



Τμήμα Οικονομικών
Επιστημών



**MSc law &
economics**

DEPARTMENT of ECONOMICS,
UNIVERSITY of MACEDONIA
and SCHOOL of LAW,
ARISTOTLE UNIVERSITY of THESSALONIKI



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
Νομική Σχολή

ΔΙΔΡΥΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

Διπλωματική Εργασία

**Ο Αντικαπνιστικός Νόμος και η αγορά εστίασης:
Μια έρευνα για τους Δήμους Θεσσαλονίκης και Κοζάνης.**

Του

ΙΩΑΝΝΗ ΨΙΑΝΟΥ

Επιβλέπων Καθηγητής: ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΙΔΗΣ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης Δίκαιο και
Οικονομικά
Στον Τομέα των Επιχειρήσεων

Μάρτιος 2020

Ολοκληρώνοντας την παρούσα εργασία, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου για την πολύτιμη βοήθειά του στην εκπόνηση και υλοποίηση της διπλωματικής μου, καθώς και όσους συνέβαλαν και συμμετείχαν στην πραγματοποίηση αυτής.

«Στους γονείς οφείλομεν το ζην, στους δε διδασκάλους το ευ ζην».

Μέγας Αλέξανδρος, 356-323 π.Χ.

Περίληψη

Η παρούσα Ερευνητική Εργασία ασχολείται με την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου στην Ελλάδα. Οι Έλληνες για αρκετά χρόνια έχουν συνδεδεμένη την καθημερινότητα τους με το τσιγάρο, με τις μελέτες να τοποθετούν την χώρα μας στις υψηλότερες θέσεις καπνιστών σε όλο τον κόσμο και την υγεία όλο και περισσότερων πολιτών καθημερινά να επιβαρύνεται. Στο πρώτο κομμάτι της εργασίας γίνεται μία ιστορική αναδρομή στο προϊόν του καπνού και πως η βιομηχανία του καπνού εξελίχθηκε και κατέληξε να παράγει ένα προϊόν που συντροφεύει ένα μεγάλο ποσοστό του παγκόσμιου πληθυσμού στην καθημερινότητα του. Ακολουθεί μία καταγραφή των πολιτικών που ακολούθησαν οι ελληνικές κυβερνήσεις με διάφορους νόμους για την πάταξη της βλαβερής αυτής συνήθειας. Επιπλέον γίνονται αναφορές για τις αντικαπνιστικές στρατηγικές που ακολουθούν διάφορες χώρες του εξωτερικού. Στο δεύτερο ερευνητικό μέρος της εργασίας γίνεται μία έρευνα στην αγορά εστίασης ώστε να καταγραφούν οι απόψεις των καταστηματαρχών σχετικά με τη Νομοθεσία αλλά και να λάβουμε ένα δείγμα για το πως έχει επηρεάσει την αγορά εστίασης. Τέλος παρατίθενται αναλυτικά τα αποτελέσματα της έρευνας μέσα από γραφήματα και τα τελικά συμπεράσματα.

Abstract

This Thesis deals with the enactment of the anti-smoking law in Greece. For many years Greeks have related their daily routine with cigarettes, studies have placed our country in the highest smoking positions in the whole world, and people's health is getting worse day by day. In the first part of our research a historical background is placed on smoking products and the industrial evolution of smoke that ended up producing a product that accompanies a large proportion of the world's population. We continue with a record of the laws that the Greek Government instituted in order to stop this bad habit. Furthermore some reports occur about the anti-smoking strategies that foreign countries follow. In the second part, there is a research about the indoor places such as coffee shops, bars and restaurants so we can speculate the point of view that the owners of these places have according to the new law and take a sample of how the law has affected the market. Finally the results of the research are presented through graphs and conclusions.

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η Ιστορία του Καπνού και η σύνδεση του με την Ελληνική Κοινωνία.	1
1.1. Ιστορική Αναδρομή.....	1
1.2. Τα καπνικά προϊόντα στην Ελλάδα.....	2
1.3. Η ανάπτυξη της καπνοβιομηχανίας και ο εθισμός στα καπνικά προϊόντα	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Το τσιγάρο σε όλο τον κόσμο και την Ελλάδα	7
2.1. Το τσιγάρο και η αντιμετώπιση του από όλες τις πλευρές.....	7
2.2. Το τσιγάρο και η Ελληνική κοινωνία.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Οι πρώτες έρευνες για τις βλαβερές συνέπειες του τσιγάρου στην υγεία των ανθρώπων και τα μέτρα αντιμετώπισης του.....	12
3.1. Οι πρώτες παγκόσμιες κινήσεις πάταξης του καπνίσματος	12
3.2. Τα μέτρα αντιμετώπισης της μάστιγας του τσιγάρου στην Ελλάδα	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Οι αντικαπνιστικοί νόμοι και η εφαρμογή αυτών στην Ελλάδα.....	19
4.1. Βασιλικό διάταγμα 56/1856	19
4.2. Υγειονομική Διάταξη ΥΙ/Γ.Π./οικ. 76017/2002 - ΦΕΚ 1001/Β/1-8-2002	19
4.3. Νόμος 3730/2008 (ΦΕΚ 262/Α/23-12-2008).....	20
4.4. Νόμος 3868/2010 (ΦΕΚ 129/Α/ 3-8-2010).....	22
4.5. Νόμος 4633/2019 (ΦΕΚ 161/Α/16-10-2019).....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Οι αντικαπνιστικοί νόμοι σε χώρες της Ευρώπης.....	28
5.1. Πως αντιμετωπίζουν το κάπνισμα άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....	28
5.2. Πως επηρέασε η εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου την αγορά εστίασης στο Ηνωμένο Βασίλειο.....	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Ερευνητικό μέρος.....	34
6.1. Ο σκοπός της έρευνας	34
6.2. Υλικό και Δείγμα της έρευνας.....	34
6.3. Ανακεφαλαίωση της έρευνας	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Αποτελέσματα - Ευρήματα έρευνας	37
7.1. Εισαγωγή.....	37
7.2. Αποτελέσματα της έρευνας	37
Συμπεράσματα – Επίλογος.....	53
Βιβλιογραφία	57
Ελληνική Βιβλιογραφία.....	57
Ξένη Βιβλιογραφία.....	58
Διαδικτυακές Πηγές	59
Παραρτήματα	60

Κατάλογος εικόνων, πινάκων και γραφημάτων

Κατάσταση Εικόνων	Σελίδα
Εικόνα 1.1. Προσφορά Καπνού στον Χριστόφορο Κολόμβο από τους Ιθαγενείς	2
Εικόνα 1.2. Η πόλη της Καβάλας κατά το 19 ^ο αιώνα	3
Εικόνα 1.3. Παραδοσιακή περισυλλογή καπνού	4
Εικόνα 4.1. Βασιλικό Διάταγμα 56/1856	19
Εικόνα 4.2. Απαγορευτικό σήμα του καπνίσματος	25

Κατάσταση Πινάκων	Σελίδα
Πίνακας 2.1. Συχνότητα καπνίσματος. Ποσοστιαία κατανομή πληθυσμού ηλικίας 15 ετών και άνω, 2016	9
Πίνακας 3.1. Συγκεντρωμένες Νομοθετικές Πράξεις για το κάπνισμα στην Ελλάδα	16-17

Κατάσταση Γραφημάτων	Σελίδα
Γράφημα 7.1. Είδος καταστημάτων που επισκοπήθηκαν	37
Γράφημα 7.2. Φύλο καταστηματαρχών στις δύο Πόλεις	38
Γράφημα 7.3. Ηλικιακή ομάδα καταστηματαρχών Θεσσαλονίκης	39
Γράφημα 7.4. Ηλικιακή ομάδα καταστηματαρχών Κοζάνης	40
Γράφημα 7.5. Ηλικιακή ομάδα καταστηματαρχών στις δύο Πόλεις	41
Γράφημα 7.6. Συχνότητα ταξιδιών στο εξωτερικό	42
Γράφημα 7.7. Συμφωνούν οι υπεύθυνοι με την εφαρμογή του Νόμου;	43
Γράφημα 7.8. Σύνολα με τις απόψεις των καταστηματαρχών για το Νόμο	43
Γράφημα 7.9. Διαφορές στις απόψεις για τον Νόμο με βάση το φύλο των καταστηματαρχών	44
Γράφημα 7.10. Πως επηρεάστηκε η σύσταση της πελατείας στη Θεσσαλονίκη	45
Γράφημα 7.11. Πως επηρεάστηκε η σύσταση της πελατείας στη Κοζάνη	46
Γράφημα 7.12. Έρευνα σχετικά με τη διαμόρφωση εξωτερικού χώρου καπνιστών	47
Γράφημα 7.13. Στηρίζουν οι καπνιστές την αγορά;	48
Γράφημα 7.14. Είναι πρόθυμοι οι καπνιστές να συνετιστούν με την εφαρμογή του Νόμου;	49
Γράφημα 7.15. Ποιο φύλο φέρνει τις πιο πολλές αντιρρήσεις;	50
Γράφημα 7.16. Ο Νόμος θα μείνει σε ισχύ;	50
Γράφημα 7.17. Ποια η επιρροή του Νόμου στο τουρισμό των δύο Πόλεων	51

Εισαγωγή

Από την αρχή της ανακάλυψης του μέχρι και σήμερα το φυτό του καπνού και τα παράγωγα προϊόντα αυτού αποτελούν αντικείμενα έντονης διαμάχης και προβληματισμού. Από την μία υπάρχουν οι ένθερμοι υποστηρικτές του καπνού και από την άλλη υπάρχουν οι μη καπνιστές. Από το παρελθόν έως και σήμερα οι έρευνες που έχουν γίνει είναι πάρα πολλές και κατά κοινή ομολογία όλες δείχνουν ότι το κάπνισμα είναι μία βλαβερή για την υγεία συνήθεια ενός μεγάλου ποσοστού του παγκόσμιου πληθυσμού. Οι καπνιστές γνωρίζοντας πλέον τις επιπτώσεις της συνήθειας αυτής στην υγεία τους αποδέχονται τον κίνδυνο και εξακολουθούν να καπνίζουν αγνοώντας τις επιστημονικές των ιατρών που καταδικάζουν το κάπνισμα για παραπάνω από 60 χρόνια. Ως συνέπεια αυτού τα Κράτη αναγκάζονται να παρέμβουν και να θεσπίσουν Αντικαπνιστικές Νομοθεσίες με σκοπό την διασφάλιση της δημόσιας υγείας των πολιτών. Διάφορες χώρες ανά τον κόσμο για πολλές δεκαετίες αναλαμβάνουν πολιτικές για την επιβολή αντικαπνιστικών μέτρων.

Για αρκετές δεκαετίες η Ελλάδα δεσπόζει στις πρώτες θέσεις της παγκόσμιας κλίμακας καπνιστών με ένα μεγάλο ποσοστό των πολιτών της χώρας να δηλώνουν ως ενεργοί καπνιστές. Η έκθεση στο καπνό και στο κάπνισμα από τη σκοπιά είτε του ενεργού είτε του παθητικού καπνίσματος επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία των πολιτών. Η Ελλάδα έχοντας ψηφίσει αρκετούς Αντικαπνιστικούς Νόμους με αφετηρία το 2002 όπου ξεκίνησε ουσιαστικά η προσπάθεια για απαγόρευση του καπνίσματος σε κλειστούς χώρους, χρειάστηκε περίπου 17 χρόνια αλλά και αρκετές αναθεωρήσεις στην Αντικαπνιστική νομοθεσία, που δεν εφαρμόστηκαν ποτέ, για να καταλήξει στο Νόμο 4633/2019 όπου εφαρμόστηκε η καθολική απαγόρευση του καπνίσματος σε κλειστούς δημόσιους χώρους. Η παρούσα ερευνητική εργασία ασχολείται κατά κύριο λόγο με την επιρροή που έχει η εφαρμογή της Αντικαπνιστικής Νομοθεσίας στην αγορά εστίασης και πιο συγκεκριμένα στα εστιατόρια, τις καφετέριες και τα μπαρ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η Ιστορία του Καπνού και η σύνδεση του με την Ελληνική Κοινωνία

1.1. Ιστορική Αναδρομή

Ο καπνός είναι ένα προϊόν Αμερικανικής προέλευσης. Ιστορικοί υπολογίζουν ότι στη χώρα προέλευσης του καλλιεργείται και χρησιμοποιείται από το 5.000 π.Χ. Ένα προϊόν όπου στο παρελθόν το γνώριζαν και το αξιοποιούσαν με τελείως διαφορετικό τρόπο σε σχέση με τα σημερινά δεδομένα. Περιοχές όπως η Ευρώπη και ο υπόλοιπος κόσμος γνώρισαν τα καπνικά προϊόντα μετά τον 15^ο αιώνα. Η χρήση τους περιορίστηκε πιο πολύ σε φαρμακευτική. Πολλά νέα φάρμακα της τότε εποχής βασίστηκαν στον καπνό και είχε ως αποτέλεσμα την χρήση τους και τη γνωριμία νέων πολιτισμών με αυτά.

Οι πρώτοι καταναλωτές και καλλιεργητές του καπνού ήταν οι ιθαγενείς Αμερικάνοι, οι οποίοι δώρισαν προϊόντα καπνού και μοιράστηκαν τους τρόπους χρήσης του με τον Χριστόφορο Κολόμβο όταν έφτασε για πρώτη φορά στην Αμερική γνωρίζοντας αυτό το τόπο και τις συνήθειες των κατοίκων αυτού. Οι ιθαγενείς χαρακτήριζαν το συγκεκριμένο φυτό ως ιερό και κατανάλωναν τα φύλλα του για φαρμακευτική αγωγή, ως παυσίπονο πολλές φορές ακόμη και σαν ενισχυτικό για την γονιμότητα, φυσικά σε διάφορες θρησκευτικές τελετές με τη κατανάλωση του μπορούσαν λόγω μέθης να έρθουν σε επαφή με τα πνεύματα. Το χρησιμοποιούσαν σε διάφορες τελετές συμφιλίωσης αλλά και για να σφραγίσουν την ειρήνη σε μία διαμάχη με το κάπνισμα του καπνού με τη χρήση πίπας, από την κίνηση αυτή είναι εμπνευσμένη και η έκφραση «πίπα της Ειρήνης». Επιπλέον τα καπνικά προϊόντα αξιοποιούνταν από τους ιθαγενείς για καθημερινή απόλαυση.

Ο εξερευνητής μαζί με τους συνοδοιπόρους του επέστρεψαν πίσω στην Ευρώπη φέρνοντας μαζί τους αυτό το νέο φυτό. Διάφορα δώρα και σκεύη που δώρισαν οι ιθαγενείς στους ταξιδιώτες ήταν η έμπνευση για να ξεκινήσει ένα νέο καπνιστικό κίνημα στην Ευρώπη. Αρχικά ως ένα φαρμακευτικό φυτό γνώρισε μεγάλη άνθιση στην Ευρώπη, το νεοφερμένο φυτό άρχισε να καλλιεργείται σε όλη την έκταση της. Οι ευρωπαίοι άρχισαν να το καταναλώνουν ανεξαρτήτου φύλου και ηλικίας. Τα καπνικά προϊόντα όντας εθιστικά λόγω των ουσιών που εμπεριέχουν π.χ. νικοτίνη, γνώριζαν ολοένα και πιο μεγάλη άνθιση είτε σε φαρμακευτικές αγωγές είτε σε καθημερινή απόλαυση.



Εικόνα 1.1. Προσφορά Καπνού στον Χριστόφορο Κολόμβο από τους Ιθαγενείς

Οι πρώτοι καλλιεργητές καπνού ήταν στην Πορτογαλία και την Ισπανία, από τα μέσα του 15^{ου} αιώνα όπου τον έφερε ο Χριστόφορος Κολόμβος με τους συνοδοιπόρους του. Οι Ευρωπαϊκές χώρες αρχίζουν σιγά σιγά να υιοθετούν την καλλιέργεια του καπνού. Ακολουθεί στα μέσα 16^{ου} αιώνα η καλλιέργεια καπνού από τη Γαλλία και την Αγγλία, τέλος η Οθωμανική Αυτοκρατορία γνωρίζει αυτό το νεοφερμένο φυτό και

αρχίζει δειλά να το καλλιεργεί. Η Οθωμανική Αυτοκρατορία αρχικά το περιορίζει και δεν επιτρέπει την καλλιέργεια του για περίπου 100 χρόνια, ως το τέλος του 17^{ου} αιώνα όπου επιτρέπει ελεύθερα στους γεωργούς να καλλιεργήσουν καπνικά προϊόντα. Μετά την είσοδο του καπνού στην καθημερινότητα των ευρωπαίων πολιτών άρχισαν να γίνονται οι πρώτες μελέτες για τον εθισμό που προκαλεί αλλά και μελέτες για το πόσο επιβλαβές είναι για την υγεία των ατόμων η χρήση των προϊόντων αυτών.

1.2. Τα καπνικά προϊόντα στην Ελλάδα

Οι πρώτες καπνοκαλλιέργειες στον Ελλαδικό χώρο εντοπίστηκαν σε περιοχές γύρω από τη Θεσσαλονίκη στα τέλη του 16^{ου} αιώνα. Οι τότε καπνοκαλλιεργητές άρχισαν να καταλαμβάνουν μεγάλες εκτάσεις στη Μακεδονία, επαρχία της τότε Οθωμανικής Αυτοκρατορίας.

Με τη σύσταση του Ελληνικού Βασιλείου οι καπνοκαλλιέργειες της χώρας περιορίζονται κυρίως στη νότια Ελλάδα, με τις προσαρτήσεις όμως Ελληνικών εδαφών κατά τους Βαλκανικούς πολέμους η καπνοκαλλιέργεια γνωρίζει νέα μεγάλη άνθιση αναλαμβάνοντας από την αρχή την καλλιέργεια των μεγάλων Μακεδονικών εκτάσεων. Έτσι το εμπόριο του καπνού γνωρίζει τεράστια ανάπτυξη με την οικονομία της χώρας να αρχίζει να βασίζεται σε μεγάλο βαθμό σε αυτό.

Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα η κυβέρνηση Τρικούπη αποφασίζει την φορολόγηση του καπνού, πράγμα που απέφερε τεράστια έσοδα στα κρατικά ταμεία. Οι εργάτες και οι καπνοπαραγωγοί αποτελούν μεγάλο κομμάτι του εργατικού κινήματος της εποχής.



Εικόνα 1.2. Η πόλη της Καβάλας κατά το 19^ο αιώνα

Η ανάπτυξη και η δημιουργία πολλών αστικών κέντρων όπως τα γνωρίζουμε σήμερα οφείλεται στην παραγωγή και τη καλλιέργεια του καπνού, μεγάλα «Καπνικά Κέντρα» της εποχής θεωρούνταν η Θεσσαλονίκη, η Κατερίνη, η Δράμα, η Ξάνθη με την Καβάλα να ασκεί ιδιαίτερα μεγάλη επιρροή στο ζήτημα του καπνού η οποία είχε και το κύριο εξαγωγικό λιμάνι στον καπνό στον

Ελλαδικό χώρο. Η ανάπτυξη που γνώριζαν αυτές οι πόλεις λόγω των καπνοκαλλιεργειών τους, είχε ως αποτέλεσμα την ενίσχυση και τη διατήρηση της οικονομίας των ίδιων των μεγαλουπόλεων αλλά και τη διαφόρων χωριών κοντά σε αυτά τα μεγάλα κέντρα παραγωγής και εμπορίας καπνού.

Η καλλιέργεια του φυτού αυτού αποτελεί μια ιδιαίτερη περίπτωση, η σημασία της στην ενίσχυση της ελληνικής οικονομίας ήταν τεράστια από το παρελθόν μέχρι και σήμερα, βοήθησε την οικονομία της χώρας να ανοικοδομηθεί από την αρχή και την ενίσχυσε από όλους τους οικονομικούς παράγοντες. Η καλλιέργεια και η εμπορία του καπνού ακόμη και σήμερα καταλαμβάνει μία καλή θέση και ενισχύει την οικονομία της χώρας, παρόλο που τα τελευταία χρόνια καταπολεμείται πιο έντονα από ποτέ με αποτέλεσμα οι καταναλωτές να αποστρέφονται από τη κατανάλωση του. Ανεξάρτητα από το καθεστώς που επικρατεί τα τελευταία χρόνια, η Ελλάδα γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη χάρη στη παραγωγή του καπνού, τα έσοδα από τη φορολόγηση και την εξαγωγή του καπνού στην Ευρώπη αλλά και τον υπόλοιπο κόσμο ήταν αρκετά με αποτέλεσμα όλο και περισσότεροι γεωργοί και έμποροι να δείχνουν ενδιαφέρον για την ενασχόληση με τη καλλιέργεια, την επεξεργασία και την εμπορία του καπνού.

Ο καπνός είναι ένα φυτό το οποίο μπορεί να καλλιεργηθεί σε εδάφη στα οποία άλλα καλλιεργήσιμα φυτά δεν μπορούν να ευδοκιμήσουν. Το φυτό μπορεί να αναπτυχθεί σε εδάφη ορεινά ή ημιορεινά, εδάφη χαμηλής παραγωγικότητας, σε κεκλιμένα εδάφη σε πλαγιές και δύσβατα που δεν ενδείκνυται για την καλλιέργεια άλλων φυτών.



Εικόνα 1.3. Παραδοσιακή περισυλλογή καπνού

Δεν απαιτεί μεγάλα επίπεδα εκμηχάνισης και χρειάζεται ελάχιστη εργασία για να αναπτυχθεί και να είναι έτοιμο για περισυλλογή. Το φυτό είναι κατάλληλο για να καλλιεργηθεί σε μία χώρα σαν την Ελλάδα όπου έχει να προσφέρει το ορεινό της έδαφος και λιγότερες πεδινές περιοχές όπου συναντώνται στη νότια περιοχή της χώρας. Η Ελλάδα ξεχώρισε αρκετά γρήγορα στην παραγωγή καπνού λόγω

των διαφόρων και καλών ποιοτικά ποικιλιών που μπορούσε να προσφέρει σε καπνά. Το κλίμα της χώρας κατάφερε να βοηθήσει αρκετά στην παραγωγή και τη καλλιέργεια του συγκεκριμένου φυτού. Από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα η χώρα ξεχώρισε στο εξωτερικό για τις διάφορες ποικιλίες καπνού που μπορούσε να προσφέρει με κύριο εξαγωγικό λιμάνι τη τότε μεγάλη και γνωστή για τα καπνά της Καβάλα.

Ο καπνός αποτελεί μία από τις σπουδαιότερες καλλιέργειες του ελλαδικού χώρου, όπου από την αρχή της μεταποίησης του στα τέλη του 19^{ου} αιώνα όπου και ξεκίνησε να φορολογείται αποτέλεσε μία τεράστια πηγή εσόδων για το ελληνικό κράτος. Ο καπνός για αρκετά χρόνια αποτέλεσε το καλύτερο και πιο προσοδοφόρο εξαγωγικό προϊόν τη χώρας και βοήθησε αρκετά στην ανάπτυξη των εξαγωγικών ικανοτήτων και τη διεύρυνση του δικτύου των εμπορών της χώρας η οποία βίωνε μία δύσκολη μεταβατική περίοδο.

1.3. Η ανάπτυξη της καπνοβιομηχανίας και ο εθισμός στα καπνικά προϊόντα

Στην Ευρώπη αλλά και στον υπόλοιπο κόσμο, η μετάβαση της κατανάλωσης του ακατέργαστου καπνού στα βιομηχανοποιημένα τσιγάρα έγινε κάπου στα μέσα του 19^{ου} αιώνα όπου η μηχανική αναπτύσσεται αρκετά και αρχίζει η βιομηχανία του καπνού να γνωρίζει ιδιαίτερα μεγάλη ανάπτυξη. Τα προϊόντα καπνού αρχίζουν να λαμβάνουν την καταναλωτική μορφή σύμφωνα με την οποία τα γνωρίζουμε σήμερα. Δίχως να έχουν υπάρξει τεράστιες διαφορές στο προϊόν κατά το πέρασμα των αιώνων.

Έως τότε τα προϊόντα καπνού καταναλώνονταν με τους εξής τρόπους:

- με μάσημα των φύλλων καπνού
- με κάπνισμα πίπας
- με κάπνισμα πούρων
- κάπνισμα με τη χρήση Ναργιλέδων, όπου μετά τη καύση του φυτού ο καπνός εισπνέεται αφού πρώτα φιλτραριστεί από νερό
- σε στριφτά χειροποίητα τσιγάρα

Πλέον με την εκβιομηχάνιση των εταιριών καπνού οι καταναλωτές γνωρίζουν τα προϊόντα καπνού με νέα μορφή ,τα γνωστά σε όλους μας τσιγάρα.

Τα τσιγάρα και η καπνοβιομηχανία γνωρίζουν τρομερή ανάπτυξη κατά τη διάρκεια του 1^{ου} παγκοσμίου πολέμου στις αρχές του 20^{ου} αιώνα όπου άρχισε να θεωρείται ότι το τσιγάρο είναι ο καλύτερος σύντροφος των στρατιωτών. Οι στρατιώτες προσπαθώντας να καταπολεμήσουν το άγχος της μάχης κάπνιζαν ολοένα και πιο πολύ με αποτέλεσμα να εθίζονται όλο και περισσότερο από την νικοτίνη του τσιγάρου.

Ο ελλαδικός χώρος ξεκίνησε να κάνει δειλά βήματα στην βιομηχανία του καπνού το 1888 όπου τα δύο αδέρφια Γεώργιος και Ευστάθιος Καρέλιας εγκαθιδρύουν την πρώτη επιχείρηση εμπορίας καπνού στην Καλαμάτα, όπου αναλαμβάνει την προμήθεια και την διανομή καπνικών προϊόντων σε γύρω πόλεις και χωριά. Οι Έλληνες καταναλωτές δεν είχαν γνωρίσει ακόμη το βιομηχανοποιημένο τσιγάρο, οπότε η μικρή αυτή οικογενειακή βιοτεχνία περιορίστηκε στο να μεταπωλεί έτοιμο κομμένο καπνό σε σακούλες στις τοπικές αγορές. Καθώς γνώριζε ολοένα και μεγαλύτερη ανάπτυξη η επιχείρηση προσέλαβε εργάτες και εργάτριες που αναλάμβαναν να φτιάχνουν χειροποίητα τσιγάρα.

Περίπου 20 χρόνια αργότερα στις αρχές του 1910 εισάγονται στην Ελλάδα οι πρώτες μηχανές τσιγαροποίησης όπου έρχονται να κλονίσουν την μέχρι τότε βιομηχανία του καπνού. Μία μηχανή παραγωγής τσιγάρων μπορούσε να παράγει 100 φορές πιο πολλά τσιγάρα από όσα ένας εργάτης μπορούσε να τυλίξει μέσα στο ίδιο χρονικό διάστημα. Έτσι με τη βοήθεια των μηχανών, άρχισαν να διοχετεύονται στην αγορά τεράστιες ποσότητες τσιγάρων και έτσι οι καταναλωτές άρχισαν να τα βάζουν στην καθημερινότητα τους.

Μέσα σε μία δεκαετία από την εισαγωγή των μηχανών εντοπίζουμε στην Ελλάδα 13

ανώνυμες εταιρίες εμπορίας καπνού και 167 μηχανές παραγωγής τσιγάρων. Μέχρι το 1940 οι Έλληνες καταναλωτές γνωρίζουν το εμπορευματοποιημένο τσιγάρο το οικειοποιούνται και το καταναλώνουν παρά τη βαριά του φορολόγηση και την μεγάλη οικονομική κρίση που βίωνε η χώρα εκείνη την περίοδο. Παράλληλα αρχίζει μεγάλο μέρος των καταναλωτών να εθίζεται στην κατανάλωση των τσιγάρων λόγω των εθιστικών ουσιών που εμπεριέχει, όπως η νικοτίνη.

Καθόλα αυτά τα χρόνια αρχίζει η βιομηχανία του τσιγάρου να αναπτύσσεται ραγδαία, οι διαφημίσεις και τα προϊόντα διοχετεύονται στο πλήθος χωρίς κανένα φίλτρο ώστε να προστατευτεί από αυτές. Οι καταναλωτές αρχίζουν να εθίζονται όλο και περισσότερο στο τσιγάρο. Δεν γίνονται διακρίσεις στη κατανάλωση του τσιγάρου, άντρες, γυναίκες, παιδιά όλοι είναι ενεργοί καπνιστές, δίχως να αναγνωρίζουν πόσο βλαβερό είναι για την υγεία. Στα μέσα του 20^{ου} αιώνα αρχίζουν να γίνονται οι πρώτες έρευνες για τις επιπτώσεις που έχει το κάπνισμα στην υγεία των ανθρώπων, όχι μόνο των ενεργών καπνιστών αλλά και των παθητικών καπνιστών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Το τσιγάρο σε όλο τον κόσμο και την Ελλάδα

2.1. Το τσιγάρο και η αντιμετώπιση του από όλες τις πλευρές

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (Π.Ο.Υ.) έχει χαρακτηρίσει το κάπνισμα ως μία χρόνια νόσο και τους καπνιστές ως ασθενείς οι οποίοι χρήζουν ιατρικής παρέμβασης ώστε να μπορέσουν να αποστασιοποιηθούν από αυτό.

Ψυχολόγοι και κοινωνιολόγοι ύστερα από έρευνες υποστηρίζουν ότι ο κόσμος εδώ και αρκετά χρόνια έχει συνδέσει το τσιγάρο με διάφορες καταστάσεις, πράγμα που οδηγούσε στην αλόγιστη κατανάλωση του. Καθημερινές συνήθειες έκαναν απαραίτητη τη συντροφιά ενός τσιγάρου, κατά τη διασκέδαση, όταν δημιουργούνταν έντονες ψυχολογικές καταστάσεις, κατά την αποφυγή άλλων καταστάσεων είτε όταν υπήρχε η ανάγκη για τη κοινωνική αποδοχή. Πολλοί οι παράγοντες που επηρέαζαν και δημιουργούσαν την ανάγκη στο κόσμο για να καταναλώσει προϊόντα καπνού. Καθώς όμως μεγάλωνε η κατανάλωση τσιγάρων τόσο μεγάλωνε παράλληλα και ο εθισμός στη νικοτίνη αυτών. Οι καταναλωτές συνέχιζαν επανειλημμένα να καπνίζουν και να επιβαρύνουν την υγεία τους.

Η νικοτίνη που στην μη επεξεργασμένη μορφή της είναι ένα κίτρινο ελαιώδες υγρό αποτελεί την μοναδική ουσία που προκαλεί στον ανθρώπινο οργανισμό εξάρτηση. Ένα τσιγάρο κατά την καύση του απελευθερώνει παραπάνω από 7.000 επικίνδυνες χημικές ουσίες, από τις οποίες οι 250 είναι τοξικές εκ των οποίων οι 70 είναι καρκινογόνες, ουσίες οι οποίες απορροφούνται από τον ίδιο τον καπνιστή όταν καπνίζει αλλά επιβαρύνοντας και άτομα τριγύρω του, κάνοντας τους άθελα του παθητικούς καπνιστές.

Καπνιστές και κατά συνέπεια οι παθητικοί καπνιστές που βρίσκονται κοντά τους για αρκετά χρόνια επιβαρύνουν την υγεία τους. Κατά την πρώτη εμφάνιση των προϊόντων καπνού οι καταναλωτές δεν γνώριζαν για το πόσο επιβλαβές ήταν για την υγεία των ίδιων αλλά και των ανθρώπων που ήταν κοντά τους, επιπλέον υπήρχαν οι λανθασμένες αντιλήψεις ότι το κάπνισμα είναι ευεργετικό για τον οργανισμό των καπνιστών και επιφέρει πολλά θετικά στην υγεία και την ευεξία των καταναλωτών.

Σήμερα περισσότεροι από 1 δισεκατομμύριο άνθρωποι σε όλο κόσμο είναι ενεργοί καπνιστές, τα προϊόντα καπνού παρά τον εθισμό που προκαλούν στους καταναλωτές αλλά και τις τόσο σοβαρές επιπτώσεις που επιφέρουν στην υγεία των καταναλωτών

συνεχίζουν να διοχετεύονται νόμιμα στην αγορά. Διάφοροι επιστήμονες έχουν θίξει το θέμα της διακοπής αλλά και της συνέχισης της απόχης μετά τη διακοπή από το τσιγάρο που αποτελεί μία διαδικασία που επηρεάζεται από διάφορους ψυχολογικούς, βιολογικούς και κοινωνικούς παράγοντες. Μία ιδιαίτερα χρονοβόρα και επίπονη διαδικασία που ο καταναλωτής ίσως χρειαστεί να καταφύγει σε διάφορα υποκατάστατα της νικοτίνης ώστε να μπορέσει σταδιακά να σταματήσει να εξαρτάται από αυτή.

Ο κόσμος έχοντας ελλιπή ενημέρωση σχετικά με το κάπνισμα, για αρκετά χρόνια κάπνιζε ανεξέλεγκτα, επηρεαζόταν αρνητικά από τις διάφορες διαφημίσεις των καπνοβιομηχανιών, τα πακέτα των τσιγάρων ήταν σχεδιασμένα στη κρίση της κάθε εταιρίας και τα διακοσμούσε με τον τρόπο που αυτή επέλεγε. Το τσιγάρο είχε εισέλθει στην καθημερινότητα χωρίς κανένα περιορισμό, καμία έρευνα δεν είχε γίνει για το πώς επηρεάζει την υγεία, την ψυχολογία και γενικά την ζωή των καταναλωτών. Τα μεγαλύτερα πρόσωπα της νεότερης ιστορίας του 20ου αιώνα φαινόταν να καπνίζουν, είδωλα που είχαν μεγάλη επιρροή σε πολύ κόσμο σε όλο τον κόσμο είχαν φωτογραφηθεί είτε βιντεοσκοπηθεί να καπνίζουν, πράγμα που ωθούσε όλο και πιο πολύ κόσμο στο τσιγάρο. Οι καπνοβιομηχανίες από την άλλη αξιοποιούσαν κάθε μέσο που είχαν ώστε να προωθήσουν τα προϊόντα τους, και αν μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους, όπως φυσικά θα έκανε κάθε επιχείρηση η οποία επιθυμεί να είναι κερδοφόρα. Έτσι έχουμε μία τεράστια αύξηση της κατανάλωσης του καπνού που για αρκετά χρόνια επηρέαζε τις ζωές εκατομμύρια ανθρώπων σε όλο τον κόσμο δίχως να αναγνωρίζουν τα προβλήματα που προκαλούσε.

2.2. Το τσιγάρο και η Ελληνική κοινωνία

Μέσα στη παγκόσμια έξαρση του τσιγάρου δεν άργησε και η Ελλάδα να λάβει μέρος, από τις αρχές της ανεξαρτητοποίησης από την οθωμανική αυτοκρατορία και την απόκτηση των υπόλοιπων εδαφών της χώρας λαμβάνοντας σιγά σιγά την γεωγραφική έκταση με την οποία τη γνωρίζουμε σήμερα, η χώρα εμπορευόταν καπνό. Η μεγάλη της σχέση με τη παραγωγή του καπνού, την επεξεργασία και την εμπορία του δεν θα μπορούσε να απομακρύνει τους πολίτες της χώρας από την κατανάλωση του και πιο συγκεκριμένα τη κατανάλωση τσιγάρων. Όπως αναφέρθηκε, τα πρώτα βήματα στην καπνοβιομηχανία τα έκαναν τα αδέρφια Καρέλιας και ακολούθησαν τα βήματα τους και άλλες βιομηχανίες παραγωγής τσιγάρων. Η Ελλάδα της οποίας η οικονομία

βασίζονταν σε μεγάλο βαθμό στην παραγωγή καπνού, με μεγάλο εργατικό δυναμικό στη καπνοπαραγωγή φυσικά και θα απολάμβανε τα οφέλη του προϊόντος του οποίου παρήγαγε.

Οι Έλληνες πολίτες από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα όταν ακόμη τα τσιγάρα ήταν ένα σχετικά νέο προϊόν μέχρι και τις αρχές του 21^{ου} πρώτου αιώνα καταλάμβαναν τις πρώτες θέσεις καπνιστών σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Σύμφωνα με μία Έρευνα Υγείας του 2016 για την καταμέτρηση των Ελλήνων πολιτών έδειξε ότι:

Πίνακας 2.1. Συχνότητα καπνίσματος. Ποσοστιαία κατανομή πληθυσμού ηλικίας 15 ετών και άνω, 2016

	Αρρένες	Θύλεις	Σύνολο
Καθημερινά	33,8%	21,4%	27,3%
Περιστασιακά	5,6%	5,0%	5,3%
Κάπνιζα στο παρελθόν και τώρα έχω διακόψει	22,9%	9,7%	16,0%
Δεν έχω καπνίσει ποτέ	37,7%	63,9%	51,4%

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία

Οι Έλληνες έχουν επηρεαστεί αρκετά στο πέρασμα των χρόνων από τις διάφορες διαφημίσεις και γενικά τις μεθόδους μάρκετινγκ που οι καπνοβιομηχανίες χρησιμοποιούσαν με σκοπό να ανέβει η ζήτηση των προϊόντων τους, ώστε να έχουν μεγαλύτερα κέρδη. Οι διαφημίσεις για αρκετές δεκαετίες ήταν σε πρώτο πλάνο σε όλα τα ΜΜΕ, μεγάλες αφίσες σε κεντρικά σημεία και δρόμους, σε στάσεις λεωφορείων όπου αρκετός κόσμος αφιέρωνε χρόνο περιμένοντας ένα λεωφορείο, οι διαφημίσεις εκεί τραβούσαν την προσοχή του καταναλωτή και του κινούσαν το ενδιαφέρον για κάποιο τσιγάρο, τα περίπτερα σε κάθε γειτονιά γεμάτα με διάφορες διαφημίσεις είτε μεγάλες π.χ. στις τέντες του καταστήματος αλλά και μικρότερες σε άλλα σημεία αυτού. Ένας καταναλωτής δεχόταν μεγάλα ερεθίσματα με αποτέλεσμα να αυξάνεται η κατανάλωση. Η ενημέρωση του κόσμου σχετικά με το κάπνισμα και την υγεία του ήταν ελάχιστη οπότε ο Έλληνας πολίτης ήταν ένας φανατικός καπνιστής. Είναι ευρέως γνωστό πως η διαφήμιση προκαλεί υπερκαταναλωτισμό, πράγμα αρκετά εμφανές στην Ελληνική κοινωνία για αρκετά χρόνια. Επιπλέον πέραν των διαφημίσεων, για αρκετές δεκαετίες το τσιγάρο δέσποζε στα χέρια αρκετών μεγάλων προσωπικοτήτων της

Ελληνικής Πολιτικής και Κοινωνικής σκηνής. Άνθρωποι με διεθνή αναγνώριση, που ενέπνεαν δυναμισμό, επιτυχία, ευτυχία και ανεξαρτησία, μεγάλοι επιχειρηματίες που προκαλούσαν δέος με τα τόσο μεγάλα επιχειρηματικά τους πλάνα, γνωστές φιγούρες του ελληνικού αλλά και του διεθνούς κινηματογράφου, άνθρωποι είδωλα για πολλούς, παραδείγματα προς μίμηση για ένα μεγάλο ποσοστό ανθρώπων. Οι περισσότεροι μεταξύ των σημαντικών αυτών προσωπικοτήτων έκαναν την εμφάνιση τους καπνίζοντας, πράγμα που έκανε τους υπόλοιπους οι οποίοι είχαν κάποιο θαυμασμό προς αυτά τα πρόσωπα να μιμηθούν κάποιες συγκεκριμένες συμπεριφορές, ώστε και οι ίδιοι να γίνουν ένα κομμάτι των μεγάλων αυτών προσωπικοτήτων, και να νιώσουν ξεχωριστοί.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της μίμησης είναι ο ελληνικός κινηματογράφος ο οποίος έπαιξε τεράστιο ρόλο στην αύξηση του καπνίσματος στην Ελλάδα, κατά το 2^ο μισό του 20^{ου} αιώνα ο ελληνικός κινηματογράφος γνωρίζει τη χρυσή του εποχή. Οι παραγωγές ελληνικών ταινιών αυξάνονται ραγδαία και αναζητούν χορηγούς για τις παραγωγές αυτές. Οι καπνοβιομηχανίες βρίσκουν τεράστια ευκαιρία να προωθήσουν τα προϊόντα τους, έτσι μαζί με τη χρυσή εποχή του κινηματογράφου στην Ελλάδα έχουμε και μία χρυσή εποχή διαφήμισης των καπνικών προϊόντων μέσω αυτού. Οι διαφημίσεις των καπνοβιομηχανιών στις ελληνικές ταινίες ήταν πολύ μεγάλες και σε περιπτώσεις που δεν υπήρχε κάποια διαφήμιση οι πρωταγωνιστές σε διάφορες στιγμές των ταινιών φαίνεται να απολαμβάνουν ένα τσιγάρο. Ο Έλληνας πολίτης μετά από τόση μεγάλη έκθεση στο τσιγάρο ασυναίσθητα του δημιουργείται η ανάγκη να το δοκιμάσει, ψυχολογικά συνδέει το τσιγάρο με τη διασκέδαση και το αλκοόλ και αισθάνεται την ανάγκη να καπνίσει σε περιπτώσεις που φτιαχτά του δημιουργήθηκε η ανάγκη από την ταινία που είχε παρακολουθήσει. Στον κινηματογράφο πολλές φορές έτσι όπως τοποθετούνταν η σκηνή, ο πρωταγωνιστής σε κάποιες έντονα συναισθηματικά σκηνές άναβε ένα τσιγάρο, πράγμα που εντυπωνόταν ασυναίσθητα στον παρατηρητή και εν δυνάμει καταναλωτή.

Ο κόσμος για αρκετά χρόνια εκτίθονταν σε πολύ μεγάλο βαθμό στο τσιγάρο, είχε γίνει ένα τεράστιο κομμάτι της ελληνικής κοινωνίας. Τα έσοδα του κράτους από τους φόρους του τσιγάρου ήταν πάρα πολλά, ενίσχυσε την οικονομία της χώρας κατά πολύ και τη βοήθησε να ανταπεξέλθει σε όλα τα οικονομικά ζητήματα που προέκυπταν μετά από τόσα χρόνια πολέμων και φτώχειας.

Οι Έλληνες πολίτες για αρκετά χρόνια, συνέχιζαν να καπνίζουν έχοντας πλήρη άγνοια για το πόσο βλαβερό είναι στην υγεία το κάπνισμα, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν τεράστια προβλήματα υγείας στο δυναμικό της χώρας. Το κράτος άργησε αρκετά να αναλάβει δράση και να περιορίσει το τσιγάρο όπως άλλες χώρες όπως οι Η.Π.Α. και η Μεγάλη Βρετανία επέβαλαν περιοριστικά μέτρα δεκαετίες νωρίτερα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Οι πρώτες έρευνες για τις βλαβερές συνέπειες του τσιγάρου στην υγεία των ανθρώπων και τα μέτρα αντιμετώπισης του

3.1. Οι πρώτες παγκόσμιες κινήσεις πάταξης του καπνίσματος

Η παγκόσμια καπνοβιομηχανία με την είσοδο των μηχανών στην παραγωγή των τσιγάρων διοχετεύει την αγορά με πληθώρα καπνικών προϊόντων. Με την είσοδο τους στην παραγωγή των τσιγάρων, μείωσαν το κόστος παραγωγής, επιπλέον αύξησαν κατά πολύ την παραγόμενη ποσότητα τσιγάρων και υπήρξε ένας κορεσμός αυτών των προϊόντων στην αγορά.

Οι καταναλωτές από την άλλη έχουν αποδεχθεί κοινωνικά αυτό το προϊόν, είχε γίνει ευρέως αποδεκτό να καπνίζεις, υπήρχε η πεποίθηση ότι το κάπνισμα βοηθά στην καταπολέμηση του άγχους, είναι μαγκιά να καπνίζεις, οι ταινίες το παρουσιάζουν ως κάτι απλό και καθημερινό, ο πόλεμος έχει συνδεθεί με το τσιγάρο.

Μετά τον 1^ο Παγκόσμιο πόλεμο το τσιγάρο είχε ήδη μπει στην καθημερινότητα των καταναλωτών, ένα σύμβολο δύναμης, ανεξαρτησίας και ανεμελιάς. Μετά το πέρας του πολέμου οι διαφημίσεις για τα προϊόντα αυτά ξεκίνησαν να προβάλλονται, αυξάνοντας έτσι και την κατανάλωση τους. Το τσιγάρο διαφημιζόταν για τις ιδιότητες στην υγεία και την ευεξία των καταναλωτών του με αποτέλεσμα να έχει εδραιώσει μία θέση στην καθημερινότητα τους. Οι καπνοβιομηχανίες δαπανούν τεράστια χρηματικά ποσά για τη διαφήμιση των προϊόντων τους, βρίσκουν διάφορους τρόπους για να κάνουν τα προϊόντα τους πιο ελκυστικά για τους καταναλωτές και να τους δημιουργούν το αίσθημα ότι πραγματικά χρειάζονται το προϊόν αυτό, ώστε να το καταναλώνουν.

Πέρασαν αρκετές δεκαετίες μέχρι το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα όπου διάφοροι ερευνητές ξεκίνησαν να το ερευνούν τα υπέρ και τα κατά του καπνίσματος και να καταφέρουν να ανακαλύψουν το πόσο επιβλαβές ήταν στην υγεία των ανθρώπων. Οι πρώτες έρευνες ξεκίνησαν στις Η.Π.Α. όπου συνέδεσαν το κάπνισμα με διάφορες παθήσεις των πνευμόνων και τελικά τον καρκίνο του πνεύμονα. Ακολούθησε η Μεγάλη Βρετανία με διάφορες έρευνες πάνω στο θέμα κάπνισμα και δημόσια υγεία.

Η πρώτη επιστημονική έρευνα παρουσιάστηκε το 1962 από τον ιατρικό σύλλογο της Αγγλίας, όπου επισήμανε το πόσο βλαβερό ήταν το κάπνισμα στην υγεία των καπνιστών αλλά και των παθητικών καπνιστών. Δύο χρόνια αργότερα η αμερικανική

κυβέρνηση αναρτά την έκθεση με τίτλο «Καπνός και Υγεία» όπου για πρώτη φορά γίνεται αναφορά και σύνδεση του με τσιγάρου με διάφορες πνευμονικές παθήσεις όπως η χρόνια βρογχίτιδα και ο καρκίνος του πνεύμονα. Έτσι ο κόσμος αρχίζει να ενημερώνεται για το πόσο βλαβερό είναι το κάπνισμα στην υγεία. Η κατανάλωση των προϊόντων καπνού αρχίζει να ελαττώνεται πράγμα που ενοχλεί αρχικά τις εταιρίες εμπορίας καπνού, οι οποίες προσπαθούν με κάθε μέσο να πείσουν τους καταναλωτές ότι οι συγκεκριμένες έρευνες είναι ψευδείς είτε έχουν ανεπαρκή στοιχεία. Οι καπνοβιομηχανίες αποφασίζουν να δαπανήσουν ακόμη περισσότερα χρήματα στις διαφημίσεις τους με σκοπό να πείσουν τον καταναλωτή και να τον πλανέψουν ώστε να μπει στο πειρασμό να αγοράσει τα προϊόν, παρόλο που πλέον γνωρίζει για το πόσο βλαβερό είναι για την υγεία του, οι καταναλωτές πλέον αγοράζουν ένα προϊόν εν γνώση τους ότι κάποια στιγμή θα τους κάνει να νοσήσουν από σοβαρές ασθένειες ή ακόμη και να τους οδηγήσει στο θάνατο. Επικρατεί μία μεγάλη σύγχυση στους καταναλωτές δίχως να ξέρουν ποιους να πιστέψουν, σίγουρα όμως το τσιγάρο έχει εθίσει ένα μεγάλο ποσοστό αυτών λόγω των ουσιών εξάρτησης που εμπεριέχει και δεν μπορούν χωρίς αυτό. Έτσι ξεκινούν οι πρώτες αντικαπνιστικές καμπάνιες και το 1965 στις Η.Π.Α. έχουμε την πρώτη νομοθεσία όπου επιβάλλει στις εταιρίες να προσθέσουν στα πακέτα τους, που μέχρι τότε τα διακοσμούσαν με όποιο τρόπο αυτές ήθελαν, το σήμα «Το κάπνισμα βλάπτει σοβαρά την υγεία». Ακολουθεί η Μεγάλη Βρετανία μία πενταετία αργότερα όπου επιβάλλει την ίδια νομοθεσία στα πακέτα των τσιγάρων και παράλληλα απαγορεύει κάθε μορφή τηλεοπτικής διαφήμισης τους. Η Ιαπωνία εφαρμόζει παρόμοια τακτική περίπου το 1972 και αποτελεί την πρώτη Ασιατική χώρα όπου εφάρμοσε τη συγκεκριμένη μέθοδο αποτροπής από το κάπνισμα.

Ολοένα και πιο πολλές χώρες αναλάμβαναν να εφαρμόσουν τη συγκεκριμένη πολιτική για την αφύπνιση των καταναλωτών και την μείωση της κατανάλωσης των καπνικών προϊόντων τοποθετώντας στα πακέτα των τσιγάρων μεγαλύτερα είτε μικρότερα μηνύματα αναφερόμενα σε αυτούς, προσπαθώντας να εξαλείψουν κάθε μορφής μάρκετινγκ πάνω στα πακέτα και τα κουτιά των τσιγάρων. Το 1987 έρχονται οι Η.Π.Α. να προσθέσουν ένα δραστικό μέτρο για την προστασία των καταναλωτών όπου θέτουν σε εφαρμογή τα πρώτα μέτρα κατά του καπνίσματος στις αμερικανικές δημόσιες υπηρεσίες, σιγά σιγά το κάπνισμα αρχίζει να θεωρείται πολιτικά μη ορθό.

Επόμενο δραστικό μέτρο για την μείωση της κατανάλωσης των καπνικών προϊόντων ήταν η τοποθέτηση εικόνων που κάνουν εμφανή τα προβλήματα υγείας που προκαλεί το κάπνισμα στους καταναλωτές. Πλέον τα πακέτα των τσιγάρων, πέρα από μηνύματα

προς τους καταναλωτές περιείχαν και εικόνες με σκοπό να αποτρέψουν τους ενδιαφερόμενους από την κατανάλωση τους. Η χώρα που αναλαμβάνει να το εφαρμόσει πρώτη το 2001 είναι ο Καναδάς, ακολουθεί το 2002 η Βραζιλία, με εικόνες στα πακέτα που σοκάρουν τους καταναλωτές και επιτυγχάνουν την μείωση της κατανάλωσης τους. Μέσα στην επόμενη δεκαετία υιοθετούν το συγκεκριμένο μέτρο και άλλες 30 χώρες, συμπεριλαμβανομένου και της Ελλάδας.

Παράλληλα με τα μέτρα που αναλαμβάνει κάθε χώρα για τη μείωση της κατανάλωσης του τσιγάρου, θα πρέπει να κάνουμε μία αναφορά και στο πως επηρεάζεται η ζήτηση του τσιγάρου με βάση την τιμή του. Η Ευρωπαϊκή Ένωση για περισσότερα από 30 χρόνια διαμορφώνει τη φορολόγηση γύρω από τα τσιγάρα ώστε να διαμορφώνει κατάλληλα τη τιμή τους και να επηρεάζει και τα έσοδα των κρατών αλλά και την ζήτηση των καταναλωτών. Η εκάστοτε χώρα αναλαμβάνει και εφαρμόζει το μέτρο με βάση τα δικά της δεδομένα έτσι προκύπτει ότι οι χώρες μέλη της Ε.Ε. αν και ακολουθούν μία κοινή γραμμή, έχουν τεράστιες διαφορές και αποκλίσεις στη τιμή των τσιγάρων. Με την εφαρμογή επιπλέον φορολογίας πάνω σε ένα προϊόν όπως είναι το τσιγάρο έχουμε αύξηση της τιμής απόκτησης του προϊόντος και οι καταναλωτές αποστρέφονται από το να το αποκτήσουν. Οι φόροι οι οποίοι επιβάλλονται δεν είναι για να αυξήσει άμεσα τα έσοδα του κράτος αλλά για να μειώσει τη ζήτηση των τσιγάρων. Οι καταναλωτές αρχίζουν να θεωρούν ότι το προϊόν είναι πλέον ακριβό και αποφασίζουν να ελαττώσουν την ποσότητα που καταναλώνουν. Τέτοιοι ειδικοί φόροι έχουν χρησιμοποιηθεί ποικιλοτρόπως από διάφορες χώρες, μία από αυτές είναι και η Ελλάδα η οποία για περισσότερα από 100 χρόνια εμφανίζει μεγάλα κέρδη από τη φορολόγηση και την εμπορία των καπνικών προϊόντων.

Μέχρι σήμερα υπολογίζεται ότι περισσότερο από 1 δισεκατομμύριο άνθρωποι στο κόσμο καπνίζουν, με περίπου 100.000 άτομα καθημερινά να εντάσσονται στους ενεργούς καπνιστές. Με αυτό το ρυθμό οι καπνιστές σε όλο τον κόσμο μέχρι το τέλος του 2025 θα αριθμούν κάπου περισσότερο από 1.5 δισεκατομμύρια του παγκόσμιου πληθυσμού. Η υγεία του ανθρώπου επηρεάζεται άμεσα από τη κατανάλωση καπνικών προϊόντων, με 3 εκατομμύρια θανάτους το χρόνο να ευθύνονται αποκλειστικά από το τσιγάρο, με περίπου το μισό εκατομμύριο από αυτούς να είναι πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για κάθε τσιγάρο που καταναλώνει ένας καπνιστής υπολογίζεται ότι το τσιγάρο αυτό χάνει 5 λεπτά από τη ζωή του καπνιστή, πράγμα που σημαίνει ότι σε γενικό βαθμό έχουμε πολλούς πρόωπους θανάτους. Με το ρυθμό που αυξάνονται οι καπνιστές ημερησίως υπολογίζεται ότι οι θάνατοι στο άμεσο μέλλον θα αυξηθούν.

3.2. Τα μέτρα αντιμετώπισης της μάστιγας του τσιγάρου στην Ελλάδα

Η Ελλάδα από το παρελθόν αλλά ακόμη και σήμερα διατηρεί ένα υψηλό ποσοστό καπνιστών στην Ευρώπη αλλά και σε παγκόσμια κλίμακα. Περίπου το 30% των Ελλήνων πολιτών καπνίζει συστηματικά και ένα ποσοστό 5% καπνίζει περιστασιακά. Ποσοστά ιδιαίτερα ανησυχητικά για τα δεδομένα του 21^{ου} πρώτου αιώνα όπου ο κόσμος ενημερώνεται συνεχώς για το πόσο επιβλαβές είναι το κάπνισμα στην υγεία αλλά και τις προσπάθειες που γίνονται από τις κυβερνήσεις για να ελαττωθεί αυτή η συνήθεια των πολιτών.

Στην Ελλάδα η πρώτη νομοθεσία σχετικά με την απαγόρευση του καπνίσματος σε κλειστούς χώρους εφαρμόστηκε με βασιλικό διάταγμα το 1856, έπειτα ακολούθησε η ψήφιση ενός νόμου σχεδόν ένα αιώνα αργότερα, το 1952 όπου απαγορεύτηκε το κάπνισμα στα μεταφορικά μέσα.

Οι πρώτες συστάσεις για το πόσο βλαβερό είναι το κάπνισμα στην υγεία των πολιτών της χώρας έγιναν το 1978 από τον τότε Υπουργό Κοινωνικών Υπηρεσιών κ. Σπυρίδων Δοξιάδη, όπου φρόντισε να γίνει η πρώτη αντικαπνιστική εκστρατεία στη χώρα που απέφερε κάποιο θετικό αποτέλεσμα. Ήταν ο πρώτος Έλληνας πολιτικός ο οποίος έθιξε ενεργά το θέμα και φρόντισε για τη Δημόσια Υγεία των πολιτών στο θέμα του τσιγάρου. Δυστυχώς η εκστρατεία και οι δράσεις όπου πραγματοποιούνταν ξεχάστηκαν μόλις ανέλαβε ο επόμενος Υπουργός.

Ακολούθησε το 1979 η απαγόρευση του καπνίσματος μέσα σε νοσηλευτικά ιδρύματα και ιδιωτικές κλινικές, στους ασθενείς στο προσωπικό καθώς και στους επισκέπτες.

Επόμενο μέτρο που ανέλαβε και υιοθέτησε η Ελληνική Κυβέρνηση κατά του καπνίσματος ήταν η απαγόρευση των διαφημίσεων των τσιγάρων στη χώρα μας μέσω της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου. Το 1996 υπερψηφίζεται ο Ευρωπαϊκός Νόμος για την απαγόρευση όλων των διαφημίσεων καπνίσματος. Ένα μέτρο αρκετά αποτελεσματικό στην αρχή, αλλά μέσω της τηλεόρασης συνεχίζονται να προβάλλονται διαφημίσεις τσιγάρων μέσω των τηλεοπτικών προγραμμάτων. Οι πρωταγωνιστές συνεχίζουν να καπνίζουν και να διαφημίζουν τα προϊόντα καπνού μέσω των τηλεοπτικών σειρών, ταινιών και διαφόρων προγραμμάτων που διατίθενται προς το τηλεοπτικό κοινό. Οι καπνοβιομηχανίες περιορίστηκαν μόνο ως προς τις διαφημίσεις κατά το διάστημα ανάμεσα στα τηλεοπτικά προγράμματα, κατά τη διάρκεια αυτών μπορούσαν ανενόχλητα να διαφημίζουν τα προϊόντα τους.

Ενώ από το 2008 ψηφίζεται και ένα χρόνο αργότερα εφαρμόζεται ο νόμος 3730/2008 σύμφωνα με τον οποίο απαγορεύεται πλέον η διαφήμιση προϊόντων καπνού σε εξωτερικούς και υπαίθριους χώρους, πλέον τα προϊόντα καπνού μπορούν να διαφημιστούν μόνο σε σημεία πώλησης τους.

Ποικίλες νομοθεσίες ψηφίστηκαν συζητήθηκαν και εφαρμόστηκαν ενώ άλλες και δεν εφαρμόστηκαν σχεδόν ποτέ από την ελληνική κοινωνία. Όλες αυτές που είχαν ως άμεσο σκοπό την σταδιακή ελάττωση του καπνίσματος των πολιτών, την προστασία αυτών από το παθητικό κάπνισμα με απώτερο σκοπό πάντα την διασφάλιση της δημόσιας υγείας των πολιτών. Με το πέρασμα των χρόνων η Ελλάδα παρέμενε στην κορυφή των χωρών με τους περισσότερους καπνιστές σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση αλλά και σε παγκόσμια κλίμακα. Ο Έλληνας πολίτης είχε συνδέσει τη καθημερινότητα του με το τσιγάρο αδιαφορώντας για τα μέτρα που έχει πάρει η πολιτεία για την προστασία του. Πολλοί συμπολίτες μας αδιαφορούσαν είτε έκαναν τα στραβά μάτια για την εφαρμογή των διάφορων νομοθεσιών. Το τσιγάρο είχε γίνει η προέκταση του χεριού πολλών από αυτούς και αρνούνταν να το αφήσουν ακόμη και σε χώρους όπου απαγορευόταν δια ροπάλου το κάπνισμα.

Πίνακας 3.1. Συγκεντρωμένες Νομοθετικές Πράξεις για το κάπνισμα στην Ελλάδα

Έτος	Είδος/Αριθμός	Περιεχόμενο
1952	ΥΑ 389966	Απαγόρευση καπνίσματος στα μεταφορικά μέσα
1979	ΥΑ 1989	Απαγόρευση καπνίσματος στα νοσηλευτικά ιδρύματα και τις ιδιωτικές κλινικές
1980	ΥΑ 25.05.1980	Απαγόρευση καπνίσματος σε κλειστούς δημόσιους χώρους
1989	ΥΑ 1591	Απαγόρευση διαφήμισης σε χώρους υπηρεσιών υγείας, εκπαίδευσης, νεότητας, άθλησης κτλ.
1990	ΥΑ 4508	Απαγόρευση καπνίσματος στις αεροπορικές πτήσεις εσωτερικού
1990	ΚΥΑ 2160	Σήμανση προϊόντων καπνού, σε συμμόρφωση με την οδηγία 89/622
1991	N 1943	Απαγόρευση άμεσης και έμμεσης διαφήμισης προϊόντων καπνού στην κρατική τηλεόραση
1991	ΚΥΑ 5259	Καθορισμός περιεκτικότητας σε πίσσα, σύμφωνα με την οδηγία 90/239

1992	ΠΔ 236	Απαγόρευση διαφήμισης προϊόντων καπνού στην τηλεόραση και απαγόρευση χορηγίας τηλεοπτικών εκπομπών
1992	ΥΑ 2917	Σήμανση προϊόντων καπνού (Τροποποίηση ΚΥΑ 2160)
1993	ΥΑ 4322 Υ3/ ΟΙΚ 4552	Απαγόρευση του καπνίσματος σε χώρους υπηρεσιών υγείας, Ίδρυση και λειτουργία Κέντρων Διακοπής Καπνίσματος σε Δημόσια Νοσοκομεία
1996	ΥΑ 2431	Σήμανση προϊόντων καπνού (Τροποποίηση ΚΥΑ 2160)
2002	ΥΑ 76017	Απαγόρευση καπνίσματος σε δημόσιους χώρους, μεταφορικά μέσα και μονάδες παροχής υπηρεσιών υγείας
2003	ΚΥΑ 266	Διατάξεις για τη παραγωγή, παρουσίαση και πώληση προϊόντων καπνού σε συμμόρφωση προς την οδηγία 2001/37/ΕΚ
2003	ΥΑ 82942	Συμπλήρωση διατάξεων για απαγόρευση του καπνίσματος σε δημόσιους και ιδιωτικούς χώρους, μεταφορικά μέσα και υπηρεσίες υγείας
2005	ΚΥΑ 81348	Διατάξεις για τη διαφήμιση και χορηγία προϊόντων καπνού σε συμμόρφωση προς την οδηγία 2003/33/ΕΚ
2008	Ν 3730	Διατάξεις για το περιορισμό διαφημίσεων σε δημόσιους χώρους, απαγόρευση καπνίσματος σε όλους τους κλειστούς δημόσιους χώρους
2010	Ν 3868	Αντικαπνιστικός Νόμος για απαγόρευση του καπνίσματος σε κλειστούς δημόσιους χώρους
2019	Ν 4633	Αντικαπνιστικός Νόμος, καθολική απαγόρευση του καπνίσματος σε όλους τους κλειστούς χώρους.

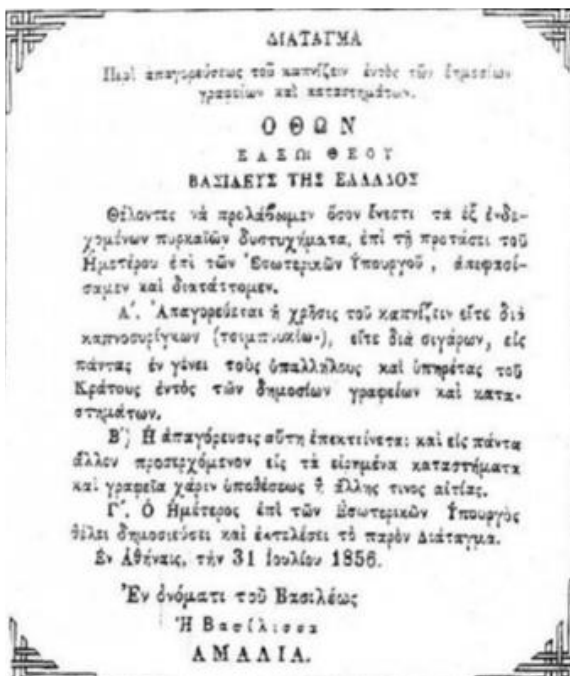
Πηγή: <https://pharmateam.blogspot.com/>

Οι Έλληνες πολίτες είχαν άμεσα συνδεμένο το κάπνισμα με την καθημερινότητα τους, τη διασκέδαση τους, τις εξόδους τους και γενικά το συνόδεuan με αρκετά πράγματα. Άργησε αρκετά το καταναλωτικό κοινό να συνειδητοποιήσει πόσο επιβλαβές είναι το τσιγάρο στην υγεία του και σταδιακά να μειώσει την κατανάλωση μέχρι κάποια στιγμή στο μέλλον να αποφασίσει να το σταματήσει τελείως.

Διάφορες Υπουργικές αποφάσεις, Προεδρικά Διατάγματα αλλά και νομοθεσίες πέρασαν, ψηφίστηκαν, συζητήθηκαν, και δεν εφαρμόστηκαν σχεδόν ποτέ από την ελληνική κοινωνία. Απώτερος σκοπός τους ήταν η διασφάλιση της δημόσιας υγείας των πολιτών της χώρας, με την ελάττωση του καπνίσματος των ενεργών καπνιστών αλλά και τη προστασία των παθητικών καπνιστών. Με το πέρασμα των χρόνων η Ελλάδα παρέμενε στην κορυφή των χωρών με τους περισσότερους καπνιστές αγνοώντας τις έρευνες και τις επισημάνσεις των ιατρών. Το κράτος έπρεπε να επέμβει και να ρυθμίσει διάφορες μεταβλητές με βασικό στόχο τη διασφάλιση της δημόσιας υγείας και της μέριμνας για τους πολίτες του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Οι αντικαπνιστικοί νόμοι και η εφαρμογή αυτών στην Ελλάδα

4.1. Βασιλικό διάταγμα 56/1856



Εικόνα 4.1. Βασιλικό Διάταγμα 56/1856

Ο πρώτος αντικαπνιστικός νόμος στην Ελλάδα ήρθε το 1856 με Βασιλικό Διάταγμα, η Βασίλισσα Αμαλία εξ ονόματος του Βασιλέα Όθωνα, απαγορεύει το κάπνισμα. Συγκεκριμένα, στο σχετικό διάταγμα το οποίο δημοσιεύτηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως του Βασιλείου της Ελλάδας, αναφέρεται ρητά πως κατόπιν συνεννόησης με τον Υπουργό Εσωτερικών, απαγορεύεται το κάπνισμα των υπαλλήλων στα δημόσια γραφεία και καταστήματα, καθώς και των προσερχόμενων σε αυτά, ενώ γίνεται μνεία και στη σημασία της πρόληψης από τα ενδεχόμενα δυστυχήματα πυρκαγιάς. Δυστυχώς τα διάταγμα δεν έτυχε να γίνει αποδεκτό από τον κόσμο και αποτέλεσμα αυτού είχε να μην εφαρμοστεί.

4.2. Υγειονομική Διάταξη ΥΙ/Γ.Π./οικ. 76017/2002 - ΦΕΚ 1001/Β/1-8-2002

Σύμφωνα με την οποία απαγορεύτηκε το κάπνισμα σε όλους τους χώρους δημοσίων υπηρεσιών, Ν.Π.Δ.Δ., Ν.Π.Ι.Δ. και σε χώρους αναμονής κοινού όπως οι χώροι αναμονής σε αεροδρόμια, σταθμούς τρένων και σταθμούς λεωφορείων. Επιπλέον απαγορεύτηκε το κάπνισμα σε όλους τους χώρους εκπαίδευσης είτε είναι δημόσιου χαρακτήρα είτε ιδιωτικού, σε όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης. Με βάση αυτή την απόφαση το κάπνισμα απαγορεύτηκε στους χώρους όπου παρέχονται Υπηρεσίες υγείας όπως τα νοσοκομεία, οι ιδιωτικές κλινικές, τα κέντρα υγείας, τα φαρμακεία και τα ιατρεία.

Τα μέσα μαζικής μεταφοράς επίσης συμπεριλήφθηκαν σε αυτή την υπουργική απόφαση όπου απαγόρευε το κάπνισμα μέσα σε όλα τα οχήματα, αυτοκίνητα, ταξί, λεωφορεία, τρένα, αεροπλάνα και πλοία.

Στη συγκεκριμένη απόφαση απαγόρευε το κάπνισμα σε όλους αυτούς τους χώρους,

παρόλα αυτά επέτρεπε σε ειδικές περιπτώσεις όπου υπάρχει συγκεκριμένος χώρος με καλό σύστημα εξαερισμού, με βασικό κριτήριο να υπάρχει περιθώριο διαχωρισμού του χώρου των καπνιστών και των μη καπνιστών, με τη σύμφωνη γνώμη του υπευθύνου, αρμόδιου διαχειριστή της υπηρεσίας είτε του καταστήματος επιτρεπόταν το κάπνισμα. Επιπλέον εάν υπήρχε κάποιος υπαίθριος εξωτερικός χώρος δεν υπήρχε κάποια απαγόρευση για το κάπνισμα.

4.3. Νόμος 3730/2008 (ΦΕΚ 262/Α/23-12-2008)

Η νομοθεσία που ίσχυσε μέχρι τη συγκεκριμένη στιγμή αποδείχθηκε πρακτικά ανεπαρκής, έγινε μία μεγάλη προσπάθεια αναθεώρησης του εγχειρήματος του αντικαπνιστικού νόμου, έχοντας ως δεδομένη τη χαμηλή θέση της Ελλάδας σχετικά με το κάπνισμα μέσα σε κλειστούς χώρους, συγκρίνοντας το ποσοστό καπνιστών της χώρας με την υπόλοιπη Ευρώπη.

Στο νέο αναθεωρημένο νομοσχέδιο 3730/2008 του Υπουργείου Υγείας αποφασίστηκε η έναρξη της ισχύος του από τον Ιούλιο του 2009 θεωρώντας ότι το καλοκαίρι θα ήταν ευνοϊκότερη περίοδος για τη προσαρμογή και τη συμμόρφωση των πολιτών στο νόμο αυτό.

Ο νόμος γενικότερα εφάρμοσε για πρώτη φορά στην ιστορία της Ελλάδας, την απαγόρευση της πώλησης καπνικών προϊόντων σε άτομα κάτω των 18 ετών και επιπλέον η πώληση προϊόντων καπνού από ανήλικους. Πράγμα που απέτρεπε ως ένα βαθμό τους νέους κατά την εφηβεία να δοκιμάσουν το τσιγάρο και σιγά σιγά να εθιστούν σε αυτό. Οι ανήλικοι πλέον σχεδόν αποκλεισμένοι από την αγορά των καπνικών προϊόντων δεν είχαν τόσο εύκολη προσέγγιση σε αυτά, πράγμα που μείωσε δραστικά το ξεκίνημα του καπνίσματος στις εφηβικές ηλικίες.

Επιπλέον για την ενίσχυση της συγκεκριμένης παραγράφου απαγορεύτηκε η πώληση προϊόντων καπνού από αυτόματους πωλητές και τα σημεία πώλησης προϊόντων καπνού ήταν αναγκασμένα να έχουν ένδειξη σύμφωνα με την οποία απαγορεύεται η πώληση προϊόντων καπνού σε ανηλίκους.

Σύμφωνα το νόμο ενισχύθηκε η λίστα με τους χώρους όπου θα απαγορεύεται το κάπνισμα στην ήδη υπάρχουσα λίστα ων χώρων όπου απαγορεύεται το κάπνισμα, αλλάζοντας τις εξαιρέσεις που μπορούσαν να εφαρμόσουν οι υπεύθυνοι του

καταστήματος για την καπνιστική πολιτική αυτού.

Πλέον όλα τα καταστήματα π.χ. καφετέριες, μπαρ, χώροι εστίασης και νυχτερινά κέντρα όπου δεν λαμβάνουν ειδική άδεια αυτομάτως το κάπνισμα απαγορεύεται, κατόπιν εξέτασης του χώρου και ελέγχου αν τηρούσε τις προδιαγραφές που όριζε το υπουργείο υγείας μπορούσε να χορηγηθεί σχετική άδεια όπου επέτρεπε το κάπνισμα μέσα στο χώρο του καταστήματος.

Η νέα πολιτική των εξαιρέσεων στις απαγορεύσεις του καπνίσματος λαμβάνει υπόψη το μικτό εμβαδόν, όπου μικτό εμβαδόν λογίζεται ως το εμβαδόν όλου του καταστήματος συμπεριλαμβανομένου όλων των χώρων π.χ. κουζίνα, τουαλέτα, μπαρ και όχι μόνο το χώρο των πελατών, του καταστήματος και εφαρμόζει ανάλογα τη νομοθεσία.

Ένα κατάστημα με μικτό εμβαδόν έως 70τ.μ. είχε την επιλογή να διαλέξει το κατάστημα αν θα επιτρέψει το κάπνισμα ή όχι. Σε περίπτωση μη εφαρμογής της απαγόρευσης του τσιγάρου στο χώρο του καταστήματος, αυτό έπρεπε να λαμβάνει συγκεκριμένη άδεια και επιπλέον να εφοδιάζεται με κατάλληλο εξοπλισμό εξαερισμού και να διαθέτει σήμανση ότι « Το κατάστημα είναι χώρος για καπνίζοντες» Επιπλέον καταστήματα τα οποία είχαν εμβαδόν έως 300τ.μ. ήταν αναγκασμένα μετά από μελέτες που θα γινόντουσαν στο χώρο κατόπιν έγκρισης συγκεκριμένης άδειας να δημιουργήσουν ξεχωριστό χώρο όπου δεν θα ξεπερνάει το 30% του χώρου του καταστήματος για τους καπνιστές, στο συγκεκριμένο χώρο θα απαγορεύεται η είσοδος σε ανήλικους ακόμη και σε ιδιωτικές εκδηλώσεις. Ο κατάλληλος εξαερισμός στην συγκεκριμένη περίπτωση ήταν απαραίτητος για να μπορέσει να λειτουργήσει ο συγκεκριμένος χώρος.

Παρόμοιο καθεστώς μπορούσε να εφαρμοστεί και σε καταστήματα όπου είχαν εμβαδόν μεγαλύτερο των 300τ.μ. όπου εκεί ο ξεχωριστός χώρος για τους καπνιστές μπορούσε να καταλαμβάνει μέχρι το 40% του χώρου του καταστήματος. Για την υλοποίηση του συγκεκριμένου χώρου και έπρεπε να υπάρχουν τα ίδια κριτήρια με την προηγούμενη κατηγορία καταστημάτων.

Στους χώρους εργασίας είτε αυτοί ήταν ιδιωτικού είτε του δημόσιου τομέα απαγορευόταν το κάπνισμα με εξαιρέσεις να μπορούν να γίνουν σε περίπτωση που οι εργαζόμενοι ξεπερνούν τους 50 και είναι απαραίτητη η δημιουργία νέων καπνιστικών χώρων διαχωρισμένων από τους εργασιακούς χώρους.

Η Βουλή των Ελλήνων δεν μπορούσε να αποτελεί εξαίρεση από τη συγκεκριμένη νομοθεσία, όπου απαγορεύτηκε το κάπνισμα σε όλους τους χώρους της Βουλής με μοναδικές εξαιρέσεις του εντευκτηρίου και του κυλικείου της Βουλής.

Ειδικό καθεστώς επικρατεί και στα καζίνο όπου η εφαρμογή του νόμου απαγορεύει το κάπνισμα μέσα στο χώρο αυτού, έχοντας συγκριμένες εξαιρέσεις όπως στα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος με βασικό κριτήριο το εμβαδόν του καταστήματος.

Επιπλέον απαγορεύεται πλήρως το κάπνισμα σε ιδιωτικές ή κρατικές μονάδες, με εξαίρεση τις ψυχιατρικές κλινικές όπου μπορεί να επιτραπεί με έγγραφη γνωμάτευση γιατρού για θεραπευτικούς μόνο λόγους προς τους ασθενείς.

Ο νόμος φρόντιζε ώστε να περιορίζει τη διαφήμιση των καπνικών προϊόντων απαγορεύοντας όλες τις διαφημίσεις αυτών σε εξωτερικούς και υπαίθριους χώρους, τα προϊόντα καπνού επιτρεπόταν να διαφημίζονται πλέον μόνο στους χώρους πώλησης τους.

Τέλος ο νόμος αρχικά έλαβε μεγάλη αποδοχή από τους καπνιστές, με τις μεγαλύτερες αντιφάσεις κατά αυτού να έρχονται από τη μεριά των καταστηματαρχών και τις προβλέψεις που έκαναν σχετικά με μείωση της προσέλευσης του κόσμου στα καταστήματα τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η εφαρμογή του νόμου στη Μεγάλη Βρετανία και το πώς επηρέασε την αγορά εστίασης εκεί. Επιπλέον τα καταστήματα αντιμετώπιζαν προβλήματα με το πως θα διαχειριστούν τους πελάτες τους, καθώς δεν ήθελαν να έρθουν σε αντίθεση μαζί τους, θεωρούσαν ότι πιο ευνοϊκό θα ήταν για τα ίδια τα καταστήματα εάν οι πελάτες σε τυχόν μη συμμόρφωση τους να έρχονται οι ίδιοι αντιμέτωποι με το νόμο.

4.4. Νόμος 3868/2010 (ΦΕΚ 129/Α/ 3-8-2010)

Σε συνέχεια του προηγούμενου νόμου αυτού δύο χρόνια αργότερα έρχεται και ψηφίζεται ο νόμος 3868/2010 σύμφωνα με τον οποίο γίνονται αρκετές τροποποιήσεις στο Εθνικό Σύστημα Υγείας (Ε.Σ.Υ.) και συμπεριλαμβάνει μερικές τροποποιήσεις σχετικά με το νόμο που ψηφίστηκε το 2008.

Η νέα νομοθεσία αποκλείει τις διαφημίσεις καπνικών προϊόντων από τους

κινηματογράφους, και ενισχύει τα μέτρα για την διαφήμιση προϊόντων καπνού σε υπαίθριους χώρους.

Επιπλέον επιβάλλονται πιο αυστηρά μέτρα κατά του καπνίσματος, με την εφαρμογή του νόμου αυτού από τον Σεπτέμβριο του 2010 έχουμε απαγόρευση του καπνίσματος του καπνίσματος σε όλους του κλειστούς δημόσιου χώρους. Με μοναδικές εξαιρέσεις τα μεγάλα κέντρα εστίασης 300τ.μ. και άνω και των καζίνο όπου τους δίνεται περιθώριο σχεδόν ενός χρόνου προσαρμογής, από τον Ιούνιο του 2011 θα γινόταν άρση της εξαίρεσης αυτής.

Δυστυχώς ο Ελληνικός λαός όπως και η ελληνική αγορά εστίασης δεν ήταν έτοιμη για την εφαρμογή του νόμου αυτού. Οι έλεγχοι και τα πρόστιμα τα οποία επιβλήθηκαν δεν ήταν αρκετά ώστε να επιβάλλουν την τάξη στη χώρα. Με το πέρασμα του χρόνου η νομοθεσία άρχισε να μην εφαρμόζεται και το καθεστώς καπνίσματος επανήλθε στα προηγούμενα δεδομένα, οι έλεγχοι πλέον ήταν ελάχιστοι και η χώρα συνέχισε να καπνίζει μέσα σε κλειστούς χώρους κανονικά. Το κάθε κατάσταση υγειονομικού ενδιαφέροντος ακολουθούσε τη δική του πολιτική, άλλα εφαρμόζαν μέρη των προηγούμενων νομοθεσιών ενώ άλλα καταστήματα δεν εφαρμόζαν κανένα μέτρο.

Μοναδική εξαίρεση στην εφαρμογή του νόμου αυτού ήταν δύο πόλεις της Ελλάδας όπου με κοινή απόφαση της τοπικής πολιτείας αποφάσισαν να επιβάλλουν τον αντικαπνιστικό νόμο να εφαρμοστεί σε όλα τα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος. Οι δύο αυτές πόλεις ήταν η Κοζάνη και τα Τρίκαλα όπου με απόφαση των δύο Δημάρχων των πόλεων από κοινού το 2017 αποφασίστηκε να εφαρμοστεί ο αντικαπνιστικός νόμος σύμφωνα με τη νομοθεσία 3868/2010. Τους τοπικούς ελέγχους στα καταστήματα εστίασης ανέλαβε η Δημοτική Αστυνομία της εκάστοτε πόλης κάνοντας συχνούς ελέγχους και επιβάλλοντας τσουχτερά για την εποχή πρόστιμα στα καταστήματα όπου δεν εφαρμόζαν το νόμο.

Οι αντιδράσεις των καταστηματαρχών κατά την αρχική περίοδο της εφαρμογής του νόμου και στις δύο πόλεις ήταν μεγάλες, είδαν τον τζίρο των καταστημάτων τους να μειώνεται δραματικά ενώ στις υπόλοιπες πόλεις της χώρας ο νόμος δεν εφαρμόστηκε πλήρως με τα καταστήματα να επιτρέπουν το κάπνισμα στους πελάτες τους είτε να εφαρμόζουν μέρη της νομοθεσίας κατά προσέγγιση με τον τρόπο που αυτό ευνοούσε τους ίδιους αλλά και την πελατεία του καταστήματος. Στις αρχές του 2017 όπου το κρύο στη χώρα ήταν τσουχτερό, η εφαρμογή του νόμου

αποκλειστικά στις δύο αυτές πόλεις έπληξε τις τοπικές αγορές, καθώς δεν ήταν προετοιμασμένες να φιλοξενήσουν τους πελάτες τους, οι οποίοι επιθυμούσαν να καπνίζουν όπως συνήθιζαν τα προηγούμενα έτη, καθώς δεν υπήρχε κάποια επαρκής απαγόρευση του καπνίσματος σε κλειστούς χώρους.

Οι καταστηματάρχες και στις δύο πόλεις αναγκάστηκαν αργά ή γρήγορα να συμμορφωθούν με την απόφαση της πολιτείας να προσαρμοστεί στα Ευρωπαϊκά πρότυπα όπου το κάπνισμα απαγορευόταν σε κλειστούς δημόσιους χώρους, και να εφαρμόσουν το νόμο στα καταστήματα τους, φοβούμενοι ότι οι καπνιστές των δύο πόλεων δεν θα στηρίξουν την αγορά και θα αποστραφούν από αυτή. Σταδιακά η νομοθεσία αποφασίστηκε να υιοθετηθεί και από άλλους Δήμους περιφερειακά των δύο Δήμων όπου αποφάσισαν να το εφαρμόσουν αρχικά, π.χ. ο Δήμος Εορδαίας αποφάσισε να αναλάβει δράση παράλληλα με τις ενέργειες του Δήμου Κοζάνης σχεδόν ένα χρόνο μετά το 2018 και να εφαρμόσει τη νομοθεσία σε όλα τα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος. Έτσι οι τοπικές κοινωνίες αναλάμβαναν δράση από μόνες τους ώστε να ελαττωθεί το κάπνισμα στους δημόσιους χώρους με απώτερο σκοπό την διασφάλιση της δημόσιας υγείας, όπως θα όφειλαν να είχαν συμμορφωθεί πανελλαδικά όλα τα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος σύμφωνα με την εκάστοτε νομοθεσία που το επέβαλλε.

4.5. Νόμος 4633/2019 (ΦΕΚ 161/Α/16-10-2019)

Στις 16 Οκτωβρίου 2019 δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης ο νόμος 4633/2019 μεταξύ άλλων κάνει διάφορες ρυθμίσεις στο Υπουργείο Υγείας εφαρμόζοντας τη σύσταση του Εθνικού Οργανισμού Δημόσιας Υγείας (ΕΟΔΥ) , επιφέρει ρυθμίσεις στα προϊόντα καπνού και συμπεριλαμβάνει διάφορες διατάξεις σχετικά με το υπουργείο.

Πιο συγκεκριμένα ο νόμος του 2019 σε σχέση με την απαγόρευση του καπνίσματος, απαγόρευσε το κάπνισμα σε όλους τους ιδιωτικούς και δημόσιους χώρους κλειστούς ή στεγασμένους που χρησιμοποιούνται για την παροχή εργασίας. Επιπλέον απαγόρευσε τη κατανάλωση καπνικών προϊόντων σε όλα τα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος, διευκρινίζοντας τα αρκετά αυστηρά όπως θεωρήθηκαν μέτρα για το ποιοι χώροι θεωρούνται εξωτερικοί και εσωτερικοί, επιτρέποντας τις εξαιρέσεις του

αντικαπνιστικού νόμου στους εξωτερικούς χώρους των καταστημάτων, απαγορεύοντας όμως την προστασία του χώρου αυτού από σκέπαστρα είτε την περιμετρική κάλυψη αυτού.



Εικόνα 4.2. Απαγορευτικό
σήμα του καπνίσματος

Επιπλέον ο νόμος επιβάλλει στους καταστηματάρχες να τοποθετήσουν την απαραίτητη σήμανση ότι το κάπνισμα απαγορεύεται σε εμφανή σημεία του καταστήματος, καθώς και την απομάκρυνση όλων των σταχτοδοχείων από τα τραπέζια.

Η νομοθεσία μεριμνά για την απαγόρευση του καπνίσματος σε όλους τους δημόσιους χώρους αναμονής όπως είχαν οριστεί και σε άλλες νομοθεσίες στο παρελθόν, απαγορεύει παράλληλα και το κάπνισμα στα μεταφορικά μέσα, στα δημόσια χρήσης επιβατικά αυτοκίνητα όπως τα ταξί και τα ιδιωτικής χρήσης επιβατικά αυτοκίνητα όταν σε αυτά επιβαίνει κάποιος ανήλικος κάτω των 12 ετών. Για τους παραβάτες επιβάλλονται διοικητικά πρόστιμα τα οποία ορίζονται από τη νομοθεσία, με σκοπό τη συμμόρφωση των πολιτών. Σε δημόσιους χώρους όπως αθλητικές δομές, παιδικές χαρές ακόμη και αν είναι ανοιχτοί χώροι, το κάπνισμα απαγορεύεται για να μην εκτίθενται τα παιδιά άσκοπα στις βλαβερές ουσίες που παράγει το τσιγάρο αλλά και να μην εισβάλει αυτή η συνήθεια που επηρεάζει τόσο πολύ κόσμο σαν εικόνα στις νεαρές ηλικίες.

Οι αρμόδιες αρχές οι οποίες είναι υπεύθυνες για την εφαρμογή της νομοθεσίας αυτής ορίζονται οι υγειονομικές υπηρεσίες των ΟΤΑ με τη συμβολή της Δημοτικής Αστυνομίας, των λιμενικών αρχών στις περιοχές ευθύνης τους και φυσικά το ένστολο προσωπικό της Ελληνικής Αστυνομίας.

Η χώρα με την συνδρομή των αρμόδιων αρχών αποφασίζει επιτέλους να εναρμονιστεί στην αντικαπνιστική πολιτική που οι υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες όχι μόνο ακολουθούν εδώ και αρκετά χρόνια με απώτερο σκοπό την πάταξη του καπνίσματος, αλλά και στη μείωση της έκθεσης των πολιτών στο παθητικό κάπνισμα. Η μείωση του καπνίσματος στους δημόσιους χώρους θα έχει τεράστια οφέλη στη Δημόσια Υγεία, και θα καταφέρει να μειώσει δραστικά τους ενεργούς καπνιστές της χώρας, που εν έτη 2019 διατηρεί ένα από τα μεγαλύτερα ποσοστά καπνιστών στην Ευρώπη και στον υπόλοιπο κόσμο αναλογικά με τον πληθυσμό της.

Ο Υπουργός Υγείας παράλληλα με τις αρμόδιες αρχές που όρισε με σκοπό να

πραγματοποιούν επιτόπιους ελέγχους στα καταστήματα με σκοπό την διατήρηση της εφαρμογής του νόμου, κάλεσε και τους πολίτες να συμβάλλουν στο έργο αυτό. Διαμόρφωσε μία τηλεφωνική πλατφόρμα καταγγελιών «1142» ένα τετραψήφιο νούμερο το οποίο μπορούσαν να καλέσουν οι πολίτες καπνιστές ή μη καπνιστές καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας όπου ειδικοί έρχονται σε επικοινωνία μαζί τους καταγράφοντας καταγγελίες και προσφέροντας πληροφόρηση και υποστήριξη στους καπνιστές. Αναλαμβάνουν να τους πληροφορήσουν κατάλληλα να τους στηρίξουν και να τους δώσουν τις κατευθυντήριες οδηγίες για το πώς θα καταφέρουν να απεξαρτηθούν από τη μαστίγα των καπνικών προϊόντων, προσφέρουν βοήθεια συστήνοντας στους πολίτες τις κατάλληλες δομές του Υπουργείου Υγείας όπου Επαγγελματίες Υγείας αναλαμβάνουν να συνδράμουν στον αγώνα του καθένα για τη διακοπή του καπνίσματος. Επιπλέον, εάν κάποιος πολίτης αντιλαμβανόταν κάποια παράβαση της εκάστοτε νομοθεσίας μπορούσε να καταγγείλει επώνυμα την παράβαση αυτή και έτσι να υπήρχαν οι ανάλογες κυρώσεις στο συγκεκριμένο κατάσταση ώστε να συμμορφωθεί με τη νομοθεσία που προσπαθεί και εδραιωθεί και για πρώτη φορά στην ιστορία της χώρας να εφαρμοστεί καθολικά σε όλη την επικράτεια. Η τηλεφωνική πλατφόρμα αυτή είναι μια απόπειρα του Υπουργείου Υγείας ώστε να φέρει ένα βήμα πιο κοντά το Κράτος με τον πολίτη και να ενισχύσει την επικοινωνία και τη σχέση μεταξύ τους.

Οι καταστηματαρχές από την αρχή εξέφρασαν την δυσαρέσκεια τους, πιστεύοντας ότι ο τζίρος των καταστημάτων τους θα πέσει δραστικά. Ισχυριζόμενοι πως η χώρα μας βιώνει μία βαθύτατη οικονομική κρίση η οποία καθιστά την επιβίωση των καταστημάτων αρκετά δύσκολη, θεωρούν πως η εφαρμογή ενός μέτρου όπως ο αντικαπνιστικός νόμος θα έχει τεράστια επίπτωση στην αγορά και θα έχει αρκετά αρνητικά αποτελέσματα σε αυτή.

Τα καταστήματα χρειάζονται άμεσα πελάτες-καταναλωτές, πράγμα που η εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου σε συνδυασμό με τα τόσο αυστηρά μέτρα σχετικά με τη διαμόρφωση εξωτερικών χώρων θεωρούν ότι τους το στερεί. Οι καταστηματαρχές φοβούνται για το μέλλον των επιχειρήσεων τους.

Η αγορά εστίασης στην Ελλάδα θα είναι ένας κλάδος που σίγουρα θα πληγεί από την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου. Ο Έλληνας πολίτης ο οποίος παρά τα χρόνια της οικονομικής κρίσης τα οποία βιώνει η χώρα για σχεδόν μία δεκαετία, τις μειώσεις που έχει δεχθεί στο μισθό του και στα έσοδα του, μειώνοντας έτσι την αγοραστική του

δύναμη και αυξάνοντας διαρκώς τους φόρους που πρέπει να πληρώσει στο κράτος συνεχίζει να καπνίζει δίνοντας στη χώρα μία από τις κορυφαίες θέσεις στη λίστα με τους περισσότερους καπνιστές. Οι Έλληνες έχουν συνδέσει την διασκέδαση τους «έξω» με το τσιγάρο και το αλκοόλ, πράγμα που φέρνει αρνητικές επιπτώσεις στην εφαρμογή των προηγούμενων νομοθεσιών που υπήρχαν σχετικά με την αντικαπνιστική πολιτική της χώρας. Κανένας από τους αντικαπνιστικούς νόμους που ψηφίστηκαν τα τελευταία σχεδόν 20 χρόνια δεν ταρακούνησε τους καπνιστές ώστε να συμμορφωθούν με αυτόν και να ακολουθήσουν την αντικαπνιστική πολιτική που τόσες χώρες σε όλο τον κόσμο εφαρμόζουν εδώ και αρκετά χρόνια με επιτυχία. Μετά την αναπάντεχη απόφαση για αναθεώρηση του νόμου και την οριστική εφαρμογή του, η αγορά εστίασης προβλέπεται να βιώσει μείωση του τζίρου της. Η πελατεία στα καταστήματα θα μειωθεί δραματικά και θα αναγκαστούν να βάλουν λουκέτο αφού τα έξοδα που προκύπτουν είναι υπέρογκα και οι καπνιστές και μη καπνιστές δεν δείχνουν να είναι σε θέση να εναρμονιστούν με την εφαρμογή του νόμου και να συνεχίσουν τις εξόδους τους, κάνοντας αμοιβαίες υποχωρήσεις για την πολιτική καπνίσματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Οι αντικαπνιστικοί νόμοι σε χώρες της Ευρώπης

5.1. Πως αντιμετωπίζουν το κάπνισμα άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Εδώ και αρκετές δεκαετίες έχει γίνει αποδεκτό ότι το κάπνισμα όχι μόνο δεν ωφελεί την υγεία των καπνιστών, όπως είχε γίνει γνωστό στην αρχή της εισόδου του στην αγορά, αλλά την επιβαρύνει δημιουργώντας αρκετά προβλήματα στην υγεία των καπνιστών αλλά και των ανθρώπων κοντά τους. Οι ιατροί συνεχώς ενημερώνουν τον κόσμο για το πόσο βλαβερό είναι το κάπνισμα στην υγεία τους και για τις παθήσεις που μπορεί να προκαλέσει, κατά κύριο λόγο στο αναπνευστικό σύστημα αλλά και στον υπόλοιπο οργανισμό ενός ανθρώπου. Οι πολίτες πλέον είναι σαφώς πιο ενημερωμένοι για το κάπνισμα και τις επιπτώσεις του στην υγεία, επιμένουν όμως να συνεχίζουν την κατανάλωση καπνικών προϊόντων γνωρίζοντας ότι επιβαρύνουν την υγεία τους. Έρευνες αναφέρουν ότι έχει γίνει πλέον μία καθημερινή συνήθεια την οποία δεν μπορούν να αποβάλλουν, ο εθισμός που προκαλεί η νικοτίνη των τσιγάρων ωθεί τους καπνιστές στα άκρα, δημιουργώντας συνεχώς την ανάγκη για να καπνίζουν. Οι πολίτες πολλές φορές ζητούν τη βοήθεια ειδικών για να συνδράμουν στο έργο αυτό της διακοπής του καπνίσματος, άλλοι από την άλλη απολαμβάνουν το κάπνισμα αγνοώντας τις επιπτώσεις αυτού στους ίδιους αλλά και στα πρόσωπα γύρω τους. Πολλές φορές η έλλειψη επαρκούς πληροφόρησης, παιδείας και άλλων παραγόντων οδηγεί το κράτος ώστε να παρέμβει και να συμμορφώσει τους πολίτες με σκοπό τη διασφάλιση της Δημόσιας Υγείας.

Οι δείκτες σε όλη την Ευρώπη είναι ανησυχητικοί όσον αναφορά το κάπνισμα σε κλειστούς και δημόσιους χώρους. Πράγμα που ωθεί τα κράτη να παρεμβαίνουν και να ορίζουν νομοθεσίες με σκοπό τον περιορισμό του καπνίσματος και τη δημιουργία ενός πιο ασφαλούς περιβάλλοντος για τους πολίτες της εκάστοτε χώρας ανεξαρτήτου ηλικίας.

Μετά την πρόσφατη αποχώρηση του Ηνωμένου Βασιλείου από την Ευρωπαϊκή Ένωση το οποίο για περισσότερο από μία δεκαετία εφαρμόζει αντικαπνιστικά μέτρα, σχεδόν όλα τα κράτη μέλη της Ε.Ε. έχουν εφαρμόσει κάποια αντικαπνιστική πολιτική για το περιορισμό του τσιγάρου. Μεταξύ αυτών, η Ιρλανδία, η Ελλάδα, η Βουλγαρία, η Μάλτα, η Ισπανία, η Ουγγαρία και η Αυστρία διαθέτουν τις αυστηρότερες απαγορευτικές διατάξεις, δηλαδή, την πλήρη απαγόρευση του καπνίσματος στους κλειστούς δημόσιους χώρους, στα δημόσια μεταφορικά μέσα και στους χώρους

εργασίας, με πολύ περιορισμένες εξαιρέσεις. Η κάθε χώρα επιλέγει με βάση τα δικά της πρότυπα πως θα εφαρμόσει τον αντικαπνιστικό νόμο και που θα αναφέρεται. Η Ελλάδα για αρκετές δεκαετίες εφαρμόζει νέες νομοθεσίες και τροποποιεί διατάξεις από τις ήδη υπάρχουσες με σκοπό τον περιορισμό της κατανάλωσης των καπνικών προϊόντων στη χώρα.

Οι υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες εφαρμόζουν το νόμο ως εξής:

- Η Ισπανία από τις αρχές του 2006 προσπάθησε να εφαρμόσει κάποια αντικαπνιστική πολιτική, περιορίζοντας το κάπνισμα σε κάποιους δημόσιους χώρους όπως γραφεία, νοσοκομεία, σχολεία και τα μέσα μεταφοράς. Προβλήματα προέκυψαν όταν ξεκίνησαν οι προσπάθειες για το περιορισμό του τσιγάρου στην αγορά εστίασης, στα μπαρ και στα εστιατόρια, όπου αρχικά προτάθηκε η δημιουργία ειδικών χώρων για να μπορέσουν να φιλοξενοούνται οι καπνιστές. Οι πολίτες και οι καταστηματάρχες έφεραν σθεναρή αντίσταση στο νόμο. Περίπου 5 χρόνια αργότερα με νέα νομοθεσία απαγορεύτηκε καθολικά το κάπνισμα σε όλους τους δημόσιους χώρους, ακόμη και σε μερικούς εξωτερικούς όπως γήπεδα παιδικές χαρές και προαύλια σχολείων και τα κυλικεία των νοσοκομείων.
- Στη Πορτογαλία γειτονική χώρα της Ισπανίας, το 2007 ψηφίστηκε νέα νομοθεσία με σκοπό τον περιορισμό του τσιγάρου, αρχομένου του νέου έτους ξεκίνησε η εφαρμογή που περιόρισε το τσιγάρο σε συγκεκριμένους χώρους όπως τα σχολεία, τα θέατρα και φυσικά τα νοσοκομεία. Η Πορτογαλία προέβαλε συγκεκριμένες εξαιρέσεις σχετικά με το κάπνισμα μέσα σε κλειστούς χώρους εστιατορίων και μπαρ όπου επιτρέπεται το κάπνισμα σε περίπτωση που εκεί δεν παρευρίσκονται ανήλικοι και τα καταστήματα διαθέτουν το κατάλληλο σύστημα εξαερισμού. Ακόμη και σήμερα δεν έχει αλλάξει κάτι από τη παραπάνω νομοθεσία με αποτέλεσμα οι πολίτες αλλά και οι καταστηματάρχες να μην συμμορφώνονται με τη νομοθεσία και το κάπνισμα να επιτρέπεται κανονικά μέσα στα καταστήματα.
- Άξιο αναφοράς αποτελεί το καθεστώς που επικρατεί στο Γερμανικό Κράτος, το οποίο αποτελείται από 16 ομοσπονδιακά κρατίδια. Λόγω της ομοσπονδιακής δομής του κράτους, οι διατάξεις της εκάστοτε αντικαπνιστικής νομοθεσίας έχουν επιμέρους εφαρμογή σε καθένα από τα κρατίδια, π.χ. η Βαυαρία έχει την αυστηρότερη πολιτική στην εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου σε όλα τα καταστήματα με μοναδική εξαίρεση τα νυχτερινά κλαμπ, το Βερολίνο εφάρμοσε κάποιο αντικαπνιστικό νόμο τον οποίο μετά από λίγο καιρό τον απέσυρε, το Αμβούργο φέρνει σθεναρή αντίσταση στην εφαρμογή κάποιου νόμου για τον περιορισμό του τσιγάρου με

αποτέλεσμα το θέμα να βρίσκεται σε δημόσια διαβούλευση ακόμη και σήμερα. Σύμφωνα με έρευνες οι πολίτες του κράτους επιθυμούν την εφαρμογή κάποιας νομοθεσίας όπου θα εφαρμόζει πολιτικές περιορισμού του τσιγάρου στους κλειστούς χώρους με το μισό περίπου μέρος του πληθυσμού να ζει ήδη υπό το καθεστώς κάποιου αντικαπνιστικού νόμου.

- Το Λουξεμβούργο έχει διαμορφώσει τη νομοθεσία γύρω από το φαγητό απαγορεύοντας το κάπνισμα σε κλειστούς δημόσιους χώρους για συγκεκριμένες ώρες μέσα στη διάρκεια της ημέρας, απαγορεύοντας το κάπνισμα μεταξύ 12:00-14:00 και 19:00-21:00 όπου θεωρείται ότι είναι η ώρα των γευμάτων. Κατά τις υπόλοιπες ώρες της ημέρας το κάπνισμα επιτρέπεται κανονικά χωρίς κανένα πρόβλημα.
- Η Αυστρία στην εφαρμογή του αντικαπνιστικών νόμων ακολούθησε σχεδόν παρόμοια πορεία με τις νομοθεσίες που επέβαλλε το Ελληνικό κράτος. Το 2009 ψήφισε νομοθεσία παρόμοια με τον Νόμο 3868/2010 του Ελληνικού κράτους, όπου ξεχώριζε τα καταστήματα με βάση τα τετραγωνικά μέτρα του καταστήματος και οι καταστηματάρχες κλήθηκαν να δημιουργήσουν ειδικούς χώρους για τους καπνιστές. Τέλος μία δεκαετία αργότερα όπως και στην Ελλάδα εφαρμόστηκε νέα νομοθεσία καθολικής απαγόρευσης του καπνίσματος σε όλους τους δημόσιους κλειστούς χώρους εντάσσοντας την Αυστρία σε μία από τις χώρες με τις πιο αυστηρές αντικαπνιστικές νομοθεσίες.
- Από τις πρωτοπόρες χώρες στην αντικαπνιστική νομοθεσία ήταν η Ιταλία όπου από το 2005 εφαρμόζει περιορισμούς στο τσιγάρο. Οι Ιταλοί καθώς ήταν από τους πρώτους που εφάρμοσαν στην θεωρία κάποια αντικαπνιστική νομοθεσία ήταν και από τους πρώτους όπου οι πολίτες εξέφρασαν έντονη δυσαρέσκεια και προσπάθησαν να αποφύγουν την εφαρμογή της νομοθεσίας. Μετά από τόσα χρόνια η νομοθεσία έχει παραμείνει, έχει καταφέρει παράλληλα να διχάσει τη χώρα στα δύο, καθώς η νομοθεσία εφαρμόζεται στα βόρεια τμήματα της χώρας, αλλά αδυνατεί να εφαρμοστεί στα νοτιότερα τμήματα της, όπου τα πράγματα είναι ηπιότερα σχετικά με τις απαγορεύσεις στο τσιγάρο.
- Τέλος η Ολλανδία δεν θα μπορούσε να λείπει από τη λίστα με τις χώρες της Ευρωπαϊκής ένωσης όπου εφάρμοσαν κάποια αντικαπνιστική πολιτική. Η πρώτη ενέργεια για ένα αντικαπνιστικό αύριο έγινε στην Ολλανδία το 2004 όπου απαγορεύτηκε το κάπνισμα σε δημόσιους χώρους, χώρους εργασίας και φυσικά τα μέσα μεταφοράς. Το 2008 η Ολλανδία πρωτοστάτησε εφαρμόζοντας την πρώτη αντικαπνιστική πολιτική στο αεροδρόμιο του Άμστερνταμ «Schiphol» όπου έγινε το

πρώτο Ευρωπαϊκό αεροδρόμιο όπου απαγορευόταν το τσιγάρο. Η Ολλανδία με τη πάροδο των χρόνων εφάρμοσε αυστηρότερα μέτρα για την αντικαπνιστική πολιτική απαγορεύοντας το κάπνισμα σε δημόσιους χώρους, νοσοκομεία, εστιατόρια, μπαρ και ξενοδοχεία. Μοναδική εξαίρεση στην αντικαπνιστική πολιτική της χώρας αποτελούν τα καταστήματα (Coffee Shops), τοπικά καταστήματα πώλησης κάνναβης στην Ολλανδία όπου επιτρέπεται το κάπνισμα με την προϋπόθεση ότι η κάνναβη δεν έχει αναμειχθεί με καπνό.

5.2. Πως επηρέασε η εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου την αγορά εστίασης στο Ηνωμένο Βασίλειο

Στο Ηνωμένο Βασίλειο αποφασίστηκε η εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου κατά τον Ιούλιο του 2007, στην εφαρμογή του νόμου συμμορφώθηκαν και οι υπόλοιπες χώρες του Ηνωμένου Βασιλείου δηλαδή η Σκωτία, η Ουαλία και η Βόρεια Ιρλανδία. Από το 2005 είχαν απαγορευτεί όλες οι διαφημίσεις των καπνικών προϊόντων και αναγνωρίστηκε το πόσο βλαβερό ήταν το κάπνισμα για την δημόσια υγεία των πολιτών με αποτέλεσμα να καταλήξουν στην απαγόρευση του καπνίσματος σε όλους τους κλειστούς δημόσιους χώρους.

Καθώς η πλειοψηφία των πολιτών εναρμονίστηκε με την ιδέα της απαγόρευσης του καπνίσματος στα εστιατόρια, ποικίλες αντιδράσεις δημιουργήθηκαν γύρω από την απαγόρευση του καπνίσματος στις νυχτερινές παμπ (Pubs) όπου οι Άγγλοι είχαν συνδέσει το αλκοόλ με το τσιγάρο για αρκετά χρόνια. Ο κλάδος που επηρεάστηκε ιδιαίτερα από αυτή την εφαρμογή του νομού ήταν οι νυχτερινή διασκέδαση στην Αγγλία και πιο συγκεκριμένα οι βραδινές Παμπ. Κατά το πρώτο διάστημα της εφαρμογής του νόμου κανείς δεν ήξερε πως θα επηρεαζόταν η αγορά εστίασης από αυτή. Κατά το πρώτο διάστημα εφαρμογής του νόμου δεν έγινε εμφανές εάν ο κόσμος θα συμφωνούσε με την εφαρμογή του νόμου και θα συνέχιζε τις εξόδους του, ή αν θα απομακρυνόταν από αυτές εξαιτίας του νέου νόμου. Μεγάλο ποσοστό των Άγγλων απολάμβανε σε μεγάλο βαθμό τις βραδινές εξόδους τους με το αλκοόλ και το κάπνισμα. Μετά την εφαρμογή του νόμου κατά το πρώτο διάστημα η αγορά εστίασης γνώρισε μεγάλη πτώση στο τζίρο των καταστημάτων. Οι καταναλωτές αρχικά θεωρούσαν πως δεν μπορούν να απολαύσουν τα ίδια οφέλη από μία έξοδο σε μία παμπ οπότε αποστρεφόταν από αυτά.

Οι καταναλωτές προτιμούσαν να παραμείνουν σπίτι και να μπορούν να καπνίζουν ανενόχλητοι εκεί πίνοντας τα αγαπημένα τους ποτά, χωρίς να επηρεάζονται από τον αντικαπνιστικό νόμο. Πράγμα που δημιουργούσε ποικίλες αντιδράσεις για την δημόσια υγεία καθώς το κάπνισμα στο σπίτι εκθέτει πολλές φορές σε παθητικό κάπνισμα και τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας. Τα ανήλικα τέκνα μιας μέσης οικογένειας θα εκτίθονταν σε μεγαλύτερο βαθμό στο τσιγάρο εάν οι γονείς παρέμεναν σπίτι καλώντας και παρέα αντί να έβγαιναν έξω σε μία παμπ.

Οι νυχτερινές Παμπ της Αγγλίας οι οποίες κατά κύριο λόγο έως την εφαρμογή του αντικαπνιστικού ήταν ανδροκρατούμενες, με το μεγαλύτερο ποσοστό των πελατών σε καθημερινή βάση να είναι άνδρες, με την εφαρμογή του αντικαπνιστικού άρχισε να γνωρίζει άνθιση σε διαφορετικό καταναλωτικό κοινό. Η ζήτηση στα συγκεκριμένα καταστήματα έπεσε σε μεγάλο βαθμό, αλλά καθώς το κάπνισμα απαγορεύτηκε και το περιβάλλον των καταστημάτων ήταν πλέον πιο καθαρό και πιο υγιές για τους θαμώνες νέο καταναλωτικό κοινό εισήλθε στα καταστήματα αυτά. Πλέον περισσότερες γυναίκες ξεκίνησαν να επισκέπτονται τις νυχτερινές παμπ καθώς και ολόκληρες οικογένειες ήταν εφικτό να τις επισκεφθούν.

Το νέο καταναλωτικό κοινό που ξεκίνησε να επισκέπτεται αυτά τα μέρη ήταν μία ώθηση στο να συνεχίσουν να λειτουργούν και να μην αναγκαστούν να κλείσουν λόγω της μειωμένης ζήτησης. Νέοι τρόποι προσέλκυσης του νέου καταναλωτικού κοινού έπρεπε να εφαρμοστούν, ώστε να μπορέσουν να επιβιώσουν αυτής της νέας κρίσης όπου προέκυψε.

Πολλά καταστήματα εφάρμοσαν νέες πολιτικές με σκοπό να προσελκύσουν τους καπνιστές και διαμόρφωσαν καλύτερα τους χώρους των καταστημάτων με σκοπό να δεχθούν το γυναικείο πληθυσμό αλλά και ολόκληρες οικογένειες, μικρές ενέργειες, και ασήμαντες καμιά φορά αλλά με μεγάλα αποτελέσματα στην αισθητική των καταστημάτων που είχε ως αποτέλεσμα την είσοδο του γυναικείου πληθυσμού στην μέχρι τότε ανδροκρατούμενη αγορά. Επιπλέον ενέργειες βελτίωσης των υπηρεσιών που προσφέρονταν αλλά και καλύτερης ποιότητας προϊόντα για τους καταναλωτές ήταν στο πλάνο των καταστημάτων. Σε ένα πλέον υγιές, καθαρό και ανανεωμένο περιβάλλον οι καταστηματάρχες υποδέχθηκαν το νέο καταναλωτικό κοινό με ευχαρίστηση, αναγνωρίζοντας ότι μία νέα εποχή για τα καταστήματα τους είχε ξεκινήσει. Επιπλέον μία νέα συνήθεια εισήλθε στις νυχτερινές Παμπ της Αγγλίας, όπου μερικές το εφάρμοσαν πιλοτικά και είδαν ότι οι καταναλωτές δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για

αυτό. Οι παμπ όπου σέρβιραν συνήθως μόνο αλκοολούχα ποτά, ξεκίνησαν να προσφέρουν και φαγητό.

Το φαγητό πλέον στα καταστήματα αυτά που γνώριζαν πρωτόγνωρη άνθιση χωρίς καπνό και τσιγάρο τραβούσε το ενδιαφέρον των καταναλωτών, καθώς όλο και πιο πολλές οικογένειες ξεκίνησαν να προτιμούν τις εξόδους σε αυτού του είδους καταστήματα. Επιπλέον εφαρμόστηκαν νέες προσφορές για τους καπνιστές παράλληλα με τη διαμόρφωση εξωτερικών χώρων όπου οι πελάτες θα μπορούσαν να καπνίσουν, ώστε μία έξοδος να φαίνεται πιο ελκυστική για αυτούς ακόμη και αν δεν επιτρέπεται να καπνίζουν στο εσωτερικό χώρο του καταστήματος.

Σήμερα 13 χρόνια μετά την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου στην Αγγλία, οι καταναλωτές αλλά και οι καταστηματάρχες είναι θερμοί υποστηρικτές της εφαρμογής του νόμου. Οι καταναλωτές συνεχίζουν τις εξόδους τους στα καταστήματα εστίασης απολαμβάνοντας τα οφέλη μιας καθαρής ατμόσφαιρας στα καταστήματα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, έχουν συμμορφωθεί πλήρως με το νόμο και βγαίνουν στο εξωτερικό των καταστημάτων με σκοπό να καπνίσουν. Οι καταστηματάρχες από την άλλη έχουν ξεπεράσει το αρχικό τους φόβο ότι τα καταστήματα τους θα βιώσουν μία μεγάλη κρίση, καθώς βλέπουν ότι έχει περάσει περισσότερο από μία δεκαετία και οι καταναλωτές στηρίζουν την αγορά και την ενισχύουν, πράγμα που τους δίνει κίνητρο να συνεχίζουν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στους καταναλωτές.

Η εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου είχε ως απώτερο σκοπό την βελτίωση της δημόσιας υγείας των πολιτών του Ηνωμένου Βασιλείου με την μείωση της κατανάλωσης των καπνικών προϊόντων και την μείωση της έκθεσης των παθητικών καπνιστών στο τσιγάρο. Πράγμα που επιτεύχθηκε ως ένα βαθμό από την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου, όπου μεγάλο κομμάτι του πληθυσμού δείχνει να αποστρέφεται από το τσιγάρο, ο κόσμος πλέον είναι ενημερωμένος για το πόσο επιβλαβές είναι για την υγεία των ίδιων των καπνιστών αλλά και των γύρω τους το τσιγάρο και δείχνει να θέλει να μειώσει τη κατανάλωση του ακόμη και να τη διακόψει γενικά. Οι πολίτες έχουν εναρμονιστεί πλέον με την νομοθεσία που στην αρχή είχαν φέρει αρκετές αντιρρήσεις και πλέον απολαμβάνουν τα οφέλη της κατά τις εξόδους τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Ερευνητικό μέρος

6.1. Ο σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η μελέτη των επιπτώσεων που είχε στην αγορά εστίασης στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα στους Δήμους Θεσσαλονίκης και Κοζάνης η εφαρμογή του Νόμου 4633/2019, όπου απαγορεύτηκε καθολικά το κάπνισμα σε όλους τους δημόσιους κλειστούς χώρους, συμπεριλαμβάνοντας έτσι όλα τα υγειονομικά καταστήματα εστίασης, όπως εστιατόρια, καφετέριες και μπαρ. Οι Έλληνες πολίτες είχαν συνδέσει για αρκετά χρόνια το κάπνισμα με τις εξόδους τους για φαγητό, για καφέ και σίγουρα κατά τις νυχτερινές εξόδους που συνοδεύουν το ποτό τους με το τσιγάρο. Καθώς οι νομοθεσίες που είχαν ψηφιστεί έως το 2010 ήταν πιο ελαστικές είτε δεν εφαρμόστηκαν καθόλου, οι καταστηματάρχες αλλά και οι καπνιστές δεν είχαν θορυβηθεί καθόλου, έτσι είχε ως αποτέλεσμα μετά την ψήφιση του νέου νόμου και την εφαρμογή του να θορυβηθούν πολλοί και να φέρουν αντιρρήσεις. Αντιρρήσεις έφεραν οι καταστηματάρχες αλλά και οι πελάτες-καπνιστές ο καθένας για τον δικό του λόγο, τα καταστήματα φοβούμενοι ότι θα ακολουθήσουν καθοδική πορεία στα κέρδη των επιχειρήσεων τους, αλλά και οι πελάτες πλέον δεν θα μπορούσαν να απολαμβάνουν τις εξόδους τους όπως είχαν συνηθίσει, συνοδεία με τα τσιγάρα τους.

6.2. Υλικό και Δείγμα της έρευνας

Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 50 καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος που άνηκαν στο Δήμο Θεσσαλονίκης και άλλα 50 καταστήματα στο Δήμο Κοζάνης. Η έρευνα ασχολήθηκε με καταστήματα εστίασης αλλά και καταστήματα αναψυχής, μοιρασμένα στους δύο Δήμους.

Η έρευνα διενεργήθηκε κατά το χρονικό διάστημα από 03-01-2020 έως και τις 31-01-2020. Επιλέχθηκε το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα καθώς είναι μετά το πέρας των Χριστουγέννων, έχει περάσει λίγος χρόνος από την εφαρμογή της νέας νομοθεσίας για την απαγόρευση του καπνίσματος και τέλος και πιο σημαντικό λόγω των καιρικών συνθηκών και στις δύο πόλεις όπου εμφανίζουν αρκετό κρύο κατά τη περίοδο αυτή ώστε να συγκεντρώνεται το μεγαλύτερο μέρος των πελατών του καταστήματος στο εσωτερικό αυτού και να μην προτιμούν κάποιον εξωτερικό χώρο όπου επιτρέπεται το κάπνισμα.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε καθόλη τη διάρκεια της ημέρας όπου συγκεντρωνόταν το μεγαλύτερο πλήθος κόσμου στα καταστήματα, μεγαλύτερη έμφαση δόθηκε κατά τις πρωινές και τις απογευματινές ώρες, καθώς η προέλευση του κόσμου είναι ιδιαίτερα αυξημένη και μπορούσε να γίνει κάποιος τυπικός έλεγχος για το πόσο αληθής είναι οι απαντήσεις που επέλεγε να δώσει ο καταστηματάρχης και φυσικά εάν τηρούσε τον αντικαπνιστικό νόμο στο κατάστημα του.

Τα δεδομένα συλλέχθηκαν μέσω ερωτηματολογίων πολλαπλής επιλογής. Βασικό κριτήριο επιλογής του ερωτηματολογίου ήταν η γρήγορη συλλογή των απαντήσεων σε ένα σύντομο και μικρό ερωτηματολόγιο σε όσο το δυνατόν πιο μικρό χρονικό διάστημα. Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από δώδεκα (12) σύντομες ερωτήσεις οι οποίες χωρίζονται σε δύο (2) μέρη.

Το πρώτο μέρος περιέχει τέσσερις (4) ερωτήσεις σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία των υπεύθυνων των καταστημάτων, ενώ το δεύτερο μέρος περιέχει οχτώ (8) ερωτήσεις σχετικά με την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου αλλά και τις επιπτώσεις που έχει η εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου στην αγορά εστίασης, στα ίδια τα καταστήματα αλλά καις την ίδια την πόλη γενικότερα.

Πιο συγκεκριμένα στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου, γίνεται έρευνα σχετικά με τον καταστηματάρχη-υπεύθυνο όπου σκιαγραφεί το προφίλ του, το φύλο του, την ηλικιακή του ομάδα και το επίπεδο γνώσεων του, πόσο συχνά ταξιδεύει το εξωτερικό για το αν γνωρίζει για την πολιτική που ακολουθούν παρόμοια καταστήματα εκεί και κατά πόσο διαφέρουμε με άλλες χώρες του εξωτερικού. Το είδος του καταστήματος το οποίο διατηρεί αν είναι εστιατόριο, καφετέρια ή μπαρ και ποιου είδους πολιτική εφαρμόζει.

Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου, θεωρούμε ως δεδομένο ότι όλοι οι καταστηματάρχες έχουν εφαρμόσει τον αντικαπνιστικό νόμο, οπότε μέσω της έρευνας προσπαθούμε να γνωρίσουμε πως το αντιμετωπίζουν.

Αρχικά γίνεται έρευνα σχετικά με την άποψη του υπεύθυνου σχετικά με την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου και επιπλέον αν έχει επηρεαστεί σύσταση της πελατείας του καταστήματος του. Παράλληλα αν έχει κάνει κάποια έρευνα ώστε να διαμορφώσει κάποιο χώρο για να μπορούν οι πελάτες να καπνίζουν, δεδομένου ότι τηρεί τη νομοθεσία όπου υπάρχουν ρητές οδηγίες σχετικά με τους εξωτερικούς χώρους σε καταστήματα, και πως θα διαμορφώνονται αυτοί ώστε να επιτρέπεται το κάπνισμα. Στη συνέχεια οι ερωτήσεις αφορούν τους καπνιστές, εάν αυτοί συνεχίζουν τις εξόδους

τους ώστε να απολαμβάνουν τα οφέλη του αντικαπνιστικού νόμου, πιο καθαρό περιβάλλον για αυτούς και τους οικείους τους στα καταστήματα κατά τις εξόδους τους, και επιπλέον για το αν συμμορφώνονται οι ίδιοι με τον αντικαπνιστικό νόμο, ή αν ακόμη προσπαθούν να ανάψουν κάποιο τσιγάρο στους χώρους όπου απαγορεύεται.

Εν κατακλείδι, το ερωτηματολόγιο ολοκληρώνεται με ερωτήσεις σχετικά με τις απόψεις των καταστηματάρχων σε σχέση με τη μέχρι τώρα εμπειρία τους, για την εφαρμογή του νόμου και για πόσο καιρό θα προσπαθήσουν οι Αρχές να τηρηθεί, ή αν με το πέρασ του χρόνου θα ξεχαστεί και θα επανέλθουμε στο προηγούμενο καθεστώς καπνίσματος και επιπλέον πως θα επηρεάσει ο νόμος το τουρισμό των δύο πόλεων, οι τουρίστες θα θεωρήσουν πλεονέκτημα το καθαρότερο περιβάλλον στα καταστήματα και θα ενδιαφερθούν περισσότερο για να κυκλοφορήσουν έξω, ή θα απογοητευτούν καθώς απολάμβαναν την ανομία και το ότι επιτρεπόταν το κάπνισμα σε κλειστούς χώρους και μπορούσαν να το κάνουν ελεύθερα εδώ σε σχέση με τη χώρα προέλευσης τους;

6.3. Ανακεφαλαίωση της έρευνας

Το δείγμα της έρευνας προήλθε από τους καταστηματάρχες-υπεύθυνους από 100 καταστήματα σε Θεσσαλονίκη και Κοζάνη, με σκοπό να ερευνησουμε το πως επηρέασε το καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος η εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου, έγινε μία προσπάθεια σκιαγράφησης του προφίλ των υπευθύνων των καταστημάτων και της πολιτικής που ακολουθούν στο κατάστημα τους, την άποψη τους για τη νέα νομοθεσία και το πόσο οι πολίτες και ειδικότερα οι καπνιστές στηρίζουν τη νομοθεσία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Αποτελέσματα - Ευρήματα έρευνας

7.1. Εισαγωγή

Η έρευνα διεξήχθη με βάση τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου. Μέσα από τις απαντήσεις ήταν δυνατόν να βρεθούν τα απαραίτητα στοιχεία για την πλαισίωση της έρευνας. Αφού συλλέχθηκαν όλες οι απαντημένες ερωτήσεις, τα αποτελέσματα μεταφέρθηκαν στο πρόγραμμα λογιστικών φύλλων, Microsoft Excel και αφού τροποποιήθηκαν όλες οι απαντήσεις μετατράπηκαν σε ποσοστά. Τα ποσοστά αυτά χρησιμοποιήθηκαν για τη δημιουργία γραφημάτων, τα οποία απεικονίζουν τα αποτελέσματα. Με τη βοήθεια των γραφημάτων θα αναλυθούν με απώτερο σκοπό την άντληση αποτελεσμάτων.

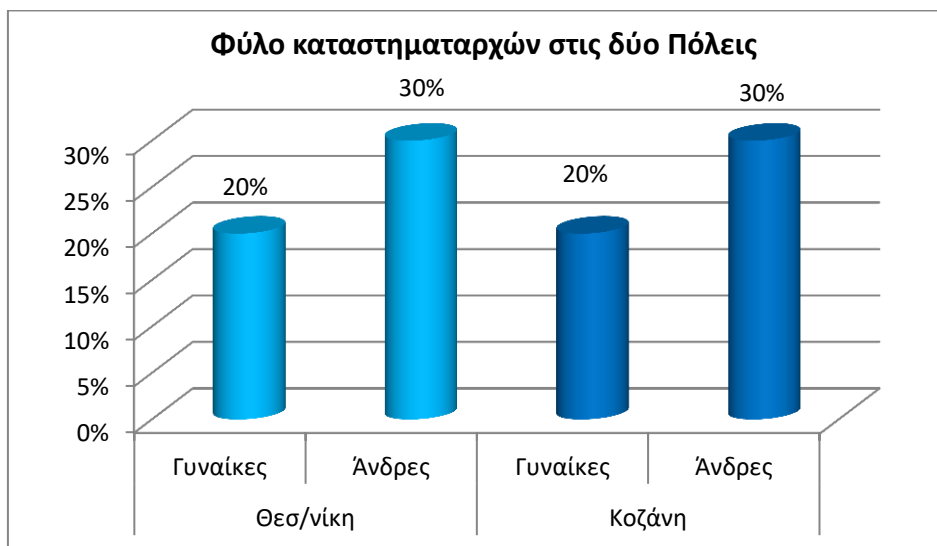
7.2. Αποτελέσματα της έρευνας



Γράφημα 7.1.

Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε, επισκέφθηκα 100 καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος στους Δήμους Θεσσαλονίκης και Κοζάνης, από τα οποία τα 25 ήταν εστιατόρια ή συνοικιακά ταβερνάκια, τα 38 καταστήματα ήταν καφετέριες και τα υπόλοιπα 37 καταστήματα ήταν καφέ-μπαρ. Με αυτοψία στο χώρο κατά τη διάρκεια της επίσκεψης στα καταστήματα διαπιστώθηκε ότι όλα εφάρμοζαν τη νέα νομοθεσία για την καθολική απαγόρευση του καπνίσματος σε κλειστούς χώρους και είχαν τα απαραίτητα απαγορευτικά σήματα σε όλα τα τραπέζια και σε εμφανείς χώρους του καταστήματος ότι απαγορεύεται το κάπνισμα.

Οι καταστηματάρχες παραδέχθηκαν ότι οι έλεγχοι από τις αρμόδιες υπηρεσίες είναι ιδιαίτερα έντονοι και συχνοί και ότι είναι υποχρεωμένοι να εφαρμόζουν τη νομοθεσία χωρίς καμία ελαστικότητα. Δεν επιτρέπεται να φιλοξενούν τους καπνιστές σε εξωτερικούς χώρους προστατευμένους από το κρύο, παρά μόνο να τους προσφέρουν κάποιο χώρο ώστε να μπορούν να σταθούν να καπνίσουν το τσιγάρο τους και να επανέλθουν στο εσωτερικό του καταστήματος το οποίο είναι απαλλαγμένο από κάθε μορφής καπνό και τσιγάρο.



Γράφημα 7.2.

Από το τυχαίο δείγμα που λήφθηκε από τις δύο πόλεις φαίνεται ότι οι υπεύθυνοι των καταστημάτων παρουσιάζουν τα ίδια ποσοστά κατά φύλλο. Το 60% των καταστηματαρχών είναι άνδρες με το υπόλοιπο 40% να το διευθύνουν αποκλειστικά γυναίκες. Εν έτη 2020 όπου ο ρόλος της γυναίκας στην κοινωνία έχει πλέον εδραιωθεί και έχουμε αφήσει πίσω τις παλαιές πατριαρχικές αντιλήψεις ότι η γυναίκα πρέπει να μένει σπίτι και να δουλεύει μόνο ο άντρας στην οικογένεια, είναι εμφανές πλέον ότι οι γυναίκες έχουν πιο σημαντικό ρόλο, με ένα ποσοστό του 40% να έχουν πλέον τα δικά τους καταστήματα και να εργάζονται σε αυτά. Η Ελλάδα παρουσιάζει μεγάλη διαφορά όσον αφορά την ισότητα των δύο φύλων στην εργασία. Σύμφωνα με έρευνα της Ευρωπαϊκής επιτροπής φαίνεται να υπάρχει ένα χάσμα μεταξύ των ανδρών και των γυναικών στην εργασία στην Ελλάδα σε ποσοστό 19% υπέρ των ανδρών, ποσοστό ιδιαίτερα μεγάλο, ειδικά όταν χώρες της Ε.Ε όπως η Λιθουανία και η Σουηδία παρουσιάζουν ποσοστά της τάξεως του 2%. Τα σημερινά δεδομένα ισότητας των δύο φύλων σε σχέση με το παρελθόν είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά, υπάρχουν όμως τεράστια περιθώρια βελτίωσης.



Γράφημα 7.3.

Από την ερώτηση σχετικά με την ηλικιακή ομάδα, μπορούμε να παρατηρήσουμε στο Γράφημα 7.3. ότι στη Θεσσαλονίκη οι ηλικιακές ομάδες των καταστηματαρχών στην αγορά εστίασης είναι ανάμεσα στις ηλικίες 31-40 και 41-50 ετών σε ποσοστά 30% και 32% αντίστοιχα. Άτομα νεαρά σε ηλικία έχουν καλύτερη μόρφωση σε αντίθεση με άτομα μεγαλύτερης ηλικίας που διαθέτουν μεγαλύτερη εμπειρία. Άτομα με μεγαλύτερη εμπειρία στην αγορά είχαν δουλέψει στο παρελθόν είτε σε δικά τους καταστήματα είτε ως υπάλληλοι, οπότε είναι σε θέση να προβλέψουν πως θα κινηθεί η αγορά. Μεγάλη εμπειρία στην αγορά θα έχουν και οι ηλικίες 51+ ετών που παρουσιάζουν ένα ποσοστό 16%. Το ποσοστό της τάξεως 22% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 18-30 ετών. Είναι θετικό για μία πόλη άτομα νεαρά σε ηλικία να ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα δεδομένου ότι η περίοδος που διανύουμε μαστιζεται από μία οικονομική κρίση η οποία έχει συμβάλει αρνητικά στην αποφασιστικότητα των πολιτών να ξεκινήσουν μία νέα επιχείρηση. Στην πλειοψηφία τους οι πολίτες φοβούνται να κάνουν το μεγάλο βήμα και να ασχοληθούν με επιχειρήσεις μη γνωρίζοντας αν θα καταφέρουν να ανταπεξέλθουν στις προκλήσεις που θα προκύψουν καθώς και αν θα έχουν μία κερδοφόρα επιχείρηση. Αποτέλεσμα αυτού είναι να αποστρέφονται τον κίνδυνο μίας νέας επιχείρησης και να προτιμούν να μένουν άπραγοι ή να δουλεύουν ως υπάλληλοι στις υπάρχουσες επιχειρήσεις.



Γράφημα 7.4.

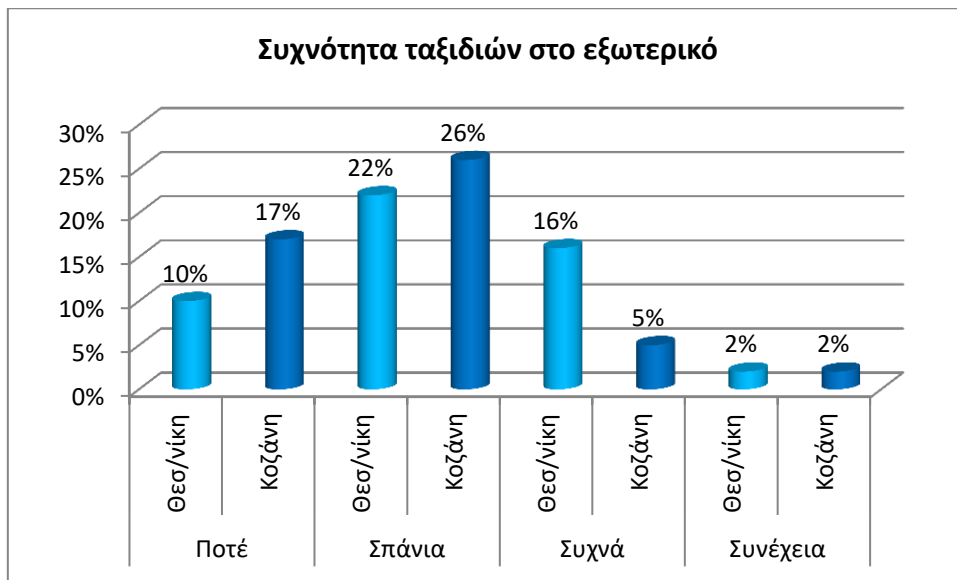
Σύμφωνα με το Γράφημα 7.4. στη πόλη της Κοζάνης εμφανίζονται τα μεγαλύτερα ποσοστά των καταστηματαρχών στις ηλικίες 31-40 και στις ηλικίες 51+ ετών. Συμπερασματικά είναι αρκετές οι προσπάθειες νεαρών ανθρώπων να εισέλθουν στην ήδη κορεσμένη αγορά εστίασης της πόλης, αλλά το μεγαλύτερο ποσοστό των καταστημάτων το διευθύνουν άτομα ηλικιών 51+ που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως έμπειροι καταστηματάρχες και φυσικά ως γνώστες της αγοράς. Θα έπρεπε άτομα νεαρά σε ηλικία να εισέλθουν στην αγορά με καινοτόμες ιδέες ώστε να καταφέρουν τη διαρκή εξέλιξη της με πιο γοργούς ρυθμούς. Η ηλικιακή ομάδα 41-50 κατέχει ένα ποσοστό 22% στην αγορά της Κοζάνης και αμέσως επόμενη είναι η ηλικιακή ομάδα 18-30 με ποσοστό 20%.



Γράφημα 7.5.

Σύμφωνα με το γράφημα 7.5. στο σύνολο τους οι δύο πόλεις επιτυγχάνουν να έχουν μία κανονική κατανομή ως προς τις ηλικιακές ομάδες, στο τυχαίο δείγμα όπου έχουμε λάβει. Το μικρότερο ποσοστό καταστηματαρχών το συναντάμε στις ηλικίες 18-30 ετών. Μπορούμε να υποθέσουμε ότι όσο πιο μικροί σε ηλικία οι υπεύθυνοι των καταστημάτων τόσο υψηλότερο εκπαιδευτικό επίπεδο διαθέτουν από τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες. Οι παράγοντες όπου επηρεάζουν την είσοδο τους στην αγορά είναι πολλοί με αποτέλεσμα να μην είναι τόσο εύκολο για τους νεαρούς σε ηλικία επιχειρηματίες να εισέλθουν σε αυτή. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, αν και μπορεί να τυγχάνουν υψηλότερου επιπέδου μόρφωσης τους λείπει η ωριμότητα και η εμπειρία, ώστε να μπορέσουν να ανοίξουν τη δική τους επιχείρηση. Άτομα νεότερα θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως πιο ευέλικτοι στις συνεχείς αλλαγές της αγοράς και πιο ευρηματικοί όσο αφορά την ίδια την αγορά. Με περίτεχνους ελιγμούς, πιο πολύ μεράκι και ζωντάνια που πηγάζει από το νεαρό της ηλικίας θα προσπαθήσουν να ανταπεξέλθουν στις δυσκολίες που θα προκύψουν από τον ανταγωνισμό, διάφορες αλλαγές στις νομοθεσίες καθώς και αλλαγών στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες έχουν τη κατάλληλη εμπειρία για να ανταπεξέλθουν στην αγορά. Οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες ως υπεύθυνοι καταστημάτων, αξιοποιώντας την μέχρι τώρα εμπειρία τους από την αγορά μπορούν να κινηθούν σε αυτή, να προβλέψουν το τι έρχεται και να φροντίσουν να προετοιμαστούν για να το αντιμετωπίσουν. Θα χαρακτηρίζονταν πιο δυσκίνητοι καθώς με το πέρασ των χρόνων έχουν συνηθίσει την αγορά και η εφαρμογή ενός αντικαπιτιστικού νόμου τους δυσκολεύει.



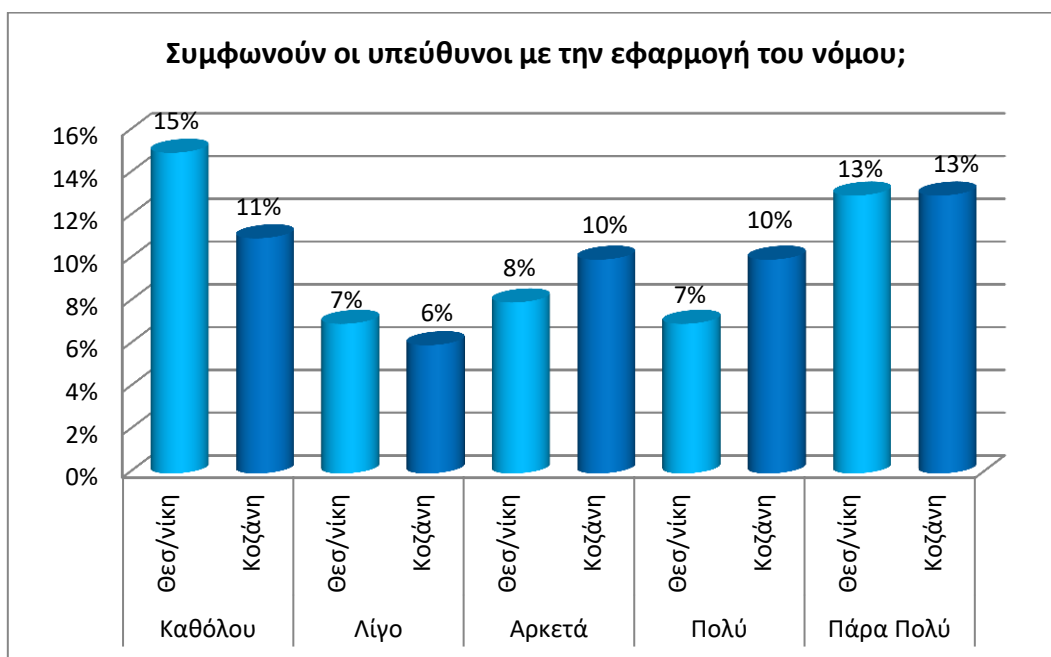
Γράφημα 7.6.

Αναφορικά με τα δημογραφικά στοιχεία των καταστηματαρχών υποβλήθηκε ερώτημα σχετικό με τη συχνότητα επίσκεψης χωρών του εξωτερικού. Οι υπεύθυνοι καταστημάτων που έχουν πραγματοποιήσει ταξίδια στο εξωτερικό, γνωρίζουν τι ισχύει και εφαρμόζεται σε άλλες χώρες σχετικά με το κάπνισμα και τα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος. Με την επίσκεψή τους σε κάποιο ξενοδοχείο είτε κάποιο εστιατόριο ή καφέ μπορούν να εντοπίσουν τις διαφορές που υπάρχουν από χώρα σε χώρα ως προς τα καταστήματα της. Μπορούν να πάρουν ιδέες αλλά και να μιμηθούν σε διάφορες περιπτώσεις διαδικασίες που είδαν να ακολουθούνται σε καταστήματα του εξωτερικού.

Η πλειοψηφία των χωρών της Ε.Ε. εφαρμόζει κάποια αντικαπνιστική νομοθεσία απαγορεύοντας το κάπνισμα είτε καθολικά είτε με κάποιου είδους εξαιρέσεις.

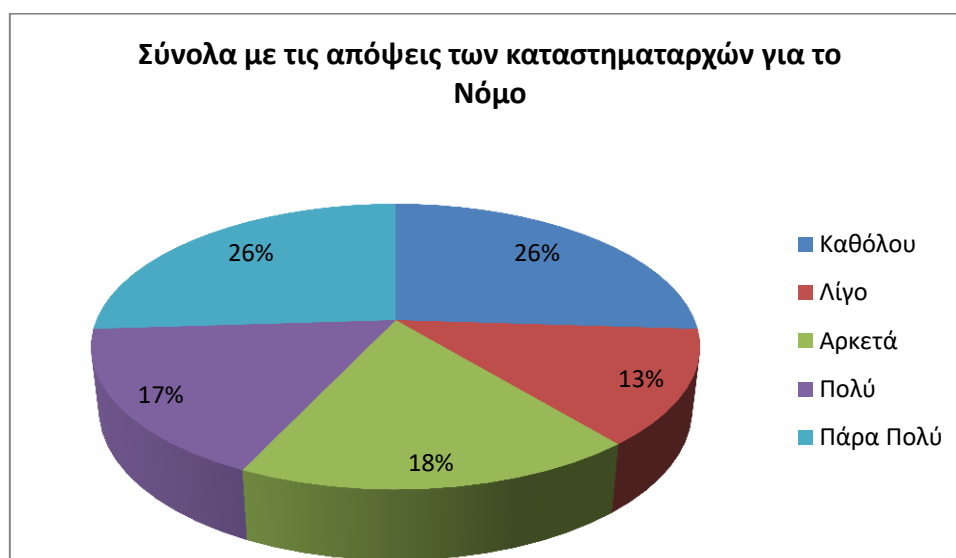
Δυστυχώς οι Έλληνες καταστηματάρχες στην πλειοψηφία τους δηλαδή το 75% είτε δεν έχουν ταξιδέψει ποτέ στο εξωτερικό είτε πραγματοποιούν ταξίδια σπάνια. Αυτό σημαίνει ότι δεν είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν τη νοοτροπία αλλά και τις τακτικές που εφαρμόζονται σε καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος στο εξωτερικό. Δεν είχαν την ευκαιρία να συνομιλήσουν με συναδέλφους τους οι οποίοι βίωσαν την εφαρμογή ενός παρόμοιου νόμου στο παρελθόν ή να ρωτήσουν πως αντέδρασε ο κόσμος στην απαγόρευση του καπνίσματος και πως το αντιμετώπισαν από κοινού καταστηματάρχες και πολίτες. Ένα ποσοστό 25% ταξιδεύει συχνότερα στο εξωτερικό με αποτέλεσμα να ανταλλάσει απόψεις με συναδέλφους σε πόλεις του εξωτερικού που βίωσαν παρόμοιες καταστάσεις και κατάφεραν να ανταπεξέλθουν.

Στο δεύτερο μέρος της έρευνας ακολούθησαν ερωτήσεις σχετικά με την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου και πως έχουν επηρεάσει την αγορά εστίασης. Οι απαντήσεις αποτυπώνονται στα παρακάτω γραφήματα.



Γράφημα 7.7.

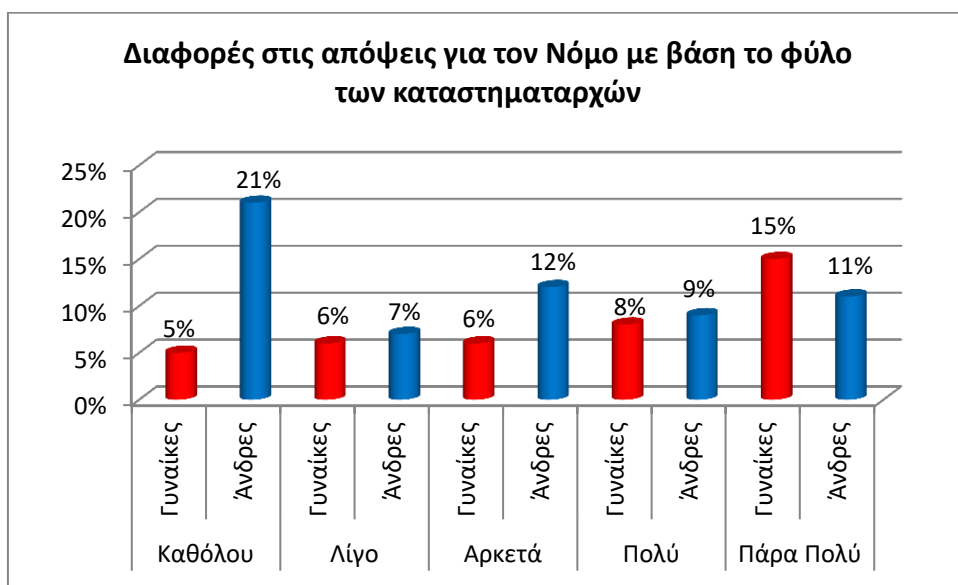
Σύμφωνα με τα γραφήματα 7.7. και 7.8. οι καταστηματάρχες και στις δύο πόλεις δηλώνουν σε ένα ποσοστό 26% ότι δεν συμφωνούν καθόλου με την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου. Θεωρούν ότι η εφαρμογή του θα επηρεάσει αρνητικά τη ζήτηση στα καταστήματα τους με αποτέλεσμα τη μείωση των κερδών των επιχειρήσεων τους..



Γράφημα 7.8.

Σχεδόν οι μισοί δηλαδή το 48% δηλώνουν πως συμφωνούν από λίγο έως και πολύ με την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου, ενώ το υπόλοιπο 26% δηλώνει πως συμφωνεί απόλυτα με την εφαρμογή του νέου αυτού νόμου. Η έρευνα αποδεικνύει πως και στις δύο πόλεις τα ποσοστά που είτε συμφωνούν είτε διαφωνούν κάθετα με την εφαρμογή του νόμου είναι ίσα. Πολλοί καταστηματάρχες ενώ συμφωνούν με την εφαρμογή του νόμου και θεωρούν πολύ θετική την καθαρή ατμόσφαιρα μέσα στα καταστήματά τους, αναγκάζονται να διαφωνήσουν κάθετα με την επιβολή του νόμου καθώς τα βλέπουν να ερημώνουν από πελάτες.

Επιπλέον δημιουργούνται καταστάσεις καχυποψίας αφού οι καταστηματάρχες φοβούνται πως οι συνάδελφοι-ανταγωνιστές τους δεν θα εφαρμόσουν την νομοθεσία και θα επιτρέπουν στους πελάτες να καπνίζουν ελεύθερα. Φοβούμενοι μήπως ισχύσει κάποιο τέτοιο καθεστώς οι καταστηματάρχες, φαίνονται εμφανώς ενοχλημένοι από τη συγκεκριμένη νομοθεσία και την εφαρμογής της σε όλους τους κλειστούς δημόσιους χώρους.



Γράφημα 7.9.

Σύμφωνα με τα γραφήματα 7.8. και 7.9. το 26% των καταστηματαρχών δεν συμφωνεί καθόλου με την εφαρμογή της νέα νομοθεσίας. Στο γράφημα 7.9. ποσοστό 21% των καταστηματαρχών είναι άνδρες ενώ οι γυναίκες που διαφωνούν ανέρχονται στο 5%. Οι άνδρες καταστηματάρχες είναι αυτοί που έχουν τις πιο πολλές αντιρρήσεις σχετικά με την εφαρμογή του νόμου. Σε όλα τα υπόλοιπα ποσοστά τα δύο φύλα έχουν πάνω κάτω τις ίδιες απόψεις δίχως να υπάρχει μεγάλη απόκλιση στις απαντήσεις. Στην απάντηση όπου οι καταστηματάρχες συμφωνούν απόλυτα με την εφαρμογή του νόμου σε

ποσοστό 26% οι γυναίκες φαίνεται να έχουν πιο θετικές εντυπώσεις συγκεντρώνοντας το ποσοστό του 15% σε σχέση με το 11% των ανδρών που έδωσαν την ίδια απάντηση. Από ότι φαίνεται οι γυναίκες είναι πιο πρόθυμες να συνετιστούν με την εφαρμογή του νόμου και επιθυμούν ένα πιο καθαρό περιβάλλον για τα καταστήματα τους σε σχέση με τους άντρες.

Οι άνδρες καταστηματάρχες φαίνεται να είναι πιο πολύ δυσαρεστημένοι από τις επιπτώσεις που έχει η εφαρμογή της αντικαπιλιστικής νομοθεσίας στα καταστήματα τους. Οι γυναίκες συμφωνούν περισσότερο με τη νέα νομοθεσία και είναι πιο δεκτικές ως προς αυτή.



Γράφημα 7.10.

Δεδομένου ότι η ο νόμος εφαρμόστηκε στις δύο πόλεις σε διαφορετικές χρονικές στιγμές η ερώτηση αναφέρεται στην σύσταση της πελατείας κατά την πρώτη περίοδο της εφαρμογής της νομοθεσίας. Στην Θεσσαλονίκη ένα ποσοστό 34% των καταστηματαρχών απάντησε πως επηρεάστηκε από καθόλου έως αρκετά η ζήτηση στα καταστήματα τους. Το 28% απάντησε πως επηρεάστηκε πολύ αφήνοντας το υπόλοιπο 38% να αναφέρει πως υπήρξε τεράστια μείωση στην σύσταση της πελατείας των καταστημάτων αυτών. Το 66% των καταστηματαρχών δήλωσε πως επηρεάστηκε αρκετά η ζήτηση των καταστημάτων τους και είχαν τεράστιες μειώσεις στα κέρδη που εμφάνισαν οι επιχειρήσεις τους.



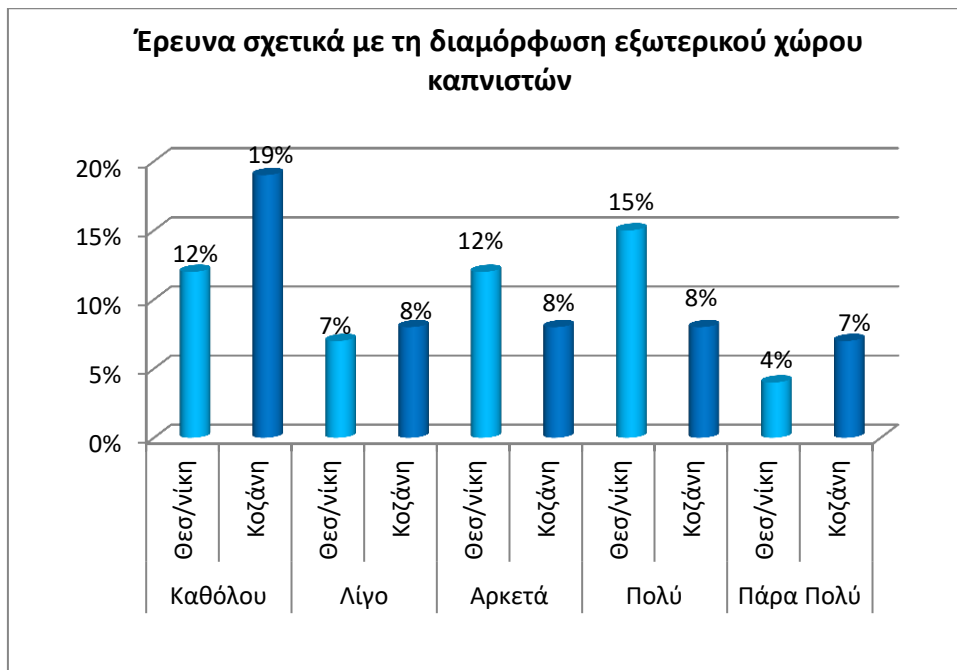
Γράφημα 7.11.

Παρόμοια αποτελέσματα με τα προηγούμενα παρουσιάζουν και οι καταστηματάρχες στη Κοζάνη. Στη Κοζάνη η Δημοτική Αρχή εφάρμοσε τον νόμο 3868/2010, το Χειμώνα του 2017. Οι καταστηματάρχες της πόλης βίωσαν τις ίδιες καταστάσεις με τους συναδέλφους τους της Θεσσαλονίκης περίπου δύο χρόνια νωρίτερα.

Η ζήτηση των καταστημάτων στο χώρο της εστίασης παρουσιάζει παρόμοια ποσοστά στις δύο πόλεις με το 30% των καταστηματάρχων της Κοζάνης να δηλώνει πως επηρεάστηκε από καθόλου έως αρκετά και το υπόλοιπο 70% να δηλώνει πως επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό.

Οι επιχειρήσεις της πόλης αντέδρασαν στην απόφαση του Δήμου και έκαναν αρκετές ενέργειες με σκοπό την αναίρεση της απόφασης για την τήρηση της νομοθεσίας, ενώ στην υπόλοιπη χώρα τα μέτρα αναφορικά με το κάπνισμα μέσα σε κλειστούς χώρους ήταν πιο ελαστικά.

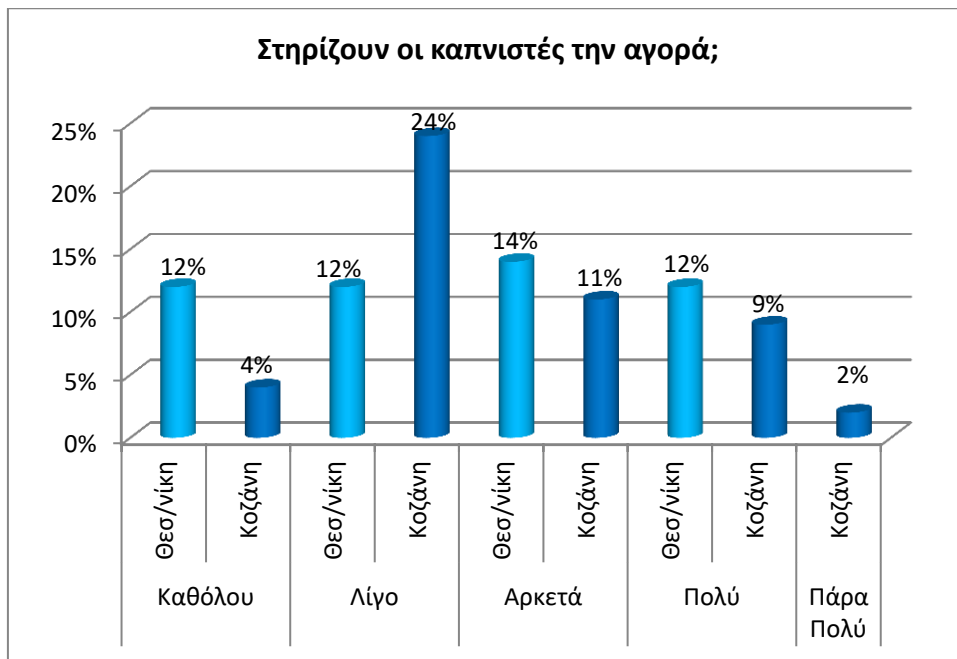
Τελικά, όχι μόνο δεν κατάφεραν να αναιρέσουν την απόφαση του Δήμου να εφαρμόσει τη νομοθεσία, αλλά το 2019 τα μέτρα έγιναν ακόμη αυστηρότερα με τη νομοθεσία να αλλάζει και να απαγορεύει το κάπνισμα σε εσωτερικούς χώρους εκ νέου, αλλά και να διαμορφώνει ειδικές διατάξεις σχετικά με το κάπνισμα σε εξωτερικούς χώρους οι οποίοι παρέχουν σκέπαστρο ή είναι κλειστοί σε περισσότερες από δύο μεριές.



Γράφημα 7.12.

Σύμφωνα με το Γράφημα 7.12. στο ερώτημα «Έχετε κάνει έρευνα για να διαμορφώσετε κάποιο εξωτερικό χώρο για να μπορούν οι πελάτες να καπνίζουν «νόμιμα»;» ποσοστό 31% απάντησε αρνητικά. Ποσοστό 35% των επιχειρηματιών απάντησε ότι δεν έχει πρόθεση να δαπανήσει μεγάλο χρηματικό ποσό για την διαμόρφωση εξωτερικού χώρου καπνιστών καθώς θεωρείται ότι δεν θα αυξηθεί η προσέλευση πελατών. Επιπλέον η νομοθεσία σχετικά με τη διαμόρφωση εξωτερικών χώρων είναι ιδιαίτερα αυστηρή, μη επιτρέποντας τη δημιουργία κάποιου εξωτερικού χώρου που να προστατεύει από το κρύο τους καπνιστές με σόμπες και διάφορους άλλους τρόπους θέρμανσης καθώς υπάρχει συγκεκριμένη διάταξη που το απαγορεύει.

Ποσοστό 34% των καταστηματάρχων δηλώνει την πρόθεση να διαμορφωθεί χώρος καπνιστών με κατάλληλη διαμόρφωση προστασίας από καιρικά φαινόμενα.

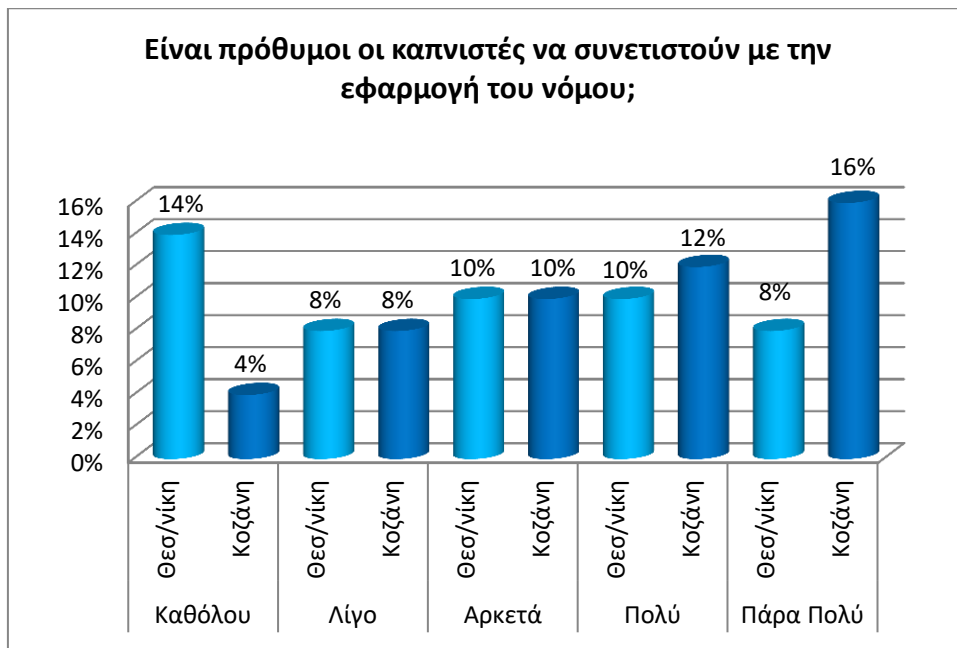


Γράφημα 7.13.

Στο γράφημα 7.13. αποτυπώνονται οι απαντήσεις των καταστηματαρχών σχετικά με το αν στηρίζουν οι καπνιστές την εφαρμογή του νόμου και εξακολουθούν να κυκλοφορούν στην αγορά άσχετα με το αν δεν μπορούν να καπνίσουν πλέον στα καταστήματα εστίασης.

Ένα ποσοστό της τάξεως του 16% απάντησε πως οι καπνιστές δεν στηρίζουν καθόλου την αγορά μετά την εφαρμογή του νόμου και το 36% απαντά πως οι καπνιστές έχουν ελαττώσει κατά πολύ τις επισκέψεις τους στην αγορά με αποτέλεσμα την τεράστια μείωση των κερδών τους. Το 46% των καταστηματαρχών βλέπουν πιο αισιόδοξα τα πράγματα λέγοντας ότι οι καπνιστές συνεχίζουν και στηρίζουν την αγορά Αρκετά έως Πολύ. Αυτό σημαίνει ότι δεν έχουν εντοπίσει μεγάλες διαφορές στην προσέλευση των καπνιστών, ή οι καπνιστές συμβιβάζονται με την ιδέα ότι πρέπει να εξέρχονται από το κατάστημα για να καπνίσουν. Ποσοστό 2% των καταστηματαρχών υποστηρίζει πως οι καπνιστές στηρίζουν πάρα πολύ την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου και συνεχίζουν ανενόχλητοι τις εξόδους τους Το ποσοστό προέρχεται από την πόλη της Κοζάνης, καθώς στη Θεσσαλονίκη κανένας καταστηματάρχης δεν είχε την ίδια αντίληψη.

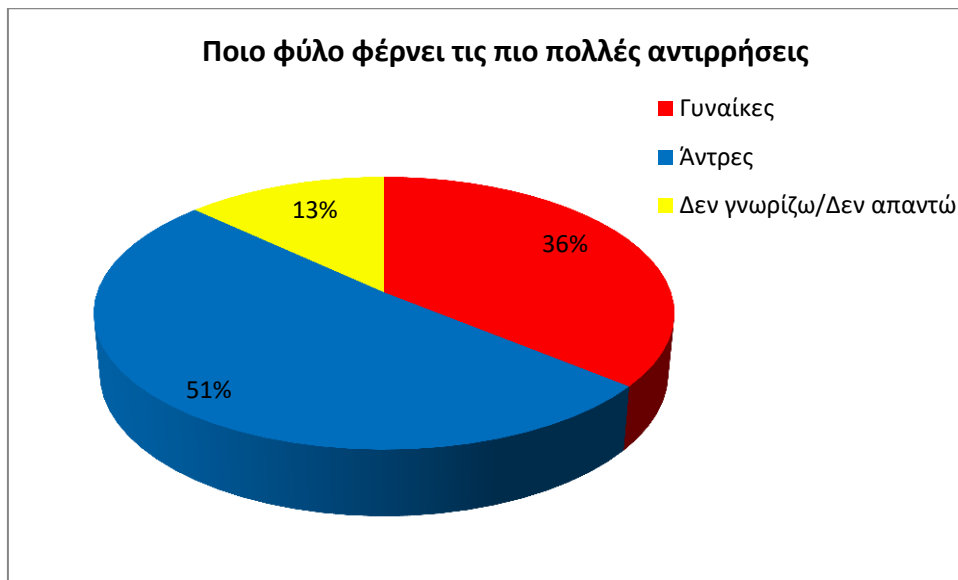
Αρκετοί είναι οι καπνιστές που προβάλλουν μεγάλες αντιρρήσεις όσον αφορά την εφαρμογή του νέου νόμου, αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αποφεύγουν στις εξόδους τους την αγορά εστίασης αλλά και να φέρνουν αντιρρήσεις μέσα στα καταστήματα.



Γράφημα 7.14.

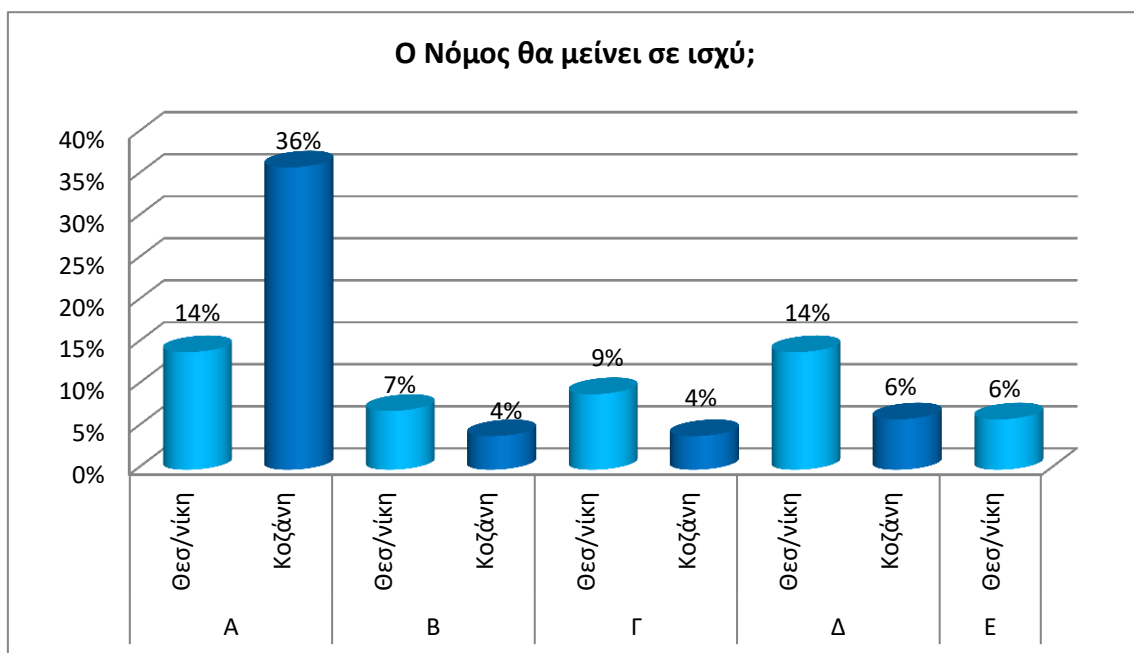
Σχετικά με τη συμπεριφορά των πελατών μέσα στα καταστήματα στα οποία απαγορεύεται το κάπνισμα εντοπίζουμε σύμφωνα με το γράφημα 7.14. αρκετές διαφορές στις δύο πόλεις. Στη Θεσσαλονίκη το 14% των καταστηματαρχών δηλώνουν πως οι καπνιστές δεν σέβονται το νόμο και προσπαθούν να καπνίσουν στο εσωτερικό του καταστήματος, σε αντίθεση με τη Κοζάνη όπου το 4% των καταστημάτων δηλώνει κάτι παρόμοιο. Όμοια ποσοστά παρουσιάζουν οι δύο πόλεις σχετικά με τις αντιδράσεις των καπνιστών να συνεντιστούν με τη νομοθεσία.

Έκπληξη προκαλεί η διαφορά που προκύπτει στις δύο πόλεις στη κατηγορία πάρα πολύ όπου οι πολίτες στη Κοζάνη δείχνουν προθυμία να συνεντιστούν με τον νόμο (ποσοστό 16%) σε αντίθεση με τη Θεσσαλονίκη όπου μόλις το 8% των πολιτών είναι πρόθυμοι να συνεντιστούν με την εφαρμογή τη νέας νομοθεσίας.



Γράφημα 7.15.

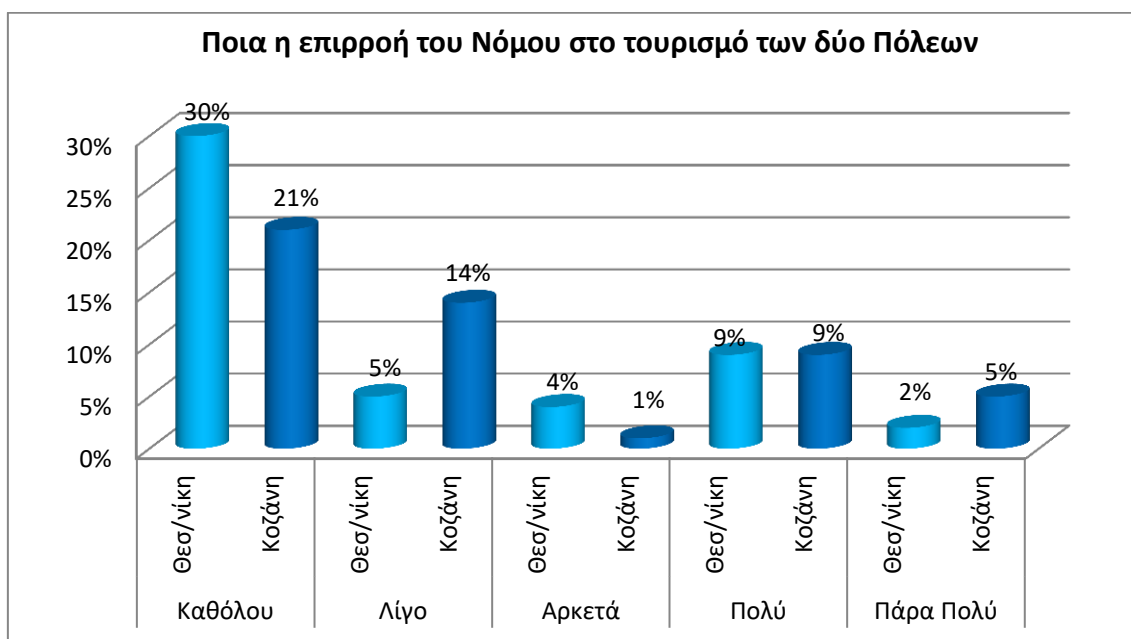
Οι απόψεις των καταστηματάρχων αποτυπώνονται στο γράφημα 7.15. οι οποίοι υποστηρίζουν ότι οι άνδρες πελάτες φέρνουν τις πιο πολλές αντιδράσεις σχετικά με την εφαρμογή της νέας νομοθεσίας κατά του καπνίσματος σε ποσοστό 51% ενώ οι γυναίκες προβάλλουν αντιρρήσεις μόλις στο 36% των καταστημάτων. Επιπλέον οι καταστηματάρχες σε ένα ποσοστό της τάξεως του 13% απάντησαν πως δεν έχουν κάποιο συγκεκριμένο φύλο υπόψη τους καθώς δεν αντιμετώπισαν τέτοιου είδους προβλήματα με τους πελάτες τους.



Γράφημα 7.16.

Οι ομάδες Α-Ε αντιπροσωπεύουν τις απαντήσεις που υπήρχαν στο ερωτηματολόγιο. Το γράφημα 7.16. παρουσιάζει τις απόψεις των καταστηματάρχων σχετικά με την εφαρμογή του νέου αντικαπνιστικού νόμου και κατά πόσο θα παραμείνει σε ισχύ ή αν παροδικά θα ξεχαστεί.

Σύμφωνα με την έρευνα από την Κοζάνη το 36% των καταστηματάρχων της πόλης υποστηρίζει ότι η νομοθεσία ήρθε για να μείνει σε αντίθεση με τη Θεσσαλονίκη που μόνο το 14% των υπεύθυνων των καταστημάτων υποστηρίζει το ίδιο. Αρκετά μεγάλο το ποσοστό των καταστηματάρχων που πιστεύει ότι με τον ένα ή με τον άλλο τρόπο ο αντικαπνιστικός νόμος θα ξεχαστεί είτε με αργό είτε και με γοργό ρυθμό, οι έλεγχοι θα ελαττωθούν και θα μπορούν οι καπνιστές πλέον να εισέλθουν στο παλιό καθεστώς καπνίσματος. Στη Θεσσαλονίκη ένα ποσοστό 6% υποστηρίζει ότι είναι θέμα χρόνου να σταματήσουν οι έλεγχοι και οι πολίτες να κάνουν τα στραβά μάτια ώστε να ξεκινήσει το κάπνισμα πάλι μέσα στους κλειστούς χώρους. Κανένας καταστηματάρχης από την Κοζάνη δεν το υποστηρίζει αυτό, καθώς έχουν περάσει τρία χρόνια από την αρχική εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου και όπως παρατηρούν οι καταστηματάρχες η νομοθεσία σχετικά με το κάπνισμα θα παραμείνει σε ισχύ. Οι υπεύθυνοι των καταστημάτων στην πόλη της Κοζάνης έχουν πλέον αποδεχθεί πως το αντικαπνιστικό καθεστώς είναι ένα κομμάτι της καθημερινότητας πλέον και προσπαθούν να βρουν νέους τρόπους για να κεντρίσουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών.



Γράφημα 7.17.

Σύμφωνα με το γράφημα 7.17. το 51% των υπεύθυνων των καταστημάτων θεωρούν πως ο τουρισμός δεν θα επηρεαστεί καθόλου από την εφαρμογή της αντικαπνιστικής νομοθεσίας καθώς στο εξωτερικό πολλές χώρες έχουν εφαρμόσει παρόμοιες αντικαπνιστικές νομοθεσίες πολύ πριν την Ελλάδα. Για τους τουρίστες είναι κάτι γνώριμο η απαγόρευση του καπνίσματος μέσα σε κλειστούς χώρους. Το ποσοστό του 19% θεωρούν πως θα επηρεαστεί λίγο ο τουρισμός, ενώ το 5% θεωρούν ότι θα επηρεαστεί αρκετά, πολύ θα επηρεαστεί ο τουρισμός σύμφωνα με το 18% των καταστηματάρχων ενώ ένα ποσοστό της τάξεως του 7% υποστηρίζει ότι ο τουρισμός θα επηρεαστεί πάρα πολύ από τη νέα νομοθεσία. Πολλοί καταστηματάρχες υποστήριξαν πως οι τουρίστες επέλεξαν ως προορισμό τους την Ελλάδα καθώς μπορούσαν να καπνίσουν μέσα σε κλειστούς χώρους και στα καταστήματα που προτιμούσαν για τις εξόδους τους.

Συμπεράσματα – Επίλογος

Σύμφωνα με την Έρευνα και τα γραφήματα που παρατίθενται παραπάνω, η αγορά εστίασης των δύο πόλεων αλλά και γενικότερα στην Ελλάδα έχει επηρεαστεί κατά πολύ από την εφαρμογή της νέας νομοθεσίας Ν. 4633/2019. Οι καταστηματάρχες κλήθηκαν να αντιμετωπίσουν μία κατάσταση για την οποία θα έπρεπε εδώ και χρόνια να έχουν προετοιμαστεί και προσαρμοστεί για αυτή, καθώς η χώρα προσπαθεί εδώ και χρόνια να εναρμονιστεί με τις Ευρωπαϊκές οδηγίες τις οποίες λαμβάνει σχετικά με την κοινή αντικαπιλιστική πολιτική που χαράζει η Ε.Ε.

- Τα καταστήματα εστίασης στην Ελλάδα σε ποσοστό 60% συντηρούνται από άνδρες καταστηματάρχες ενώ το υπόλοιπο 40% αποτελείται από γυναίκες. Οι γυναίκες τις τελευταίες δεκαετίες καταλαμβάνουν μεγαλύτερη και ισχυρότερη θέση στην αγορά εργασίας, πράγμα που φαίνεται ολοένα και πιο πολύ μέρα με τη μέρα. Σε χώρες του εξωτερικού, και πιο συγκεκριμένα σε Σκανδιναβικές χώρες, τα ποσοστά για τα δύο φύλα και την αγορά εργασίας είναι ακόμη μικρότερα. Στη χώρα μας αυτή η διαφορά μικραίνει μέρα με τη μέρα, δίχως αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης.
- Το 54% των υπευθύνων των καταστημάτων εστίασης της χώρας ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 31-50 ετών. Ηλικίες αρκετά παραγωγικές ώστε να καταφέρνουν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις που έχει η αγορά. Όσο πιο νεαροί σε ηλικία τόσο πιο υψηλό και το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων που συμμετέχουν στην αγορά. Οι μεγαλύτερης ηλικίας άνθρωποι μπορεί να έχουν χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο αλλά μετά από τόσα χρόνια επιβίωσης στην αγορά μπορούν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις αυτής με βάση της εμπειρίας που διαθέτουν.
- Το 75% των υπευθύνων των καταστημάτων εστίασης είτε δεν έχει ταξιδέψει ποτέ στο εξωτερικό είτε πραγματοποιεί ταξίδια στο εξωτερικό σπάνια. Πράγμα αρκετά οδυνηρό για την αγορά εστίασης καθώς έτσι οι καταστηματάρχες δεν έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν νέους πολιτισμούς και να δούνε τι εφαρμόζουν άλλες χώρες. Αν παρόμοιες αντικαπιλιστικές νομοθεσίες εφαρμόζονται και εκεί, ποιες οι επιπτώσεις που είχε στην αγορά και πως το αντιμετώπισαν οι συνάδελφοι τους στο εξωτερικό. Μέσω αυτών θα μπορούσαν να πάρουν ιδέες για την αναβάθμιση των υπηρεσιών που θα πρόσφεραν στους δικούς τους καταναλωτές.

- Διχασμένη εμφανίζεται η αγορά ως προς την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου. Περισσότεροι από τους μισούς καταστηματάρχες είτε στηρίζουν την εφαρμογή του νόμου είτε διαφωνούν κάθετα. Το 48% των υπευθύνων των καταστημάτων συμφωνούν από λίγο έως πολύ με την εφαρμογή του νόμου. Το υπόλοιπο 52% χωρισμένο στη μέση έχουν εντελώς διαφορετικές απόψεις, με τους μισούς από αυτούς να έχουν εντελώς αρνητική άποψη σχετικά με τη νέα νομοθεσία και τους υπόλοιπους μισούς να συμφωνούν απόλυτα με αυτή. Από την έρευνα είδαμε πως αυτοί οι οποίοι φέρνουν τις μεγαλύτερες αντιρρήσεις σχετικά με την εφαρμογή του νόμου είναι οι άνδρες, ενώ οι γυναίκες διατηρούν πιο ήπιες απόψεις όσον αφορά την νέα νομοθεσία. Σχεδόν όλοι αναγνωρίζουν ότι θα ταραξεί τα νερά στην αγορά εστίασης καθώς οι καταναλωτές είχαν συνδέσει τις εξόδους τους με το κάπνισμα. Αυτό δημιουργεί προβλήματα στους καταστηματάρχες οι οποίοι αναζητούν τους καταναλωτές οι οποίοι πλέον δυσκολεύονται στο να προσαρμοστούν στο καθεστώς που επέβαλε ο νέος νόμος.
- Το 38% των καταστημάτων υποστηρίζει πως ο αντικαπνιστικός νόμος έχει επηρεάσει αρνητικά τη σύσταση της πελατείας τους. Οι καπνιστές αποστρέφονται τις εξόδους τους, και παραμένουν σπίτι όπου μπορούν να καπνίσουν ανενόχλητοι. Αυτό εγείρει προβλήματα που πρέπει να λυθούν έγκαιρα από το κράτος καθώς τίθεται θέμα για τη δημόσια υγεία, καθώς αυξάνεται το κάπνισμα στο σπίτι, τα μέλη μίας οικογένειας εκτίθενται σε μεγαλύτερο βαθμό στο καπνό και στο παθητικό κάπνισμα. Η πολιτεία θα αναγκαστεί να επέμβει με κάποια νομοθεσία ώστε να τους προστατεύσει.
- Οι καταστηματάρχες σε μεγάλο βαθμό προσπάθησαν να δημιουργήσουν εξωτερικούς χώρους εφόσον είναι εφικτό και υπάρχει ο χώρος, αλλά αντιμετώπισαν την αυστηρότητα του νόμου όπου απαγορεύει την περιμετρική κάλυψη του εξωτερικού χώρου σε περισσότερες από δύο μεριές και την ύπαρξη τέντας για την κάλυψη του χώρου από πάνω. Οπότε όσον αφορά τον χειμώνα οι καταστηματάρχες δεν μπορούν να διαμορφώσουν κάποιο χώρο ώστε να μπορέσουν να φιλοξενήσουν τους καπνιστές και παράλληλα να τους προστατέψουν από το κρύο.
- Αναφορικά με το αν στηρίζουν οι καπνιστές την αγορά εστίασης μετά την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου οι υπεύθυνοι των καταστημάτων δηλώνουν πως περίπου το 40% των καπνιστών στηρίζει την αγορά και συνεχίζει τις εξόδους τους, ενώ το υπόλοιπο 60% είτε έχει ελαττώσει τις εξόδους του είτε τις έχει διακόψει εντελώς.

- Παρόλο που οι καπνιστές έχουν ελαττώσει τις εξόδους τους στους χώρους υγειονομικού ενδιαφέροντος, οι καταστηματάρχες δηλώνουν πως περισσότεροι από τους μισούς δείχνουν να συνετίζονται με την εφαρμογή χωρίς να φέρνουν μεγάλες αντιρρήσεις σε αυτό. Επιπλέον στη πόλη της Κοζάνης που εφαρμόζει τη νομοθεσία για 3^η συνεχόμενη χρονιά μόλις το 4% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι οι καπνιστές δεν σέβονται τη νομοθεσία, σε αντίθεση με τη Θεσσαλονίκη όπου οι καπνιστές της δείχνουν σε ποσοστό 14% ότι θέλουν να συνεχίσουν το κάπνισμα μέσα σε κλειστούς χώρους ασχέτως με την εφαρμογή της νομοθεσίας. Επιπλέον περισσότεροι από τους μισούς καταστηματάρχες δήλωσαν πως τις περισσότερες αντιρρήσεις σχετικά με την εφαρμογή του νόμου τις φέρνουν οι άντρες πελάτες.
- Ενδιαφέρον προκαλεί το ότι το 50% των καταστηματάρχων δηλώνει πως η νομοθεσία αυτή ήρθε για να μείνει, και εξέφρασαν την δυσαρέσκεια τους καθώς φοβούνται για το μέλλον των επιχειρήσεων τους χωρίς το τσιγάρο μέσα σε αυτές. Οι καταστηματάρχες στη πόλη της Κοζάνης μετά το πέρας 3 αντικαπνιστικών ετών δείχνουν να έχουν συνειστέ με τη νέα νομοθεσία και έχουν αποδεχτεί πως θα παραμείνει σε ισχύ.
- Αξιοσημείωτο το ότι το 51% των καταστηματάρχων δήλωσε πως ο τουρισμός δεν θα πληγεί από την εφαρμογή του αντικαπνιστικού νόμου, καθώς οι τουρίστες που τις επισκέπτονται είναι ήδη μαθημένοι από αντικαπνιστικές πολιτικές που εφαρμόζουν στις δικές τους χώρες.

Με τον αντικαπνιστικό νόμο πλανάται η πεποίθηση ότι αποτελεί ένα εργαλείο διαχείρισης του πλήθους αλλά και καταπίεσης τους από το Κράτος. Οι πολίτες, οι οποίοι αντιδρούν υπερβολικά σε κάθε είδους απαγόρευση που τους επιβάλλεται, θεωρούν ότι καταπιέζεται η προσωπική τους ελευθερία. Ίσως θα πρέπει να αναλογιστούν ότι είναι ένας Νόμος που αποσκοπεί στην διατήρηση της δημόσια υγείας της χώρας.

Πελάτες, καταστηματάρχες, καπνιστές ή μη, πρέπει να δούνε τη γενικότερη εικόνα του αντικαπνιστικού νόμου και πως μπορούν να ωφεληθούν από αυτή. Δεν εφαρμόστηκε η νομοθεσία για τη μόχλευση της αγοράς, ούτε για την καταπίεση των πολιτών. Οι ίδιοι θα πρέπει να εντοπίσουν θετικά στοιχεία στο καθεστώς που υφίσταται στη δεδομένη στιγμή. Δεν απαγορεύεται η είσοδος στα καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος σε κανέναν, απλά απαγορεύεται ένα μέσο διασκέδασης που ευχαριστεί ένα μικρό ποσοστό του πληθυσμού που τα επισκέπτεται. Αυτό ας είναι ένα κίνητρο για τους ίδιους τους καπνιστές να συνεχίσουν να επισκέπτονται τα μέρη που σύχναζαν στο παρελθόν απαλλαγμένοι από το πακέτο των τσιγάρων τους και κάνοντας μία προσπάθεια να ελαττώσουν αυτή την τόσο εθιστική, δαπανηρή και πιο σημαντικό από όλα βλαβερή για την υγεία συνήθεια.

Με τη σταδιακή ελάττωση του καπνίσματος από όλους τους πολίτες της χώρας, η Ελλάδα θα πέσει από την κορυφή των χωρών με τα μεγαλύτερα ποσοστά καπνιστών και ο Αντικαπνιστικός Νόμος θα πετύχει το στόχο του. Αν αναλογιστούν όλα αυτά οι πολίτες της χώρας με την καταβολή της απαιτούμενης προσπάθειας από όλες τις πλευρές θα γίνει εφικτή η μείωση της κατανάλωσης των καπνικών προϊόντων και επιτέλους θα διασφαλιστεί η δημόσια υγεία από κάτι που την πλήττει για αρκετούς αιώνες.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Αδαμόπουλος, Ν. (1988). Εισαγωγή στην Προληπτική Ιατρική, Νοσήματα φθοράς. Αθήνα, Εκδόσεις Παρισσιανός.
- Αντωνιάδη Κ. (2009). Η παράπλευρη διαφήμιση του τσιγάρου. Εφημερίδα Ελευθεροτυπία.
- Geroulanos, S. (2008). Κάπνισμα και Υγεία. Hospital Chronicles, 3(1 sup), 124127.
- Ελληνική Στατιστική Αρχή, (2016). ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ Παράγοντες που επηρεάζουν την υγεία. Πειραιάς.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2015). ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ Παγκόσμια ημέρα κατά του καπνίσματος: Το Ευρωβαρόμετρο αποκαλύπτει ότι η χρήση του καπνού μειώθηκε κατά 2 ποσοστιαίες μονάδες στην ΕΕ από το 2012, αλλά το 26 % των Ευρωπαίων εξακολουθεί να καπνίζει. Βρυξέλες.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2005). ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ Η απαγόρευση διαφήμισης προϊόντων καπνού αρχίζει να ισχύει από την 31η Ιουλίου. Βρυξέλες.
- Ευθυμίου Κ., Σοφianoπούλου Α., (επιμ.) (2007) Διακοπή καπνίσματος. Αθήνα, Εκδόσεις Αρχιπέλαγος.
- Ζέρβας Γ., (2006). Η ζωή είναι ωραία... και χωρίς τσιγάρο. Αθήνα, Εκδόσεις Επιγνώσεις.
- Μανιάτης Γ., (2016). Επιπτώσεις από τη νέα αύξηση της φορολογίας των προϊόντων καπνού. IOBE.
- Μπεχαράκης Π., (2018). Το κάπνισμα στην Ελλάδα σήμερα. Πάτρα. Εθνικός Οργανισμός Δημόσιας Υγείας. Διαθέσιμο στο: <https://eody.gov.gr/>
- Μπιλάλης Παύλος, (1997). Κάπνισμα και Υγεία , Έκδοση Γ, Αθήνα, Εκδόσεις Ελληνική Αντικαπνιστική Εταιρία.
- Μπούρα Π.,Χαρπίδου Α. (2009). Η επιδημιολογία του καπνίσματος και η Ελληνική πραγματικότητα. Εκδόσεις Αγκαλιάζω,
- Παναγόπουλος Π., (2005). Το τσιγάρο στη μεγάλη οθόνη. Εφημερίδα Καθημερινή
- Σιδηροπούλου Μ. (2012). Το κάπνισμα στην Ελλάδα, μια ιστορία που συνεχίζεται. PharmaTeam. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://pharmateam.blogspot.it/2012/09/blog-post_873.html#axzz3nPAoDUZp
- Υπουργείο Εσωτερικών. (2018). 14^ο Ενημερωτικό Σημείωμα, Γυναίκες και Υγεία. Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων
- ΦΕΚ 1001/Β/1-8-2002 διαθέσιμο στο: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-epikheireseis/kapnos-kapnisma/ugeionomike-diataxe-uirpoik-76017-2002.html>
- ΦΕΚ 262/Α/23-12-2008 διαθέσιμο στο: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-anilikoi/n-3730-2008.html>
- ΦΕΚ 129/Α/3-8-2010 διαθέσιμο στο: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-ygeia/n-3868-2010.html>

- ΦΕΚ 161/Α/16-10-2019 διαθέσιμο στο:
<https://www.e-nomothesia.gr/kat-ygeia/nomos-4633-2019-phék-161a-16-10-2019.html>

Ξένη Βιβλιογραφία

- Ahmad, S. & Franz, G.A. (2008) Raising taxes to reduce smoking prevalence in the US: A simulation of the anticipated health and economic impacts. *Public Health*, 122, pp. 3-10.
- Andrew Hyland, Louise M. Hassan, Cheryl Higbee¹, Christian Boudreau, Geoffrey T. Fong, Ron Borland, K. Michael Cummings, Mi Yan, Mary E. Thompson, Gerard Hasting. (2008). *The impact of smoke-free legislation in Scotland: results from the Scottish ITC Scotland/UK longitudinal surveys*. Oxford University Press.
- Centers for Disease Control and Prevention (CDC). (2011). State smoke-free laws for worksites, restaurants, and bars--United States, 2000-2010. *MMWR. Morbidity and mortality weekly report*, 60(15), 472.
- Eurobarometer, (2009), Analytical Report, Survey on Tobacco. Hungary, The Gallup Organization.
- Fielding, J. (2002) Smoking: Health effects and control. In: Last, J., Wallace, R. *Public health and preventive medicine* (15th ed). Appleton & Lange, pp. 715-740.
- Jarvis, M.J. (2001) Quantitative survey of exposure to other people's smoke in London bar staff. London: Department of Epidemiology and Public Health, University College.
- Jarvis, M.J., Foulds, J. & Feyerabend, C. (1992) Exposure to passive smoking among bar staff. *Br.J Addict.* 87, pp. 111-3.
- Nebot, M., Lopez, M.J., Gorini, G., Neuberger, M., Axelsson, S., Pilali, M., Fonseca, C., Abdennbi, K., Hackshaw, A., Moshammer, H., Laurent, A.M., Salles, J., Georgouli, M., Fondelli, M.C., Serrahima, E., Centrich, F. & Hammond, S.K. (2005) Environmental tobacco smoke exposure in public places of European cities. *Tob Control*.Feb;14(1,pp. 60-3).
- Office for Official Publications of the European Communities, (2004). *Tobacco or health in the European Union. Past, present and future. The ASPECT Consortium*. Luxembourg, Office for Official Publications of the European Communities.
- Prahbat J., Chaloupka F.J., (2000). *Tobacco control in developing countries*. Oxford University Press.97-99.
- UK Department of Health. (1992) *Effect of tobacco advertising on tobacco consumption*. London.
- US Department of Health and Human Services (1989). *Reducing the health consequences of smoking: 25 years of progress. A report of the Surgeon General*. Washington, Department of Health and Human Services.

- Wanless D. (2004) Securing good health for the whole population. London: HMSO;
- World Health Organization, (2017), Who report on the global tobacco epidemic, Monitoring tobacco use and prevention policies.

Διαδικτυακές Πηγές

- ✓ <https://www.tovima.gr/2008/11/24/finance/taksidi-stin-istoria-toy-kapnoy/>
- ✓ <https://www.iefimerida.gr/news/296654/i-istoria-tis-katapolemisis-toy-kapnismatos-giati-katalixame-stis-tromaktikes-eikones>
- ✓ <http://www.moh.gov.gr/>
- ✓ <https://healthatlas.gov.gr/>
- ✓ <https://tobaccoatlas.org/country/greece/>
- ✓ https://ec.europa.eu/health/tobacco/indicators_en
- ✓ <https://www.sansimera.gr/articles/62>
- ✓ https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/tobacco/docs/smoke-free_legislation_overview_en.pdf
- ✓ http://195.134.76.37/chemicals/chem_nicotine.htm

Παραρτήματα

Το παρόν ερωτηματολόγιο αφορά τους καταστηματάρχες και υπεύθυνους των καταστημάτων εστίασης στους δύο Δήμους Κοζάνης και Θεσσαλονίκης στο πλαίσιο της Διπλωματικής εργασίας του Διδρυματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών Δίκαιο και Οικονομικά του τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου της Μακεδονίας και της Νομικής Σχολής του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης. Σκοπός του είναι να μελετήσει τις απόψεις των καταστηματάρχων, αλλά και την επίδραση που είχε η εφαρμογή της αντικαπιναστικής νομοθεσίας στην αγορά εστίασης.

Αποτελείται από δύο μέρη και συνολικά δώδεκα (12) ερωτήσεις , το πρώτο μέρος περιέχει τέσσερις (4) ερωτήσεις, ενώ το δεύτερο μέρος περιέχει οχτώ (8) ερωτήσεις. Σχεδιάστηκε ώστε να μπορεί να συμπληρωθεί σε λιγότερο από 5 λεπτά και να μην ενοχλούνται οι καταστηματάρχες στο χώρο εργασίας τους. Η σύνθεση του είναι τέτοια ώστε να διασφαλισθεί η ανωνυμία των ερωτηθέντων, για αυτό τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν έχουν χρησιμοποιηθεί αποκλειστικά για τους σκοπούς της έρευνας.

Μέρος Πρώτο: Υπεύθυνοι – Κατάστημα

1) Φύλο

- Γυναίκα
- Άνδρας

2) Ηλικιακή Ομάδα

- 18-30
- 31-40
- 41-50
- 51+

3) Πόσο συχνά πραγματοποιείτε ταξίδια στο εξωτερικό;

- Ποτέ
- Σπάνια
- Συχνά
- Συνέχεια

4) Τι είδος Καταστήματος Διατηρείτε;

- Εστιατόριο
- Καφέ
- Καφέ – Μπαρ

Μέρος Δεύτερο: Ερωτήσεις

1) Συμφωνείτε με την εφαρμογή του Αντικαπνιστικού Νόμου σε όλα τα καταστήματα;

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα Πολύ

2) Θεωρείτε ότι η εφαρμογή του Νόμου έχει επηρεάσει τη σύσταση της πελατείας αρνητικά στο κατάστημά σας;

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα Πολύ

3) Έχετε κάνει έρευνα για να διαμορφώσετε κάποιο εξωτερικό χώρο για να μπορούν οι πελάτες να καπνίζουν «νόμιμα»;

- Καθόλου (Το κατάστημα δεν διαθέτει εξωτερικό χώρο)
- Λίγο (Κάποιο μικρό ποσό για να μπορούν να εξυπηρετηθούν οι πελάτες)
- Αρκετά (Έχει διαμορφωθεί κάποιος χώρος για να προφυλάσσει τους καπνιστές)
- Πολύ (Υπάρχουν ή θα διαμορφωθούν εξωτερικά τραπεζοκαθίσματα)
- Πάρα Πολύ (Το κατάστημα διαθέτει ή θα διαμορφώσει εξωτερικό χώρο και προφύλαξη από τα καιρικά φαινόμενα)

4) Θεωρείτε ότι οι καπνιστές στηρίζουν την εφαρμογή του νόμου, συνεχίζουν τις εξόδους τους ώστε να απολαμβάνουν τα οφέλη του;

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα Πολύ

- 5) Οι πολίτες είναι πρόθυμοι να συνειστούν με το Νόμο, ή τους το υπενθυμίζετε εσείς συχνά πυκνά;
- Καθόλου
 - Λίγο
 - Αρκετά
 - Πολύ
 - Πάρα Πολύ
- 6) Ποιοι καταναλωτές το αρνούνται περισσότερο;
- Γυναίκες
 - Άντρες
- 7) Πιστεύετε ότι θα μείνει σε ισχύ ο Νόμος, ή είναι κάτι παροδικό που σιγά σιγά θα ξεχαστεί και θα επανέλθουμε στο προηγούμενο καθεστώς καπνίσματος;
- Η Νομοθεσία ήρθε για να μείνει
 - Μέρα με τη μέρα τα μέτρα θα είναι πιο ελαστικά
 - Οι έλεγχοι θα ελαττωθούν και θα είναι πιο ελεύθερα τα πράγματα
 - Σιγά σιγά ο κόσμος θα κάνει τα στραβά μάτια και θα καπνίζουν στους εσωτερικούς χώρους
 - Είναι θέμα χρόνου να ξεκινήσει πάλι το κάπνισμα τους κλειστούς χώρους
- 8) Τι αντίκτυπο πιστεύετε θα έχει η εφαρμογή του Αντικαπνιστικού Νόμου στον τουρισμό της πόλης;
- Καθόλου
 - Λίγο
 - Αρκετά
 - Πολύ
 - Πάρα Πολύ