

## তামাকজাত দ্রব্যের বিজ্ঞাপন, প্রচারণা ও পৃষ্ঠপোষকতা বিষয়ক ত্রৈমাসিক গবেষণা প্রতিবেদন

ওয়ার্ক ফর এ বেটার বাংলাদেশ ট্রাস্ট

### প্রারম্ভিক:

তামাকের বহুমাত্রিক ক্ষতি বিবেচনায় এর ব্যবহার নিরুৎসাহিতকল্পে সরকার দেশে ধূমপান ও তামাকজাত দ্রব্য ব্যবহার (নিয়ন্ত্রণ) আইন, ২০০৫ প্রণয়ন ও সংশোধন করেছে। আইন বাস্তবায়নে জেলা, উপজেলা ও জাতীয় পর্যায়ে টাঙ্কফোর্স কমিটি গঠন, জাতীয় তামাক নিয়ন্ত্রণ সেল প্রতিষ্ঠা তামাক নিয়ন্ত্রণে সরকারের সূদূরপ্রসারী পরিকল্পনারই অংশ। মাননীয় প্রধানমন্ত্রী ২০৪০ সালের মধ্যে ‘তামাকমুক্ত বাংলাদেশ’ গড়ে তোলার প্রত্যয় দৃঢ় ব্যক্ত করেছেন। এছাড়াও বেসরকারী সংগঠনগুলোর ধারাবাহিক কার্যক্রম সামাজিক এ আন্দোলনকে বেগবান করেছে।

Global Adult Tobacco Survey 2017 এর তথ্যানুসারে, বাংলাদেশে ১৫ বছর ও তদুর্ধ্ব বয়সীদের ৩ কোটি ৭৮ লাখ (৩৫.৩%) মানুষ নানান উপায়ে তামাক ব্যবহার করে। বাংলাদেশ পৃথিবীর শীর্ষ তামাক ব্যবহারকারী ১০টি দেশের মধ্যে অন্যতম। টোব্যাকো এটলাস ২০১৮ অনুযায়ী, বাংলাদেশে বছরে ১ লক্ষ ৬১ হাজারের অধিক মানুষ মৃত্যুবরণ করে। তামাক শুধু স্বাস্থ্য নয়, পরিবেশ ও অর্থনীতির জন্যও ক্ষতিকর। আমেরিকার ক্যান্সার সোসাইটির ২০১৭-১৮ সালের অপর একটি গবেষণায় দেখা যায়, তামাকজনিত রোগ-ব্যাদি, এর চিকিৎসা ব্যয় ও অন্যান্য আনুষঙ্গিক কারণে বাংলাদেশের বাৎসরিক অর্থনৈতিক ক্ষতি ৩০ হাজার ৫৭০ কোটি টাকা! যা জিডিপি’র ১.৪%।

মূলত, উন্নত বিশ্বের দেশগুলোতে তামাকের বহুমাত্রিক ক্ষতি সম্পর্কে সচেতনতা বৃদ্ধি এবং আইনের কঠোরতার ফলে চতুর তামাক কোম্পানিগুলো ঐ সকল দেশ হতে তামাক ব্যবসা গুটিয়ে বাংলাদেশের মত উন্নয়নশীল দেশগুলোর প্রতি দৃষ্টি নিবদ্ধ করেছে। এর প্রেক্ষিতে সরকার নানা পদক্ষেপ গ্রহণ করলেও জনস্বাস্থ্য সুরক্ষায় সরকারের তামাক নিয়ন্ত্রণ কার্যক্রম বাধাগ্রস্ত করতে তামাক কোম্পানিগুলো নানা অপতৎপরতা চালিয়ে যাচ্ছে। বিজ্ঞাপন প্রচারের মাধ্যমে মানুষকে তামাকের নেশায় ধাবিত করা তার মধ্যে অন্যতম।

বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্য ও আইনের নিষেধাজ্ঞা: বিজ্ঞাপনের অন্যতম উদ্দেশ্য হলো যে কোন পণ্যের প্রতি মানুষের আকর্ষণ বৃদ্ধি করা। সে অনুসারে, তামাকজাত দ্রব্যের বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্য ও লক্ষ্য হলো এর ভোক্তা সৃষ্টি ও তামাকজাত পণ্য সেবনে মানুষকে উৎসাহিত করা। তামাক নিয়ন্ত্রণ আইনে বিজ্ঞাপনের ব্যাখ্যায় বলা হয়েছে “তামাকজাত দ্রব্যের বিজ্ঞাপন প্রচার” অর্থ প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে কোন তামাকজাত দ্রব্য বা তামাকের ব্যবহার প্রবর্তনের উদ্দেশ্যে যে কোন ধরনের বাণিজ্যিক কার্যক্রম পরিচালনা করা। মানুষ যাতে তামাকের মত স্বাস্থ্যহানীকর পণ্য সেবনে উৎসাহিত না হয়, এজন্য ধূমপান ও তামাকজাত দ্রব্য ব্যবহার (নিয়ন্ত্রণ) আইন ২০০৫ এর ধারা -৫ অনুসারে বাংলাদেশে তামাকজাত দ্রব্যের বিজ্ঞাপন, প্রচার ও পৃষ্ঠপোষকতা সম্পূর্ণ নিষিদ্ধ করা হয়েছে। কিন্তু, সারাদেশে তামাক কোম্পানিগুলো বিভিন্ন কৌশলে তামাকের বিজ্ঞাপন, প্রচারণা ও তামাকজাত দ্রব্য ব্যবহারে উদ্বুদ্ধকরন কার্যক্রম পরিচালনা করছে।

বিশেষ করে বিক্রয়কেন্দ্রগুলোতে (Point of Sale) নিত্য নতুন আঙ্গিকে তামাকের বিজ্ঞাপন প্রদর্শন ও প্রচারণা চালাচ্ছে, যা তামাক নিয়ন্ত্রণ আইন অনুসারে সম্পূর্ণ অবৈধ এবং শাস্তিমূলক অপরাধ। তামাক নিয়ন্ত্রণ আইনের ধারা-৫ এর উপধারা (ছ) অনুসারে, তামাকজাত দ্রব্যের বিক্রয়স্থলে (point of sales) যে কোন উপায়ে তামাকজাত দ্রব্যের বিজ্ঞাপন প্রচার করিবেন না বা করাইবেন না মর্মে সুনির্দিষ্ট নির্দেশনা প্রদান করা হয়েছে। ওয়ার্ক ফর এ বেটার বাংলাদেশ (ডাব্লিউবিবি) ট্রাস্ট বাংলাদেশ তামাক বিরোধী জোটভুক্ত সংগঠনসমূহের সহায়তায় বিগত ১০ বছরের অধিক সময় যাবৎ তামাক কোম্পানির আইন লঙ্ঘনের চিত্র চিহ্নিত ও পর্যালোচনার মাধ্যমে প্রতিবেদন আকারে দায়িত্বপ্রাপ্ত কর্তৃপক্ষের নিকট তুলে ধরছে। সম্প্রতি, ওয়ার্ক ফর এ বেটার বাংলাদেশ (ডাব্লিউবিবি) ট্রাস্ট ত্রৈমাসিক গবেষণা আকারে তথ্য সংগ্রহ ও বিশ্লেষণের মাধ্যমে সুনির্দিষ্ট তথ্য সংশ্লিষ্ট স্থানে উপস্থাপনের পদক্ষেপ গ্রহণ করেছে।

### গবেষণার উদ্দেশ্য:

ধূমপান ও তামাকজাত দ্রব্য ব্যবহার (নিয়ন্ত্রণ) আইন, ২০০৫ এ বাংলাদেশে সকল প্রকার তামাকজাত দ্রব্যের বিজ্ঞাপন, প্রচার ও পৃষ্ঠপোষকতা সম্পূর্ণ নিষিদ্ধ করা হয়েছে (ধারা -৫)। তামাক কোম্পানি কর্তৃক উক্ত আইনের লঙ্ঘনসমূহ চিহ্নিতকরণ, বাস্তবায়নের বর্তমান অবস্থা পর্যবেক্ষণ, এবং আইন বাস্তবায়ন গতিশীলকরণে সুপারিশ প্রণয়ন এ গবেষণার অন্যতম উদ্দেশ্য।

### গবেষণা পদ্ধতি/সূচক, এলাকা ও সময়কাল:

এটি একটি ‘কুইক সার্ভে’। গুগল ফরমের মাধ্যমে প্রশ্নপত্র তৈরী করে দেশের নির্দিষ্ট এলাকায় বাংলাদেশ তামাক বিরোধী জোটভুক্ত সংগঠনসমূহের প্রতিনিধিবৃন্দের মাধ্যমে তামাকজাত দ্রব্যের বিজ্ঞাপন, প্রচারণা ও আইন লঙ্ঘনের তথ্য সংগ্রহ করা হয়। (জানুয়ারি - মার্চ, ২০২০) সময়কালে দেশের ৩টি জেলা ও ৩টি উপজেলায় উক্ত কার্যক্রম পরিচালনা করা হয়। স্থানগুলো হলো;

১. নারায়নগঞ্জ সদর
২. ময়মনসিংহ সদর
৩. খুলনা সদর
৪. সাতক্ষীরা পৌরসভা
৫. বরিশাল সদর ও
৬. পিরোজপুর পৌরসভা

এছাড়াও দেশের অন্যান্য স্থানে জোটের সদস্য সংগঠনগুলোর সাথে ফোনে কথা বলে তথ্য সংগ্রহ করা হয়। পর্যালোচনায় সারাদেশে বিভিন্ন তামাক কোম্পানির প্রায় অভিন্ন কার্যক্রম লক্ষ্য করা গেছে।

## গবেষণা সূচকসমূহ:

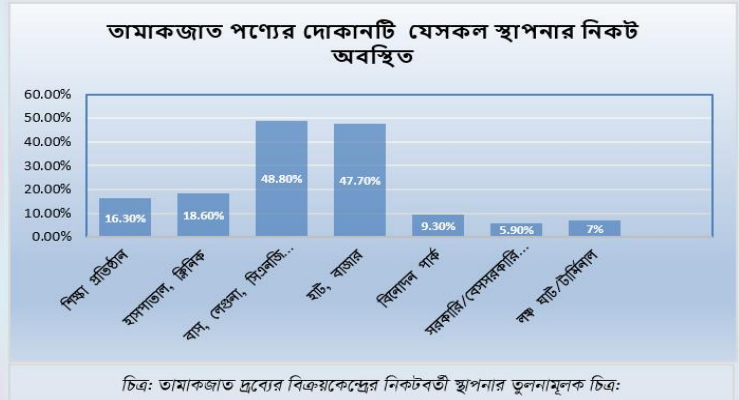
- তামাকজাত দ্রব্য বিক্রয়কেন্দ্রগুলোতে (Point of Sale) কোন কোম্পানির বিজ্ঞাপন বেশি এবং কোন ধরনের বিজ্ঞাপন বেশি তা পর্যবেক্ষণ ও তথ্য সংগ্রহ করা;
- বিক্রয়কেন্দ্রগুলো (Point of Sale) এর নিকটবর্তী কোন ধরনের স্থাপনা বা প্রতিষ্ঠান বেশি তা জানা;
- তামাক কোম্পানিগুলো বিক্রেতা ভোক্তাদেরকে উপহার/প্রণোদনা প্রদানের ধরন এবং প্রক্রিয়া জানা;
- সিগারেট ও সিগারেট ব্যতীত অন্যান্য তামাক পণ্যের বিজ্ঞাপনের অবস্থা সম্পর্কে জানা;
- উক্ত এলাকাগুলোতে স্থানীয় প্রশাসন কর্তৃক তামাক নিয়ন্ত্রণ আইন বাস্তবায়নে গৃহিত পদক্ষেপ সম্পর্কে জানা;
- উক্ত এলাকাগুলোতে তামাক কোম্পানির অন্য কোন কর্মসূচি পরিচালনা করছে কি না। যেমন, সিএসআর এর আড়ালে তামাক কোম্পানির নাম, লোগো সম্বলিত প্রচারণা ইত্যাদি;

## ফলাফল ও পর্যালোচনা:

### ➤ তামাকের বিক্রয়কেন্দ্রগুলো (Point of Sale) ও নিকটবর্তী স্থাপনা:

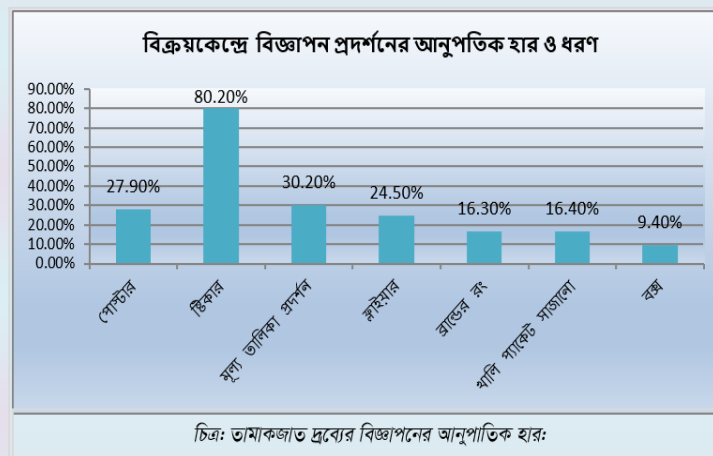
গবেষণায় দেখা যায়, তামাক কোম্পানিগুলো বিক্রয়কেন্দ্রগুলোকে (point of sales) বিজ্ঞাপন প্রচারের প্রধান হাতিয়ার হিসাবে ব্যবহার করছে। দেশব্যাপি হাট-বাজারে, বাস-সিএনজি স্ট্যান্ড, রাস্তা-ঘাটে, শিক্ষা প্রতিষ্ঠান, হাসপাতাল, ক্লিনিকের সামনে তামাক কোম্পানিগুলোর বিক্রয়স্থল (point of sales)-বেশি লক্ষ্য করা যায়।

সবচাইতে বেশি ৪৯% বিক্রয়স্থল (point of sales) পাওয়া গেছে বাস-সিএনজি স্ট্যান্ড এর আশে পাশে এবং সর্বনিম্ন ৬% বিক্রয়স্থল লক্ষ্য করা গেছে অফিস-আদালতের আশেপাশে। এছাড়াও হাটবাজারে বা এর পাশে ৪৮%, হাসপাতাল, ক্লিনিকের পাশে ১৯%, বিনোদন কেন্দ্রের আশে-পাশে ৯% এবং শিক্ষা প্রতিষ্ঠানের পাশে ১৬% তামাকপণ্যের বিক্রয় কেন্দ্র লক্ষ্য করা যায়।



### ➤ বিক্রয়কেন্দ্রগুলোতে (Point of Sale) বিজ্ঞাপনের আনুপাতিক হার ও ধরণ:

বিভিন্ন সময়ে তামাক কোম্পানিগুলোকে বিজ্ঞাপন প্রচারের কৌশল পরিবর্তন করতে হয়। যেমন, বাজেট চলাকালীন সময়ে ন্যায্যমূল্যে সিগারেট বিক্রয়ের তথ্যসহ ব্রান্ডগুলোর নাম বড় বড় অক্ষরে লিখে ষ্টিকারের মাধ্যমে তামাক কোম্পানিগুলোর অন্যতম কৌশল। মূলত, বিজ্ঞাপন প্রদানের মাধ্যমে ব্রান্ড প্রমোশন করাই ধূর্ত তামাক কোম্পানিগুলোর প্রধান উদ্দেশ্য।



গবেষণাকালীন সময়ে বিক্রয়কেন্দ্রগুলোতে বিজ্ঞাপনের মাধ্যম হিসেবে সবচেয়ে বেশি মধ্যে ৮০% দোকানে বিভিন্ন বার্তা সম্বলিত ষ্টিকার লক্ষ্য করা গেছে। সব চেয়ে কম কম ৯% দোকানে বস্ত্রের মাধ্যমে বিজ্ঞাপন লক্ষ্য করা গেছে। এছাড়া ৩০% মূল্য তালিকা প্রদর্শন, ২৮% পোস্টার, ২৪% ফ্লাইয়ার, ১৬% খালি প্যাকেট সাজানো, ১৬% ব্রান্ডের রং এর মাধ্যমে বিজ্ঞাপন প্রচার করতে দেখা গেছে।

## ➤ বিক্রয়কেন্দ্রে বিভিন্ন তামাক কোম্পানির আনুপাতিক বিজ্ঞাপনের হার:

গবেষণা এলাকাগুলো থেকে ব্রিটিশ আমেরিকান টোব্যাকো, জাপান টোব্যাকো, আবুল খায়ের টোব্যাকো, ঢাকা টোব্যাকোসহ অন্যান্য তামাক কোম্পানিগুলোর কৌশলে তামাকের বিজ্ঞাপন প্রচারণা ও তামাকজাত দ্রব্য ব্যবহারে উদ্বুদ্ধকরন কার্যক্রমের তথ্য পাওয়া গেছে।

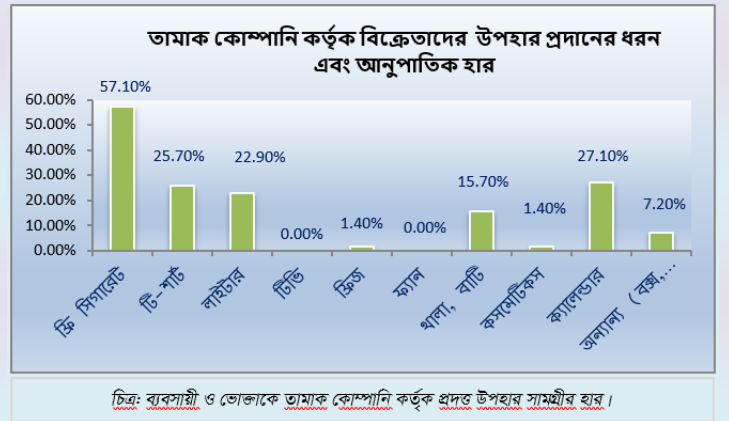
গবেষণাকালীন সময়ে সর্বোচ্চ জাপান টোব্যাকো কোম্পানির বিজ্ঞাপন ৮২%, ব্রিটিশ আমেরিকান টোব্যাকো কোম্পানির ৭৪%, আবুল খায়ের ২১%, ঢাকা টোব্যাকো ১৫% এবং অন্যান্য স্থানীয় কোম্পানির বিজ্ঞাপন ১.২% লক্ষ্য করা গেছে।



## ➤ বিক্রয় বৃদ্ধিতে তামাক কোম্পানি কর্তৃক উপহার সামগ্রী প্রদানের ধরণ ও আনুপাতিক হার:

জরিপের তথ্যে দেখা যায়, তামাক কোম্পানি তামাকপণ্য বিক্রেতাদেরকে যেসকল উপহার প্রদান করে তার মধ্যে সর্বোচ্চ ফ্রি সিগারেট প্রদান ৫৭%, তামাক কোম্পানির নাম-লোগো ও ব্র্যান্ডের রং সম্বলিত টি-শার্ট ২৬%, নতুন বছরের ক্যালেন্ডার ২৭%, লাইটার ২৬% প্রদান করছে। এছাড়াও নগদ ছাড়, বাটন ফোন, থালা-বাঁটি, কমসেটিকস, লাইট, ফ্যান, গ্লাস, জগ, কাপ, রাইস কুকার ও বিভিন্ন প্রকার উপহার দেয়। মূলত, বিক্রয়ে লক্ষ্যমাত্রা পূরণ, নির্দিষ্ট সিগারেটের খালি প্যাকেট জমা, পার্টনার হলে এধরনের উপহার দেয় তামাক কোম্পানি।

মাঠ পর্যায়ে সংগৃহীত তথ্যের মাধ্যমে জানা যায়, তামাক কোম্পানিগুলো বিক্রেতাদেরকে তামাকজাত পণ্য বিক্রয়ে উৎসাহিত করার লক্ষ্যে বিভিন্ন প্রণোদনা, উপহার সামগ্রী প্রদান করছে। তবে লক্ষ্য করা গেছে যে, তামাক কোম্পানি তাদের ব্যবসা সম্প্রসারণের কৌশল হিসাবে ক্রেতাদের চাইতে বিক্রেতাদের মধ্যে উপহার সামগ্রী ও প্রণোদনা প্রদানের হার বৃদ্ধি করেছে। লক্ষ্যনীয় যে, গুরুত্বপূর্ণ ও জনবহুল স্থানে যে সকল বিক্রয়কেন্দ্র অবস্থিত কিংবা অধিক বিক্রয় হয় এধরনের ব্যবসায়ীকে তামাক কোম্পানি ও স্থানীয় ডিলাররা ‘পার্টনার’ করে নিচ্ছে। এছাড়াও তামাক পণ্যের বিক্রয় বাড়াতে তামাকপণ্য বিক্রয়কারীকে নির্দিষ্ট লক্ষ্যমাত্রা (টার্গেট পূরণ) করার মাধ্যমে বিশেষ সুযোগ সুবিধা প্রদান করছে।



তামাক কোম্পানিগুলো তামাক সেবীদেরকেও ফ্রি সিগারেট, আকর্ষণীয় লাইটার, মানিব্যাগ, পিঠের ব্যাগ, কোম্পানির নাম-লোগো ও নির্দিষ্ট ব্র্যান্ডের রং সম্বলিত টি-শার্টসহ বিভিন্ন ধরনের উপহারসামগ্রী প্রদানের মাধ্যমে তামাকজাত দ্রব্যের ব্রান্ড প্রমোশন ও প্রচারণা কার্যক্রম পরিচালনা করছে বিভিন্ন তামাক কোম্পানি। সাধারণ মানুষের মধ্যে আইন সম্পর্কে সুনির্দিষ্ট ধারণা না থাকায় তামাকের বিজ্ঞাপন সম্বলিত টি-শার্ট পরিধান, উপহার সামগ্রী ব্যবহার করছেন যা একধরনের বিজ্ঞাপন বা প্রচারণা হিসেবে কাজ করছে।

## ➤ বিক্রয়কেন্দ্রে সিগারেট ব্যতীত অন্যান্য তামাকজাত পণ্যের বিজ্ঞাপন:



তামাক পণ্যের বিক্রয়কেন্দ্রগুলোতে সিগারেট ছাড়াও অন্যান্য তামাকজাত পণ্য যেমন: বিড়ি, জর্দা, গুল কোম্পানির প্রচারণা লক্ষ্য করা গেছে। এক্ষেত্রে সর্বোচ্চ ৩১% বিড়ি, ৩৫%, জর্দা ও ১৯% গুলের বিজ্ঞাপন লক্ষ্য করা গেছে।

এ সকল বিজ্ঞাপন ও প্রচারণা বেশিরভাগই স্থানীয় বিভিন্ন তামাক কোম্পানি কর্তৃক পরিচালিত হচ্ছে।

## ➤ গবেষণা এলাকায় তামাক নিয়ন্ত্রণে গৃহিত পদক্ষেপ:

জাতীয় তামাক নিয়ন্ত্রণ সেল কর্তৃক আইন বাস্তবায়নে স্থানীয় কর্তৃত্বপ্রাপ্ত কর্মকর্তাদের প্রশিক্ষণ প্রদান এবং বেসরকারী সংস্থাগুলোর নিয়মিত এডভোকেসীর ফলে বিগত দিনের তুলনায় জরিপকৃত এলাকাগুলোতে তামাক নিয়ন্ত্রণ আইন বাস্তবায়ন কার্যক্রম অনেকটা গতিশীলতা পেয়েছে। জরিপের সময়কালে ৩টি জেলা/উপজেলায় তামাক নিয়ন্ত্রণ টাঙ্কফোর্স কমিটির সভা নিয়মিত হয়েছে। তবে সভায় কমিটির অনেক গুরুত্বপূর্ণ সদস্য অনুপস্থিত ছিলেন। সভায় গৃহিত সিদ্ধান্তসমূহ বাস্তবায়নেও সমন্বয়হীনতা লক্ষ্য করা গেছে ফলে অনেক ক্ষেত্রে অন্যান্য কাজের মধ্যে তামাক নিয়ন্ত্রণ গুরুত্ব পায়নি।

| গবেষণা এলাকা     | টাঙ্কফোর্স সভা     | মোবাইল কোর্ট       | অন্যান্য কর্মসূচি             | মন্তব্য                              |
|------------------|--------------------|--------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| নারায়নগঞ্জ সদর  | ✓                  | ৫টি                | আইন সম্পর্কে অর্ধহিত          | বেসরকারী সংগঠনগুলো সক্রিয় রয়েছে    |
| মহম্মদপুর সদর    | ✗                  | ৫টি                | আলোচনা সভা, লিফলেট ক্যাম্পেইন | করোনা পরিস্থিতির কারণে সভা পিছিয়েছে |
| খুলনা সদর        | ✓                  | ১০টি               | বোকাটীকে আইন সম্পর্কে অর্ধহিত | বেসরকারী সংগঠনগুলো সক্রিয় রয়েছে    |
| সাতক্ষীরা পৌরসভা | তথ্য পাওয়া যায়নি | তথ্য পাওয়া যায়নি | লিফলেট ক্যাম্পেইন             | বেসরকারী সংগঠনগুলো সক্রিয় রয়েছে    |
| বরিশাল সদর       | তথ্য পাওয়া যায়নি | তথ্য পাওয়া যায়নি |                               |                                      |
| পিরোজপুর পৌরসভা  | তথ্য পাওয়া যায়নি | তথ্য পাওয়া যায়নি |                               |                                      |

টোকা: জরিপকালীন সময়ে উক্ত এলাকায় তামাক নিয়ন্ত্রণে গৃহিত পদক্ষেপসমূহ।



জানুয়ারি-মার্চ সময়কালে স্থানীয় প্রশাসনের উদ্যোগে নারায়নগঞ্জ সদরে ৫টি, ময়মনসিংহ সদরে ৫টি এবং খুলনা সদরে ১০টি ভ্রাম্যমাণ আদালত পরিচালনা করা হয়েছে। অধিকাংশ ক্ষেত্রেই পাবলিক প্রেসে ধূমপায়ীদেরকে জরিমানা করা হয়, তামাকের বিজ্ঞাপন, প্রচারণাকারী তামাক কোম্পানি, কোম্পানির প্রতিনিধিকে জরিমানা কিংবা শাস্তি প্রদানের হার তুলনামূলক খুবই কম। ব্যবসায়ী/দোকানীকে সামান্য জরিমাণা করলেও কোম্পানি তা পরিশোধ করে দেয় বলে তাদের মধ্যেও আইন না মানার প্রবণতা লক্ষ্য করা গেছে।



## ➤ প্রতিবন্ধকতা:

গবেষণায় নিম্নোক্ত প্রতিবন্ধকতাসমূহ চিহ্নিত করা হয়েছে:

- তামাক নিয়ন্ত্রণ কর্মীকে ভয়-ভীতি দেখানো, নিরাপত্তা ঝুঁকি
- তামাক নিয়ন্ত্রণ আইন সম্পর্কে কর্তৃত্বপ্রাপ্ত কর্মকর্তা ও সাধারণ মানুষের জ্ঞানার পরিধি কম
- জেলা/উপজেলা তামাক নিয়ন্ত্রণ টাঙ্কফোর্স কমিটি আইন বাস্তবায়নে কর্তৃত্বপ্রাপ্ত কর্মকর্তাদের আগ্রহ এবং তদারকির অভাব
- টাঙ্কফোর্স কমিটির ত্রৈমাসিক সভা অনিয়মিত এবং অন্য মিটিংয়ের সাথে যুক্ত করা, সভা আয়োজনে আর্থিক যোগানের ঘাটতি
- জরিপের তথ্য সংগ্রহকারীকে তথ্য প্রদানে ব্যবসায়ীদের অনীহা, অসহযোগিতা ও ভুল তথ্য প্রদান
- জাতীয় তামাক নিয়ন্ত্রণ সেল কর্তৃক জেলা/উপজেলা পর্যায়ে তামাক নিয়ন্ত্রণ কার্যক্রমের তদারকির ঘাটতি এবং জবাবদিহিতা না থাকা

## ➤ সুপারিশসমূহ:

সাম্প্রতিক সময়ে বাংলাদেশের মোট জনগণের ৪৯% জনগোষ্ঠি বয়সে তরুণ। তামাক কোম্পানিগুলো দীর্ঘমেয়াদে ভোক্তা তৈরীতে তরুণ প্রজন্মকেই টার্গেট করে বিভিন্ন উপায়ে আইন বহিঃভূত কার্যক্রম পরিচালনা করছে। বিজ্ঞাপন তামাক সেবনে আকৃষ্ট করে বিধায় আগামী প্রজন্মের স্বাস্থ্য সুরক্ষায় তামাকের সকল প্রকার বিজ্ঞাপন, প্রচারণা ও পৃষ্ঠপোষকতা বন্ধে যথাযথ পদক্ষেপ গ্রহণ অপরিহার্য। বিজ্ঞাপন যে কোন পণ্যে ভোক্তা বৃদ্ধি এবং বাজার বিস্তারের কার্যকর। তামাক কোম্পানিগুলো এ সুযোগের সদ্ব্যবহার করছে। তামাক নিয়ন্ত্রণ আইনের বাস্তবায়নের মাধ্যমে এ ধরনের কার্যক্রম পরিচালনাকারী কোম্পানিগুলোর বিরুদ্ধে কঠোর পদক্ষেপ গ্রহণ করতে হবে।

- তামাক নিয়ন্ত্রণ জেলা/উপজেলা টাঙ্কফোর্স কমিটির সভা নিয়মিতকরণ, সভার সিদ্ধান্ত যথাযথ বাস্তবায়ন করা
- তামাক নিয়ন্ত্রণ আইনের যথাযথ প্রয়োগ নিশ্চিত করা
- নিয়মিত মোবাইল কোর্ট পরিচালনা করা, আইন লঙ্ঘনকারীদেরকে আর্থিক জরিমানার পাশাপাশি জেল প্রদান করা
- আইন বাস্তবায়নে কর্তৃত্বপ্রাপ্ত কর্মকর্তা ও টাঙ্কফোর্স কমিটির কার্যক্রমের জন্য জাতীয় তামাক নিয়ন্ত্রণ সেল হতে কেন্দ্রীয় নির্দেশনা, সহায়তা ও জবাবদিহিতা নিশ্চিত করা
- কর্তৃত্বপ্রাপ্ত কর্মকর্তাদের আইন সম্পর্কে দক্ষতা বৃদ্ধি ও নির্দিষ্ট কাজের রিপোর্টিং ফরমেট তৈরী ও নিয়মিত ফলোআপ করা
- তামাক নিয়ন্ত্রণ আইন লঙ্ঘন কার্যক্রম নিয়মিত মনিটরিং ও তথ্য সংগ্রহে স্থানীয় তামাক বিরোধী সংগঠনগুলোকে যুক্ত ও আর্থিক সহায়তা করার পদক্ষেপ গ্রহণ
- তামাকজাত পণ্য বিক্রয়ে লাইসেন্সিং বাধ্যতামূলক করা
- জনপ্রতিনিধি, প্রশাসন ও রাজনৈতিক ব্যক্তিদের সংযুক্ত করে তামাকের বিরুদ্ধে সামাজিক সচেতনতা বৃদ্ধি করা
- তামাক নিয়ন্ত্রণ আইনের গুরুত্বপূর্ণ ধারা সম্পর্কে জাতীয় ও স্থানীয় পর্যায়ে প্রচারণা বৃদ্ধি করা
- এ ধরনের গবেষণাগুলো সরকারী উদ্যোগে আরো বৃহৎ আকারে পরিচালনা করা দরকার

### ❏ তথ্য বিশ্লেষণ ও প্রতিবেদন প্রণয়ন:

- আবু রায়হান ও শুভ কর্মকার

### ❏ পরামর্শক:

- এড. সৈয়দ মাহবুবুল আলম ও সৈয়দা অনন্যা রহমান

### ❏ কৃতজ্ঞতা স্বীকার:

- বাংলাদেশ তামাক বিরোধী জোট, [www.bata.net.bd](http://www.bata.net.bd)
- এইড ফাউন্ডেশন, [www.aid-bd.org](http://www.aid-bd.org)
- গ্রামবাংলা উন্নয়ন কমিটি, [www.grambanglabd.org](http://www.grambanglabd.org)
- বাংলাদেশ জাতীয় যক্ষ্মা নিরোধ সমিতি (নাটাব), [www.natabbd.org](http://www.natabbd.org)

### ❏ ব্যবহৃত তথ্যসূত্রসমূহ:

1. <http://www.searo.who.int/bangladesh/gatsbangladesh/en/>
2. <https://tobaccoatlas.org/2020/03/10/bangladesh-report/>
3. [https://ntcc.gov.bd/uploads/editor/files/1\\_tobacco\\_control\\_law\\_2005\\_with\\_amendment\\_2013.pdf](https://ntcc.gov.bd/uploads/editor/files/1_tobacco_control_law_2005_with_amendment_2013.pdf)
4. <http://bata.net.bd/news/%e0%a6%a4%e0%a6%be%e0%a6%ae%e0%a6%be%e0%a6%95-%e0%a6%a8%e0%a6%bf%e0%a7%9f%e0%a6%a8%e0%a7%8d%e0%a6%a4%e0%a7%8d%e0%a6%b0%e0%a6%a3%e0%a7%87-%e0%a6%9f%e0%a6%be%e0%a6%b8%e0%a7%8d%e0%a6%95%e0%a6%ab%e0%a7%8b/>
৫. দৈনিক প্রথম আলো, ২৫ এপ্রিল, ২০১৬