



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΥΓΕΙΑΣ»

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

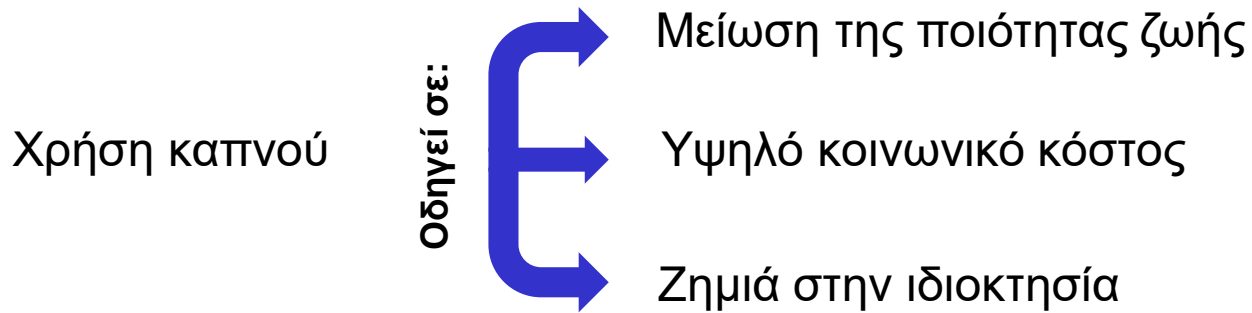
«Ο αντικαπνιστικός νόμος στην Ελλάδα, η επίδραση του στους πολίτες και στα προϊόντα καπνού.»

Ευτυχία Παλλαντζά

Επιβλέπων καθηγητής: Λεωνίδας Χατζηθωμάς



Εισαγωγή



Ευρωπαϊκή Ένωση **Λόγω Καπνού** → 700.000 θανάτους κάθε χρόνο

Ελλάδα

- Αμείωτες προσπάθειες για έλεγχο του καπνού.
- Μεγάλη ανοχή από επιχειρηματίες στην συνήθεια του καπνού.



Ερευνητικά ερωτήματα

1ο ερευνητικό ερώτημα: Ποιο είναι το ποσοστό των ατόμων που έχουν υπάρξει στην ζωή τους καπνιστές/καπνίστριες;

2ο ερευνητικό ερώτημα: Τι είδος προϊόν καπνού χρησιμοποιείται περισσότερο;

3ο ερευνητικό ερώτημα: Γνωρίζει ο κόσμος την βλάβη που δημιουργεί το κάπνισμα; Θεωρεί επιβλαβή τα καινούργια προϊόντα καπνού;

4ο ερευνητικό ερώτημα: Τι γνώμη έχουν οι πολίτες για τον αντικαπνιστικό νόμο, την αναγκαιότητα εφαρμογής του αλλά και την υλοποίηση του στην χώρα μας;

5ο ερευνητικό ερώτημα: Η αντικαπνιστική πολιτική έχει επιπτώσεις στους πολίτες αλλά και γενικότερα στην κοινωνία;



Αντικαπνιστικός Νόμος στην Ελλάδα

ΒΑΣΙΛΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ 36/1856

→ Απαγόρευση καπνίσματος δημοσίων υπαλλήλων σε γραφεία.

**ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΤΑΞΗ
ΑΡΙΘ. ΥΙ/Γ.Π./ΟΙΚ.
76017/2002**

→ Απαγόρευση καπνίσματος σε χώρους δημοσίων υπηρεσιών.
→ Απαγόρευση καπνίσματος σε όλες τις μονάδες παροχής Υπηρεσιών Υγείας.
→ Δυνατότητα χωρισμού χώρων υγειονομικού ενδιαφέροντος σε καπνίζοντες ή μη.

**ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ.
3730/2008 και ΝΟΜΟΣ ΥΠ
ΑΡΙΘ. 3868/2010**

→ Απαγόρευση πώλησης καπνών σε παιδιά ηλικίας κάτω των 18 ετών.
→ Απαγόρευση όλων των διαφημίσεων.
→ Καθολική απαγόρευση καπνίσματος σε όλους του κλειστούς δημόσιους χώρους σύμφωνα με τη σύσταση της ΕΕ 2009/C296/02 και με το άρθρο 8 του Π.Ο.Υ. και την Σύμβαση Πλαισίου Ελέγχου του Καπνού (F.C.T.C.).



Αντικαπνιστικός Νόμος στην Ελλάδα

ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 4419/2016

→ Όρια στην εμφάνιση των προϊόντων καπνού.

**ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ.
4633/2019**

→ Σύσταση του Εθνικού Οργανισμού Δημόσιας Υγείας (Ε.Ο.Δ.Υ.).

→ Απαγόρευση του καπνίσματος σε όλους του χώρους εργασίας.

→ Απαγόρευση του καπνίσματος και επιβολή προστίμων στα μεταφορικά μέσα.

→ Υγειονομικές υπηρεσίες των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Α' και Β' βαθμού), η δημοτική αστυνομία, οι λιμενικές αρχές στην περιοχή της ευθύνης τους, καθώς και το ένστολο προσωπικό της ΕΛ.ΑΣ., είναι υπεύθυνες για την εφαρμογή και τήρηση νομοθετικού πλαισίου.



Αντικαπνιστική Πολιτική-Τιμολογιακή Πολιτική

ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

- Υψηλότερες τιμές τσιγάρων που οφείλονται σε υψηλότερους φόρους.
- Κοινωνικό κόστος, που ονομάζεται εξωτερικότητα.
- «Κατ 'αξία φόρος».
- «Ειδικός φόρος», σε συνδυασμό με τον φόρο προστιθέμενης αξίας (ΦΠΑ).

ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- Οι φόροι τσιγάρων στην Ελλάδα είναι κάτω από τον μέσο όρο των χωρών που παρακολουθούνται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.
- Φορολογική επιβάρυνση ανά μονάδα προϊόντος, σχεδόν έγινε διπλάσια μεταξύ των ετών 2008 και του 2018.
- Τσιγάρα: 82,5 ευρώ ανά Φ.Μ. → **Φορολογική Μονάδα**
- Λεπτοκομμένος καπνός: 170 ευρώ ανά Φ.Μ.
- Πούρα ή πουράκια: 35% επί της τιμής λιανικής πώλησης τους ανά Φ.Μ.
- ΕΦΚ για το υγρό των ηλεκτρονικών τσιγάρων : 0,10 λεπτά του ευρώ/ χιλιοστόλιτρο.



Αντικαπνιστική Πολιτική-Μη Τιμολογιακή Πολιτική

ΜΗ ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Περιλαμβάνει:



Μέτρα για την εξάλειψη της διαφήμισης.

Οδηγία για τα προϊόντα καπνού και την οδηγία για τη διαφήμιση του καπνού.

Εκστρατείες αντι-marketing ως μέρος των συνολικών προσπαθειών για μείωση της χρήσης του καπνού.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- Εστιάζεται στους ανθρώπους, τις επιθυμίες και τις ανάγκες τους, τις φιλοδοξίες, τον τρόπο ζωής, την ελευθερία επιλογής.

- Πρόκειται για χρήση των εμπορικών τεχνικών του μάρκετινγκ, με σκοπό την επίτευξη ενός κοινωνικού στόχου.

- Ο σχεδιασμός, η εφαρμογή και ο έλεγχος των προγραμμάτων που αναμένεται ότι θα επηρεάσουν την έγκριση των κοινωνικών ιδεών.

- Εφαρμογή αρχών και τεχνικών μάρκετινγκ για την προώθηση της κοινωνικής αλλαγής ή βελτίωσης.

- Στοχεύει στην ομαδική αλλαγή συμπεριφοράς.



Αντικαπνιστική Πολιτική-Μη Τιμολογιακή Πολιτική

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΓΕΙΑΣ

Εμπειριέχει:



- Το μίγμα μάρκετινγκ, τα 4P's (Place, Product, Price, Promotion), όπου μπορεί να εφαρμοστεί στον τομέα της υγείας.

- Προσθέτονται και άλλα 3P's: οι άνθρωποι (People), για την καλύτερη παροχή υπηρεσιών, οι διαδικασίες (Process) που αφορούν τον σχεδιασμό των υπηρεσιών ώστε να είναι οικονομικά αποτελεσματικές και να δημιουργούν αξία στο κοινό και τα φυσικά στοιχεία (Physical Evidence), δηλαδή όλα τα στοιχεία που δίνουν μια απτή υπόσταση στις υπηρεσίες.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΑΝΤΙΚΑΠΝΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

- Εκστρατείες, που χρησιμοποιούν τις τεχνικές μάρκετινγκ για να προωθήσουν την δημόσια υγεία.

- Η δημιουργία μιας επωνυμίας, ως επικοινωνιακή στρατηγική της εκστρατείας, προσφέρει στους επαγγελματίες υγείας ένα βιώσιμο μονοπάτι, για την ανάπτυξη μιας σχέσης μεταξύ μιας εκστρατείας δημόσιας υγείας και του κοινού-στόχου της.

- Επικοινωνιακές εκστρατείες είναι ένα σημαντικό και ακόμη ανεκμετάλλευτο στοιχείο στις ευρύτερες στρατηγικές εφαρμογής των πολιτικών.



Αντικαπνιστική Πολιτική-Μη Τιμολογιακή Πολιτική

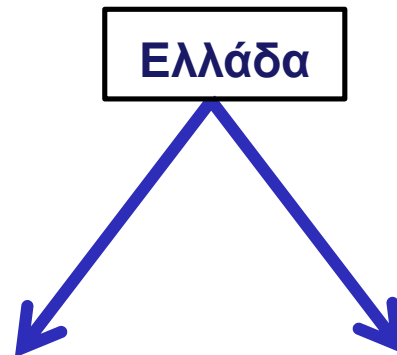
ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΑΝΤΙΚΑΠΝΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- ✓ Η μορφή της πρωτοβάθμιας φροντίδας στην χώρα μας συγκεντρώνεται κατά βάση στην φροντίδα των ασθενών και αντιπροσωπεύει τα πολύ χαμηλά ποσοστά προληπτικού ελέγχου υγείας.
- ✓ Η ανάληψη πρωτοβουλιών με την φιλοσοφία του κοινωνικού μάρκετινγκ σε συνδυασμό με την καταπολέμηση της μάστιγας του καπνού στην χώρα μας είναι αρκετά περιορισμένη.
- ✓ Η Ελλάδα χρειάζεται να προσπαθήσει αρκετά ακόμη για την ενσωμάτωση της αυτοδιαχείρισης και της αυτοεξυπηρέτησης, σε ότι έχει να κάνει με την διαχείριση χρόνιων ασθενειών .
- ✓ Η πρώτη εκστρατεία στην σύγχρονη Ελλάδα 1979 με αρμόδιο το Υπουργείο Υγείας και τον υπεύθυνο υπουργό και ιατρό κ. Δοξιάδη.
- ✓ Η πιο πρόσφατη καταγεγραμμένη προσπάθεια στα πλαίσια εφαρμογής του κοινωνικού μάρκετινγκ έρχεται από τους τοπικούς φορείς της πόλης των Τρικάλων.



Προϊόντα Καπνού

- ✓ Ο καπνός θεωρείται ότι καλλιεργείται περίπου, από το 5000 με 3000 π.Χ..
- ✓ Η πρακτική του καπνίσματος φαίνεται να έχει προκύψει από την εισπνοή μέσω της μύτης, καθώς τα όργανα για το κάπνισμα συγκαταλέγονται μεταξύ των αρχαιότερων αντικειμένων που βρέθηκαν και σχετίζονται με τον καπνό.
- ✓ Τα κατασκευασμένα βιομηχανικά τσιγάρα αποτελούν τα πιο δημοφιλή προϊόντα εισπνοής νικοτίνης.
- ✓ Τα ηλεκτρονικά τσιγάρα και τα προϊόντα θέρμανσης καπνού έχουν γίνει όλο και περισσότερο διαθέσιμα τα τελευταία χρόνια και διατίθενται στην αγορά ως εναλλακτική λύση για το κάπνισμα.



✓ Ηλεκτρονικά τσιγάρα όλο και πιο διάσημα την περίοδο 2010-2011.

✓ Η γνώση ύπαρξης προϊόντων θερμαινόμενου καπνού αυξήθηκε κατά πέντε φορές περισσότερο από το 2016.



Αποτελέσματα Έρευνας

- Ένα μεγάλο ποσοστό των Ελλήνων καπνίζει η φαίνεται ότι κάποια στιγμή στην ζωή του υπήρξε καπνιστής.
- Ένα όλο και μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών, καπνίζει ή έχει υπάρξει κάποια στιγμή στην ζωή της καπνίστρια στην χώρα μας.
- Το 64,44% των ατόμων που έχουν υπάρξει στην ζωή τους καπνιστές, αναφέρει πως έχουν χρησιμοποιήσει τα συσκευασμένα βιομηχανικά τσιγάρα αλλά και τον κομμένο καπνό που τυλίγεται στο χέρι.
- Τα ηλεκτρονικά τσιγάρα δεν αποτελούν δημοφιλές προϊόν καπνού, καθώς ελάχιστοι (6,66%) των ερωτηθέντων, απάντησαν πως το χρησιμοποιούν.
- Το ποσοστό χρήσης των συσκευών θέρμανσης καπνού, ξεπερνά αυτού του ηλεκτρονικού τσιγάρου και φτάνει στα 13,33%.
- Ένα μεγάλο μέρος του δείγματος που συμφωνεί για την βλαπτικότητα του καπνίσματος, δηλώνει άγνοια περί του μακροπρόθεσμου κινδύνου.
- Πάνω από τους μισούς ερωτηθέντες που έχουν δηλώσει ότι έχουν υπάρξει στην ζωή τους καπνιστές (54,44%), θεωρούν πως η τωρινή αντικαπνιστική πολιτική θα πρέπει να εφαρμόζεται.



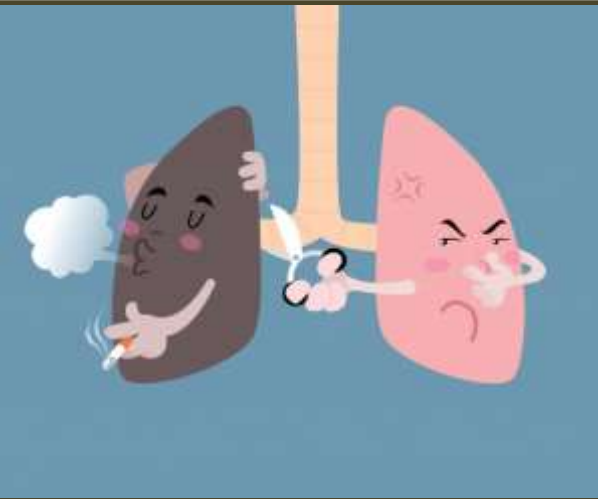
Αποτελέσματα Έρευνας

- ☑ Μεγάλο ποσοστό των ατόμων που παρατηρούν τη μη τήρηση των ήδη υπαρχόντων μέτρων όπως η απαγόρευση του καπνίσματος σε εσωτερικούς χώρους διασκέδασης αλλά και σε κτίρια δημοσίων οργανισμών.
- ☑ Το 52,6% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι η τωρινή αντικαπνιστική πολιτική παρουσιάζει ένα μέτριο χαρακτήρα καθώς δεν έχει αυστηρές κυρώσεις .
- ☑ Η βλαπτικότητα του ατμίσματος δεν λειτουργεί σαν πεποίθηση τόσο ισχυρά, ώστε να διαμορφώνει σε μεγάλο ποσοστό την άποψη σχετικά με την στάση για τον αντικαπνιστικό νόμο, σε σχέση με την άποψη σχετικά με την βλαπτικότητα του καπνίσματος.
- ☑ Η αναγκαιότητα εφαρμογής της τωρινής αντικαπνιστικής πολιτικής με όλα όσα αυτή συμπεριλαμβάνει αλλά και τους βασικούς σκοπούς που θέλει να πετύχει, επηρεάζεται σημαντικά από την άποψη σχετικά με την βλαπτικότητα της συνήθειας του καπνίσματος και του ατμίσματος αλλά και από την παρατήρηση σχετικά με την τήρηση απαγόρευσης της συνήθειας σε κλειστούς δημόσιους χώρους.



Προτάσεις προς τους Φορείς Χάραξης Πολιτικής

- ✚ Οι αντικαπνιστικές εκστρατείες θεωρούνται βασικό εργαλείο του κοινωνικού μάρκετινγκ αλλά και των κυβερνήσεων, που είναι αποφασισμένες να μειώσουν τα ποσοστά καπνού στον πληθυσμό τους.
- ✚ Θα πρέπει να δοθεί στους πολίτες το έναυσμα να ασχοληθούν με την διαδικασία διακοπής της συνήθειας αλλά και να βοηθήσουν και οι ίδιοι στην προσπάθεια μείωσης.
- ✚ Οι υπουργοί δημόσιας υγείας των εκάστοτε κυβερνήσεων είναι αναγκαίο να διαμορφώσουν ένα εθνικό σύστημα υγείας που βασίζεται και λειτουργεί σε μεγάλο βαθμό, μέσω της προληπτικής ιατρικής.
- ✚ Η ισχυροποίηση των μέτρων αλλά και η εφαρμογή χωρίς διακρίσεις, πρέπει να αποτελεί μείζων θέμα στην ανάληψη ευθυνών από τα μέσα επιβολής του νόμου.
- ✚ Η αύξηση των τιμών στα είδη καπνού αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα της συνήθειας.



Ευχαριστώ για την προσοχή σας!