

# Đánh giá sự tuân thủ với quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá (TAPS):

*Tài liệu hướng dẫn “Cách quan sát các sự kiện được tài trợ, trên internet và trách nhiệm xã hội của Doanh nghiệp*



JOHNS HOPKINS  
BLOOMBERG SCHOOL  
of PUBLIC HEALTH



International Union  
Against Tuberculosis  
and Lung Disease

Tháng 6, 2014

# Mục lục

Hướng dẫn sử dụng tài liệu .....	1
Giới thiệu .....	2
<b>BƯỚC 1:</b> Xác định quyền và nhận biết nội dung và quy định cấm TAPS .....	3
<b>BƯỚC 2:</b> Nhận biết về quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá .....	7
<b>BƯỚC 3:</b> Xác định mục đích đánh giá sự tuân thủ .....	9
<b>BƯỚC 4:</b> Bảo đảm các nguồn lực cần thiết .....	10
<b>BƯỚC 5:</b> Chọn mẫu và xác định phạm vi đánh giá .....	12
<b>BƯỚC 6:</b> Lập kế hoạch và thiết lập lịch trình đánh giá Tuân thủ .....	15
<b>BƯỚC 7:</b> Áp dụng các quy trình và Bảng kiểm quan sát .....	16
<b>BƯỚC 8:</b> Tổ chức tập huấn .....	20
<b>BƯỚC 9:</b> Thu thập dữ liệu .....	21
<b>BƯỚC 10:</b> Phân tích kết quả .....	22
<b>BƯỚC 11:</b> Sử dụng kết quả .....	23
Tham khảo .....	24
<b>PHỤ LỤC A:</b> Giải thích thuật ngữ .....	25
<b>PHỤ LỤC B:</b> Lịch trình đánh giá mẫu .....	27
<b>PHỤ LỤC C:</b> Danh sách lập kế hoạch đánh giá .....	28
<b>PHỤ LỤC D:</b> Hướng dẫn áp dụng các quy trình .....	32
<b>PHỤ LỤC E:</b> Ví dụ về thuật ngữ tìm kiếm .....	34
<b>PHỤ LỤC F:</b> Bảng kiểm quan sát mẫu .....	35
<b>PHỤ LỤC G:</b> Danh mục Bảng kiểm quan sát mẫu chuyên sâu .....	36
Người đóng góp .....	37

## Hướng dẫn sử dụng tài liệu

1. Trước khi bắt đầu bất kỳ BƯỚC nào (bao gồm hoạt động nghiên cứu bối cảnh và lập kế hoạch), hãy đọc toàn bộ hướng dẫn này từ đầu đến cuối.
2. Bảo đảm rằng các bạn hiểu rõ tất cả các thuật ngữ được sử dụng trong hướng dẫn này trước khi lập kế hoạch đánh giá của mình. Hãy tham khảo phần giải thích thuật ngữ (Phụ lục A) để hiểu rõ hơn.
3. Hướng dẫn này đưa ra các chỉ dẫn chung được thiết kế để có thể điều chỉnh cụ thể cho các đánh giá cá nhân dựa trên quy định pháp luật và xu hướng TAPS thuộc quyền tài phán. Hãy bảo đảm rằng các bạn hiểu đầy đủ các quy định pháp luật địa phương và bối cảnh TAPS, và luôn ghi nhớ những yếu tố này trong suốt quá trình lập kế hoạch và thực hiện đánh giá. Các bản đánh giá chiến lược được điều chỉnh phù hợp với các ưu tiên của quyền tài phán nhằm đảm bảo các kết quả sẽ được sử dụng hữu ích cho những nỗ lực vận động ủng hộ và xây dựng chính sách kiểm soát thuốc lá có hiệu quả.
4. Bắt đầu với BƯỚC 1, sử dụng một lịch trình đánh giá và danh sách lập kế hoạch đánh giá để định hướng cho dự án đánh giá của các bạn (các ví dụ được đề cập tại Phụ lục B và C). Có thể cần phải quay lại các BƯỚC trước đó khi các bạn đưa ra quyết định hoặc có thông tin mới trong quá trình lập kế hoạch. Điều này là bình thường và sẽ giúp điều chỉnh chiến lược và quy trình đánh giá của các bạn.
5. Hãy đặt ra các giới hạn thích hợp cho việc đánh giá, dựa trên các ưu tiên TAPS thuộc quyền tài phán và năng lực của tổ chức của các bạn. Mạng Internet cung cấp vô số các thông tin dễ dàng tiếp cận, có thể giúp cho việc thu thập dữ liệu nhanh chóng. Hướng dẫn này được thiết kế để có thể điều chỉnh, và cung cấp nhiều phương án để điều chỉnh phù hợp theo phạm vi đánh giá. Các bạn có thể chọn phương pháp đánh giá cơ bản hoặc trực tiếp; xác định kích thước mẫu của công ty/nhãn hiệu cần đánh giá, các kênh con trên internet, thuật ngữ tìm kiếm, và các mục cần đưa vào bảng kiểm quan sát. Mỗi quyết định này có thể ảnh hưởng đến thời gian và lượng công việc cần thiết trong quá trình lập kế hoạch, tập huấn cho người thu thập dữ liệu, trong quá trình thu thập dữ liệu và khi phân tích kết quả của các bạn. Khi quyết định quy mô đánh giá, hãy cân nhắc các mục tiêu đánh giá và năng lực của tổ chức của các bạn.

## Giới thiệu

Ngành công nghiệp thuốc lá sử dụng việc quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá (TAPS) để tăng lượng tiêu thụ sản phẩm của mình. Các hoạt động TAP làm tăng lượng tiêu thụ của những người dùng hiện tại, thu hút thêm người dùng mới, và khuyến khích những người đã bỏ thuốc lá hút thuốc trở lại. Ngành công nghiệp thuốc lá dùng các thủ đoạn dối trá, gây nhầm lẫn và lừa gạt để làm cho việc sử dụng thuốc lá có vẻ như hào nhoáng và được xã hội chấp nhận, trong khi che giấu bớt các tác hại của thuốc lá đối với sức khỏe.

Quy định cấm toàn diện đối với các hoạt động TAPS đã được chứng minh làm giảm lượng sử dụng thuốc lá. Quy định cấm một phần ít hiệu quả hơn nhiều, vì ngành công nghiệp thuốc lá sẽ đối phó lại bằng cách chuyển các hoạt động quảng cáo của mình sang những lĩnh vực không bị cấm. Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) kêu gọi các quốc gia thành viên thực hiện đầy đủ các nghị định thư và các biện pháp kiểm soát thuốc lá được nêu trong Công ước Khung Về Kiểm soát Thuốc lá (FCTC). Điều 13 của FCTC đề cập đến các quy định cấm và hạn chế quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá, bao gồm hàng loạt các hoạt động được thực hiện qua nhiều kênh và đòi hỏi phải có các phương pháp đánh giá khác nhau. Vì lý do này, hướng dẫn đánh giá việc tuân thủ TAPS do Trường Y tế công cộng Johns Hopkins Bloomberg (JHSPH), Chiến dịch Trẻ em không khói thuốc lá (CTFK) và Liên minh quốc tế phòng chống lao và bệnh phổi (Liên minh) đưa ra sẽ có một loạt các hướng dẫn. Theo đó, mỗi hướng dẫn chú trọng vào một phạm vi cụ thể trong các quy định điển hình về việc cấm TAPS toàn diện.

Hướng dẫn này đề cập đến việc đánh giá mức độ tuân thủ của các hoạt động TAPS khi những hoạt động đó diễn ra trên internet, tại các sự kiện được tài trợ, và thông qua các chương trình trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR). Mặc dù các chương trình CSR và các sự kiện do ngành thuốc lá và/hoặc nhãn hiệu thuốc lá tài trợ không diễn ra trên mạng internet, nhưng những hoạt động này thường được quảng bá trên internet, và việc thu thập dữ liệu được dễ dàng lồng ghép thông qua hướng dẫn đánh giá TAPS trên internet. Ba lĩnh vực này được lựa chọn trên cơ sở chúng được sử dụng với nội dung của những chiến dịch tiếp thị tổng hợp rộng hơn, kết nối các hoạt động quảng bá thuốc lá trên nhiều phương tiện truyền thông với việc sử dụng các chiến lược mới và cải tiến để vươn tới những khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng.

Ngành công nghiệp thuốc lá đã và đang mở rộng một cách nhanh chóng các hoạt động TAPS trên các kênh internet. Internet hiện diện trong một mạng lưới truyền thông toàn cầu ngày càng lớn mạnh, cung cấp khả năng tiếp cận trên toàn thế giới và mở ra những cơ hội chưa từng có để tương tác với những nhóm gồm nhiều nhóm đối tượng và thông điệp đích và thu thập dữ liệu với chi phí rất thấp. Khả năng truyền thông của internet có thể vượt qua các rào cản vật lý truyền thống thuộc quyền tài phán và hệ thống luật pháp hiện hành của họ, nếu có (ví dụ, nếu tại một quốc gia mà phát hiện ra vi phạm của một công ty có xuất xứ từ một quốc gia khác, thì làm thế nào để thực thi pháp luật?).

Tiếp thị tổng hợp sử dụng các chiến lược và chiến dịch sáng tạo (chẳng hạn như quảng cáo có mục tiêu, quan hệ công chúng, quảng bá sản phẩm và phương tiện truyền thông mạng xã hội) được lựa chọn và thực hiện để đạt được mục tiêu của các nhãn hiệu cụ thể. Khi kết nối những yếu tố tiếp thị này sẽ mang lại tác động lớn hơn, và mang đến cho khách hàng sự hiện diện và thông điệp một cách nhất quán. Năm 2013, Camel tung ra một chiến dịch tổng hợp để quảng bá cho lễ kỷ niệm 100 năm nhãn hiệu của mình. Các hoạt động quảng bá kéo dài nhiều tháng, và bao gồm những chương trình như "Rút thăm trúng thưởng ngay", trưng bày kỹ lưỡng trong cửa hàng, bao gói đặc biệt, và các thông điệp quảng bá trên khắp tất cả các kênh sẵn có. Chiến dịch lên đến đỉnh điểm với một bữa tiệc do Camel tài trợ tại Hà Lan. 900 khách được mời đến để tận hưởng "Trải nghiệm Camel" trong một sự kiện được tài trợ, nổi bật với các loại thức ăn đặc sản, nhạc sống, các tác phẩm điêu khắc và nghệ thuật mang cảm hứng Camel, và trình diễn ánh sáng la-ze. Các cảnh trong sự kiện này được quảng bá trên các mạng truyền thông xã hội, như YouTube.

Tài liệu hướng dẫn này đưa ra một quy trình, có thể được mở rộng quy mô cho phương pháp đánh giá cơ bản, với tùy chọn để bao gồm các quan sát trực tiếp. Ngoài ra nó được thiết kế để có thể điều chỉnh cho phù hợp với khu vực địa lý, văn hóa, bối cảnh luật pháp thuộc quyền tài phán. Cũng có thể sử dụng các nghiên cứu đánh giá việc tuân thủ như những nghiên cứu được mô tả trong tài liệu hướng dẫn này để xác định kế hoạch của luật pháp hiện hành, từ đó, củng cố hơn nữa các quy định cấm đối với hoạt động TAPS.

# BƯỚC 1: : Xác định quyền tài phán và nhận biết nội dung, quy định cấm TAPS

Để đánh giá việc tuân thủ với các quy định cấm hiện hành về quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá, trước hết các bạn phải xác định quyền tài phán và những chế tài pháp luật hiện hành nhất

## Quyền tài phán

Quyền tài phán sẽ xác định phạm vi địa lý của đánh giá tuân thủ TAPS của các bạn. Cần nhắc mức độ chính sách (quyền tài phán mức quốc gia hoặc dưới mức quốc gia) mà các bạn đang tìm cách tạo ảnh hưởng, và các bên sẽ có khả năng hành động (cơ quan thực thi pháp luật, nhà hoạch định chính sách, các bên chịu trách nhiệm). Câu hỏi quan trọng cần trả lời là kết quả của đánh giá sự tuân thủ sẽ được sử dụng như thế nào (được đề cập trong BƯỚC 3). Xem Hình 1 để biết thêm thông tin về cách xác định các bên chịu trách nhiệm.

Các quốc gia khác nhau và các khu vực khác nhau trong quốc gia có luật pháp về kiểm soát thuốc lá rất khác nhau. Điều 13 của FCTC kêu gọi các quốc gia thành viên quy định cấm toàn diện đối với tất cả các hình thức quảng cáo thuốc lá trên tất cả phương tiện truyền thông, cũng như tất cả các hình thức quảng bá và tài trợ thuốc lá một cách trực tiếp và gián tiếp. Trong những khu vực nơi cơ quan quản lý của các bên không có quyền áp đặt lệnh cấm TAPS toàn diện, thì các bên được kỳ vọng sẽ thực thi chế tài nghiêm ngặt nhất có thể.

Quảng cáo và khuyến mại thuốc lá bao gồm mọi hình thức truyền đạt thương mại, giới thiệu hoặc hành động nhằm mục đích, tạo tác động hoặc có thể tạo tác động tới việc quảng bá sản phẩm thuốc lá hoặc việc sử dụng thuốc lá trực tiếp hoặc gián tiếp. Tài trợ được định nghĩa là bất kỳ hình thức đóng góp nào cho bất kỳ sự kiện, hoạt động hoặc cá nhân nào nhằm mục đích, ảnh hưởng hoặc ảnh hưởng có thể có để quảng bá thuốc lá trực tiếp hoặc gián tiếp.<sup>1</sup> Những khái niệm này bao gồm việc phát triển những công nghệ như internet và phương tiện truyền thông mạng xã hội, nơi mà người sử dụng thường là giới trẻ.

Khi đánh giá các hoạt động TAPS và việc tuân thủ quy định, các bạn cũng nên lưu ý tới những kẽ hở của pháp luật hiện hành. Yếu kém trong việc xác định và các quy định cấm không toàn diện có thể dẫn đến việc mở rộng các sản phẩm, các hình thức quảng cáo và khuyến mại không bị cấm. Quy định về TAPS có thể có những kẽ

hở bị ngành công nghiệp thuốc lá lợi dụng, và những khía cạnh này phải được đưa vào bảng kiểm quan sát.

Hiểu biết chi tiết về pháp luật sẽ giúp các bạn xác định và ghi chép lại những kẽ hở này trong đánh giá tuân thủ của mình. Các bạn cũng nên xem xét luật pháp ở những lĩnh vực ngoài kiểm soát thuốc lá (tài chính & thương mại, truyền thông & quảng cáo, quy định về nội dung trên internet). Cần xem xét đến các hạn chế cả ở cấp quốc gia và dưới quốc gia đối với các hoạt động TAPS khi lập kế hoạch đánh giá tuân thủ.

## Bán thuốc lá trên internet

Điều 13 của FCTC giải thích rằng việc bán thuốc lá trên internet tự thân nó đã chứa đựng yếu tố quảng cáo và khuyến mại, và phải bị cấm hoàn toàn. Quy định cấm này cần được áp dụng không chỉ đối với các công ty thuốc lá, mà còn với cả các bên chịu trách nhiệm khác, chẳng hạn như người bán lẻ, người phân phối và nhà nhập khẩu. Những đơn vị khác như công ty tín dụng và dịch vụ bưu chính hoặc chuyển phát cũng cần phải được nói đến trong quy định. Nếu quyền tài phán chưa cấm bán thuốc lá trên internet, Điều 13 quy định rằng pháp luật phải hạn chế việc tiếp cận với những dịch vụ đó theo độ tuổi và địa điểm, và yêu cầu người bán lẻ trưng bày sản phẩm dưới dạng bao trơn và không có thông tin về bao gói và hình thức khuyến mại về giá.

## Quảng cáo và khuyến mại thuốc lá trên internet

Luật pháp quy định về nội dung trên internet, bao gồm những chủ đề có liên quan đến kiểm soát thuốc lá, là một lĩnh vực tương đối mới và đang phát triển. Các vấn đề xoay quanh quyền tài phán và công nghệ tinh vi thường làm hạn chế khả năng của cơ quan thực thi pháp luật trong việc giám sát hoạt động trên internet, khiến cho nhiều quy định về internet không được thực thi và dễ dàng bị né tránh. Internet đóng vai trò là một phương tiện truyền thông mạnh mẽ, thông qua đó ngành công nghiệp thuốc lá có thể tương tác với một lượng lớn và đa dạng các khán giả mục tiêu, nhằm quảng bá sản phẩm của mình và thực hiện nghiên cứu thị trường. Điều này càng củng cố thêm lập luận về quy định cấm toàn diện thay vì cấm một phần.

Các hướng dẫn để thực thi điều 13 nêu chi tiết về các nghĩa vụ của tất cả "các bên chịu trách nhiệm" liên quan đến việc xây dựng, thực hiện và phổ biến các hoạt động TAPS. Hiểu rõ vai

trò và nghĩa vụ của những bên chịu trách nhiệm này và sự hiện diện của họ thuộc quyền tài phán của các bạn sẽ giúp xác định được mục đích và phạm vi đánh giá tuân thủ của mình, và lập kế hoạch một cách có chiến lược cho các nỗ lực vận động ủng hộ của các bạn.

Các hướng dẫn thực thi Điều 13 khuyến nghị rằng "các bên chịu trách nhiệm" phải có trách nhiệm giải trình dựa trên vai trò của họ trong việc

phổ biến và khả năng của họ trong việc kiểm soát sự hiện diện của nội dung TAPS. Hướng dẫn này đưa ra một khung giảm lược để xác định các bên chịu trách nhiệm về các hoạt động TAPS trên internet, dựa trên các thể nhân được xác định trong các hướng dẫn thực hiện điều 13.

**Hình 1. Các bên chịu trách nhiệm về TAPS trên Internet**

Vai trò trong Phổ biến TAPS	Bên chịu trách nhiệm	Khuyến cáo thực hiện Điều 13 của FCTC
Bên chịu trách nhiệm chính: Nhà sản xuất hoặc nhà xuất bản xây dựng hoặc lựa chọn nội dung trước khi nó được đăng tải trên internet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ngành công nghiệp thuốc lá (công ty và nhãn hiệu)</li> <li>Công ty quảng cáo*</li> <li>Nhà sản xuất phương tiện truyền thông hoặc trò chơi</li> <li>Trang internet của các tờ báo, hãng truyền thông</li> </ul>	Phải cấm sản xuất hoặc công bố nội dung TAPS.
Bên chịu trách nhiệm khác: Nhà xuất bản nội dung, nhà cung cấp dịch vụ máy chủ, dẫn hướng và truy cập, những người khởi xướng hoặc thực hiện việc xây dựng và phổ biến các nội dung TAPS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mạng truyền thông xã hội</li> <li>Công ty quảng cáo*</li> <li>Các nhà cung cấp dịch vụ internet khác (trình duyệt, công cụ tìm kiếm, cổng trang web)</li> </ul>	Phải có nghĩa vụ dỡ bỏ hoặc vô hiệu hóa khả năng tiếp cận TAPS một khi họ đã biết về nội dung.

\*Các hãng quảng cáo có thể đóng vai trò là bên chịu trách nhiệm chính, thông qua việc xây dựng và phát triển các hoạt động và phương tiện truyền thông TAPS; họ cũng có thể đóng vai trò là bên chịu trách nhiệm thay thế thông qua việc tổ chức, phát hành và định hướng việc phổ biến các hoạt động và phương tiện truyền thông TAPS; hoặc họ có thể thực hiện cả hai vai trò này.

### Cách dùng biểu đồ này

- Hãy xem xét kỹ biểu đồ này để hiểu rõ các bên liên quan trong việc xây dựng và phổ biến các tài liệu TAPS trên internet. (Nhiều trong số những tài liệu này là các sự kiện quảng bá được tài trợ và các chương trình CSR, cũng như các nhãn hiệu và sản phẩm).
- Hãy cân nhắc những bên chịu trách nhiệm tích cực nhất thuộc quyền tài phán của các bạn Sau khi lập kế hoạch, hãy tham chiếu tới những bên này khi chọn mẫu (nhãn hiệu & công ty thuốc lá các kênh con trên internet, thuật ngữ tìm kiếm) và các mục quan sát để đưa vào quy trình thu thập dữ liệu.
- Nếu cơ quan hành pháp thuộc quyền tài phán của các bạn thiếu năng lực hoặc công nghệ để thực thi pháp luật và giám sát việc tuân thủ, thì khi lập kế hoạch cho chiến lược vận động ủng hộ của mình, hãy tham chiếu tới những bên chịu trách nhiệm có những hoạt động nổi bật hoặc tích cực nhất trên internet thuộc quyền tài phán bằng cách xác định những bên có vẻ tích cực hoặc có năng lực nhất để phản ứng với kết quả đánh giá.
- Trong một số trường hợp, các bạn có thể chỉ xác định được các bên chịu trách nhiệm khác nhau sau khi đã hoàn thành việc thu thập dữ liệu. Bên chịu trách nhiệm đó có thể xuất hiện rõ ràng từ các mẫu TAPS được quan sát, hoặc có thể cần phải nghiên cứu thêm để xác định những bên này (ví dụ như nghiên cứu tài liệu sẵn có của ngành công nghiệp thuốc lá).

Theo các hướng dẫn của điều 13, trách nhiệm đầu tiên sẽ thuộc về người khởi xướng các hoạt động TAPS (và những bên này thường nằm dưới quyền tài phán của cơ quan thực thi pháp luật về kiểm soát thuốc lá, tài chính & thương mại, truyền thông & quảng cáo, hoặc quy định về nội dung internet). Trách nhiệm liên quan sẽ thuộc về các nhà xuất bản nội dung, nhà cung cấp dịch vụ máy chủ, dẫn hướng và truy cập, những người tạo điều kiện thuận lợi hoặc hiện thực hóa việc phổ biến các hoạt động và truyền thông về TAPS. Điều 13 cho rằng các bên chịu trách nhiệm liên quan sẽ phải có nghĩa vụ dỡ bỏ hoặc vô hiệu hóa khả năng tiếp cận vào các hoạt động hoặc truyền thông về TAPS một khi họ đã biết về nội dung đó.

Các bên chịu trách nhiệm liên quan chủ yếu là các đơn vị công ty, những đơn vị này có khả năng sẵn sàng hơn và có năng lực kỹ thuật tốt hơn các cơ quan thực thi pháp luật hiện tại trong việc dỡ bỏ hoặc vô hiệu hóa nội dung bị cấm. Họ có khuynh hướng tuân thủ pháp luật địa phương, họ không có lợi ích bất di bất dịch trong việc quảng cáo thuốc lá, và có khả năng giám sát và kiểm soát các kênh của riêng mình. Trong một số trường hợp, những bên này có thể áp dụng các quy định cấm TAPS nghiêm ngặt hoặc toàn diện hơn so với pháp luật hiện hành thuộc quyền tài phán của các bạn. Tùy thuộc vào vai trò của bên có trách nhiệm liên quan và danh tiếng của họ trong khu vực tài phán liên quan, mà cần phải cân nhắc đến những thể nhân này khi lựa chọn các kênh internet phụ để đưa vào quy trình thu thập dữ liệu, khi phổ biến kết quả, và khi định hướng các nỗ lực vận động ủng hộ. Hướng dẫn này khuyến nghị nên chú trọng vào những bên liên quan có năng lực nhất hoặc có khả năng sẽ phản ứng trước kết quả đánh giá của các bạn, chẳng hạn như các tờ báo, hãng truyền thông, phương tiện truyền thông mạng xã hội và các kênh chính (như Google), những thể nhân đề cao danh tiếng của họ trước công chúng và thường tuân thủ pháp luật. Điều này có thể là một chiến lược vận động ủng hộ hữu ích thuộc quyền tài phán có quy định yếu kém hoặc cơ quan thực thi pháp luật kém hiệu quả.

### Các sự kiện được tài trợ

Điều 13 của FCTC yêu cầu rõ ràng phải cấm hoặc hạn chế tài trợ của ngành thuốc lá cho các hoạt động và sự kiện, cho dù việc tài trợ đó có được công khai hay không. Điều này bao gồm việc tài trợ với vai trò nhằm quảng bá cho các công ty thuốc lá, nhãn hiệu và sản phẩm thuốc lá. Tương tự như các bên chịu trách nhiệm trên internet, các hướng dẫn cho Điều 13 khuyến nghị rằng tất cả các thể nhân có liên quan đều phải chịu trách nhiệm (cũng dựa vào vai trò của họ trong việc xây dựng, xúc

tiến hoặc hiện thực hóa sự kiện đó). Đó có thể bao gồm các công ty tổ chức sự kiện, chủ sở hữu địa điểm, vận động viên điền kinh và những người nổi tiếng khác (chưa kể đến ngành công nghiệp thuốc lá).

### Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR)

CSR là một hình thức tài trợ riêng biệt, được sử dụng để quảng bá hình ảnh của các nhãn hiệu và các công ty thuốc lá trong cộng đồng, thông qua các chương trình phúc lợi cộng đồng. Điều 13 giải thích rằng "đóng góp của các công ty thuốc lá cho bất kỳ tổ chức nào khác vì 'lý do trách nhiệm xã hội' hoặc được thực hành theo thông lệ kinh doanh 'có trách nhiệm với xã hội' đều phải bị cấm, vì những hoạt động này thực chất là quảng cáo và quảng bá và đóng vai trò để quảng bá cho một sản phẩm thuốc lá hoặc cho việc sử dụng thuốc lá, trực tiếp hoặc gián tiếp, dưới chiêu bài phúc lợi cộng đồng."<sup>1</sup> Luật pháp ở khu vực tài phán liên quan của các bạn có thể cấm hoặc không cấm các hoạt động CSR hoặc việc quảng bá các hoạt động CSR.

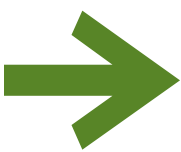
Có các nguồn thông tin để giúp các bạn xác định được pháp luật hiện hành nhất thuộc quyền tài phán liên quan của các bạn. Hầu hết các cơ quan chính phủ đều công khai các quy định pháp luật của mình với công chúng, và có thể truy cập trực tuyến vào đó. Cũng có các nguồn thông tin khác thông qua các tổ chức phi chính phủ chẳng hạn như cơ sở dữ liệu Pháp luật về kiểm soát thuốc lá được phát triển bởi Chiến dịch trẻ em Không khói thuốc ([www.tobaccocontrolaws.org](http://www.tobaccocontrolaws.org)).

### Hiểu biết về việc quy định cấm TAPS

- Hãy tham khảo nhiều nguồn về các quy định cấm TAPS và các quy định khác thuộc quyền tài phán liên quan của các bạn, bao gồm các quy định về kiểm soát thuốc lá, tài chính & thương mại, truyền thông & quảng cáo, và/hoặc nội dung internet).
- Hãy xem xét các chính sách sử dụng riêng rẽ trong số các kênh internet con (chẳng hạn như Google, Twitter), nơi có thể có các quy định cấm TAPS nghiêm ngặt hơn so với luật pháp địa phương.
- Hãy bao gồm các thủ đoạn quảng bá thuốc lá có thể diễn ra trên internet hoặc các sự kiện được tài trợ, như việc tặng phiếu mua hàng, tổ chức cuộc thi, quà tặng, mẫu dùng thử miễn phí, đánh dấu nhãn hiệu, và quảng cáo trực tiếp.

**NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Hiệu quả của thỏa thuận giữa Chính quyền liên bang và tiểu bang với các công ty thẻ tín dụng và công ty vận chuyển lớn nhằm ngăn chặn bán thuốc lá trái phép trên internet<sup>2</sup>**

Nghiên cứu này đã truy cập các website của các đơn vị bán thuốc lá từ năm 2003 – 2007, để đánh giá tình trạng công việc của họ và giám sát các thông lệ bán hàng của họ. Những đơn vị bán thuốc lá này được đánh giá về việc tuân thủ với thỏa thuận tự nguyện giữa các công ty thẻ tín dụng lớn và các công ty vận chuyển tư nhân, được đưa ra vào năm 2005, theo đó cấm thanh toán và vận chuyển cho tất cả các hoạt động bán thuốc lá trên internet. Nghiên cứu thấy rằng tỷ lệ người bán chấp nhận các tùy chọn thanh toán bị cấm đã giảm từ 99,2% xuống 37,4% sau khi có quy định cấm. Tỷ lệ người bán chấp nhận các tùy chọn vận chuyển bị cấm đã giảm từ 32,2% xuống 5,6%. Cũng có sự gia tăng số người bán cung cấp các tùy chọn thanh toán và vận chuyển không bị cấm (chẳng hạn như séc cá nhân hoặc vụ Bưu chính Hoa Kỳ - USPS). Các tác giả kết luận rằng những quy định cấm này đưa ra cách tiếp cận đầy hứa hẹn để quản lý hoạt động bán thuốc lá. Sự gia tăng việc chấp nhận các hình thức thanh toán hoặc vận chuyển không bị cấm được quan sát thấy trong nghiên cứu này cũng chứng tỏ tầm quan trọng của việc thực thi pháp luật toàn diện, giúp ngăn ngừa việc lợi dụng các kẽ hở pháp luật.



## ***Mục hành động***

Hãy tìm hiểu về luật pháp thuộc quyền tài phán của các bạn và so sánh với các quy định trong Điều 13 và bất kỳ quy định cấm có liên quan nào đối với các hoạt động TAPS. Hãy lưu ý tới các bên chịu trách nhiệm và các kẽ hở có thể có trong luật pháp.



## BƯỚC 2: Nhận biết về quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá

Để biết cách đánh giá việc tuân thủ các quy định cấm quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá, các bạn cần phải hiểu rõ và nhận biết được nhiều loại kênh và hoạt động TAPS sẵn có thuộc quyền tài phán của các bạn. Hướng dẫn này chú trọng vào việc quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá qua internet, các sự kiện được tài trợ và các chương trình CSR. Như đã nêu trong phần giới thiệu của tài liệu hướng dẫn này, các chiến dịch đổi mới sử dụng nhiều kênh và nhiều hoạt động TAPS để thực hiện một chiến lược tiếp thị tổng hợp. Người thu thập dữ liệu có thể quan sát nội dung trên một mạng truyền thông xã hội, cho một sự kiện có liên quan đến CSR do một công ty/nhãn hiệu thuốc lá tài trợ, mà đó có thể là một ví dụ về cả ba lĩnh vực được đề cập trong hướng dẫn này. Người thu thập dữ liệu phải được đào tạo để nhận biết được những hoạt động TAPS này, và phải thông thuộc đến một mức nào đó với các quy định và xu hướng TAPS thuộc quyền tài phán của các bạn. Cũng cần cân nhắc đến các xu hướng trong hoạt động TAPS khi xác định mục đích đánh giá, khi chọn mẫu và áp dụng các quy trình và bảng kiểm quan sát. Các quy định cấm và quy định thực tế đối với các hoạt động TAPS khác nhau rất nhiều ở mỗi khu vực vì vậy việc đánh giá sự tuân thủ của các bạn phải được điều chỉnh cụ thể cho phù hợp với các quy định hoặc luật pháp cấp quốc gia hoặc dưới cấp quốc gia.

### TAPS trên Internet

Ngoài việc bán các sản phẩm thuốc lá hoặc có liên quan đến thuốc lá trên các website bán lẻ, các hoạt động TAPS trên internet còn vận dụng các thủ đoạn của ngành công nghiệp thuốc lá (chẳng hạn như quảng cáo cho thanh thiếu niên), mà những thủ đoạn này được tăng cường hơn nhờ vào công nghệ tiên tiến, có khả năng đến được với nhiều người và quảng cáo có định hướng với chi phí thấp. Các website của ngành công nghiệp thuốc lá (quảng bá các công ty, nhãn hiệu hoặc sản phẩm) thường được lập ra

một cách tinh vi và hoạt động mạnh mẽ. Các hoạt động TAPS cũng được phổ biến thông qua các mạng truyền thông xã hội, bản tin, các website giải trí & bán lẻ và các kết quả tìm kiếm trên internet. Công chúng có thể tiếp cận được các ví dụ này, hoặc nội dung có thể bị giới hạn và cần phải có thuê bao và xác thực tuổi, tình trạng cư trú hoặc tình trạng hút thuốc.

Một số hoạt động TAPS có thể khó khăn hơn để tìm kiếm và đánh giá trên internet, chẳng hạn như các thông tin liên lạc trên blog, bảng tin, diễn đàn hoặc phòng chat. Những kênh này (thường có thông qua các cổng web) thường cho phép đăng tải nội dung ẩn danh, và có thể được khai thác bởi những nhóm phía trước của ngành nên khó có thể xác định.

### Các thủ đoạn khuyến mại thuốc lá

- Cho thuốc lá miễn phí và các sản phẩm có liên quan (nhận được thông qua thư đăng ký hoặc tại các sự kiện được tài trợ hoặc sự kiện CSR).
- Việc đưa ra nội dung và chiết khấu khuyến mại hoặc phiếu mua hàng (qua đường điện tử hoặc gửi thư tín trực tiếp)
- Mở rộng nhãn hiệu, cho quà tặng miễn phí (nhận qua thư hoặc tại các sự kiện được tài trợ và sự kiện CSR)
- Xuất hiện trong các sản phẩm giải trí nghe nhìn (Truyền hình hoặc phim ảnh) có trên internet

### Các sự kiện được tài trợ

Các sự kiện được tài trợ là một phương tiện để ngành công nghiệp thuốc lá quảng bá cho công ty hoặc nhãn hiệu của mình, và để bình thường hóa việc sử dụng thuốc lá trong cộng đồng nói chung. Các sự kiện được tài trợ bao gồm (nhưng không chỉ giới hạn đối với) các sự kiện thể thao, sự kiện văn hóa, chương trình hòa nhạc, các lễ hội và sự kiện giải trí/đặc biệt khác, kỳ nghỉ và nơi nghỉ dưỡng. Việc tài trợ sự kiện cũng có thể diễn ra ở quy mô nhỏ hơn và theo định kỳ thường xuyên, chẳng hạn như những đại sứ thuốc lá quảng bá cho các công ty hoặc nhãn hiệu tại các quán bar, câu lạc bộ đêm, địa điểm vui chơi, cửa hàng bán lẻ và các địa điểm công cộng khác. Những sự kiện này là cơ hội để giới thiệu về công ty hoặc nhãn hiệu, để giao lưu trực tiếp với khách hàng, thu thập thông tin về khách hàng, và liên kết với những xu hướng phổ biến hoặc những người nổi tiếng. Những sự kiện đòi hỏi phải tiếp thị và quảng bá thường được phổ biến trên internet, đặc biệt là trên các website của nhãn hiệu thuốc lá và phương tiện truyền thông mạng xã hội.

### Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR)

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) cung cấp sự hỗ trợ cho các quỹ từ thiện/nhân đạo, các dự án cộng đồng, các phúc lợi y tế, chương trình ngăn chặn thanh thiếu niên hút thuốc lá, các nỗ lực quản lý và phòng chống thảm họa, và các chương trình môi trường/nông nghiệp. Ngành công nghiệp thuốc lá sử dụng CSR để khuếch trương một hình ảnh tích cực trong công chúng, thực hiện nghiên cứu thị trường về những người hút thuốc hiện tại và tiềm năng, và thuyết phục những người được hưởng lợi từ sự hỗ trợ của họ ủng hộ cho nhãn hiệu hoặc công ty của họ. CSR cũng được sử dụng để có được sự ưu ái của các chính trị gia và các nhà hoạch định chính sách, trong vai trò là "công dân doanh nghiệp có trách nhiệm". Mục tiêu của CSR là nhằm nâng cao nhận thức của người dân về công ty hoặc nhãn hiệu của mình.

#### **NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG: Bán hàng và khuyến mại thuốc lá tại quán bar, quán cà-phê, câu lạc bộ đêm từ các thành phố lớn trên khắp thế giới<sup>3</sup>**

Nghiên cứu này phân phát các bản khảo sát cho chủ nhân của 231 địa điểm ở 20 quốc gia tại châu Phi, châu Mỹ, châu Á và Đông Âu để đánh giá sự hiện diện của các hoạt động TAPS tại các quán bar, quán cà-phê và câu lạc bộ đêm. Dữ liệu được thu thập cho một phạm vi rộng các hoạt động TAPS, bao gồm các loại hình quảng bá mà các công ty thuốc lá cung cấp tại những địa điểm này. Tại Max-cơ-va (Nga), 20% số chủ nhân (hoặc giám đốc) của các địa điểm báo cáo về việc tài trợ sự kiện và cung cấp thuốc lá miễn phí cho khách hàng của họ. Tại Jakarta (Indonesia), việc tài trợ sự kiện và tài trợ bằng tiền được 20% số chủ nhân hoặc giám đốc của địa điểm báo cáo. Tại Ukraine, các nhà nghiên cứu thấy rằng các công ty thuốc lá tổ chức các sự kiện được tài trợ, phát thuốc lá miễn phí và tài trợ bằng tiền cho 67% số chủ sở hữu/giám đốc địa điểm được khảo sát. Đây là ví dụ về quyền tài phán có chế tài pháp luật yếu kém hoặc không được thiết lập đầy đủ để quản lý hoạt động tài trợ (và hoạt động TAPS nói chung) của ngành công nghiệp thuốc lá. Những kết quả này cho thấy tính cần thiết phải có quy định cấm TAPS toàn diện, trong đó phải áp dụng quy định đối với các địa điểm giải trí và tiếp tân.



### **Mục hành động**

**Tìm hiểu các xu hướng và hoạt động TAPS thuộc quyền tài phán, bằng cách tham vấn của các chuyên gia ở địa phương và với cộng đồng cư dân mà các bạn liên quan, và thực hiện nghiên cứu không chính thức trên internet để xem xét các ví dụ. Hãy lưu ý tới mọi thủ đoạn mới hoặc cải tiến của ngành công nghiệp thuốc lá**

## BUỚC 3: Xác định mục đích đánh giá sự tuân thủ

Chỉ nên thực hiện đánh giá tuân thủ nếu những đánh giá đó phục vụ cho một mục tiêu chiến lược. Mục đích của đánh giá phải phản ánh luật pháp địa phương, các bên chịu trách nhiệm (cả hai đã được xác định trong BUỚC 1), các xu hướng hiện tại của hoạt động TAPS (được xác định trong BUỚC 2). Hãy nghĩ lý do tại sao các bạn muốn thực hiện đánh giá tuân thủ và dự định sử dụng kết quả đánh giá như thế nào. Làm rõ mục đích dự định sử dụng kết quả sẽ giúp các bạn chú trọng trong thiết kế đánh giá, xác định những dữ liệu nào cần thu thập và phân tích, định hướng cách thức báo cáo và phổ biến kết quả.

Mục đích thông thường nhất của đánh giá tuân thủ TAPS trên internet, tại các sự kiện được tài trợ, và thông qua các chương trình CSR là **nhằm đưa ra bằng chứng về những kẻ hở hoặc thiếu sót trong luật pháp cần phải được giải quyết** (tức là tăng cường luật pháp). Như được thảo luận trong BUỚC 1, quy định về TAPS trên Internet có thể chỉ đưa đến những quy định cấm một phần, hoặc thậm chí luật pháp này còn chưa hiện diện. Mục tiêu của loại hình đánh giá này là nhằm đưa ra các ví dụ về cách thức internet đang được dùng làm công cụ cho các hoạt động TAPS (bao gồm các sự kiện được tài trợ và các chương trình CSR), điều này sẽ hữu ích cho các nhà vận động ủng hộ và nhà hoạch định chính sách. Một mục đích thường thấy khác của đánh giá tuân thủ là nhằm:

**Chứng minh các vi phạm pháp luật:** Các bản đánh giá có thể được dùng để thông báo cho chính phủ về sự cần thiết phải củng cố việc thực thi pháp luật và cần phải định hướng các nguồn lực tới đâu. Tỷ lệ tuân thủ thấp có thể dùng làm cơ sở để thúc đẩy việc thực thi tích cực bởi các bên có trách nhiệm có liên quan đến việc xây dựng sắp đặt hoặc phổ biến các hoạt động TAPS (Xem Bước 1, Hình 1). Kết quả cũng có thể giúp xác định các thiếu sót trong kế hoạch thực thi và chỉ

ra các loại hình hoạt động TAPS nào cần nhiều can thiệp có mục tiêu hơn.

**Minh chứng cho thấy pháp luật đã được tuân thủ:** Một lý lẽ thường được ngành công nghiệp thuốc lá đưa ra sau khi một đạo luật nghiêm ngặt về TAPS có hiệu lực là luật này không hề được thực hiện. Những tuyên bố này thường là sai trái hoặc bị thổi phồng, và đánh giá tuân thủ có thể cho thấy việc tuân thủ luật ở mức cao, bác lại tuyên bố của ngành công nghiệp thuốc lá rằng luật không có hiệu quả.

**Theo dõi tiến độ:** Có thể sử dụng các đánh giá tuân thủ định kỳ để theo dõi tiến độ bằng cách ghi chép lại những thay đổi của việc tuân thủ theo thời gian. Những thay đổi này có thể là do các chiến lược tiếp thị và xu hướng mới trong ngành công nghiệp thuốc lá, việc ban hành luật pháp mới, hoặc gia tăng nỗ lực thực thi.

**Giáo dục cho người dân và xã hội dân sự:** Có thể sử dụng các bản đánh giá để giáo dục cho người dân và xã hội dân sự về sự hiện diện của các lệnh cấm TAPS cũng như tình trạng tuân thủ.



### Mục hành động

Xác định các mục tiêu và ưu tiên của đánh giá tuân thủ, và xác định đối tượng dự kiến để phổ biến kết quả và định hướng các nỗ lực vận động ủng hộ.

## BUỚC 4: Bảo đảm các nguồn lực cần thiết

Là một phần không tách rời trong việc lập kế hoạch đánh giá tuân thủ, các bạn sẽ cần biết mình có những nguồn lực gì và cần tìm kiếm thêm những nguồn lực gì. Xây dựng kế hoạch thực tiễn và khả thi. Các nguồn lực chính cho việc đánh giá bao gồm nhân lực, vốn (bao gồm mọi chi phí có liên quan đến việc tham dự các sự kiện được tài trợ hoặc sự kiện có liên quan đến CSR), và năng lực công nghệ.

### Nhân lực

Có một số công việc có liên quan đến việc thực hiện đánh giá tuân thủ, và một số công việc đó đòi hỏi phải có chuyên môn kỹ thuật. Mối quan hệ đối tác với các nhóm kỹ thuật, chẳng hạn như trường đại học ở địa phương hoặc nhóm nghiên cứu, các nhóm chính sách hoặc nhóm vận động ủng hộ, có thể giúp mang lại nhiều chuyên môn cần thiết một cách hiệu quả. Khi sử dụng các cá nhân để thực hiện nhiều công việc khác nhau, hãy bảo đảm xác định rõ như sau:

**Một Điều phối viên Dự án** sẽ có trách nhiệm bảo đảm rằng tất cả các công việc diễn ra theo đúng lịch trình và theo đúng quy trình đã được lập ra cho dự án đánh giá đó (bao gồm việc thiết lập các quan hệ đối tác chiến lược và điều phối việc phổ biến kết quả). Điều phối viên sẽ bảo đảm rằng những người thu thập dữ liệu có tất cả các tài liệu, công nghệ cần thiết và được đào tạo trước khi thu thập dữ liệu, và họ hành động với vai trò là một người sẵn sàng đối mặt với bất kỳ khó khăn nào trong quá trình đánh giá. Điều phối viên cũng có thể chịu trách nhiệm nhận, lưu giữ, tổ chức và quản lý dữ liệu do người thu thập dữ liệu nộp về để phân tích. Đánh giá tuân thủ với trên một phạm vi rộng có thể đòi hỏi lưu giữ một lượng lớn dữ liệu, và việc quản lý hình ảnh và/hoặc kết quả quan sát đúng như tình trạng nhận được sẽ giúp thúc đẩy quá trình phân tích dữ liệu.

**Người thu thập dữ liệu** có thể là những nhân viên được trả thù lao, nhưng cũng có thể tuyển các tình nguyện viên để thực hiện việc quan sát. Trong cả hai trường hợp, họ cần phải được đào tạo kỹ lưỡng để nhận biết được các hoạt động TAPS thích hợp, được đào tạo cách thực hiện quy trình thu thập dữ liệu, và biết cách nộp mẫu

và kết quả quan sát mà họ đã thu thập được cho nhân viên nghiên cứu. Cũng sẽ hữu ích nếu người thu thập dữ liệu hiểu biết đôi chút về luật pháp địa phương và mục đích chung của việc đánh giá. Tuyển dụng tình nguyện viên để thực hiện quy trình thu thập dữ liệu có thể giúp có được sự tự do hơn khi thu thập những dữ liệu bị hạn chế (yêu cầu phải thuê bao hoặc xác định danh tính để truy cập vào nội dung hạn chế) hoặc thực hiện đánh giá chuyên sâu (ví dụ như bằng cách tham dự các sự kiện hoặc đăng ký nhận khuyến mãi và cập nhật v.v.). Nếu một số người thu thập dữ liệu là người hiện đang hút thuốc, thì họ có thể truy cập vào những nội dung đòi hỏi người dùng phải báo cáo sở thích hút thuốc của mình, và họ có nhiều khả năng hơn để quan sát các hoạt động TAPS được định hướng trực tiếp tới những người hút thuốc đã được biết đến. Việc yêu cầu cán bộ dự án thực hiện quy trình thu thập dữ liệu sẽ tận dụng được lợi thế của các chuyên gia kiểm soát thuốc lá giàu kinh nghiệm, để xác định và đánh giá các mẫu TAPS (mà các mẫu đó có thể phức tạp hoặc là một phần của một chiến dịch tổng hợp). Tuy nhiên việc này đòi hỏi một số lượng nhân công lớn, phụ thuộc vào quy mô của dự án đánh giá và các nguồn lực sẵn có của các bạn.

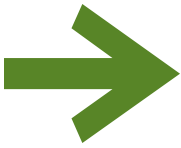
Có thể tham vấn các **chuyên gia kỹ thuật** để giúp xác định các công ty thuốc lá và nhãn hiệu được ưu tiên, chọn mẫu (kênh con trên internet, thuật ngữ tìm kiếm), áp dụng quy trình thu thập dữ liệu và bảng kiểm quan sát, và/hoặc hỗ trợ việc phân tích và báo cáo dữ liệu (nếu cần).

### **Kinh phí**

Việc đánh giá tuân thủ không nhất thiết phải tốn kém nhiều tiền, chi phí nhìn chung sẽ tùy theo quy mô đánh giá, thời gian cần thiết để thu thập tất cả dữ liệu cần có, và việc có phải trả lương hoặc trả thù lao cho người thu thập dữ liệu không. Một trường đại học ở địa phương sẽ là một nguồn tình nguyện viên tuyệt vời và có chuyên môn kỹ thuật, vì sinh viên có thể được yêu cầu phải làm công việc tình nguyện để hoàn thành các yêu cầu tốt nghiệp, và họ cũng có chuyên môn và quen thuộc với các công nghệ hiện hành. Đánh giá tuân thủ bao gồm việc quan sát các sự kiện được tài trợ hoặc sự kiện có liên quan đến CSR có thể cần thêm các khoản tiền trang trải các chi phí có liên quan đến việc tham dự (ví dụ như vé hoặc chi phí vào cửa). Các bạn cũng nên đưa vào dự toán mọi chi phí có liên quan đến việc quảng bá và phổ biến kết quả đánh giá.

### **Năng lực công nghệ**

Quy trình lướt web mô tả trong hướng dẫn này đòi hỏi phải truy cập vào internet và có máy vi tính để thu thập, lưu giữ và phân tích dữ liệu. Nếu cán bộ dự án chưa có những thiết bị này, đừng truy cập internet và phần mềm, thì điều phối viên dự án phải thu xếp cung cấp những thiết bị này trước khi thu thập dữ liệu.



## ***Mục hành động***

**Lập dự toán và phân bổ các nguồn lực cho các yêu cầu của việc đánh giá tuân thủ**

## BƯỚC 5: Chọn mẫu và làm rõ phạm vi đánh giá sự tuân thủ

Các khu vực và các quốc gia khác nhau có các hoạt động và luật pháp TAPS rất khác nhau. Phạm vi đánh giá tuân thủ của các bạn sẽ quyết định lịch trình, phương pháp lấy mẫu và các quy trình cần thiết để thu thập và phân tích dữ liệu. Ngoài việc phụ thuộc vào mục đích và các nguồn lực sẵn có, thì phạm vi đánh giá cũng sẽ được xác định theo quyền tài phán liên quan và các thông tin bổ sung mà các bạn muốn thu thập. Hãy tham khảo kết quả trong BƯỚC 1, BƯỚC 2 và BƯỚC 3 của đánh giá tuân thủ khi chọn mẫu và làm rõ phạm vi của dự án.

### Chọn mẫu

Các nhãn hiệu và công ty thuốc lá: các bạn sẽ phải chọn một tập hợp con, hoặc mẫu, các nhãn hiệu và công ty thuốc lá để đưa vào đánh giá tuân thủ của mình. Thu thập dữ liệu từ mẫu có chủ định (các nhãn hiệu phổ biến hoặc nặng nề nhất) hoặc từ mẫu tiện lợi (dựa trên sự sẵn có hoặc sự dễ dàng tiếp cận dữ liệu) trong quyền tài phán của các bạn là một cách thực tiễn để đánh giá tuân

thủ và cung cấp các ví dụ minh họa về vi phạm pháp luật hoặc lợi dụng các kẽ hở trong quy định. Một dự án đánh giá bao gồm một mẫu đa dạng các nhãn hiệu hoặc sản phẩm thuốc lá sẽ tạo ra dữ liệu hữu ích nhất để đánh giá tuân thủ và để xác định các kẽ hở trong luật pháp. Hướng dẫn này khuyến nghị nên sử dụng tối thiểu 9-10 nhãn hiệu thuốc lá trong đánh giá của các bạn. Những nhãn hiệu này phải bao gồm thuốc lá điếu và các sản phẩm thuốc lá khác (tùy thuộc vào bối cảnh địa phương. Trước hết, các bạn phải xác định được 3-5 công ty thuốc lá hàng đầu, bán chạy thuộc quyền tài phán, từ đó, chọn ra 2-3 nhãn hiệu từ mỗi công ty đó để đưa vào mẫu. Hãy nhớ xem xét cả công ty và/hoặc nhãn hiệu trong nước và xuyên quốc gia khi chọn mẫu. Một dự án đánh giá chứng minh về hoạt động TAPS hoặc các vi phạm của một vài công ty cũng có thể đủ để thúc đẩy các nhà hoạch định chính sách hoặc các bên chịu trách nhiệm phải hành động.

### Đánh giá Internet, Indonesia 2011<sup>4</sup>

- Buổi hòa nhạc do Djarum tài trợ
- Mạng truyền thông xã hội (Đăng nhập bằng Facebook hoặc Twitter để mua vé, sử dụng hashtag #FESTIVESOUND cho mục đích tiếp thị)
- Phương tiện truyền thông tương tác (“Trở lại với Cuộc thi”)

The image is a promotional banner for the 'Festive Sound' event. It features a vibrant yellow and red color scheme. At the top left is the 'LA LIGHTS INDIEFEST' logo. The main title 'Festive Sound' is prominently displayed in a stylized font. Below the title is the tagline 'DARE TO ENJOY GREAT MUSIC?'. A 'LIVE TWEET' section shows a tweet: 'Diantara 3000 ikutan ada pengembar sepatu doc. martenibocmar? Pembuatannya adalah dokter u? tentara, jerman dera'. The banner also includes a 'Creative Music' badge and a 'See Details!!' button. A central image shows three people, with the text 'SPIN DOCTORS' overlaid. Below this, it says 'IT'S ABOUT CROWD' and 'MUSIK ASIK PERLU SUASANA ASIK BANYAK BANGET KEGIATAN SERU & SHOWCASE KREATIF DI EVENT #FESTIVESOUND'. A large banner states '#FESTIVESOUND NOW ONLY 150.000 IDR'. At the bottom, it says 'HARI INI TERAKHIR S/D JAM 2 PM BELI 4 TIKET GRATIS 1 TIKET (BERLAKU KELIPATAN)'. The event is scheduled for Saturday, 8 July 2011, at 7:30 PM, at Lapangan 3 Senayan, Jakarta.

**Kênh con Internet:** Khi các bạn đã chọn một mẫu gồm các công ty và nhãn hiệu thuốc lá, các bạn sẽ cần chọn mẫu gồm các kênh con internet (chẳng hạn như trang web và mạng truyền thông xã hội) sẽ được đưa vào dự án đánh giá. Điều này cũng cần được xác định nhờ vào mức độ phổ biến và khả năng dễ tiếp cận của những kênh con đó trong khu vực tài phán liên quan của các bạn, cũng như những hướng dẫn sử dụng cụ thể cho mỗi kênh con liên quan (như được thảo luận trong BƯỚC 1). Một số bên tự nguyện cấm tiếp thị thuốc lá trên các kênh của họ, và điều này cần được xem xét khi chọn các kênh con để đưa vào mẫu đánh giá. Hướng dẫn này khuyến nghị nên bao gồm tối thiểu 1 trong mỗi kênh internet sẵn có để quan sát (xem Hình 2 để biết ví dụ mô tả về kênh và kênh con). Có thể tìm thấy thông tin

có thể sắp xếp trên giao thông mạng và thứ hạng toàn cầu theo quốc gia và chủ đề thông qua Alexa Internet, Inc. tại địa chỉ <http://www.alexa.com/>

**Thuật ngữ tìm kiếm:** các bạn nên chọn tối thiểu 10 thuật ngữ tìm kiếm (ngoài các nhãn hiệu và công ty thuốc lá các bạn đã chọn) có liên quan đến luật pháp hiện hành hoặc xu hướng TAPS hiện hành thuộc quyền tài phán (bao gồm các sự kiện được tài trợ và các chương trình CSR), để đưa vào quy trình thu thập dữ liệu. Hãy xem Bước 7 và Phụ lục E để biết danh sách các thuật ngữ tìm kiếm mẫu.

**Hình 2. Ví dụ về kênh và kênh con Internet**

Dạng kênh Internet	Ví dụ về kênh con Internet	Kích thước mẫu tối thiểu đề xuất
Website của công ty thuốc lá	China National Tobacco Co., Philip Morris International Inc (Altria Group Inc), British American Tobacco	3-5 công ty hàng đầu
Website của các nhãn hiệu thuốc lá	Hongtashan, Dunhill, Marlboro	9-10 nhãn hiệu hàng đầu (của các công ty hàng đầu)
Nhà bán lẻ thuốc lá (hoặc sản phẩm thuốc lá) trực tuyến	Kho hàng miễn thuế	1
Mạng truyền thông xã hội	Twitter, Orkut, YouTube, Weibo	1
Website của các hãng tin và hãng truyền thông	BBC, CNN, reddit	1
Trang web bán lẻ, giải trí và cổng trang web	Amazon, qq.com, taobao.com	1
Kết quả tìm kiếm internet (các công cụ tìm kiếm và trình duyệt)	Google, Safari, Bing	1

## Phạm vi thông tin

Một quyết định quan trọng khác cần đưa ra khi bắt đầu đánh giá là loại hình và độ bao phủ của thông tin mà những người thu thập dữ liệu sẽ thu về. Hướng dẫn này đưa ra các quy trình có thể điều chỉnh dành cho đánh giá cơ bản, với tùy chọn để thêm các yếu tố đánh giá chuyên sâu (khi thích hợp với quyền tài phán và năng lực tổ chức của các bạn). Một đánh giá cơ bản sẽ bao gồm việc tìm kiếm và dẫn hướng trên internet, trong khi đánh giá chuyên sâu trực tiếp đòi hỏi thêm sự tương tác giữa người thu thập dữ liệu và hoạt động TAPS (chẳng hạn như đăng ký nhận khuyến mãi hoặc tham dự một số sự kiện được lựa chọn). Hãy xem Bước 7 để biết thông tin về quy trình cơ bản và chuyên sâu trực tiếp.

Các bạn sẽ cần phải quyết định những mục nào cần đưa vào bảng kiểm quan sát để đánh giá mức độ tuân thủ các lệnh cấm TAPS hiện hành, và xác định các ví dụ về kẻ hở để khuyến khích việc củng cố pháp luật. Các mục trong bảng kiểm phải dựa trên luật pháp hiện hành, các ưu tiên đánh giá và xu hướng TAPS thuộc quyền tài phán (tức là kết quả từ BƯỚC 1, BƯỚC 2 và BƯỚC 3). Những

mục này phải thể hiện việc tuân thủ hoặc vi phạm pháp luật, hoặc minh chứng cho những thiếu sót trong kế hoạch mà ngành công nghiệp thuốc lá đang lợi dụng. Các bạn cũng có thể quyết định đưa vào danh mục những mục giúp xác định các chiến lược TAPS mới hoặc cải tiến mà ngành công nghiệp thuốc lá đang sử dụng. Các bạn nên xem xét kỹ lưỡng loại hình và mức độ dữ liệu cần thu thập để thúc đẩy các nhà lập pháp hoặc các bên chịu trách nhiệm khác phải có hành động đáp lại.

Hướng dẫn này khuyến nghị nên đặt ra một giới hạn hợp lý về mức độ toàn diện của thông tin cần thu thập và phân tích, để phù hợp với mục đích, nguồn lực và lượng thời gian cần thiết của các bạn. Bảng kiểm quan sát mẫu có trong Phụ lục F.



## Mục hành động

**Chọn mẫu, chọn phương pháp đánh giá, và làm rõ phạm vi của đánh giá tuân thủ TAPS của các bạn.**



## BƯỚC 6: Lập kế hoạch và đặt ra lịch trình đánh giá

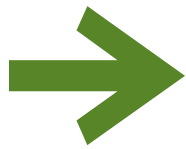
Lập kế hoạch tốt sẽ bao gồm việc đặt ra lịch trình cho các hoạt động đánh giá tuân thủ, để cho phép các bạn có thể chuẩn bị đầy đủ cho tất cả các bước thực hành nhằm hoàn thành việc đánh giá và tối ưu hóa việc sử dụng kết quả.

Khi lập ra lịch trình, các bạn cần cân nhắc xem thời gian nào là tốt nhất để công bố kết quả (ví dụ như trong phiên thảo luận lập pháp về TAPS, hoặc vào ngày kỷ niệm 1 năm ban hành một đạo luật). Nếu như vậy, ngày này sẽ phải là ngày kết thúc trong lịch trình của các bạn, và tất cả các công việc khác sẽ phải được đưa vào lịch trình để hoàn thành trước thời điểm này.

Có một số công việc cần phải đưa vào lịch trình của các bạn. Những công việc này xuất hiện trong ba thời điểm:

1. Trước khi thực hiện: trước khi việc quan sát tuân thủ diễn ra;
2. Thực hiện: trong khi đang thu thập dữ liệu và phân tích;
3. Sau khi thực hiện: sau khi đã thu thập và phân tích các mẫu quan sát sự tuân thủ.

Hãy xem phụ lục B và C để thấy ví dụ về lịch trình và danh sách lập kế hoạch đánh giá chi tiết.



### *Mục hành động*

Lập kế hoạch và phối hợp các BƯỚC còn lại trong đánh giá tuân thủ của các bạn, có xem xét đến khung thời gian chiến lược để phổ biến kết quả

## BƯỚC 7: Áp dụng các quy trình và bảng kiểm quan sát

Quy trình đánh giá và bảng kiểm quan sát cần phải ăn khớp với các quy định của luật pháp điều chỉnh các hoạt động TAPS tại quốc gia hoặc quyền tài phán của các bạn. Những tình nguyện viên hoặc nhân viên thu thập dữ liệu và đánh giá các ví dụ sẽ cần phải hiểu chính xác việc họ cần làm và cách thức ghi lại những điều họ quan sát thấy. Vì vậy, các bạn sẽ phải lập ra một quy trình chi tiết và rõ ràng để hướng dẫn những người thu thập dữ liệu, và điều chỉnh bảng kiểm quan sát để hướng dẫn cho người thu thập dữ liệu.

### Quy trình

Các bạn sẽ cần lập ra một quy trình chuẩn để thu thập các ví dụ TAPS và thực hiện quan sát đánh giá, trong đó mô tả từng bước của quy trình. Tốt nhất là nên lập quy trình để thực hiện, để có thể dễ dàng huấn luyện người thu thập dữ liệu, nhưng quy trình cũng phải đủ chi tiết.

Hướng dẫn này khuyến nghị rằng người thu thập dữ liệu nên sử dụng một loạt các **quy trình lướt web cơ bản** để tìm kiếm và dẫn hướng trên internet, và ghi lại các ví dụ về TAPS bằng ảnh chụp màn hình về hoạt động TAPS (bao gồm những ví dụ có liên quan đến sự kiện được tài trợ và các chương trình CSR). Người thu thập dữ liệu sẽ dẫn hướng đến từng kênh con internet như được xác định trong mẫu; nhập các thuật ngữ tìm kiếm mẫu vào thanh tìm kiếm sẵn có; bấm chuột qua các trang thích hợp; và ghi lại ảnh chụp màn hình của các loại hình hoạt động TAPS được xác định trong BƯỚC 2 của đánh giá. Người thu thập dữ liệu có thể xem xét ảnh chụp màn hình để đánh giá mức độ tuân thủ và nội dung trong khi lướt web, hoặc nộp cho cán bộ dự án để phân tích. Yêu cầu người thu thập dữ liệu được tuyển dụng hoàn thành bảng kiểm quan sát cho mỗi ví dụ TAPS có thể giúp tiết kiệm một lượng thời gian và công việc nhập dữ liệu đáng kể cho cán bộ dự án, và có được lợi ích khi người quan sát đánh giá ví dụ đó trong thời gian thực (thay vì đánh giá dựa trên ảnh chụp màn hình). Mặt khác, cán bộ dự án có thể thông thạo hơn về các xu hướng và pháp luật TAPS và có khả năng tốt hơn để nhận diện những thủ đoạn mới và cải tiến mà ngành công nghiệp thuốc lá đang

sử dụng. Yêu cầu cán bộ dự án hoàn thành bảng kiểm quan sát cho từng ví dụ TAPS có thể đưa ra chất lượng dữ liệu tốt hơn, nhưng việc đó đòi hỏi cán bộ dự án phải mất thêm nhiều thời gian cho công việc nhập dữ liệu. Phương pháp đánh giá phải được xác định dựa trên năng lực của nhân viên và tổ chức. Nếu cán bộ dự án đóng vai trò là người thu thập dữ liệu, thì họ phải hoàn thành bảng kiểm quan sát cho từng ví dụ TAPS khi họ thực hiện quy trình lướt web.

Một quy trình **đánh giá chuyên sâu** sẽ đòi hỏi phải đăng ký danh sách nhận thư hoặc khuyến mại, và tham dự các sự kiện được tài trợ hoặc sự kiện CSR được lựa chọn. Người thu thập dữ liệu phải chụp thêm ảnh chụp màn hình về TAPS trên internet (ví dụ như thông điệp trực tiếp, khuyến mại qua email), nộp ví dụ về quà tặng hoặc vật khuyến mãi nhận được trong thư, và chụp ảnh và nộp kết quả quan sát ở sự kiện được tài trợ trong giai đoạn theo dõi (4-6 tuần) (bằng cách sử dụng bảng kiểm quan sát đã tùy chỉnh).

## Quy trình lướt web mẫu

Việc thu thập dữ liệu sẽ đòi hỏi phải thực hiện một quy trình lướt web, trong đó phải tìm kiếm và dẫn hướng trên internet, và ghi lại ảnh chụp màn hình về các hoạt động TAPS. Các bạn sẽ thực hiện một lần lướt web mỗi tuần, trong khoảng thời gian 3 tuần. Việc lướt web phải được thực hiện từ một quán cà phê internet ở địa phương trong quyền tài phán, vào cùng một ngày mỗi tuần. Hãy lưu ảnh chụp màn hình ở định dạng .jpeg trên ổ đĩa flash do cán bộ dự án cung cấp. Bảo đảm chụp toàn bộ màn hình (bao gồm ngày/thời gian và url). Hãy nộp các tập tin cho cán bộ dự án khi kết thúc mỗi lần lướt web, bằng cách đính kèm tập tin vào email và gửi tới projectstaff@gmail.com. Do khối lượng của các tập tin, có thể cần phải gửi nhiều email. Hãy bảo đảm nộp tất cả các ảnh chụp màn hình đã thu thập được. Trong mỗi email, hãy bao gồm ngày thực hiện lướt web, địa điểm hoặc loại máy tính sử dụng, và tình trạng hút thuốc hiện tại của các bạn.

Quy trình lướt web đòi hỏi phải tìm kiếm và dẫn hướng qua nhiều trang web và nhiều phương tiện truyền thông mạng xã hội trên internet. Hãy tìm kiếm và dẫn hướng trên trình duyệt mà các bạn lựa chọn, sử dụng công cụ tìm kiếm của Google. Các bạn có thể sử dụng tài khoản người dùng cá nhân để truy cập nội dung trên phương tiện truyền thông mạng xã hội, hoặc đăng ký tài khoản mới trên trang web của ngành công nghiệp thuốc lá hoặc các trang web khác. Không được đưa ra thông tin giả mạo để có được quyền truy cập vào những nội dung hạn chế. Hãy tham khảo danh sách các công ty/nhà sản xuất thuốc lá, nhãn hiệu, kênh internet và thuật ngữ tìm kiếm được lựa chọn, do cán bộ dự án cung cấp, để thực hiện quy trình lướt web.

1. Dẫn hướng tới các trang web của công ty/nhà sản xuất và nhãn hiệu thuốc lá được lựa chọn.
  - a. Bấm chuột qua khắp trang đó và lưu lại những ảnh chụp màn hình về hoạt động TAPS.
2. Dẫn hướng đến website truyền thông mạng xã hội được chọn.
  - a. Tìm kiếm các công ty/nhà sản xuất và nhãn hiệu và lưu ảnh chụp màn hình của các hoạt động TAPS (chẳng hạn như các tài khoản do ngành công nghiệp thuốc lá quản lý).
  - b. Tìm kiếm các cụm từ, thuật ngữ tìm kiếm, ấn phím lưu giữ màn hình để chụp các hoạt động về TAPS
3. Tìm kiếm các công ty/nhà sản xuất thuốc lá, nhãn hiệu, và thuật ngữ tìm kiếm bằng cách sử dụng công cụ tìm kiếm Google.
  - a. Chụp ảnh màn hình về các kết quả tìm kiếm.
  - b. Bấm chuột qua khắp các website thích hợp và ghi lại ảnh chụp màn hình về những hoạt động TAPS.
4. Dẫn hướng tới các website bán lẻ và giải trí đã chọn.
  - a. Tìm kiếm công ty/nhà sản xuất thuốc lá, nhãn hiệu và thuật ngữ tìm kiếm, và ghi lại ảnh chụp màn hình về những hoạt động TAPS.

## Quy trình đánh giá chuyên sâu mẫu trực tiếp

**Internet:** Trong khi lướt web, hãy đăng ký nhận những chương trình khuyến mãi, bản tin, cuộc thi v.v. và tương tác với các tính năng hoặc trò chơi nếu có. Sau 3 tuần lướt web ban đầu, hãy cho phép thêm 4-6 tuần nữa để thu thập dữ liệu thụ động. Nếu các bạn tiếp tục quan sát các hoạt động TAPS trên internet (mà không thực hiện lướt web), hoặc nhận được bất kỳ quảng cáo trực tiếp đến người tiêu dùng nào bằng đường điện tử (ví dụ như mạng truyền thông xã hội hoặc email), hãy chụp màn hình và nộp cho cán bộ dự án theo các hướng dẫn trên đây. Nếu các bạn nhận được bất kỳ quảng cáo trực tiếp tới người tiêu dùng nào qua thư (mẫu dùng thử miễn phí, quà tặng, phiếu mua hàng, đồ khuyến mãi, đồ chơi), hãy giữ lại các mẫu đó và đích thân đến nộp cho cán bộ dự án khi kết thúc giai đoạn thu thập dữ liệu (Chèn NGÀY).

**Sự kiện được tài trợ và CSR:** Khi tham dự các sự kiện đã chọn (sự kiện được tài trợ hoặc sự kiện có liên quan tới CSR), hãy chụp ảnh các hoạt động TAPS bằng máy ảnh kỹ thuật số hoặc điện thoại có chức năng chụp ảnh, và hoàn thành bảng câu hỏi dưới đây. Chụp ảnh là việc làm bình thường ở những sự kiện này, vì vậy chụp ảnh sẽ không gây ra nghi ngờ. Nộp các bức ảnh và kết quả của bảng câu hỏi cho [projectstaff@gmail.com](mailto:projectstaff@gmail.com) ngay sau sự kiện.

## Thu thập và quản lý dữ liệu

Có một vài lựa chọn để thu thập và quản lý dữ liệu đánh giá của các bạn. Phương pháp thu thập và quản lý dữ liệu của các bạn phải phù hợp với quy mô đánh giá, các nguồn lực sẵn có, và năng lực của cán bộ dự án. Dưới đây là một vài ví dụ về các phương pháp thu thập và quản lý dữ liệu:

- Lập ra một tệp bảng tính hoặc biểu mẫu thu thập dữ liệu trực tuyến, có chứa bảng kiểm quan sát (sử dụng phần mềm như Microsoft Excel hoặc các dịch vụ miễn phí như Survey Monkey, hoặc biểu mẫu Google Drive và phần mềm bảng tính) và yêu cầu người thu thập dữ liệu hoàn thành bảng kiểm này đối với mỗi mẫu ảnh chụp màn hình về hoạt động TAPS mà họ thu thập được trong khi họ thực hiện quy trình lướt web. Điều này có thể giúp đẩy nhanh thời gian cần thiết để hoàn thành việc nhập dữ liệu và/hoặc phân tích dữ liệu. Có thể gửi dữ liệu có trong bảng kiểm quan sát cho cán bộ dự án qua email hoặc nộp trực tiếp trên các dịch vụ web sẵn có khi kết thúc mỗi lần lướt web.
- Yêu cầu cán bộ dự án hoàn thành bảng kiểm quan sát cho mỗi ví dụ ảnh chụp màn hình TAPS mà người thu thập dữ liệu nộp khi kết thúc mỗi lần lướt web. Cán bộ dự án cũng có thể sử dụng phần mềm bảng tính, biểu mẫu thu thập dữ liệu trực tuyến, hoặc các nguồn lực thu thập dữ liệu sẵn có khác để hoàn thành bảng kiểm quan sát.

- Mỗi trong hai phương pháp này đều yêu cầu người thu thập dữ liệu phải gán các số định danh cho mỗi ví dụ ảnh chụp màn hình TAPS thu thập được, và dán ảnh chụp màn hình đó vào một tài liệu văn bản (ví dụ như phần mềm tài liệu Microsoft Word hoặc Google Drive miễn phí). Nếu người thu thập dữ liệu được yêu cầu hoàn thành bảng kiểm quan sát, thì họ cũng cần ghi lại số định danh của mỗi ảnh chụp màn hình TAPS trên biểu mẫu (hãy đưa trường này vào bảng kiểm quan sát). Điều này sẽ bảo đảm rằng dữ liệu đánh giá tương ứng với ảnh chụp màn hình TAPS thích hợp.
- Các bạn sẽ cần phải hướng dẫn cho người thu thập dữ liệu cách gán số định danh cho mỗi ví dụ ảnh chụp màn hình TAPS, để cán bộ dự án có thể tham chiếu đến ví dụ đó cho mục đích đánh giá tiếp theo và vận động ủng hộ. Việc này có thể đơn giản là gán một dãy số nhất định cho mỗi người thu thập dữ liệu (ví dụ như 1.000-2.999) và đánh số tuần tự cho các ví dụ ảnh chụp màn hình TAPS mà họ thu thập được (0001, 0002, 0003, v.v.). Người thu thập dữ liệu có thể nhập số định danh ở phía trên hoặc phía dưới ví dụ về ảnh chụp màn hình mà họ dán vào tài liệu word để nộp cho cán bộ dự án. Hướng dẫn gán số định danh phải rõ ràng, đơn giản và dễ dàng áp dụng đối với người thu thập dữ liệu.

- Tên hoặc số định danh của mỗi người thu thập dữ liệu và ngày lướt web và/hoặc quan sát phải được ghi vào bảng kiểm quan sát hoặc được ghi bởi cán bộ dự án khi nhận được các tệp lướt web và dữ liệu.

### Bảng kiểm quan sát

Bảng kiểm quan sát phải được điều chỉnh cho phù hợp với người thu thập dữ liệu và/hoặc cán bộ dự án trong việc đánh giá tuân thủ và xác định các kẽ hở pháp luật trong các ví dụ ảnh chụp màn hình về TAPS thu thập được trong khi lướt web. Bảng kiểm quan sát có các tùy chọn “có/không” thường dễ sử dụng và đưa ra tuyển tập dữ liệu chuẩn hóa. Để bảo đảm chất lượng của dữ liệu, hãy bảo đảm rằng các câu hỏi của các bạn rõ ràng và cụ thể. Có thể nhập trực tiếp dữ liệu vào các bảng tính (dùng một tab mới cho mỗi ví dụ trong sổ làm việc lướt web) hoặc các phần mềm biểu mẫu (như dịch vụ Google Drive hoặc Microsoft Excel) hoặc thông qua biểu mẫu bảng câu hỏi như của Survey Monkey cung cấp. Hãy đưa vào bảng kiểm quan sát một trường để nhập số định danh đã gán cho mẫu ví dụ chụp màn hình TAPS.

Đưa vào đó những mục phản ánh những quy

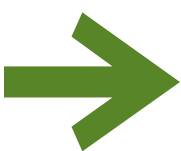
định chính của phát luật mà các bạn muốn đánh giá, hoặc nêu bật những hoạt động lợi dụng các lỗ hổng pháp luật (như được xác định trong BƯỚC 1, BƯỚC 2, BƯỚC 3 và BƯỚC 5 của đánh giá). Đây là những biến số sẽ được dùng để xác định xem công ty thuốc lá hoặc các bên chịu trách nhiệm (chính/thay thế) có tuân thủ với pháp luật không. Ngoài ra, cũng đưa vào đó những mục sẽ giúp xác định các kẽ hở trong pháp luật hiện hành, chẳng hạn như các khái niệm và quy định cấm sơ sài, không toàn diện và cho phép quảng cáo, quảng bá, bán hàng, các hoạt động, hoặc những sản phẩm không được quản lý.

Dành đủ khoảng trống trong bảng kiểm quan sát để cả người thu thập hồ sơ và cán bộ dự án (nếu họ không phải là một) ghi thêm những nhận xét mà họ muốn. Ví dụ, các bạn có thể muốn ghi chú những tình trạng đặc biệt về một quan sát cụ thể hoặc những chi tiết quan trọng mà bảng kiểm chưa ghi lại được (ví dụ như video hoặc các yếu tố tương tác khác). Hãy đưa bảng kiểm quan sát đã được điều chỉnh phù hợp vào trong tài liệu đào tạo thu thập dữ liệu và tài liệu tham khảo (ngay cả khi người thu thập dữ liệu sẽ không hoàn thành những danh mục này).



### Khuyến mại trên internet 2014<sup>5</sup>

- Quảng bá website bán lẻ thuốc lá
- Sử dụng mạng truyền thông xã hội (Twitter)
- Quảng bá một cuộc thi
- Tặng quà miễn phí



## Mục hành động

Điều chỉnh các quy trình và bảng kiểm quan sát cho phù hợp, dựa vào phạm vi đánh giá tuân thủ TAPS của các bạn, luật pháp và quy định thuộc quyền tài phán.

## BƯỚC 8: Thực hiện chương trình đào tạo

### **Đào tạo người thu thập dữ liệu**

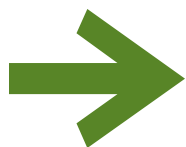
Bảo đảm những người thu thập dữ liệu được đào tạo về mọi khía cạnh của quy trình lướt web, để họ biết cách tìm kiếm, xác định, chụp, lưu và nộp các ví dụ ảnh chụp màn hình và/hoặc bảng kiểm quan sát đã hoàn thành. Khóa đào tạo cần phải bao gồm phần thảo luận về mục đích đánh giá và có đủ thời gian để xem xét đánh giá tất cả các quy trình. Sử dụng nhiều ví dụ để giúp người thu thập dữ liệu làm quen với các loại hình hoạt động TAPS mà họ sẽ tìm kiếm. Trong các tài liệu và hoạt động đào tạo cần bao gồm một phần thực hành về thu thập dữ liệu (lướt web) và bảng kiểm quan sát đã điều chỉnh phù hợp.

Sẽ cần phải đào tạo thêm nếu các bạn yêu cầu người thu thập dữ liệu đăng ký các chương trình khuyến mãi, tham dự các cuộc thi và tham dự các sự kiện được tài trợ hoặc sự kiện có liên quan đến CSR. Họ sẽ phải biết cách ghi lại những điều quan sát được, những thông tin nào cần ghi lại, cách nộp dữ liệu, và cách trả lời nếu họ được hỏi hoặc được người khác đến tiếp cận trong một sự kiện. Tài liệu hướng dẫn này khuyến nghị nên sử dụng bảng kiểm quan sát đã được điều chỉnh từ phương pháp tiếp cận đánh giá cơ bản, và cho phép chỉnh sửa hoặc bổ sung nếu thích hợp. Có thể nộp dữ liệu qua đường điện tử (dùng ảnh chụp màn hình, bảng kiểm quan sát đã hoàn

thành, ảnh kỹ thuật số về thư gửi trực tiếp và các sự kiện được tài trợ hoặc sự kiện có liên quan đến CSR), hoặc gửi qua đường bưu chính (gửi hoặc chuyển giao trực tiếp cho cán bộ dự án mọi vật khuyến mại đã nhận được).

### **Tập huấn cho cán bộ dự án**

Cán bộ dự án phải quen thuộc với các quy trình và bảng kiểm quan sát đã điều chỉnh, cũng như hiểu biết về quy định và các xu hướng TAPS thuộc quyền tài phán. Nếu cán bộ sẽ thực hiện việc hoàn thành bảng kiểm quan sát cho dự án đánh giá, thì họ phải đặc biệt quen thuộc với các hoạt động TAPS mới, cải tiến và tiếp diễn thuộc quyền tài phán.



### ***Mục hành động***

**Đào tạo người thu thập dữ liệu và/hoặc cán bộ dự án để họ biết cách sử dụng quy trình thu thập dữ liệu và hoàn thành bảng kiểm quan sát.**

## BƯỚC 9: Thu thập dữ liệu

Người thu thập dữ liệu sẽ thực hiện một loạt các quy trình lướt web trong một giai đoạn vài tuần (tối thiểu là 3 tuần) và nộp các ví dụ ảnh chụp màn hình cho cán bộ dự án. Cán bộ phải sử dụng một hệ thống đặt tên tệp rõ ràng để đặt tên các ví dụ và bảo đảm có sao lưu ở một địa điểm thứ cấp. Trong giai đoạn thu thập dữ liệu, cán bộ phải xem xét đánh giá các mẫu dữ liệu nộp về ngay khi nhận được, để bảo đảm rằng chúng nhất quán với nghi thức đánh giá. Điều phối viên dự án phải sẵn sàng để trợ giúp người thu thập dữ liệu về

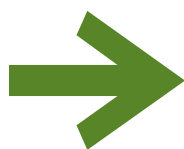
mọi vấn đề hoặc thắc mắc trong giai đoạn đánh giá.

Mặc dù các hoạt động TAPS trên internet thường vượt xa hơn các biên giới truyền thống về địa lý, nhưng việc thu thập dữ liệu phải được thực hiện bên trong quyền tài phán. Tương tự như vậy, việc trực tiếp quan sát các sự kiện được tài trợ hoặc sự kiện có liên quan đến CSR phải đại diện cho các hoạt động TAPS thuộc quyền tài phán của các bạn.

The screenshot shows the website for 'DUTY FREE DEPOT' with a 'Free international shipping' banner. The navigation menu includes CIGARETTES, CIGARS & TOBACCO, LIGHTERS, SPIRITS, FRAGRANCES, E-CIGARETTES, ACCESSORIES, and CATALOG. The main content area is titled 'Cigarettes' and features a welcome message: 'Welcome to our online duty-free cigarettes store! Get all your favorite smokes by Dunhill, Gauloises, Rothmans and so many more, for the cheapest prices around! All items are guaranteed to be genuine and made in Western Europe or Switzerland, unless stated otherwise. Great discounts, great products and great service since 2006! Check it out yourself!' Below this, there are six cigarette brand logos: Winston, American Legend, Benson & Hedges, Camel, Captain Black, and Craven A-Filter. On the right side, there is a 'YOUR CART' section indicating no items in the cart, and a testimonial from Teresita: 'I just wanted to thank you for my order. I have received all of my items and very quickly...'

### Website bán lẻ trên Internet, 2014<sup>6</sup>

- Bán thuốc lá điếu
- Sử dụng truyền thông mạng Xã hội (Facebook, Twitter, Pinterest)
- Xúi dục đăng ký (“Đăng ký ngay! Để được thông báo về những món khuyến mãi lớn”)



### Mục hành động

Thực hiện lướt web và tham dự các sự kiện được chọn nếu thực hiện đánh giá chuyên sâu trực tiếp, đồng thời giám sát chất lượng của các mẫu quan sát và mẫu ví dụ thu thập được.

## BƯỚC 10: Phân tích kết quả đánh giá tuân thủ

Khi đã thu thập được các ví dụ ảnh chụp màn hình về TAPS và đã hoàn thành bảng kiểm quan sát, cần phải thực hiện phân tích nội dung và mức độ tuân thủ để trả lời cho các câu hỏi đánh giá.

### Kiểm tra chất lượng dữ liệu

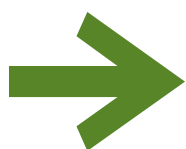
Để bảo rằng dữ liệu thu thập có chất lượng cao, cần lập kế hoạch tốt cho mọi quy trình đánh giá. Các quy trình thu thập dữ liệu và cán bộ được đào tạo tốt sẽ giúp ích cho quá trình này. Khi những người thu thập dữ liệu lướt web và nộp các ví dụ ảnh chụp màn hình TAPS, cán bộ dự án phải kiểm tra các tệp để xác nhận rằng những ảnh chụp màn hình đó được chụp rõ ràng, đầy đủ và nhất quán với quy trình đánh giá. Nếu người thu thập dữ liệu là người hoàn thành bảng kiểm sát, thì những biểu mẫu này cũng phải được cán bộ dự án kiểm tra lại.

### Phân tích dữ liệu

Khi đã xác thực chất lượng dữ liệu, thì có thể phân tích kết quả bằng cách dùng phần mềm bảng tính như Microsoft Excel hoặc dịch vụ Google Drive, các dịch vụ miễn phí trên nền web như Survey Monkey, hoặc các nguồn lực phân tích dữ liệu sẵn có khác. Các công cụ và/hoặc phần mềm phân tích dữ liệu phải phù hợp với kỹ năng và năng lực của cán bộ dự án (cũng như phạm vi đánh giá). Việc phân tích dữ liệu sẽ chủ yếu bao gồm việc xác định những ví dụ TAPS thuyết phục nhất thu thập được trong quá trình lướt web và lập bảng biểu cho những số liệu phân tích mang tính mô tả (số lượng và tỷ lệ) về những loại hình hoạt động TAPS khác nhau. Có thể thực hiện việc phân tích này bằng cách dùng cùng một phần mềm được đề xuất cho việc nhập dữ liệu (xem trên đây). Kết quả phải thể hiện bằng chứng về việc tuân thủ, vi phạm hoặc kẽ hở của pháp luật, và được định hướng bởi những câu hỏi chính cần được trả lời, chẳng hạn như:

- Công ty/nhà sản xuất nào tuân thủ hoặc vi phạm pháp luật?
- Những kênh và kênh con nào đang được ngành công nghiệp thuốc lá sử dụng cho các hoạt động TAPS trên internet?
- Những thủ đoạn TAPS nào đang được ngành công nghiệp thuốc lá sử dụng để quảng bá cho các nhãn hiệu và sản phẩm của mình trên internet, tại các sự kiện được tài trợ, và thông qua các chương trình trách nhiệm xã hội?
- Ai là đối tượng đích của những hoạt động TAPS này?
- Ai là các bên chịu trách nhiệm (trách nhiệm chính và trách nhiệm liên quan) cho những hoạt động TAPS này? (Xem BƯỚC 1; Hình 1) Điều này có thể thấy rõ từ ví dụ ảnh chụp màn hình TAPS, có thể cần phải nghiên cứu thêm, hoặc thông tin không sẵn có.
- Những ví dụ này cho thấy kẽ hở của pháp luật không? Nếu có, ngành công nghiệp thuốc lá đang khai thác những kẽ hở này như thế nào?

Nghiên cứu tiếp theo: Các bạn có thể cần phải thực hiện nghiên cứu tiếp theo (bằng cách tìm kiếm trên internet, các bản tin gần đây, hoặc tham khảo tài liệu sẵn có của ngành công nghiệp thuốc lá) để xác định một số bên chịu trách nhiệm có liên quan trong việc xây dựng và/hoặc phổ biến những trường hợp TAPS này. Hãy nhớ xem xét năng lực giám sát và thực thi của chính quyền địa phương, và tìm cách xác định các bên chịu trách nhiệm, có khả năng hoặc có thể sẽ phản ứng trước các kết quả đánh giá.



### **Mục hành động**

**Kiểm tra chất lượng dữ liệu, phân tích kết quả của bảng kiểm quan sát đã hoàn thành, xác định mức độ tuân thủ, và trả lời các câu hỏi đánh giá ưu tiên khác.**



## BƯỚC 11: Sử dụng kết quả

Kết quả phải được sử dụng theo cách phù hợp với mục đích của đánh giá tuân thủ, năng lực của các cơ quan thực thi pháp luật địa phương, và khả năng có thể tiếp cận của các bên chịu trách nhiệm. Khi sử dụng kết quả, hãy bảo đảm xác định rõ các đối tượng đích, xây dựng những thông điệp chính được điều chỉnh cho phù hợp với mục đích đánh giá, và phổ biến theo những cách phù hợp và tạo được ảnh hưởng với đối tượng đích. Hướng dẫn này khuyến nghị nên tham vấn với các chuyên gia vận động ủng hộ, truyền thông và quan hệ công chúng có kinh nghiệm để được hướng dẫn khi phổ biến các kết quả đánh giá. Thông thường, đối tượng đích và các chiến lược phổ biến bao gồm:

### Các nhà hoạch định chính sách.

Đối tượng đích hàng đầu của các kết quả đánh giá tuân thủ thường là các nhà hoạch định chính sách. Kết quả phải thể hiện rõ ràng cho biết luật pháp có đang được tuân thủ hay không, và phải bao gồm lời yêu cầu các nguồn lực bổ sung cần thiết để cải thiện việc tuân thủ. Dữ liệu cuối cùng cũng có thể được dùng để minh chứng cho các kẽ hở hiện tại đang bị ngành công nghiệp thuốc lá lợi dụng, mà các nhà hoạch định chính sách và thực thi pháp luật phải xem xét vấn đề này. Kết quả đánh giá có thể được trình bày trong các cuộc báo cáo độc lập với các nhà lập pháp và thực thi pháp luật của chính phủ, và/hoặc được công bố cho giới truyền thông, thông qua các cuộc họp báo hoặc các sự kiện khác.

### Cơ quan thực thi

Các cuộc báo cáo độc lập với chính phủ và/hoặc cơ quan thực thi pháp luật (bao gồm những cơ quan được chỉ định để điều tiết hoạt động tài chính, truyền thông & quảng cáo, và internet) là một cách làm tốt trước khi công bố công khai kết

quả cho người dân. Điều này sẽ giúp xây dựng sự tin cậy và có thể dễ dàng dẫn hướng đến hành động của các cơ quan đó.

### Các bên chịu trách nhiệm

Các bạn có thể lựa chọn trình bày kết quả đánh giá của mình cho các bên chịu trách nhiệm chính và liên quan đối với việc xây dựng và/hoặc phổ biến các ví dụ TAPS đã thu thập được thuộc quyền tài phán (xem BƯỚC 1: Hình 1). Có thể sử dụng bài thuyết trình về kết quả để đưa ra cho họ thông tin về luật pháp và việc tuân thủ qua (các) kênh của họ, hoặc để khuyến khích họ tuân thủ pháp luật. Một số bên liên quan có năng lực kỹ thuật tốt hơn để thực hiện một số quy định hạn chế, và nhìn chung có ít lợi ích cố hữu hơn trong các hoạt động TAPS so với ngành công nghiệp thuốc lá.

### Tổ chức xã hội và công chúng

Có thể sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng để thông báo cho người dân về mức độ tuân thủ pháp luật, và kêu gọi việc tiếp tục hoặc tăng cường thực thi luật pháp của chính phủ. Để cho người dân thấy được các kẽ hở của luật pháp, từ đó, tạo ra yêu cầu phải củng cố hệ thống pháp luật, mà điều đó có thể tạo áp lực để các nhà hoạch định chính sách phải hành động.



## Mục hành động

Xác định đối tượng đích và những phương pháp tốt nhất để tiếp cận với đối tượng đích này và phổ biến kết quả.

## Tham khảo

1. Hội nghị các bên (COP). Hướng dẫn thực thi điều 13 của công ước khung của WHO về Kiểm soát Thuốc lá (Quảng cáo, quảng bá và tài trợ thuốc lá), 2013. [http://www.who.int/fctc/guidelines/adopted/guidel\\_2011/en/](http://www.who.int/fctc/guidelines/adopted/guidel_2011/en/)
2. Ribisl, K. M., Williams, R. S., Gizlice, Z., Herring, A. H., & Ross, J. (2011). Hiệu quả của thỏa thuận giữa chính quyền liên bang và tiểu bang với các công ty thẻ tín dụng và công ty vận chuyển lớn nhằm ngăn chặn bán thuốc lá trái phép trên internet. *PLoS ONE*, 6(2), e16754. Truy xuất ngày 15 Tháng 5, 2014, từ <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0016754>
3. Shahrir, S., Wipfli, H., Avila-Tang, E., Breysse, P. N., Samet, J. M., & Navas-Acien, A. (2011). Bán và khuyến mại thuốc lá tại quán bar, quán cà- phê và câu lạc bộ đêm tại các thành phố lớn trên khắp Thế giới. *Tobacco Control*, 20(4), 285-290. Truy xuất ngày 15 Tháng 1, 2014, từ <http://dx.doi.org/10.1136/tc.2010.040220>
4. L.A. Lights Indiefest, Festive Sound [Ảnh chụp Màn hình]. (2014) Truy xuất ngày 11 Tháng 6, 2014, từ <http://www.ajita.co.id/work/detail/lalights-festivesound>
5. Tài khoản Twitter của Kho hàng Miễn Thuế [Ảnh chụp Màn hình]. (2014) Truy xuất ngày 11 Tháng 6, 2014, từ <https://twitter.com/Dutyfreedepot>
6. Website của Kho hàng Miễn Thuế [Ảnh chụp Màn hình]. (2014) Truy xuất ngày 11 Tháng 6, 2014, từ <http://www.dutyfreedepot.com/>

## PHỤ LỤC A: Giải thích thuật ngữ

Hãy tham khảo các thuật ngữ và định nghĩa dưới đây khi lập kế hoạch và thực hiện đánh giá tuân thủ TAPS. Các bạn có thể muốn đưa ra bảng chú giải thuật ngữ viết tắt cho người thu thập dữ liệu và/hoặc cán bộ dự án. Các bạn có thể điều chỉnh các định nghĩa cho phù hợp với đặc điểm kỹ thuật của dự án đánh giá TAPS của mình và bổ sung các thuật ngữ mới vào bảng chú giải thuật ngữ của dự án.

Thuật ngữ	Định nghĩa
<b>Bong bóng lọc</b>	Bong bóng lọc xuất hiện khi các trang web sử dụng các thuật toán để giả định một cách có lựa chọn thông tin mà người dùng muốn tìm kiếm, và sau đó đưa ra thông tin cho người dùng theo giả định này. Các website đưa ra những giả định này dựa trên thông tin có liên quan đến khách hàng, chẳng hạn như lịch sử duyệt web, lịch sử tìm kiếm trước đây và địa điểm. Vì lý do này, các website có khả năng sẽ chỉ đưa ra những thông tin từ lịch sử hoạt động trước đây của người sử dụng. Vì vậy, bong bóng lọc có thể khiến cho người dùng tiếp cận được ít hơn với những thông tin mang quan điểm trái chiều, từ đó, hạn chế tiếp cận với nguồn thông tin đa dạng khác
<b>Kênh internet</b>	Nhiều loại hình phương tiện truyền dẫn được sử dụng để truyền tải thông tin, từ một hoặc nhiều người gửi tới một hoặc nhiều người nhận trên mạng World Wide Web. Kênh internet bao gồm các công cụ tìm kiếm, mạng truyền thông xã hội, cổng web, website và trang web.
<b>Kênh con internet</b>	Một kênh internet duy nhất duy trì không gian giành riêng của nó trên World Wide Web.
<b>Dẫn hướng</b>	Quá trình di chuyển trên Internet bằng cách tìm kiếm, bấm chuột qua, hoặc truy cập trực tiếp vào một địa chỉ trên World Wide Web.
<b>Công cụ tìm kiếm</b>	Công cụ tìm kiếm là một hệ thống phần mềm được thiết kế để tìm kiếm và truy xuất thông tin trên World Wide Web.
<b>Truyền thông mạng xã hội</b>	Truyền thông mạng xã hội nói tới hoạt động tương tác giữa mọi người, trong đó họ tạo ra, chia sẻ và/hoặc trao đổi thông tin và ý tưởng trong các mạng và cộng đồng ảo.
<b>Người dùng</b>	Người dùng là người sử dụng máy tính hoặc dịch vụ mạng. Người dùng thường có một tài khoản người dùng và được định danh bằng tên người dùng. Các thuật ngữ khác nói về tên người dùng bao gồm tên đăng nhập, tên màn hình hoặc điều khiển.
<b>Trình duyệt web</b>	Trình duyệt web (thường được gọi là trình duyệt) là một ứng dụng phần mềm để truy xuất, trình bày và di chuyển qua các nguồn thông tin trên World Wide Web. Các trình duyệt web chính bao gồm Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer, Opera, và Safari.

<b>Cổng web</b>	Cổng web là một trang web được thiết kế đặc biệt trong một website, nó tập hợp thông tin từ các nguồn khác nhau theo một cách thống nhất. Thông thường, mỗi nguồn thông tin sẽ có một vùng riêng trên trang để hiển thị thông tin; người dùng có thể cấu hình những thông tin nào sẽ hiển thị.
<b>Lướt web</b>	Quá trình tìm kiếm và dẫn hướng trên internet để quan sát và thu thập những thông tin được chọn.
<b>Trang web</b>	Một tài liệu trên World Wide Web, bao gồm một tệp HTML và mọi tệp có liên quan cho phần văn bản, hình ảnh, và thường được siêu liên kết tới các tài liệu khác trên Web. Nội dung của các trang web thường được truy cập bằng cách sử dụng trình duyệt.
<b>Website</b>	Một vị trí được kết nối với Internet, trong đó duy trì một hoặc nhiều trang trên World Wide Web.

## PHỤ LỤC B: Lịch trình đánh giá mẫu

CÔNG VIỆC	TUẦN	NGƯỜI LIÊN QUAN	NGƯỜI CHỊU TRÁCH NHIỆM / GIÁM SÁT	HẠN CUỐI HOÀN THÀNH
<b>Nhiệm vụ trước khi đánh giá:</b>				
Xác định mục tiêu/mục đích				
Chọn mẫu				
Xây dựng các quy trình				
Chỉnh sửa bảng kiểm quan sát				
Tập huấn cho người thu thập số liệu và cán bộ dự án				
Thử nghiệm quy trình và bộ công cụ				
<b>Nhiệm vụ đánh giá</b>				
Lướt web (thu thập dữ liệu)				
Kiểm tra chất lượng dữ liệu				
Phân tích và phiên giải kết quả				
<b>Nhiệm vụ sau đánh giá</b>				
Sử dụng kết quả nghiên cứu				

# PHỤ LỤC C: Danh sách lập kế hoạch đánh giá (những câu hỏi cần xem xét và những công việc cần hoàn thành)

## Trước khi đánh giá:

**BƯỚC 1:** Xác định quyền tài phán và nhận biết các quy định & lệnh cấm TAPS

**MỤC HÀNH ĐỘNG:** Tìm hiểu về luật pháp thuộc quyền tài phán của các bạn và so sánh nó với các quy định trong Điều 13 và bất kỳ quy định cấm có liên quan nào đối với các hoạt động TAPS. Hãy lưu ý tới các bên chịu trách nhiệm và các kẻ hở có thể trong luật pháp.

- Việc bán thuốc lá hoặc các sản phẩm có liên quan đến thuốc lá có bị cấm trong quyền tài phán của cán bộ không? Có sự hạn chế truy cập theo tuổi hoặc địa điểm, hoặc đối với việc hiển thị danh mục sản phẩm quảng cáo và khuyến mại về giá không?
- Luật pháp hiện hành có cấm quảng cáo và/hoặc quảng bá thuốc lá trên internet không? Có sự hạn chế truy cập theo tuổi hoặc địa điểm, hoặc đối với nội dung của truyền thông về TAPS không?
- Quy định hiện hành có cấm ngành công nghiệp thuốc lá tài trợ cho các sự kiện và/hoặc chương trình CSR không? Có các quy định về việc quảng bá công khai việc tài trợ đó không?
- Luật pháp hiện hành có toàn diện và rõ ràng không? Hay là có các quy định cấm một phần, để cho ngành công nghiệp thuốc lá lợi dụng các kẽ hở?
- Những cơ quan chính phủ nào chịu trách nhiệm thực thi những quy định này? Năng lực giám sát và thực thi việc tuân thủ các quy định này là như thế nào?
- Các kênh con internet thuộc quyền tài phán có cấm hoặc hạn chế các hoạt động TAPS trên các kênh của chính mình hay không, khi mà những hoạt động đó được pháp luật hiện hành cho phép?

**BƯỚC 2:** Nhận biết về quảng cáo, khuyến mại và tài trợ thuốc lá

**MỤC HÀNH ĐỘNG:** Tìm hiểu các xu hướng và hoạt động TAPS thuộc quyền tài phán bằng cách tham vấn với các chuyên gia ở địa phương và với cộng đồng cư dân mà các bạn quan tâm, và thực hiện nghiên cứu không chính thức trên internet để xem xét các ví dụ. Hãy lưu ý tới mọi thủ đoạn mới hoặc cải tiến của ngành công nghiệp thuốc lá

- Thuốc lá và các sản phẩm liên quan có được bán trên internet không?
- Các công ty và nhãn hiệu thuốc lá có duy trì website của riêng họ không? Tài khoản truyền thông xã hội?
- Các công ty và nhãn hiệu có quảng bá thuốc lá thông qua các quảng cáo được tài trợ trên internet (xuất hiện hoặc bật lên trong các nguồn cấp, dọc theo phía trên cùng, dưới cùng hoặc bên lề website, hoặc khi đang tải trang) hay không?
- Các sự kiện được tài trợ có diễn ra trong khu vực tài phán liên quan không? Những sự kiện này được quảng bá ở đâu trên internet (ví dụ như trên các mạng truyền thông xã hội)?
- Có các chương trình CSR được biết đến trong khu vực tài phán liên quan của các bạn không? Những chương trình này chú trọng vào khía cạnh nào? Họ quảng bá những chương trình này ở đâu và như thế nào (ví dụ trên website của nhãn hiệu thuốc lá)?

**BƯỚC 3:** Xác định mục đích đánh giá

**MỤC HÀNH ĐỘNG:** Xác định các mục tiêu và ưu tiên của đánh giá tuân thủ, và xác định đối tượng đích để phổ biến kết quả và định hướng các nỗ lực vận động ủng hộ.

- Dựa vào kết quả của BƯỚC 1 và BƯỚC 2 trong đánh giá của các bạn, mục đích nào mang tính chiến lược nhất cho tình trạng pháp luật và xu hướng TAPS hiện tại trong quyền tài phán của các bạn?
- Các bạn định hướng các nỗ lực vận động ủng hộ như thế nào dựa vào kết quả có thể có từ dự án đánh giá của mình?

#### **BƯỚC 4:** Bảo đảm các nguồn lực cần thiết

**MỤC HÀNH ĐỘNG:** Lập dự toán và phân bổ các nguồn lực cho các yêu cầu của việc đánh giá tuân thủ.

- Các nguồn lực nào các bạn đã có sẵn (máy tính để thu thập, phân tích và lưu trữ dữ liệu)?
- Các bạn sẽ tuyển người thu thập dữ liệu, hay cán bộ dự án sẽ thực hiện quy trình đánh giá? Người thu thập dữ liệu được tuyển dụng có được trả thù lao không?
- Các bạn có yêu cầu người thu thập dữ liệu tham dự các sự kiện không?
- Kế hoạch phổ biến kết quả và chiến lược vận động ủng hộ của các bạn sẽ như thế nào?
- Có những chi phí nào liên quan đến các hoạt động này?
- Có bất kỳ nguồn lực bổ sung nào khác mà các bạn cần để thực hiện việc đánh giá tuân thủ hay không?

#### **BƯỚC 5:** Chọn mẫu và làm rõ phạm vi đánh giá

**MỤC HÀNH ĐỘNG:** Chọn mẫu, chọn phương pháp đánh giá, và làm rõ phạm vi của đánh giá.

- Xác định phạm vi các nhãn hiệu và công ty thuốc lá được ưu tiên và đang hoạt động tích cực trong quyền tài phán. Các bạn có thể chọn những nhãn hiệu sản phẩm thuốc lá không khói nếu thích hợp trong bối cảnh địa phương. Các bạn nên chọn 3-5 công ty thuốc lá hàng đầu, và tối thiểu 9-10 nhãn hiệu được ưu tiên của những công ty này.
- Hãy chọn một mẫu các kênh con internet để đưa vào tuyển tập dữ liệu: website của công ty thuốc lá & nhãn hiệu thuốc lá, nhà bán lẻ thuốc lá, mạng truyền thông xã hội, trang web thời sự & truyền thông, cổng web hoặc trang web bán lẻ & giải trí, và kết quả từ các công cụ tìm kiếm internet. Chọn tối thiểu 1 kênh con mỗi loại để đưa vào đánh giá tuân thủ của các bạn.
- Chọn một mẫu gồm các thuật ngữ tìm kiếm để sử dụng khi thực hiện quy trình thu thập dữ liệu, phù hợp với luật pháp địa phương và các xu hướng TAPS trong quyền tài phán (cần đưa vào mẫu tối thiểu 10 thuật ngữ tìm kiếm, ngoài các công ty thuốc lá và nhãn hiệu). Hãy nhớ bao gồm các thuật ngữ tìm kiếm nói về các sự kiện được tài trợ và các chương trình CSR.
- Chọn một phương pháp đánh giá (cơ bản hoặc chuyên sâu) và xác định phạm vi (loại hình và độ rộng) của thông tin mà các bạn muốn thu thập trong bảng kiểm quan sát. Chọn các mục quan sát mang tính chiến lược đối với mục đích của đánh giá, đồng thời đặt ra các giới hạn thích hợp về lượng dữ liệu các bạn sẽ thu thập, phân tích và lưu giữ.

#### **BƯỚC 6:** Lập kế hoạch và thiết lập lịch trình đánh giá

**MỤC HÀNH ĐỘNG:** Lập kế hoạch và phối hợp các BƯỚC còn lại trong đánh giá tuân thủ của các bạn, có xem xét đến khung thời gian chiến lược để phổ biến kết quả.

- Đặt ra lịch trình cho các BƯỚC còn lại trong dự án đánh giá của quý vị dựa trên phạm vi dự án. Cân nhắc về thời gian và công việc cần thực hiện để điều chỉnh bảng kiểm quan sát dựa trên phương pháp đánh giá và phạm vi thông tin.
- Việc phân tích dữ liệu kéo dài bao lâu? Có các sự kiện hoặc cơ hội mang tính chiến lược để công bố kết quả đánh giá hay không (ví dụ như vào lễ kỷ niệm ngày công bố một chính sách mới)?

## **BƯỚC 7:** Áp dụng các quy trình và bảng kiểm Quan sát

**MỤC HÀNH ĐỘNG:** Điều chỉnh các quy trình và danh mục quan sát cho phù hợp, dựa vào phạm vi đánh giá tuân thủ TAPS của các bạn, luật pháp và quy định thuộc quyền tài phán

- Hãy tham khảo phạm vi, các ưu tiên, phương pháp đánh giá được xác định trong suốt các BƯỚC trước đây trong dự án đánh giá, và chọn ra tuyển tập dữ liệu và phương pháp quản lý thực tiễn cho mục tiêu dự án, lịch trình và nguồn nhân lực của các bạn.
- Áp dụng một quy trình tùy chỉnh rõ ràng và cụ thể để hướng dẫn cán bộ dự án và/hoặc người thu thập dữ liệu trong suốt quá trình lướt web và giai đoạn thu thập dữ liệu nói chung.
- Áp dụng một bảng kiểm quan sát tùy chỉnh, theo đó đánh giá mức độ tuân thủ với các lệnh cấm TAPS hiện hành, minh chứng về thiếu sót của chế tài pháp luật hiện có, hoặc xác định những xu hướng TAPS mới và cải tiến trên internet, tại các sự kiện được tài trợ hoặc thông qua các chương trình CSR.

## **BƯỚC 8:** Tập huấn

**MỤC HÀNH ĐỘNG:** Tập huấn cho người thu thập dữ liệu và/hoặc cán bộ dự án để họ biết cách sử dụng quy trình thu thập dữ liệu và hoàn thành bảng kiểm quan sát.

- Bảo đảm rằng người thu thập dữ liệu hiểu rõ nền tảng và mục đích của đánh giá tuân thủ TAPS.
- Đào tạo những người thu thập dữ liệu để họ biết cách lướt web bằng cách sử dụng các kênh và kênh con internet do các bạn lựa chọn, với các thuật ngữ tìm kiếm đã xác định.
- Nếu thực hiện đánh giá chuyên sâu, hãy đào tạo người thu thập dữ liệu biết cách đăng ký nhận khuyến mãi đặc biệt hoặc tham dự các sự kiện được tài trợ.
- Bảo đảm rằng người thu thập dữ liệu quen thuộc với các kỹ năng kỹ thuật cần thiết để thực hiện việc lướt web (ví dụ như dẫn hướng trên internet, ghi lại và nộp ảnh chụp màn hình, nộp các khuyến mãi nhận được qua thư hoặc email, hoặc nộp bảng kiểm quan sát đã hoàn thành).

## **Đánh giá:**

### **BƯỚC 9:** Thu thập dữ liệu

**MỤC HÀNH ĐỘNG:** Thực hiện lướt web và tham dự các sự kiện được chọn nếu thực hiện đánh giá chuyên sâu, đồng thời giám sát chất lượng của các mẫu quan sát và mẫu ví dụ thu thập được.

- Xem xét và sắp xếp các mẫu ví dụ ảnh chụp màn hình và/hoặc bảng kiểm quan sát đã hoàn thành khi nhận được để bảo đảm rằng người thu thập dữ liệu làm theo đúng các chỉ dẫn lướt web.
- Bảo đảm rằng điều phối viên dự án luôn sẵn sàng trả lời các câu hỏi của người thu thập dữ liệu hoặc giải quyết các vấn đề có thể phát sinh.

### **BƯỚC 10:** Phân tích kết quả đánh giá

**MỤC HÀNH ĐỘNG:** Kiểm tra chất lượng dữ liệu, phân tích kết quả của bảng kiểm quan sát đã hoàn thành, xác định mức độ tuân thủ, và trả lời các câu hỏi đánh giá ưu tiên khác.

- Xác thực chất lượng của dữ liệu đánh giá tuân thủ (ví dụ ảnh chụp màn hình TAPS và bảng kiểm quan sát đã hoàn thành).
- Lập bảng biểu cho các số liệu thống kê về tuân thủ, vi phạm hoặc các hoạt động TAPS cụ thể.
- Xác định các công ty và nhãn hiệu thuốc lá tuân thủ hoặc vi phạm.
- Xác định việc tuân thủ hoặc vi phạm của các bên chịu trách nhiệm chính và bên chịu trách nhiệm liên quan có tham gia vào việc xây dựng hoặc phổ biến những mẫu ví dụ TAPS này.
- Xác định các thiếu sót trong luật pháp mà ngành công nghiệp thuốc lá đang lợi dụng.
- Xác định các hoạt động TAPS mới, cải tiến hoặc tiếp diễn trong khu vực tài phán liên quan.



## Sau khi đánh giá:

### **BƯỚC 11:** Sử dụng Kết quả

**MỤC HÀNH ĐỘNG:** Nhận diện đối tượng đích của các bạn và xác định những phương pháp tốt nhất để tiếp cận được với đối tượng này và cách phổ biến kết quả.

- Xác định đối tượng đích ưu tiên dựa vào kết quả của đánh giá tuân thủ TAPS và tính chất của các cơ quan thực thi và các bên chịu trách nhiệm khác thuộc quyền tài phán.
- Điều chỉnh các thông điệp chính trong kế hoạch phổ biến kết quả của mình nhằm nêu bật những phát hiện quan trọng nhất của đánh giá cũng như đưa ra các bước (hoặc các mục hành động) tiếp theo cho (các) đối tượng đích.
- Lên lịch các cuộc báo cáo độc lập cho các nhà hoạch định chính sách, cơ quan thực thi pháp luật và các bên chịu trách nhiệm nếu phù hợp, để xây dựng niềm tin bằng cách bày tỏ với họ các kết quả đánh giá trước khi công bố những kết quả đó cho công chúng.
- Chia sẻ và phổ biến các kết quả đánh giá cho các tổ chức xã hội và công chúng.

# PHỤ LỤC D: Hướng dẫn áp dụng các quy trình

Quy trình lướt web (và các tài liệu đào tạo tương ứng) phải đề cập đến các vấn đề sau đây:

## AI

- Cần liên hệ với ai khi có thắc mắc hoặc cần khắc phục sự cố trong giai đoạn đánh giá (Điều phối viên Dự án).
- Người thu thập dữ liệu sẽ là các tình nguyện viên hay cán bộ dự án (điều này có thể ảnh hưởng đến các quy trình lướt web, phương pháp thu thập dữ liệu, và mức độ đào tạo cần thiết).
- Người thu thập dữ liệu sẽ bao gồm những người hút thuốc hay người không hút thuốc (hay cả hai).
- Người thu thập dữ liệu sẽ hoàn thành bảng kiểm quan sát, hay cán bộ dự án sẽ thực hiện sau khi nhận được các ví dụ ảnh chụp màn hình (nếu cán bộ dự án thực hiện việc lướt web, thì họ phải hoàn thành bảng kiểm quan sát trong quá trình này).

## CÁI GÌ

- Định nghĩa cho tất cả các xu hướng TAPS, hoạt động, công ty, nhãn hiệu, kênh, kênh con, thuật ngữ tìm kiếm và bất kỳ mục nào khác có liên quan đến dự án đánh giá (với sự chú ý đặc biệt tới các chủ đề về internet, sự kiện đặc biệt và chương trình CSR).
- Trình duyệt và/hoặc công cụ tìm kiếm nào sẽ được sử dụng.
  - Hướng dẫn này khuyến nghị trong quá trình lướt web, chỉ giao cho mỗi người thu thập dữ liệu một phạm vi tìm kiếm nhất định (ví dụ sử dụng một trong ba nguồn dữ liệu hàng đầu thuộc quyền tài phán trong mỗi lần lướt web hoặc cho mỗi người thu thập dữ liệu). Điều này sẽ giảm thiểu hiệu ứng "bong bóng lọc" do việc tối ưu hóa nguồn tìm kiếm và sinh ra các kết quả tìm kiếm mang tính sai lệch và thiên vị từ lịch sử tra cứu trước đó.
- Cần phải làm gì nếu người thu thập dữ liệu có câu hỏi hoặc gặp vấn đề (tham vấn quy trình đánh giá và liên hệ với điều phối viên dự án).
- Bất kỳ thông tin bổ sung nào cần thu thập hoặc nộp.

## Ở ĐÂU

- Cần thực hiện việc lướt web ở đâu
  - Việc lướt web cần được thực hiện trong quyền tài phán.
  - Việc lướt web phải được thực hiện trên một chiếc máy vi tính không gắn kết với cán bộ dự án hoặc tổ chức (tại quán cà-phê internet hoặc máy tính cá nhân của người thu thập dữ liệu được tuyển dụng) để loại bỏ ảnh hưởng của các thông tin quảng cáo làm thay đổi hành vi ủng hộ việc kiểm soát thuốc lá từ lịch sử truy cập internet từ những lần trước đó.
- Tham dự các sự kiện được tài trợ hoặc sự kiện có liên quan đến CSR ở đâu, nếu các bạn thực hiện đánh giá chuyên sâu. Các bạn phải đưa ra thông tin này và thu xếp phương tiện giao thông hiện có cho người thu thập dữ liệu càng sớm càng tốt.

## KHI NÀO

- Thời lượng và tần suất của việc thu thập dữ liệu.
  - Hướng dẫn này khuyến cáo thực hiện ít nhất là 3 lượt lướt web đối với mỗi người thu thập dữ liệu trong giai đoạn 3 tuần (hoặc một lượt lướt web mỗi tuần).
  - Nếu sẽ thực hiện đánh giá chuyên sâu, thì người thu thập dữ liệu và cán bộ dự án phải cho phép thêm 4-6 tuần thu thập dữ liệu để giám sát internet thụ động (giao tiếp trực tiếp đến người tiêu dùng).
- Khi nào cần hoàn thành bảng kiểm quan sát (điều này cũng phụ thuộc vào việc ai sẽ hoàn thành bảng kiểm này). Người thu thập dữ liệu và cán bộ dự án phải hiểu rõ khi nào thì các ví dụ ảnh chụp màn hình về TAPS phải được đánh giá thông qua bảng kiểm quan sát và được nộp cho cán bộ dự án.
- Khi nào cần tham dự các sự kiện được tài trợ hoặc sự kiện liên quan đến CSR được chọn. Đưa ra thông tin này cho người thu thập dữ liệu càng sớm càng tốt.

## TẠI SAO

- Một ý thức chung về lý do tại sao dự án đánh giá này đang diễn ra (mục đích) sẽ giúp cải thiện chất lượng thu thập dữ liệu và các quan sát ghi lại được.

## NHƯ THẾ NÀO

- Cách thức truy cập các trang đòi hỏi phải đăng nhập (tiến xa đến đâu và có dùng tài khoản/thông tin của riêng/cá nhân họ để truy cập hoặc đăng ký các dịch vụ TAPS hay không).
  - Hướng dẫn này không khuyến khích việc đưa ra thông tin giả mạo để truy cập vào những nội dung bị hạn chế, và gợi ý nên tuyển dụng những người thu thập dữ liệu có thể truy cập vào nội dung bị hạn chế bằng cách dùng tài khoản thực và thông tin người dùng thực của họ (ví dụ như sinh viên đại học, người hút thuốc)
- Cách chụp ảnh màn hình và lưu tệp (quy trình và định dạng tệp).
- Cách gán số định danh cho các ví dụ ảnh chụp màn hình.
- Cách nộp các ví dụ ảnh chụp màn hình và/hoặc bảng kiểm quan sát đã hoàn thành (qua email, nộp biểu mẫu web, tải lên v.v.) cho cán bộ dự án (nếu người thu thập dữ liệu là các tình nguyện viên được tuyển dụng).
- Cách nộp các vật quảng cáo hoặc khuyến mãi nhận được qua thư (hoàn thành bảng kiểm quan sát, và nộp vật dụng đó hoặc ảnh của vật dụng đó qua thư hoặc email).

## PHỤ LỤC E: Ví dụ về thuật ngữ tìm kiếm

Danh sách dưới đây nêu ra ví dụ chưa đầy đủ về các thuật ngữ tìm kiếm được sử dụng trong đánh giá tuân thủ của các bạn. Những thuật ngữ tìm kiếm này phải được ghép với nhau khi thích hợp và được cung cấp trong một danh sách cho cán bộ dự án và người thu thập dữ liệu. Hãy bảo đảm bao gồm các thuật ngữ tìm kiếm phù hợp với luật pháp và các xu hướng TAPS thuộc quyền tài phán.

### Thuật ngữ tìm kiếm về quảng cáo & khuyến mại

- Quán bar
- Tuyên bố
- Câu lạc bộ
- Hòa nhạc
- Cuộc thi
- Phiếu mua hàng
- Mua bán
- Giảm giá
- Gia nhập
- Sự kiện
- Lễ hội
- Theo dõi
- Cuộc họp
- Âm nhạc
- Cuộc đua
- Sở xố
- Khen thưởng
- Khuyến mãi
- Đăng ký
- Thể thao
- Thuê bao
- Giải đấu
- Trúng thưởng

### Thuật ngữ tìm kiếm về thuốc lá

- Thuốc lá quấn
- Thuốc lá nhai
- Xi-gà
- Thuốc lá điếu
- Xi-gà nhỏ
- Đinh hương
- Hòa tan
- Thuốc lá điện tử
- Gutka
- Hookah
- Khaini
- Kretek
- Ống tẩu
- Không khói
- Hút thuốc
- Hít
- Ngậm
- Thuốc lá
- Bay hơi
- Hơi
- Ống điếu

### Thuật ngữ Tìm kiếm CSR

- Sạch
- Cộng đồng
- Trái đất
- Giáo dục
- Môi trường
- Nông nghiệp
- Rừng
- Trao tặng
- Sức khỏe
- Giúp đỡ
- Đất đai
- Bảo tồn
- Bảo vệ
- Giải cứu
- An toàn
- Trường học
- Bền vững
- Nước
- Động vật hoang dã
- Thanh thiếu niên

# PHỤ LỤC F: Bảng kiểm quan sát mẫu

Bảng kiểm quan sát cần được điều chỉnh phù hợp với các quy định liên quan và xu thế TAPS thuộc quyền tài phán. Những mục cụ thể không áp dụng có thể loại bỏ trong bảng kiểm trước khi đánh giá.		
Công ty thuốc lá/nhà sản xuất hoặc nhãn hiệu được quan sát:		
Kênh TAPS (và các kênh internet/kênh con, nếu áp dụng)		
Các mục quan sát:	Có/Không	Tuần thủ/ Vi phạm
Mẫu quan sát có bán thuốc lá điếu không?		
Mẫu quan sát có bán các sản phẩm thuốc lá khác không?		
Mẫu quan sát có bán mặt hàng thuốc lá không?		
Mẫu quan sát có bị giới hạn theo tuổi, địa điểm hoặc tình trạng hút thuốc không?		
Mẫu quan sát có bắt buộc phải treo biển cảnh báo tác hại thuốc lá không?		
Mẫu quan sát có bao gồm thông tin về hỗ trợ cai nghiện thuốc lá không?		
Mẫu quan sát có sử dụng các từ ngữ ngụ ý về hương vị không?		
Mẫu quan sát có sử dụng những từ ngữ ngụ ý về việc giảm bớt độ mạnh (nhẹ, thấp, nhạt) không?		
Mẫu quan sát có khuyến khích chiết khấu khi mua số lượng nhiều không?		
Mẫu quan sát có lời chào mời hoặc hiện vật khuyến mại quà tặng mang hoặc không mang biểu trưng/biểu tượng/ten nhãn hiệu của sản phẩm thuốc lá (như bật lửa, đồng hồ, phi tiêu, trang phục) không?		
Mẫu quan sát có quảng bá một cuộc thi, xổ số hoặc rút thăm trúng thưởng không?		
Mẫu quan sát có bao gồm phương tiện truyền thông tương tác hoặc nhân vật trò chơi không?		
Mẫu quan sát có bao gồm một cấu phần mạng xã hội không?		
Mẫu quan sát có quảng bá một sự kiện được tài trợ không? (Nếu có, vui lòng mô tả trong phần nhận xét).		
Ví dụ có quảng bá cho CSR không? (Nếu có, vui lòng mô tả trong phần nhận xét).		

## PHỤ LỤC G: Bảng kiểm quan sát mẫu chuyên sâu

1. Ngày:
2. Địa điểm:
3. Công ty/nhà sản xuất hoặc nhãn hiệu tài trợ:
4. Tên sự kiện:
5. Chọn loại hình sự kiện:
  - a. Sự kiện được Tài trợ
    - i. Thể thao
    - ii. Âm nhạc
    - iii. Nghệ thuật hoặc giải trí
    - iv. Văn hóa
    - v. Quán bar hoặc câu lạc bộ ban đêm
  - b. CSR
    - i. Giáo dục
    - ii. Môi trường/nông nghiệp
    - iii. Phúc lợi y tế hoặc cộng đồng
    - iv. Phòng ngừa thanh thiếu niên hút thuốc
    - v. Quản lý thảm họa và thiên tai
6. Đánh sách các nhà đồng tài trợ:
7. Thuốc lá hoặc các sản phẩm liên quan đến thuốc lá có được bán tại sự kiện không?
8. Có cung cấp các sản phẩm miễn phí hoặc mẫu dùng thử không?
9. Có cung cấp phiếu mua hàng không?
10. Có thu thập thông tin khách hàng (tên, địa chỉ, địa chỉ email, sở thích hút thuốc) không?

# Người đóng góp

## CÁC TÁC GIẢ

### **Chiến dịch Trẻ em không khói thuốc**

Ellen Feighery, MS

Ernesto Sebríe, MD, MPH

### **Viện Kiểm soát Thuốc lá Toàn cầu, Trường Y tế Công cộng Johns Hopkins Bloomberg**

Joanna Cohen, PhD

Ashley Grant, MPH

Asim Khan, MA

### **Liên minh quốc tế phòng chống lao và bệnh phổi**

Ehsan Latif, MD, MPH

## NGƯỜI GÓP Ý

Ayodeji Awopegba, DMD, MPH

Shuang Ren, MS

Verónica Schoj, MD

## LỜI CẢM ƠN

Tài liệu hướng dẫn này được biên soạn với nỗ lực chung của Chiến dịch Trẻ em không khói thuốc, Trường Y tế Công cộng Johns Hopkins Bloomberg và Liên minh quốc tế phòng chống Lao và bệnh Phổi. Tài liệu này được tài trợ bởi Quỹ từ thiện Bloomberg Philanthropies thuộc một phần của Sáng kiến Bloomberg nhằm giảm sử dụng thuốc lá.

Ấn phẩm này có tại:

[www.globaltobaccocontrol.org](http://www.globaltobaccocontrol.org)

[www.jhsph.edu/igtc](http://www.jhsph.edu/igtc)

Để biết thêm thông tin, vui lòng liên hệ:

### **Viện Kiểm soát Thuốc lá Toàn cầu**

2213 McElderry Street, Tầng 4

Baltimore, MD 21205

[igtc@jhu.edu](mailto:igtc@jhu.edu)