm quy định về khuyến mại (%)

Cần Thơ là thành phố có tỷ lệ điểm bán vi phạm quy định về khuyến mại thuốc lá cao nhất (4,7%), tiếp theo là TP Hồ Chí Minh (2,6%). Hà Nội không ghi nhận được trường hợp vi phạm về khuyến mại thuốc lá. Sự khác biệt có ý nghĩa thống kê ($p < 0,001$).

4. Bàn luận

Các nghiên cứu trên thế giới đã chỉ ra mối liên quan giữa các hoạt động quảng cáo, khuyến mại thuốc lá và việc sử dụng thuốc lá ở thanh niên và người trưởng thành. Cấm hoàn toàn quảng cáo và khuyến mại thuốc lá đã được

chứng minh là làm giảm lượng tiêu thụ thuốc lá. Một nghiên cứu tại 30 nước đang phát triển từ năm 1990-2005 cho thấy quy định cấm hoàn toàn quảng cáo và khuyến mại thuốc lá làm giảm 23,5% lượng tiêu thụ thuốc lá bình quân [10]. Một nghiên cứu khác trên 102 quốc gia chỉ ra quy định cấm quảng cáo và khuyến mại không hoàn toàn chỉ giảm được 1% mức tiêu thụ thuốc lá so với gần 9% ở quốc gia có quy định cấm toàn diện [11].

Tại Việt Nam, mặc dù Chính phủ và Quốc hội đã ban hành nhiều văn bản pháp luật để hạn chế và kiểm soát việc buôn bán thuốc lá cũng như quảng cáo, khuyến mại thuốc lá tại các điểm bán lẻ tuy nhiên tình hình vi phạm các quy định vẫn diễn ra rất phổ biến. Kết quả khảo sát trong nghiên cứu này cho thấy, có 69,9% điểm bán thuốc lá tại 5 thành phố lớn

của Việt Nam vi phạm các quy định về quảng cáo thuốc lá. Tỷ lệ này cao hơn so với kết quả nghiên cứu của Trường ĐHYTCC và Hội YTCC Việt Nam tại 10 tỉnh/thành phố của Việt Nam khi có 40,1% các điểm bán vi phạm quy định về quảng cáo thuốc lá trong năm 2015 [9], điều này có thể giải thích là nghiên cứu năm 2015 chỉ có 1 thành phố lớn là tp Hồ Chí Minh, 9 tỉnh còn lại đều là các tỉnh lẻ nên có thể tỷ lệ vi phạm thấp hơn so với các thành phố lớn. So sánh với kết quả tại tp Hồ Chí Minh, tỷ lệ vi phạm tại tp Hồ Chí Minh tăng từ 51,1% (2015) [9] lên 76,5% (2017). Tranh ảnh (poster) quảng cáo thuốc lá là hình thức vi phạm

phổ biến nhất tại 5 thành phố trong năm 2017, tiếp theo là một số hình thức khác như tủ trưng bày, hộp trưng bày, mô hình quảng cáo, xe đẩy trưng bày. Tuy nhiên, nghiên cứu của Trường ĐHYTCC và Hội YTCCVN năm 2015 lại cho thấy tủ trưng bày, các mô hình quảng cáo, thiết bị quảng cáo có chiếu sáng và các hộp trưng bày thuốc lá lại phổ biến hơn các poster quảng cáo vào thời đó [9]. Có thể thấy rằng, các hình thức quảng cáo thuốc lá có xu hướng liên tục thay đổi qua thời gian và không ngừng được đổi mới để thu hút người dùng thuốc lá.

Khoản 1b, Điều 25 của Luật PCTHTL đã quy định cấm trưng bày quá 1 bao/1 tút hoặc 1 hộp của 1 nhãn hiệu thuốc lá [7]. Tuy nhiên kết quả khảo sát 1.385 điểm bán trong nghiên cứu này cho thấy 82,5% điểm bán vẫn trưng bày thuốc lá quá số lượng quy định. Tỷ lệ này gần tương đương với kết quả khảo sát năm 2015 khi cũng có tới 86,9% điểm bán thuốc lá tại 10 tỉnh/thành phố trưng bày thuốc lá quá 1 bao/1 tút hoặc 1 hộp của 1 nhãn hiệu thuốc lá [9]. Mặc dù Nghị định 176/2013/NĐ-CP đã quy định mức phạt rõ ràng đối với hành vi vi phạm về trưng bày quá số lượng quy định, tuy nhiên, việc e dè trong khâu xử phạt từ phía các cơ quan chức năng có thể là một trong những nguyên nhân dẫn tới tình trạng vi phạm phổ biến như hiện tại.

Khuyến mại là một trong những cách thức giúp các công ty thuốc lá thu hút những người hút mới, thúc đẩy và khuyến khích hành vi hút thuốc của những người đang hút, qua đó làm gia tăng lượng tiêu thụ thuốc lá cho các công ty này. Nghiên cứu cho thấy, tỷ lệ điểm bán thuốc lá tại 5 thành phố có khuyến mại cho khách hàng khi mua thuốc lá rất thấp, chỉ chiếm 1,6%.

Tỷ lệ này tương đương với tỷ lệ vi phạm trong khảo sát năm 2015 tại 10 tỉnh/thành phố của Việt Nam [9].

5. Kết luận và khuyến nghị

Tình trạng quảng cáo, trưng bày và khuyến mại thuốc lá vẫn diễn ra rất phổ biến tại các điểm bán lẻ thuốc lá tại 5 thành phố của Việt Nam. Tỷ lệ điểm bán lẻ thuốc lá vi phạm quy định về quảng cáo thuốc lá tại 5 thành phố là 69,9%. Tranh ảnh (poster) quảng cáo thuốc lá là hình thức vi phạm phổ biến nhất tại 5 thành phố trong năm 2017. Việc trưng bày thuốc lá quá 1 bao, 1 tút hoặc 1 hộp của 1 nhãn hiệu thuốc lá khá cao, với 82,5% số điểm bán vi phạm quy định. Có 1,6% số điểm bán vi phạm quy định về khuyến mại thuốc lá. Tỷ lệ điểm bán thuốc lá vi phạm quy định về quảng cáo, khuyến mại và trưng bày thuốc lá có xu hướng gia tăng từ Bắc vào Nam. TP. Hồ Chí Minh và Cần Thơ là hai thành phố có tỷ lệ vi phạm cao hơn đáng kể so với ba thành phố còn lại.

Nghiên cứu khuyến nghị các hình thức giám sát tình trạng vi phạm các quy định cấm QC-KM thuốc lá tại điểm bán chặt chẽ hơn cũng như cần thực hiện xử phạt nghiêm các trường hợp vi phạm theo quy định của pháp luật, đặc biệt chú trọng giám sát các loại hình cửa hàng tạp hóa.

Tài liệu tham khảo

1. SEATCA (2008). The story of points of sale in the Philippines, Thailand and Vietnam [Online]. Bangkok: Southeast Asia Tobacco Control Alliance 2008.
2. Cumming KM, Sciandra R, Lawrence J. Tobacco Advertising in Retail Stores (1991). Public Health Rep. 1991;106:570-575.
3. Jallow IK, Britton J, Langley T (2018). Prevalence and Determinants of Susceptibility to Tobacco Smoking among Students in The Gambia. Nicotine Tob Res. 2018;nty128:10.1093.
4. Spanopoulos D, Britton J, McNeill A, Ratschen E, Szatkowski L (2014). Tobacco display and brand communication at the point of sale: implications for adolescent smoking behaviour. Tob Control. 23(1):64-69.
5. Pierce, J.P et al. (1998), "Tobacco industry promotion of cigarettes and adolescent smoking", JAMA: the Journal of the American Medical Association, 279 (7): 511-515.
6. Lavery AA, Vamos EP, Millett C, Chang KC, Filippidis FT, Hopkinson NS (2018). Child awareness of and access to cigarettes: impacts of the point-of-sale display ban in England. Tob Control. 2018;pii:tobaccocontrol-2018-054511.
7. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2012), Luật Phòng chống tác hại của Thuốc lá số 09/2012/QH13.
8. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2012), Luật Quảng cáo số 16/2012/QH13 ban hành ngày 21 tháng 06 năm 2012.
9. Huong, LTT et al. (2016). Violations of bans on tobacco advertising and promotion at points of sale in Viet Nam: Trend from 2009-2015. Asian Pac J Cancer Pre, Vol 17. Tobacco Prevention and Control in Viet Nam Supplement 2016, page 91-96
10. Chaloupka, FJ (2006), Tobacco Addiction: Tobacco controls could save 3 million lives a year by 2030, Disease control priorities project.
11. Saffer, H (2000), Tobacco advertising and promotion., Tobacco control in developing countries, Oxford University Press, New York
11. Saffer, H (2000), Tobacco advertising and promotion., Tobacco control in developing countries, Oxford University Press, New York.