

DUHANSKA INDUSTRIJA - DRUŠTVENI MORAL I POSLOVNA ODGOVORNOST

Jelaš, Matea

Graduate thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Applied Sciences RRiF / Veleučilište RRiF**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:198:793161>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Final Examination Papers University of Applied Sciences RRiF - Final Examination Papers and Diploma Papers](#)



VELEUČILIŠTE RRIF
STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ KORPORATIVNE FINACIJE

Matea Jelaš
DIPLOMSKI RAD

DUHANSKA INDUSTRIJA - DRUŠTVENI MORAL I POSLOVNA
ODGOVORNOST

Zagreb, 2024.

VELEUČILIŠTE RRIF

STRUČNI DIPLOMSKI STUDIJ KORPORATIVNE FINACIJE

DIPLOMSKI RAD

**DUHANSKA INDUSTRIJA - DRUŠTVENI MORAL I POSLOVNA
ODGOVORNOST**

Ime i prezime: Matea Jelaš

Matični broj studenta: 194/21-R-SDS

Mentor: dr. sc. Ivor Altaras Penda, izv. prof.

Zagreb, 2024.

DUHANSKA INDUSTRIJA - DRUŠTVENI MORAL I POSLOVNA ODGOVORNOST

U ovom radu istražuje se kompleksna dinamika između duhanske industrije, društvenog morala i poslovne odgovornosti. Analizira se kako duhanska industrija utječe na zdravlje ljudi i društvo u cjelini, te kako se ova industrija prilagođava promjenama u društvenim normama i zakonskim regulativama. Razmatra se etička dimenzija poslovanja duhanske industrije, uključujući marketinške strategije, utjecaj na javno zdravlje i odgovornost prema potrošačima. Rad također istražuje ulogu države i međunarodnih organizacija u reguliranju duhanske industrije i promicanju zdravijih alternativa.

Ključne riječi: Duhanska industrija, društveni moral, poslovna odgovornost, javno zdravlje, marketinške strategije, zakonske regulative, etika, potrošači, država, međunarodne organizacije.

TOBACCO INDUSTRY - SOCIAL MORALITY AND CORPORATE RESPONSIBILITY

This paper explores the complex dynamics between the tobacco industry, social morality, and corporate responsibility. It analyzes how the tobacco industry impacts the health of individuals and society as a whole, and how the industry adapts to changes in social norms and legal regulations. The ethical dimension of the tobacco industry's business practices is examined, including marketing strategies, impact on public health, and responsibility towards consumers. The paper also investigates the role of the state and international organizations in regulating the tobacco industry and promoting healthier alternatives.

Key words: Tobacco industry, social morality, corporate responsibility, public health, marketing strategies, legal regulations, ethics, consumers, state, international organizations

SADRŽAJ

Naslov rada na eng	Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.
SADRŽAJ	6
1. UVOD	1
1.2. Problem istraživanja	4
1.3. Predmet istraživanja	4
1.4. Ciljevi istraživanja.....	5
1.5. Metode istraživanja	5
1.6. Istraživačka pitanja.....	5
2. RAZVOJ DUHANSKE INDUSTRIJE.....	6
2.1. Evolucija duhanskih proizvoda na tržištu.....	8
2.2. Globalni trendovi na tržištu duhana.....	11
2.3. Marketing duhanske industrije	12
2.4. Okolišni utjecaj duhanske industrije i ekološka odgovornost.....	15
3. ETIČKA PITANJA U DUHANSKOJ INDUSTRIJI.....	17
3.1. Moralne dileme promocije duhanskih proizvoda	18
3.2. Eksploatacija radnika na duhanskim farmama	21
3.3. Zdrastveni rizici duhanskih radnika	22
3.4. Uzgoj duhana i dječji rad.....	26
3.5. Testiranje duhanskih proizvoda.....	30
3.6. Etički izazovi u distribuciji i prodaji duhanskih proizvoda.....	33
4.1. Prednosti ograničenja promocije duhana za potrošače.....	38
4.2. Nedostaci promocije duhana duhanske tvrtke	39
4.3. Utjecaj društvenih mreža na promociju duhana i mlade potrošače.....	40
4.4. Prikazivanje pušenja u filmskoj industriji: Etika i utjecaj na mlade	42
5. PHILLIP MORRIS INTERNATIONAL-PRIMJER ETIČKIH DILEMA U MARKETINGU DUHANSKE INDUSTRIJE	45
5.1. Phillip Morris International-poslovni profil	47
5.2. Iskustva u ilegalnoj nabavi duhana.....	49
5.3. Novi duhanski proizvodi i kontrola marketinških aktivnosti	51
5.4. Odgovornost i transparentnost u istraživanju i razvoju novih duhanskih proizvoda	52
6. ZAKLJUČAK	55
LITERATURA:.....	56

1. UVOD

Duhanska industrija, kao jedna od najutjecajnijih industrijskih grana, neprestano izaziva kontroverze u društvu. Pitanje društvenog morala i poslovne odgovornosti postaje sve važnije u kontekstu ove industrije. U ovom završnom radu, istražiti ću temu "Duhanska industrija - društveni moral i poslovna odgovornost" kako bih sagledao složene aspekte ove problematike.

Duhanska industrija je dugogodišnje prisutna i ima veliki utjecaj na globalno gospodarstvo. Međutim, s obzirom na štetne posljedice konzumiranja duhanskih proizvoda na zdravlje ljudi, postavlja se pitanje moralnosti njezine djelatnosti. Kritičari tvrde da duhanska industrija svjesno promovira proizvode koji izazivaju ozbiljne zdravstvene probleme, dok pristaše naglašavaju njezinu legalnost i ekonomsku važnost.

U ovom radu, istražiti ću i analizirati različite aspekte ove teme. Proučiti ću povijest duhanske industrije, njezinu ulogu u globalnom gospodarstvu te tržišne trendove i marketinške strategije koje koristi. Također, fokus će biti usmjeren na moralne dileme koje se pojavljuju u vezi s promocijom i prodajom duhanskih proizvoda.

Poslovna odgovornost duhanske industrije također će biti analizirana u ovom radu. Razmotriti ću mjere koje su poduzete da se smanji štetnost duhanskih proizvoda te edukacija javnosti o njihovim rizicima. Bit će proučene i inicijative usmjerene prema socijalnoj odgovornosti, poput programa podrške zajednici i održivog poslovanja.

1.1. **Obrazloženje teme**

Pušenje je jedna od najčešćih navika koje se mogu spriječiti i koja uzrokuje loše zdravlje, preranu smrt i zdravstvene nejednakosti među ljudima u svijetu. Opet kao jedna od najčešće korištenih tvari ovisnosti u svijetu, duhan je jedan od najvažnijih usjeva koje uzgajaju američki farmeri. To jest, to je bila najvrjednija osnovna izvozna roba iz engleskih američkih kopnenih kolonija i Sjedinjenih Država, pri čemu su potonje dominirale proizvodnjom i izvozom duhanskih proizvoda do 1960-ih godina.

Epidemiološki dokazi o smrtonosnom učinku duhana 1964. postavili su prednost nepovjerenju između dionika proizvodnje duhana i skupina od javnog interesa, što je dovelo do duge borbe između dviju skupina u odnosu na njegovu etičku vrijednost za društvo unatoč velikom doprinosu na gospodarstvo zemalja proizvođača. Svaka država u svijetu odgovorila je na potencijalne rizike konzumacije duhana donošenjem zakona koji reguliraju upotrebu duhana, pri čemu se većina državnih vlada oslanjala na visoke poreze kako bi obeshrabrila upotrebu duhana, ignorirajući druge aspekte kao što je marketing, dakle 5,5 bilijuna popušanih cigareta godišnje u cijelom svijetu.

Glavna zabrinutost za marketing duhana kao potencijalno štetnih proizvoda (PHP) porasla je posljednjih godina kao nikada prije, osobito u zemljama u razvoju. Međutim, s obzirom da su zemlje u razvoju u tom segmentu ranjiva komponenta zbog nedostatke upućenosti potrošača u štetnost duhanskih proizvoda, javile su se kontroverze oko marketinga duhana u tim područjima.

Početak ozbiljne etičke dileme povezan prodajom i marketingom duhana započeo je u veljači 1989. kada je R.J. Reynolds uveo novu cigaretu s mentolom poznatu kao Uptown na testno tržište u Philadelphiji, koja se smatrala ranjivom zbog svog urbanog crnog sastava. Upravo je ovaj korak potaknuo prosvjede civilnog društva i drugih skupina od javnog interesa, koje su se gorko žalile na očito i nepravedno iskorištavanje RJR-a ionako ranjive skupine potrošača u Philadelphiji. Prosvjednici su posebno vjerovali da RJR Company i njoj slični nikada nisu trebali pridonijeti daljnjem pogoršanju zdravstvenih standarda urbane crnačke zajednice kao rezultat bolesti uzrokovanih navikama pušenja duhana.

Mnogi su se proizvođači suočili sa sličnim prosvjedima ili preprekama u svom pokušaju proizvodnje i prodaje duhanskih proizvoda, posebno skupini koja se smatra ranjivom; manjinske skupine u razvijenim zemljama i stanovnici zemalja u razvoju koji se smatraju ugroženima zbog slabe javne politike u vezi s marketingom i potrošnjom duhana.

Neki od elemenata politike kontrole duhana u zemljama u razvoju prema mnogim stručnjacima za javno zdravstvo su neadekvatni u kontroli potrošnje duhana među ranjivim skupinama. Politikama se možda bavi ponuda i potražnja u duhanskoj jednadžbi, te da "kontrola" ponude uključuju ograničavanje prodaje i uvoza duhana, kao i politike podrške alternativnim usjevima ili sredstvima za život.

Ponudbena strana kontrole podrazumijeva ograničavanje prodaje duhana i podupiranje alternativnih izvora života, dok se potražnja usredotočuje na oporezivanje, potpune i djelomične zabrane nekih oblika marketinga duhana poput reklama, zona s ograničenim pušenjem, ograničavanje prodaje za maloljetnike, zdravstvena upozorenja, ograničenja sastojaka i pružanje dostupnih nikotinskih nadomjesnih terapija.

1.2. Problem istraživanja

Problem istraživanja odnosi se na niz upitnih moralnih i društvenih dilema i kritika prema duhanskoj industriji i njihovim proizvodima u odnosu na okoliš i zdravlje potrošača. Ovdje se poseban naglasak stavlja na eksploataciju ove industrije u domeni marketinga i upitnosti etike oglašavanja takvih proizvoda. Pitanje eksploatacije djece i radnika na duhanskim farmama, zdravstveni rizici koje uzrokuju duhanski proizvodi te njihova štetnost na atmosferu i okoliš, kao i u konačnici sama promocija takvih proizvoda glavna su etička pitanja i moralne dileme kojima će se bavi ti ovaj diplomski rad.

1.3. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja proizlazi iz problema istraživanja i obuhvaća distinkciju etičkih dilema koje se implementiraju u duhanskoj industriji, od same njegove proizvodnje, do promocije i prodaje. Njezine glavne domene su eksploatacija radnika pri proizvodnji duhana na duhanskim farmama, zagađivanje okoliša i zdravlja potrošača konzumacijom duhanskih proizvoda te pitanje same promocije takvih proizvoda koji su inicijalno štetni i mogu biti pogubni za ljudsko zdravlje. Stoga se problem istraživanja odnosi na moralne dvojbe u društvenoj percepciji poslovanja sa duhanom iz kojih su u određenim slučajevima (kao u primjeru studije slučaja obrađenom u diplomskom radu) proizašle nemoralne i relativno ilegalne poslovne aktivnosti koje su imale za posljedicu poslovnu odgovornost duhanskih tvrtki (ilegalna nabava duhana, kontrola tržišta).

1.4. Ciljevi istraživanja

U određivanju ciljeva istraživanja definirani su glavni i pomoćni ciljevi istraživanja. Glavni cilj istraživanja je definirati i raščlaniti etičke dileme u duhanskoj industriji kroz razradu teorijske problematike etičke i društvene odgovornosti prema zaštiti zdravlja i okoliša utjecajem duhanskih proizvoda. Cilj je također i na aplikativnom primjeru moralnih rasprava o promociji takvih proizvoda prikazati etičnost prodaje duhanskih proizvoda i poslovnu odgovornost za implementaciju neprihvatljivih poslovnih aktivnosti

1.5. Metode istraživanja

U radu će se koristiti u različitim kombinacijama sljedeće znanstvene metode: deskriptivna metoda, metoda generalizacije, metoda ukazivanja na prednosti i nedostatke, induktivna i deduktivna metoda te metode analize i sinteze. U analizi studije slučaja primijenit će se deskriptivna analiza, semantička analiza sadržaja te kvalitativna metoda reinterpetacije nastalih događaja.

1.6. Istraživačka pitanja

Iz definiranih ciljeva istraživanja mogu se determinirati istraživačka pitanja:

IP1. Kako je evolucija duhanskih proizvoda doprinijela njihovoj eksponencijalnoj egzistenciji?

IP2. Kakvi su globalni trendovi u duhanskoj industriji?

IP3. Koja su glavna etička pitanja u konzumaciji duhanskih proizvoda?

IP4. Kakve su regulatorne restrikcije u promociji duhanskih proizvoda?

IP5. Koje sve štetne učinke konzumacija duhanskih proizvoda ima na čovjeka i okoliš?

2. RAZVOJ DUHANSKE INDUSTRIJE

Razvoj duhanske industrije započeo je mnogo stoljeća unatrag, kada su duhanski proizvodi bili nepoznati i rijetko konzumirani. Kroz vjekove, uz brojne inovacije i tehnološki napredak, duhanska industrija je postala jedan od najznačajnijih sektora u gospodarstvu, donoseći značajne ekonomske dobitke i stvarajući veliki broj radnih mjesta diljem svijeta.

Suvremeno stanje duhanske industrije obuhvaća niz složenih aspekata. To uključuje promjene u regulaciji, potrošačke navike, marketinške strategije, zdravstvene implikacije i društveni utjecaj. Mnoge zemlje su uvelike proširile regulaciju duhanskih proizvoda s ciljem smanjenja potrošnje i štetnih učinaka na zdravlje. S druge strane, industrija se prilagođava novim trendovima i izazovima, razvijajući alternative poput elektroničkih cigareta ili proizvoda smanjene štetnosti.¹

Istraživanje razvoja i suvremenog stanja duhanske industrije nužno uključuje analizu ekonomskih, društvenih i zdravstvenih aspekata. Treba sagledati tržišne trendove, utjecaj industrije na lokalne zajednice, politike regulacije, ulogu marketinških strategija u oblikovanju potrošačkih navika te rezultate znanstvenih istraživanja o štetnosti duhanskih proizvoda.

Kroz detaljnu analizu povijesti, inovacija, društvenih promjena i trenutnih trendova, možemo dobiti cjelovitu sliku razvoja i suvremenog stanja duhanske industrije. Razumijevanje tih faktora ključno je za donošenje informiranih odluka, formuliranje politika te promicanje zdravlja i društvene odgovornosti u kontekstu ove industrije.

Duhan je drevna biljka koja je već tisućama godina korištena u različitim dijelovima svijeta. Dokazi pokazuju da je duhan prvi put otkriven i korišten od strane starosjedioca Mezoamerike i Južne Amerike prije više od 12.000 godina, što je mnogo prije nego što su europski doseljenici upoznali tu biljku. Dolazak Španjolske u Ameriku unio je duhan u Europu, gdje je brzo postao unosna roba i popularna navika pušenja.²

Arheološki nalazi i povijesni izvještaji svjedoče o važnosti duhana u različitim kulturama i njegovom trgovinskom značaju. Pušenje duhana postalo je običaj među istočno sjevernoameričkim plemenima, koristeći ga u svetim ceremonijama, ugovorima i ritualima.

¹ Bauk, M. (2015). Povijest duhana. Sveučilište u Zagrebu, str. 25

² Ibid.

Unatoč povremenim spominjanjima pušenja u grčkoj, rimskoj i španjolskoj kulturi prije otkrića Novog svijeta, duhan je bio potpuno nepoznat Europljanima.

Nakon dolaska Europljana u Ameriku, duhan je postao središnji proizvod koji je poticao kolonizaciju i igrao ključnu ulogu u ekonomskim i društvenim promjenama. Uvođenje duhana u Europu od strane Španjolaca i njegov brzi rast u trgovini jasno pokazuju njegov utjecaj i širenje diljem svijeta. U 1881. godini, James Bonsack, strastveni obrtnik, izumio je revolucionarni stroj koji je značajno promijenio proizvodnju cigareta. Umjesto ručnog valjanja, Bonsackov stroj je automatizirao proces rezanja i omatanja duhana. Stroj je precizno sjeckao duhan te ga ubacivao u dugu papirnatu cijev, koju je zatim savio i rezao na pojedinačne cigarete. Ovaj inovativni stroj radio je trinaest puta brže od ručnog valjka cigareta, što je dovelo do značajnog rasta duhanske industrije sve do 20. stoljeća.³

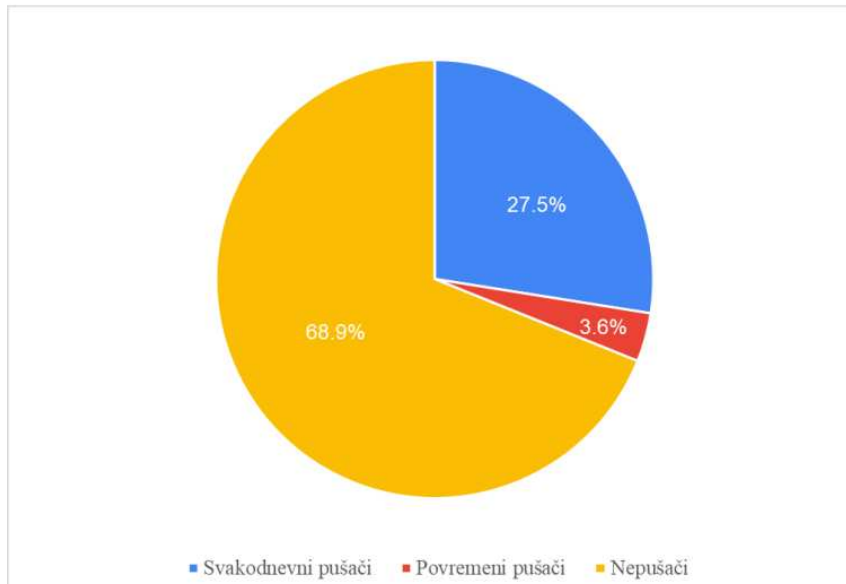
Međutim, tijekom tog razdoblja, znanstvena istraživanja otkrila su ozbiljne zdravstvene posljedice pušenja i upotrebu kemijskih aditiva u duhanskim proizvodima. U Sjedinjenim Državama, Zakon o kontroli duhana, usvojen 2009. godine, dao je Upravi za hranu i lijekove (FDA) ovlasti da regulira proizvodnju, distribuciju i marketing duhanskih proizvoda u svrhu zaštite javnog zdravlja. Važno je napomenuti da je duhan kroz povijest imao i medicinsku primjenu, kao što je primjerice klistir duhanskog dima koji se koristio za reanimaciju žrtava utapanja u 18. stoljeću.⁴

Također, ekonomski utjecaj bolesti duhanskog mozaika bio je poticaj za istraživanje, što je rezultiralo izolacijom virusa mozaika duhana, prvog identificiranog virusa. Wendell Meredith Stanley je za svoj rad na kristalizaciji virusa i dokazivanju njegove aktivnosti dobio Nobelovu nagradu za kemiju 1946. godine.

³ Ibid.

⁴ Ibid.

Slika 1: Struktura pušača i ne pušača 2018.godine



Izvor: Hrvatski zavod za javno zdravstvo (2018).

2.1. Evolucija duhanskih proizvoda na tržištu

U svijetu duhanske industrije, evolucija duhanskih proizvoda predstavlja fascinantan put transformacije tijekom proteklih desetljeća. Od tradicionalnih oblika poput cijelih listova duhana do modernih, tehnološki naprednih proizvoda, duhanske kompanije su neprestano inovirale kako bi zadovoljile zahtjeve i promjene u potrošačkim preferencijama.

Počevši od jednostavnih duhanskih cigara, tržište je svjedočilo širokom spektru novih oblika i vrsta proizvoda. Od rastuće popularnosti cigareta s filterom u 20. stoljeću do širenja asortimana s raznim okusima, duhanske kompanije su prilagođavale svoje proizvode kako bi privukle nove skupine potrošača i zadržale postojeću bazu korisnika.⁵

S razvojem tehnologije, elektronske cigarete su se pojavile kao alternativa tradicionalnom pušenju. Ove napredne uređaje karakteriziraju baterije, grijači i spremnici za tekućine s nikotinom, omogućujući korisnicima da udišu aerosol koji simulira iskustvo pušenja bez

⁵ Burns, E. (2007). *The Smoke of the Gods: A Social History of Tobacco*. Temple University Press, str. 125

izgaranja duhana. Ova nova generacija proizvoda izazvala je znatan utjecaj na tržište i promijenila način na koji ljudi konzumiraju duhan.

S druge strane, u skladu s rastućim svjesnošću o zdravlju i okolišu, pojavili su se i proizvodi za smanjenje štetnosti, poput žvakaćeg duhana, oralnih vrećica i raspršivača. Ovi proizvodi omogućuju korisnicima da zadovolje svoju potrebu za nikotinom na manje štetan način, dok istovremeno minimiziraju izloženost dimu i ostalim štetnim tvarima koje su karakteristične za tradicionalno pušenje.

Evolucija duhanskih proizvoda na tržištu također je pratila regulatorne promjene. Uvođenje zakonskih propisa koji zabranjuju pušenje na javnim mjestima, uvođenje upozoravajućih natpisa na pakiranjima cigareta i povećanje poreza na duhanske proizvode samo su neki od primjera mjera koje su donesene kako bi se smanjila upotreba duhana i zaštitilo zdravlje javnosti.⁶

Kroz evoluciju duhanskih proizvoda, jasno je da industrija neprestano prilagođava svoje ponude prema promjenama u dru uštvenim preferencijama, zdravstvenim saznanjima i regulatornim okvirima. Osim toga, istraživanje i razvoj novih tehnologija i sastojaka omogućavaju stvaranje inovativnih proizvoda koji mogu zadovoljiti različite potrebe potrošača.

Uzimajući u obzir evoluciju duhanskih proizvoda na tržištu, važno je sagledati i njihov utjecaj na društvo i javno zdravlje. Dok su neki novi proizvodi možda manje štetni od tradicionalnog pušenja, važno je pravilno informirati potrošače o potencijalnim rizicima i pružiti im alate za donošenje informiranih odluka o vlastitom zdravlju.

Evolucija duhanskih proizvoda na tržištu također je prati trend sve veće svijesti o poslovnoj odgovornosti i društvenom moralu. Duhanske kompanije suočavaju se s pritiscima da usklade svoje poslovanje s održivim praksama, podrže kampanje za prestanak pušenja i ulože u programe za prevenciju pušenja.⁷

Kroz sve ove promjene, evolucija duhanskih proizvoda na tržištu odražava šire društvene trendove, zdravstvene prioritete i zakonske regulative. Njihova transformacija i prilagodba su neizbježni dio industrijskog razvoja i nastojanja da se postigne ravnoteža između potreba potrošača, javnog zdravlja i održivosti.

⁶ Ibid.

⁷ Ibid.

Evolucija duhanskih proizvoda na tržištu također je dovela do pojave novih oblika i formata konzumacije duhana koji nisu spomenuti u prethodnom tekstu. Na primjer, s razvojem tehnologije i društvenih trendova, pojavile su se tzv. "društvene" ili "moderne" duhanske proizvode koji se konzumiraju na alternativne načine, često povezane s druženjem i zabavom.

Jedan takav primjer su nargile ili vodene lule, koje su postale popularne među mladima u mnogim dijelovima svijeta. Nargila predstavlja tradicionalnu metodu pušenja duhana koja uključuje filtriranje dima kroz vodu prije udisanja. Ovaj oblik konzumacije duhana stekao je privlačnost zbog društvenog aspekta, gdje se nargila često dijeli među prijateljima ili obitelji tijekom opuštenih okupljanja.⁸

Također, u posljednjim godinama, na tržištu su se pojavile i alternativne tehnologije zagrijavanja duhana koje se nazivaju "heat-not-burn" proizvodi. Ovi proizvodi koriste posebne uređaje koji zagrijavaju duhanski materijal dovoljno da stvara aerosol, ali ne i dim, čime se smanjuje izloženost štetnim tvarima u usporedbi s tradicionalnim pušenjem.

Nadalje, s rastom interesa za prirodne i organske proizvode, neke su duhanske kompanije razvile proizvode koji koriste prirodne sastojke i minimalan broj aditiva. Ovi proizvodi ciljaju potrošače koji žele smanjiti izloženost kemikalijama i umjetnim sastojcima koji su prisutni u tradicionalnim cigaretama.

Važno je napomenuti da se s pojavom novih oblika duhanskih proizvoda pojavljuju i nove debate o njihovoj sigurnosti i utjecaju na zdravlje. Iako neki od ovih proizvoda mogu predstavljati manji zdravstveni rizik u usporedbi s tradicionalnim cigaretama, istraživanja i dalje trebaju pratiti njihov dugoročni utjecaj na zdravlje korisnika.⁹

Ukupno gledajući, evolucija duhanskih proizvoda na tržištu odražava dinamičan odnos između potrošačkih preferencija, tehnoloških inovacija, društvenih trendova i regulatornih okvira. Tržište duhanskih proizvoda nastavlja se mijenjati kako bi se prilagodilo zahtjevima i očekivanjima potrošača, a istovremeno ostaje izazov za društvo u suočavanju s njihovim utjecajem na zdravlje i javno blagostanje.

⁸ Chapman, M., & Shatenstein, P. (2001). *Ethical Dilemmas in Management*, New York, Routledge. str. 71

⁹ Ibid.

2.2. Globalni trendovi na tržištu duhana

Globalni trendovi na tržištu duhana pokazuju dinamične promjene i utjecaj koji se protežu širom svijeta. Uzimajući u obzir specifičnosti različitih regija i kultura, možemo primijetiti nekoliko ključnih trendova koji oblikuju industriju duhana na globalnoj razini.

Jedan od značajnih globalnih trendova je sve veći naglasak na smanjenju potrošnje duhana i promicanju zdravijih alternativa. Brojne države i organizacije sve više ulažu u kampanje za prevenciju pušenja i edukaciju javnosti o štetnim učincima duhanskog proizvoda. Paralelno s tim, sve veća popularnost i potražnja za bezdimnim proizvodima kao što su elektronske cigarete i isparivači reflektira rastuću svijest o zdravom stilu života.¹⁰

Također, tržište duhana svjedoči sve većoj brizi za održivost i ekološku odgovornost. Proizvođači duhana sve više prepoznaju potrebu za održivim uzgojem i proizvodnjom duhana, te se posvećuju implementaciji ekološki prihvatljivih praksi i certifikacija koje jamče očuvanje okoliša.

Digitalna transformacija također igra važnu ulogu u globalnim trendovima na tržištu duhana. Online platforme za prodaju duhanskih proizvoda, društvene mreže i digitalni marketing postali su neizostavan dio promocije i distribucije duhanskih proizvoda. Ovo je omogućilo pristup širem tržištu i interakciju s potrošačima na globalnoj razini.

U suvremenom svijetu, tržište duhana podvrgnuto je brojnim globalnim trendovima koji oblikuju industriju i navike potrošača diljem svijeta. Promjene u potražnji, regulativnim okvirima, društvenoj svijesti i tehnološkom napretku utječu na način na koji se duhanski proizvodi proizvode, promoviraju i konzumiraju.¹¹

Jedan od ključnih globalnih trendova je sve veća svijest o štetnim posljedicama pušenja po zdravlje. Zbog toga sve više država provodi strože zakone i propise koji ograničavaju oglašavanje duhanskih proizvoda, uvode obvezne upozoravajuće natpise i poduzimaju mjere za smanjenje pušenja među stanovništvom.

Osim toga, globalni trendovi ukazuju na porast interesa za alternativne oblike pušenja, poput elektronskih cigareta ili uređaja za zagrijavanje duhana. Ti proizvodi nude potrošačima

¹⁰ Chapman, M., & Shatenstein, P. (2001). *Ethical Dilemmas in Managemet*, New York, Routledge. str. 70

¹¹ Ibid.

moćnost zadovoljavanja svojih potreba za nikotinom na manje štetan način u usporedbi s tradicionalnim cigaretama.

Društvena odgovornost i održivost također postaju sve važniji aspekti globalnih trendova na tržištu duhana. Potrošači traže proizvode od kompanija koje promiču etičke i ekološki prihvatljive prakse te podržavaju projekte za zaštitu okoliša i društveno korisne inicijative.

Digitalna transformacija također igra značajnu ulogu u globalnim trendovima duhanske industrije. Online platforme za prodaju i oglašavanje duhanskih proizvoda omogućavaju lakši pristup potrošačima diljem svijeta, dok tehnološka inovacija u proizvodnji i distribuciji omogućava brže i učinkovitije procese.¹²

U svjetlu tih globalnih trendova, važno je proučiti njihov utjecaj na tržište duhana i analizirati kako se industrija prilagođava novim zahtjevima i potrebama potrošača. Razumijevanje ovih trendova omogućuje bolje predviđanje budućih promjena i omogućuje donošenje informiranih odluka u industriji duhana.

Ukratko, globalni trendovi na tržištu duhana obuhvaćaju sve veći naglasak na smanjenju potrošnje duhana, povećanu svijest o zdravlju i održivosti, te digitalnu transformaciju koja mijenja način na koji se proizvodi i promovira duhanski proizvod na globalnoj razini. Ovi trendovi postavljaju nove izazove i prilike za industriju duhana u svjetskom kontekstu.

2.3. Marketing duhanske industrije

Još 1947. godine, kao i u kasnijim razdobljima, proizvođači cigareta koristili su sliku Djeda Božićnjaka u svojim reklamama. Fotografije Djeda Božićnjaka, koji je posebno privlačan djeci, bile su korištene kako bi se djeca potaknula da povjeruju u pušenje. Ovo je još jedan primjer kako su duhanske tvrtke suptilno pokušale utjecati na mlađu populaciju i stvoriti potencijalne potrošače među njima (AMA, 2021.). Prva takva fotografija nastala je 1947. godine, a slične reklame s Djedom Božićnjakom koji promovira cigarete postojale su i prije toga.

Promjene u načinu oglašavanja u duhanskoj industriji su vidljive tijekom desetljeća, počevši od 1950-ih do danas. U tom razdoblju oglašavanja u duhanskoj industriji, primjećuje se da su

¹² Burns, E. (2007). *The Smoke of the Gods: A Social History of Tobacco*. Temple University Press, Philadelphia. str. 45

televizijske reklame za cigarete bile vrlo prisutne, a ograničenja u oglašavanju su bila rijetka jer su gotovo sve reklame prikazivale duhanski dim, pušače i kutije cigareta (AMA, 2021.).

U to vrijeme oglašavanje duhana i duhanskih proizvoda još nije bilo zakonski regulirano, pa su proizvođači i marketinške tvrtke agresivno koristili sve dostupne medijske kanale, posebno televiziju koja je tada bila u velikom porastu. Nedostatak propisa doveo je do vrlo neobičnih reklama, poput reklamiranja cigareta u crtanim filmovima.

U industriji duhana, primjenjuje se taktika iskustvenog marketinga kao način poticanja potrošača da dožive ili komuniciraju s markom na različitim rekreacijskim mjestima i događajima, kao što su glazbeni festivali, restorani ili posebni klubovi - ovo je dugo bila strategija koju je koristila duhanska industrija. Interni dokumenti duhanskih tvrtki otkrivaju da su desetljećima koristile ovakav oblik marketinga kako bi potaknule mlade ljude da eksperimentiraju s duhanom i povećaju njegovu potrošnju, infiltrirajući se u njihove društvene aktivnosti i normalizirajući upotrebu duhana.¹³

Prije 1998. godine, duhanskim tvrtkama bilo je dopušteno sponzorirati različite događaje poput koncerata i festivala. Međutim, Nakon Glavnog sporazuma o nagodbi iz 1998., tvrtkama koje proizvode cigarete i bezdimne duhanske proizvode zabranjeno je sponzoriranje sportskih, glazbenih i kulturnih događaja. Ipak, zakoni i dalje dopuštaju prisustvo duhanskih tvrtki na tim događajima.

Na primjer, duhanska tvrtka može postaviti brendirani kamion za pušače samo za odrasle na sportskom događaju. Obiteljski zakon o prevenciji pušenja i kontroli duhana iz 2009. godine također uvodi ograničenja u pogledu načina na koji duhanske tvrtke mogu promovirati proizvode putem iskustvenog marketinga.

Zakon zabranjuje konzumiranje duhanskih proizvoda (osim bezdimnih duhanskih proizvoda u objektima samo za odrasle) i proširuje ograničenja na sponzorstva s markom duhana, neduhanske artikle s markom duhana, zabranjujući besplatno dijeljenje uzoraka cigareta, sponzoriranje sportskih, zabavnih, društvenih ili kulturnih događanja te zabranu promotivnih materijala bez duhanske oznake.¹⁴

Kroz mnogo godina i tijekom promjena u regulativnom okruženju, razni ugostiteljski objekti poput barova, klubova, koncerata i drugih događanja postali su popularna odredišta za

¹³ Chapman, M., & Shatenstein, P. (2001). *Ethical Dilemmas in Managemet*, New York, Routledge. str. 50

¹⁴ Gately, I. (2001). *Tobacco: A cultural hitory of how an exotic plant seduced civilization*. London, Simon & Schuster, str. 92

iskustveni marketing duhanskih proizvoda. Duhanski proizvodi koji ne uključuju pušenje ili izgaranje suočavaju se s manje ograničenjima kada je riječ o iskustvenom marketingu. Primjerice, trenutno ne postoje ograničenja za sponzoriranje sportskih, glazbenih ili kulturnih događaja od strane duhanskih proizvoda koji nisu cigarete, kao što su cigare, e-cigarete i nargile.

Pored toga, do 2016. godine nije bilo zabrane za besplatno dijeljenje uzoraka tih proizvoda, dok je besplatno dijeljenje uzoraka tradicionalnog bezdimnog duhana u prostorima samo za odrasle i dalje legalno. Evo nekoliko primjera kako tvrtke koriste iskustveni marketing za promociju duhanskih proizvoda koji nisu cigarete.¹⁵

Tvrtka za cigare, Swisher Sweets, organizira događaje u sklopu svog Swisher Sweets Artist Project, marketinške kampanje koja uključuje glazbene događaje s novim umjetnicima. Ovi događaji uključuju pop-up nastupe u trgovinama pod nazivom "Convenience Store Sessions" i koncerte u odabranim gradovima poznate kao "Swisher Sweets Paketne noći" (Truth Initiative, 2022.).

Ti događaji se održavaju diljem zemlje i prate ih Swisher Sweets reklame, prikazi i odjeća. Ulaznice za određene paketne lokacije uključuju vaučere za pakete određenih Swisher Sweets cigara i cigarilosa. Na drugim paketnim događanjima sudionici mogu dobiti posebnu opremu i poklone.

U kontekstu marketinških aktivnosti, duhanska industrija je izuzetno intrigantna zbog mnogobrojnih ograničenja i zabrana vezanih za promociju duhanskih proizvoda. Marketinške tehnike i strategije koje se koriste za promociju proizvoda duhanske industrije, posebno cigareta koje su najčešći proizvod ove industrije, su se s vremenom znatno promijenile kako bi se pridržavale novih pravila o oglašavanju u duhanskom sektoru. Iako su prisutne mnoge zabrane i ograničenja u vezi s oglašavanjem, duhanske tvrtke su prilagodile svoje marketinške tehnike novim propisima o oglašavanju.

¹⁵ Ibid., str. 93

2.4. Okolišni utjecaj duhanske industrije i ekološka odgovornost

Okolišni utjecaj duhanske industrije i ekološka odgovornost predstavljaju važne aspekte koji su često podcijenjeni u raspravama o duhanskim proizvodima. Ovaj segment istraživanja će se fokusirati na razmatranje različitih aspekata vezanih za proizvodnju, distribuciju i odlaganje duhanskih proizvoda te njihov utjecaj na okoliš, kao i na važnost ekološke odgovornosti duhanske industrije.

Proces uzgoja duhana zahtijeva upotrebu različitih agrokemikalija, uključujući pesticide i herbicide, kako bi se osigurala veća količina i kvaliteta duhanske biljke. No, ova praksa može rezultirati zagađenjem tla i vode, uzrokovati smanjenje bioraznolikosti i imati negativne učinke na ekosustave.¹⁶

Veliki dio duhanskog lišća dolazi iz zemalja u razvoju, gdje se često koriste šume kao izvor duhana. Neodgovorno sječenje šuma za uzgoj duhana može dovesti do deforestacije i gubitka staništa za mnoge biljne i životinjske vrste.

Proizvodnja duhanskih proizvoda: Proces proizvodnje cigareta i drugih duhanskih proizvoda može generirati znatnu količinu otpada, uključujući ambalažu, filtere i industrijski otpad. Otpad od duhanskih proizvoda može sadržavati toksične kemikalije koje predstavljaju prijetnju za okoliš ako se ne zbrinu odgovarajućim metodama.

Pušenje duhana generira otrovne tvari koje se ispuštaju u okoliš kroz dim duhanske cigarete. Pasivno pušenje izložava ljude i životinje štetnim tvarima, dok dim duhana također može doprinijeti zagađenju zraka u zatvorenim prostorima i javnim mjestima.

Otpad od duhanskih proizvoda, uključujući opuške i ambalažu, može završiti kao smeće u prirodi, što predstavlja dodatni okolišni problem. Plastični filtri od cigareta otporni su na razgradnju i često završe u oceanima i vodotocima, predstavljajući ozbiljnu prijetnju za morski život.

Kako svijest o okolišnim pitanjima raste, važnost ekološke odgovornosti duhanske industrije postaje ključna. Tvrtke u ovoj industriji moraju preuzeti odgovornost za smanjenje negativnih

¹⁶ Aftab, M., Kolben, D., & Lurie, P. (1999). International labeling practices for cigarettes. *Tobacco Control*, VII, (4), str. 368

utjecaja na okoliš putem održivih praksi u uzgoju, proizvodnji, pakiranju i odlaganju duhanskih proizvoda.¹⁷

Promicanje ekološke odgovornosti u duhanskoj industriji uključuje smanjenje upotrebe agrokemikalija, implementaciju održivih metoda uzgoja duhana, smanjenje otpada, poticanje recikliranja i poduzimanje inicijativa za smanjenje deforestacije. Također, edukacija pušača i javnosti o ekološkim posljedicama duhanskih proizvoda može pomoći u stvaranju svijesti o važnosti očuvanja okoliša i promicanju odgovornijeg ponašanja prema prirodi.

Uzgoj duhana zahtijeva velike količine vode, što može dovesti do iscrpljivanja lokalnih vodnih resursa i smanjenja dostupnosti pitke vode za lokalno stanovništvo. Također, upotreba pesticida i herbicida može dovesti do onečišćenja vodotokova i vodenih ekosustava, što ima negativan utjecaj na biljni i životinjski svijet.

Štetni učinci agrokemikalija i krčenje šuma za uzgoj duhana mogu imati ozbiljne posljedice na divlje životinje koje ovise o očuvanim staništima. Smanjenje bioraznolikosti i gubitak staništa može dovesti do smanjenja broja vrsta i povećanja ugroženosti mnogih životinjskih vrsta.¹⁸

Duhanska industrija također doprinosi klimatskim promjenama putem emisija stakleničkih plinova. Procesi proizvodnje, prerade i distribucije duhanskih proizvoda rezultiraju emisijom CO₂ i drugih plinova koji pridonose globalnom zagrijavanju i promjeni klime.

Duhanska industrija često ima utjecaj na lokalne zajednice u kojima se uzgaja duhan i proizvode duhanski proizvodi. Osim ekoloških izazova, tvrtke imaju etičku odgovornost prema tim zajednicama kako bi osigurale da njihove prakse ne ugrožavaju dobrobit lokalnog stanovništva i da doprinose održivom razvoju tih područja.

U jednom životnom primjeru, duhanska industrija može imati značajan utjecaj na lokalnu zajednicu i okoliš kroz politiku otkupa duhana od poljoprivrednika. Pretpostavimo da se u jednom ruralnom području duhan smatra glavnom poljoprivrednom kulturom, a veliki broj poljoprivrednih gospodarstava oslanja se na uzgoj duhana kako bi osigurali svoj prihod.¹⁹

Unatoč činjenici da uzgoj duhana može biti unosan za poljoprivrednike, duhanska industrija ponekad nameće neodržive zahtjeve u pogledu količine duhana koju poljoprivrednici moraju proizvesti. Kako bi zadovoljili te zahtjeve, poljoprivrednici često prelaze na intenzivniji uzgoj

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Ibid.

duhana, koristeći više pesticida i agrokemikalija kako bi povećali prinose. To može rezultirati iscrpljivanjem tla i zagađenjem okoliša, što ima negativan utjecaj na lokalni ekosustav i kvalitetu vode.

Osim toga, ovisnost poljoprivrednika o uzgoju duhana može dovesti do gubitka bioraznolikosti na farmama. Budući da duhan postaje dominantna kultura, poljoprivrednici možda napuštaju tradicionalne i održive prakse uzgoja drugih poljoprivrednih kultura, što može negativno utjecati na lokalni biljni i životinjski svijet.²⁰

S druge strane, ova situacija također može stvoriti ekonomsku ovisnost cijele zajednice o duhanskoj industriji. Ukoliko postoji nagli pad potražnje za duhanskim proizvodima ili promjene u politici otkupa, poljoprivrednici i lokalna zajednica mogu biti ozbiljno pogođeni, što može imati dugoročne posljedice za ekonomiju i životni standard u području.

Važno je naglasiti da ekološka odgovornost duhanske industrije igra ključnu ulogu u zaštiti lokalnih ekosustava i održivosti okoliša. Duhanska industrija mora surađivati s poljoprivrednicima kako bi poticala održive prakse uzgoja, smanjila upotrebu pesticida i agrokemikalija te poticala raznolikost kultura kako bi se sačuvala bioraznolikost i zaštitio okoliš za buduće generacije.

3. ETIČKA PITANJA U DUHANSKOJ INDUSTRIJI

U duhanskoj industriji, postoji niz etičkih pitanja koja izazivaju rasprave i kontroverze. Jedno od ključnih pitanja je povezano s utjecajem duhanskih proizvoda na zdravlje ljudi. S obzirom na obilne dokaze o štetnosti pušenja i razvoju ozbiljnih bolesti poput raka pluća, srčanih bolesti i kroničnih plućnih bolesti, mnogi se pitaju je li etički da duhanske tvrtke nastavljaju proizvoditi i promovirati proizvode koji nanose štetu zdravlju korisnika.²¹

Drugo etičko pitanje odnosi se na ciljno tržište duhanskih proizvoda. Postoji zabrinutost da se duhanske tvrtke posebno usmjeravaju prema mlađoj populaciji, koristeći marketinške taktike koje su atraktivne mladima i potiču ih da počnu pušiti. Ovo podiže pitanje odgovornosti duhanske industrije prema zaštiti zdravlja mladih ljudi i očuvanju njihovog dobrobiti.

²⁰ Ibid.

²¹ Ashley, M. J. (2003). What the public thinks about the tobacco industry and its products. *Tobacco Control*, XII, (4), str. 396

Također, jedno od važnih etičkih pitanja u duhanskoj industriji je transparentnost i iskrenost u vezi s informacijama o štetnosti duhanskih proizvoda. Postoje optužbe da su duhanske tvrtke namjerno prikrivale ili umanjivale dokaze o štetnosti pušenja kako bi zadržale svoje tržište i profitabilnost. To postavlja pitanje integriteta i odgovornosti duhanske industrije prema potrošačima i društvu u cjelini.

Nadalje, društvena odgovornost duhanske industrije također je pitanje koje se često ističe. Duhanske tvrtke suočavaju se s kritikama zbog svoje uloge u poticanju ovisnosti o nikotinu, negativnog utjecaja na okoliš i nedovoljnih napora u podržavanju programa za odvikavanje od pušenja i promoviranju zdravog načina života.²²

U cjelini, etička pitanja u duhanskoj industriji zahtijevaju pažljivo razmatranje i angažman svih dionika kako bi se osigurala zaštita javnog zdravlja, transparentnost, poštivanje zakona i promicanje odgovornog poslovanja.

3.1. Moralne dileme promocije duhanskih proizvoda

Jedna od ključnih moralnih dilema koja proizlazi iz promocije duhanskih proizvoda je odnos prema maloljetnicima. Duhanske tvrtke suočavaju se s etičkim izazovima kada je riječ o usmjeravanju reklamnih kampanja prema mladima. Mladi ljudi su posebno ranjiva skupina koja se može lako dovesti u iskušenje pušenjem putem agresivnog oglašavanja ili pakaginga koji im je privlačan. Ovakve marketinške prakse mogu imati dugoročne negativne posljedice za njihovo zdravlje i životni put, stvarajući ovisnost o nikotinu već u ranoj dobi.²³

Povezano s tim, još jedna etička dilema je način na koji duhanske tvrtke koriste društvene medije u promociji svojih proizvoda. Kroz influencere ili plaćene reklame, reklamiranje duhanskih proizvoda može postati neprimjetno i izravno dosegnuti mlade ljude. To otvara pitanje trebaju li društvene platforme imati strože kontrole i regulative kako bi spriječile promociju štetnih proizvoda i zaštitile mlade korisnike od manipulativnih marketinških kampanja.

²² Ibid.

²³ Ashley, M. J. (2003). What the public thinks about the tobacco industry and its products. *Tobacco Control*, XII, (4), str. 400

Dodatna moralna dilema koja se nameće je odnos prema pušačima koji žele prestati pušiti. Iako se neke duhanske tvrtke predstavljaju kao susretljive prema ljudima koji žele prestati pušiti, njihov glavni interes i dalje ostaje profitiranje od prodaje duhanskih proizvoda. Ova dvojaka poruka, koja istovremeno potiče pušenje i potiče na prestanak, može dovesti do nedosljednosti i gubitka povjerenja potrošača.

Također, vrijedno je razmotriti globalni aspekt promocije duhanskih proizvoda. Duhanske tvrtke često imaju različite marketinške strategije prilagođene različitim kulturama i zemljama. Ovo postavlja pitanje etičnosti prilagođavanja marketinških kampanja kako bi iskoristile lokalne specifičnosti i običaje, potičući potrošače da puše unatoč mogućim štetnim posljedicama po zdravlje.

Nadalje, osim direktnog oglašavanja, postoji i problem indirektno promocije putem sponzorstava ili donacija. Duhanske tvrtke često podržavaju različite događaje, sportske timove ili kulturne manifestacije kako bi povećale vidljivost i pozitivnu percepciju svojih proizvoda. Međutim, ovo može dovesti do pitanja morala kada se takve donacije koriste kao sredstvo pranja imidža i "oprانog ugleda" kako bi se ublažio negativan dojam o industriji duhana.²⁴

Promocija duhanskih proizvoda nosi sa sobom brojne moralne dileme koje izazivaju kontroverze i postavljaju pitanja o etičnosti takvih marketinških praksi. Jedna od ključnih moralnih dilema odnosi se na promociju proizvoda koji su dokazano štetni za zdravlje i mogu uzrokovati ozbiljne bolesti.

Duhanske tvrtke često koriste razne marketinške strategije kako bi privukle nove korisnike, često mlade ljude, stvarajući tako dugoročne ovisnosti o nikotinu. Ova praksa stavlja moralno pitanje odgovornosti tvrtki prema potrošačima i društvu, jer se postavlja pitanje je li prihvatljivo profitirati na štetnim navikama i potencijalnoj šteti koju pušenje može nanijeti zdravlju pojedinaca.

Druga moralna dilema u promociji duhanskih proizvoda odnosi se na ciljno tržište i marketinške taktike usmjerene prema ranjivim skupinama. Postoje optužbe da duhanske tvrtke ciljaju na socioekonomski slabije razvijene zajednice ili na populacije koje su posebno osjetljive na marketinške poruke, kao što su mladi ljudi ili pripadnici određenih kultura. To stavlja moralnu

²⁴ Ibid.

odgovornost na duhanske tvrtke da preispitaju praksu ciljanja ranjivih skupina i promoviranja proizvoda koji imaju potencijalno negativne posljedice po njihovo zdravlje.²⁵

Treća moralna dilema u promociji duhanskih proizvoda je pitanje transparentnosti i istinitosti marketinških poruka. Postoji zabrinutost da su neke duhanske tvrtke namjerno manipulirale informacijama ili pružale iskrivljene prikaze kako bi privukle korisnike ili smanjile svijest o štetnosti pušenja. Ovo postavlja moralnu obvezu tvrtki da budu iskrene, transparentne i odgovorne prema potrošačima u vezi s rizicima i posljedicama korištenja duhanskih proizvoda.

Također je riječ i o nedostatku transparentnosti. Mnoge duhanske tvrtke su kritizirane zbog nedostatka iskrenosti u vezi s zdravstvenim rizicima pušenja. Skrivanje ili minimaliziranje informacija o štetnosti duhanskih proizvoda stavlja moralnu odgovornost na tvrtke da potrošače iskreno informiraju o rizicima koje preuzimaju.

Dilema proizlazi i iz marketinških strategija usmjerenih prema ranjivim skupinama. Neki proizvođači duhanskih proizvoda su optuženi da ciljaju socioekonomski slabije razvijene zajednice ili određene kulture koje su već podložne zdravstvenim problemima. Ovakvo usmjeravanje postavlja etičko pitanje iskorištavanja ranjivih skupina i stjecanja profita na njihovoj štetnoj navici.

Odnose se i na nedozvoljeno oglašavanje. Iako mnoge zemlje imaju zakone koji reguliraju oglašavanje duhanskih proizvoda, postoje slučajevi u kojima su tvrtke prekršile ove zakone ili pronašle rupe u regulativama kako bi promovirale svoje proizvode. Ovo postavlja pitanje etičnosti takvih postupaka i odgovornosti tvrtki.²⁶

Konačno, postoji i pitanje utjecaja duhanske industrije na društvenu percepciju pušenja. Tvrtke su često optužene za manipuliranje javnim mišljenjem i normalizaciju pušenja kroz marketinške kampanje koje povezuju pušenje s atraktivnošću, uspjehom ili stilom života. Ovakve strategije mogu imati negativne posljedice po javno zdravlje i postavljaju pitanje etičnosti takvog manipuliranja percepcijom.²⁷

Ove moralne dileme u promociji duhanskih proizvoda ističu važnost razumijevanja i suzbijanja negativnih posljedica duhanskog konzumiranja te potrebu za regulativama koje promiču odgovornost i zaštitu javnog zdravlja.

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

3.2. Eksploatacija radnika na duhanskim farmama

Eksploatacija radnika na duhanskim farmama često je povezana s izrabljivanjem migranata koji su često prisiljeni raditi pod nehumanim uvjetima i suočavaju se s diskriminacijom i zloupotrebom. Istraživanja su pokazala da su radnici na duhanskim farmama često izloženi dugotrajnom radu na otvorenom, bez odgovarajuće zaštite od štetnog djelovanja sunčevih zraka, što povećava rizik od kožnih bolesti i drugih zdravstvenih problema.

Uz to, radnici na duhanskim farmama često imaju ograničen pristup zdravstvenoj skrbi i obrazovanju, što dodatno otežava njihovu situaciju i smanjuje mogućnost za izlazak iz začaranog kruga eksploatacije. Veliki proizvođači duhana često se oslanjaju na dobavljače niže razine koji se bave uzgojem i obradom duhana. Ovaj lancu nabave često je obilježen nepravednim trgovinskim praksama i iskorištavanjem radnika, čime se stvara cjelokupna struktura eksploatacije.²⁸

Organizacije civilnog društva i aktivisti učinili su znatan napor u otkrivanju i dokumentiranju slučajeva eksploatacije radnika na duhanskim farmama te zagovaraju poboljšanje uvjeta rada i zaštitu radničkih prava u ovoj industriji. Jedan od ključnih koraka u poboljšanju radnih uvjeta i zaštiti radnika na duhanskim farmama jest pružanje edukacije radnicima o njihovim pravima, radnim standardima i posljedicama eksploatacije, kako bi se osnažili i bolje zaštitili.

Da bi se osigurala veća zaštita radnika, potrebno je jačati zakonodavstvo i provoditi propise koji reguliraju radne uvjete na duhanskim farmama, uz pojačane inspekcije rada i sankcije za one koji krše pravila. Suradnja s dobavljačima i proizvođačima duhana također može doprinijeti unapređenju radnih uvjeta i zaštiti radnika, kroz uspostavljanje politika odgovorne nabave i zahtjeva za pravedne radne uvjete. Jačanje sindikata i radničkih organizacija ključno je za zaštitu radnika na duhanskim farmama, omogućavajući im da se organiziraju, pregovaraju s poslodavcima i osiguraju poštivanje propisanih standarda.

²⁸ Calla Callard, C., Thompson, D., & Collishaw, N. (2005). Transforming the tobacco market: why the supply of cigarettes should be transferred from for-profit corporations to non-profit enterprises with a public health mandate. *Tobacco Control*, XIV, (4), str. 89.

Promoviranje održivih alternativa u uzgoju kultura umjesto tradicionalnog duhana može smanjiti potrebu za radnom snagom na duhanskim farmama te pridonijeti održivijoj budućnosti za radnike i zajednice povezane s duhanskom industrijom.

Eksploatacija radnika na duhanskim farmama predstavlja ozbiljan problem koji se javlja diljem svijeta, posebice u zemljama u razvoju. Postoji nekoliko ključnih činjenica koje ilustriraju, a neki od nji su da radnici na duhanskim farmama suočavaju se s teškim radnim uvjetima, uključujući dugotrajne radne sate, često preko preporučenih normi, kako bi ispunili zahtjeve industrije duhana, niska razina plaća je jedan od čimbenika koji doprinose eksploataciji radnika na duhanskim farmama, radnici često primaju minimalne plaće ili čak manje od toga, što je nedovoljno za dostojanstven život, izloženost opasnim kemikalijama, poput pesticida i herbicida, na duhanskim farmama predstavlja ozbiljan zdravstveni rizik za radnike.²⁹

Nedostatak adekvatne zaštitne opreme i obuke dodatno pogoršava situaciju. Mnogi radnici na duhanskim farmama suočavaju se s prisilnim radom, odnosno radom bez slobode izbora ili mogućnosti napuštanja posla.

To uključuje i rad djece na tim farmama, što predstavlja ozbiljan oblik dječjeg rada. Loši stambeni uvjeti su još jedan aspekt eksploatacije radnika na duhanskim farmama. Radnici često žive u skućenim i neadekvatnim prostorima bez pristupa osnovnim sanitarnim uvjetima.

3.3. Zdravstveni rizici duhanskih radnika

Svako ljudsko biće ima temeljno pravo na zdravlje, kako je utvrđeno u mnogim međunarodnim i nacionalnim pravnim dokumentima. Nijedna osoba nema pravo ugrožavati zdravlje drugih, a svatko je osobno odgovoran za brigu o vlastitom zdravlju.

Prema odredbama Međunarodnog pakta o gospodarskim, socijalnim i kulturnim pravima, prihvaćenog Rezolucijom br. 2200A Opće skupštine Ujedinjenih naroda 16. prosinca 1966. godine i stupljenog na snagu 3. siječnja 1976. godine, svaki pojedinac ima pravo na postizanje najvišeg mogućeg standarda fizičkog i mentalnog zdravlja.³⁰

²⁹ Ibid.

³⁰ Ibid.

Isto tako, Ustav Republike Hrvatske u članku 69. jasno navodi: "Svaka osoba ima pravo na život u zdravom okruženju, a država je dužna osigurati uvjete za zdrav okoliš. Također, svaki pojedinac, u okviru svojih ovlasti i djelatnosti, mora posvetiti posebnu pažnju zaštiti zdravlja ljudi, prirode i ljudskog okoliša.

Ova prava na zdravlje i okoliš prepoznata su kao temeljni i neotuđivi elementi ljudskog života te predstavljaju obvezu svih pojedinaca i društava da djeluju odgovorno kako bi osigurali zdrav i održiv život za sadašnje i buduće generacije.

Znanstveno je dokazano da upotreba duhanskih proizvoda (prije svega pušenje cigareta) i izlaganje duhanskom dimu skraćuje životni vijek čovjeka).

U suvremenom svijetu, postoji velika globalna zabrinutost zbog negativnog utjecaja duhana na zdravlje ljudi i okolinu, posebice u kontekstu štetnih posljedica pušenja duhanskih proizvoda (aktivno pušenje) i izloženosti duhanskom dimu (pasivno pušenje). Ta štetna djelovanja najčešće se ne očituju odmah, već se razvijaju tijekom dugogodišnjeg "pušačkog staža", što postavlja važna pitanja vezana uz građanskopravnu odgovornost proizvođača duhanskih proizvoda i mogućnost obeštećenja za oštećene osobe.³¹

Procjenjuje se da gotovo 20% svjetske populacije, što je oko 800 milijuna muškaraca i 200 milijuna žena, puši cigarete. Svake godine, prema različitim procjenama, umire 6 milijuna aktivnih pušača i 600.000 pasivnih pušača, pri čemu 75% preminulih su žene i djeca. Treba naglasiti da su cigarete jedini proizvod koji uzrokuje smrt 50% njihovih korisnika (pušača) tijekom namjernog korištenja.

Ove alarmantne statistike ukazuju na hitnost problema i važnost poduzimanja mjera kako bi se smanjili negativni učinci duhanskih proizvoda na zdravlje ljudi i okoliša. Sve veći broj znanstvenih istraživanja i dokaza o štetnosti duhana potiče regulatorna tijela da donose strože zakone i regulacije, dok proizvođači duhana i duhanskih proizvoda snose moralnu i pravnu odgovornost za posljedice koje njihovi proizvodi mogu prouzročiti.

Prema procjenama, u Europi puši 24% žena i 32% muškaraca, što rezultira s 700.000 smrtnih slučajeva godišnje zbog pušenja. Svaka osma smrt u Europskoj uniji posljedica je bolesti pluća, pri čemu polovica tih smrtnih slučajeva uzrokovana je rakom pluća, koji je vodeći uzrok smrti od raka u svijetu s 1.38 milijuna umrlih u 2008. godini, pri čemu pušenje odgovara za više od

³¹ Cohen, J. E., Milio, N., Rozier, R. G., Ferrence, R., Ashley, M. J., & Goldstein, A. O. (2000). Political ideology and tobacco control. *Tobacco control*, IX, (3), str. 263.

80% svih slučajeva raka pluća. Također, kronična opstruktivna plućna bolest (KOPB), koja je također posljedica pušenja, značajno pridonosi smrtnosti povezanoj s bolestima pluća.

U Republici Hrvatskoj, najmanje 27.4% odraslih osoba su pušači, što znači da je svaka treća odrasla osoba pušač. Svake godine, više od 9.000 ljudi umire od bolesti povezanih s pušenjem, pri čemu su bolesti srca i krvnih žila, odnosno bolesti cirkulacijskog sustava, na vrhu ljestvice uzroka smrti. To znači da gotovo svaka peta umrla osoba u Republici Hrvatskoj umire zbog posljedica pušenja.

Ove statistike jasno ukazuju na ozbiljan problem koji pušenje predstavlja za javno zdravlje kako u Europi, tako i u Republici Hrvatskoj. Broj smrtnih slučajeva i bolesti povezanih s pušenjem je alarmantan, a podaci naglašavaju važnost poduzimanja hitnih mjera za smanjenje stope pušenja i promicanje svijesti o zdravstvenim rizicima povezanim s duhanskim proizvodima. Osvježavanje preventivnih kampanja i pružanje podrške za prestanak pušenja može biti ključno u borbi protiv ovog javnozdravstvenog izazova.³²

Kako bi se osigurala transparentnost i odgovornost u vezi s ovom problematikom, važno je poticati neovisna znanstvena istraživanja o utjecaju duhana na zdravlje i okoliš te omogućiti pristup relevantnim informacijama javnosti. Također, promicanje svijesti o štetnosti pušenja, osvježavanje edukacijskih programa i kampanja protiv pušenja mogu biti koraci prema smanjenju broja pušača i zaštiti zdravlja šire populacije.

U cjelini, suočavanje s izazovima povezanima s odgovornošću i transparentnošću u vezi s duhanskim proizvodima zahtijeva multidisciplinarni pristup, uključujući suradnju vlada, znanstvenika, medicinskog osoblja, nevladinih organizacija i samih proizvođača. Samo integrirani napor može donijeti značajne promjene u borbi protiv štetnih posljedica duhanskog konzumiranja i stvaranju zdravijeg društva.

Zdravstveni rizici duhanskih radnika predstavljaju ozbiljnu brigu koja zahtijeva pažnju i mjere zaštite. Ovdje su neke važne informacije koje možete uključiti u svoj završni rad na temu zdravstvenih rizika duhanskih radnika.

Duhanske radnike često izlažu opasnim kemikalijama, kao što su pesticidi, herbicidi i fungicidi. Ova izloženost može imati ozbiljne posljedice po njihovo zdravlje, uključujući respiratorne probleme, kožne bolesti i neurološke poremećaje.³³

³² Ibid.

³³ Ibid.

Duhan sadrži brojne karcinogene i toksične tvari, kao što su nikotin, benzen, formaldehid i teški metali. Duhanski radnici koji dolaze u neposredni kontakt s tim tvarima tijekom uzgoja, berbe i obrade duhana, izloženi su povećanom riziku od razvoja raka, bolesti srca, plućnih problema i drugih ozbiljnih zdravstvenih problema.

Duhanske farme često se nalaze na otvorenim prostorima, izložene intenzivnom sunčevom zračenju. Radnici koji provode dugotrajne sate na suncu bez odgovarajuće zaštite izloženi su povećanom riziku od opekotina, kožnog raka i drugih bolesti povezanih s UV zračenjem.

Mnogi duhanski radnici žive u ruralnim područjima ili zajednicama s ograničenim pristupom zdravstvenim uslugama. To može otežati pravovremeni pristup dijagnostici, liječenju i prevenciji zdravstvenih problema koji se mogu javiti kao rezultat njihovog radnog okruženja.

Rad na duhanskim farmama može biti fizički i emocionalno iscrpljujući. Dugotrajni radni sati, niska plaća, loši uvjeti stanovanja i osjećaj nemoći mogu dovesti do stresa, anksioznosti i depresije među radnicima.

Znanstvena istraživanja provedena tijekom zadnjih desetljeća prošlog stoljeća bavila su se temom pušenja, duhanskog dima i duhanskih proizvoda te su snažno potvrdila povezanost između pušenja i niza ozbiljnih zdravstvenih problema. Engleski liječnici R. Doll i A. B. Hill su još davne 1952. godine provedenim istraživanjem na 40.000 liječnika potvrdili direktnu vezu između pušenja i raka bronha i pluća, infarkta miokarda i kronične opstruktivne plućne bolesti.³⁴

Rizik od obolijevanja i prijevremenog umiranja povezanog s pušenjem čini pandemiju koja se odražava globalno. Prema procjenama Svjetske zdravstvene organizacije, više od 6 milijuna ljudi umire svake godine zbog neposrednog pušenja, dok čak 890.000 umire zbog pasivnog pušenja. Od ukupnog broja umrlih od pušenja, polovina umire u radnoj dobi između 35. i 69. godine, što rezultira prosječnim gubitkom od oko 20 godina života.

Posljedice pušenja nisu samo individualne, nego imaju i društveno-gospodarski utjecaj. Duhanski radnici suočavaju se s smanjenom radnom sposobnošću, povećanom odsutnošću s posla i povećanim troškovima zdravstvene skrbi. Takav ekonomski teret stvara izazove za lokalne zajednice i društvo u cjelini.³⁵

³⁴ Ibid.

³⁵ Ibid.

Zdravstveni učinci pušenja prožimaju gotovo sve dijelove organizma. Pušenje izaziva nekontrolirani rast stanica i razvoj zloćudnih tumora različitih tipova, uključujući rak usta, ždrijela, grkljana, pluća, probavnog sustava, mokraćnog mjehura, bubrega, dojke i vrata maternice. Oko 95% umrlih od raka pluća bili su pušači.

Također, pušenje uzrokuje suženje krvnih žila, povećanu brzinu protoka krvi i visoki arterijski krvni tlak. To može dovesti do srčanog infarkta, moždanog udara i drugih kardiovaskularnih problema. Pušači četrdeset puta češće obolijevaju od infarkta miokarda od nepušača.

Respiratorni sustav također pati zbog pušenja, uzrokujući probleme poput povećanog stvaranja sluzi, kroničnog bronhitisa, emfizema i drugih oboljenja pluća. Oko 70-80% umrlih od opstruktivnih bolesti pluća bili su pušači.³⁶

Duhanski radnici su posebno izloženi tim zdravstvenim rizicima, ali važno je napomenuti da pušenje ima štetne posljedice i na živčani sustav, reproduktivno zdravlje, probavni sustav, koštano-mišićni sustav te uzrokuje smanjenu opskrbu organizma kisikom.

Zbog svih navedenih zdravstvenih opasnosti, pušenje ima značajan negativan utjecaj na zdravlje pojedinca, smanjujući kvalitetu života i skraćujući životni vijek. Stoga je potrebno osvještavati javnost o ovim rizicima i poduzimati mjere kako bi se zaštitila javna zdravstvena dobrobit.

3.4. Uzgoj duhana i dječji rad

Duhan je vrsta biljke koja ima iznimnu sposobnost prilagodbe različitim klimatskim uvjetima i tlima, što utječe na njegova morfološka obilježja. Na primjer, duhan slabijeg kvaliteta obično sadrži manje od 1% nikotina, dok srednje jak duhan sadrži između 1 i 2%, a jak duhan više od 2%. Kvalitetan duhan trebao bi imati manje od 8% bjelančevina kako bi se izbjegao neugodan miris, gorak okus i nadraživanje kašlja. Uzgajanje duhana ima svrhu proizvodnje lišća koje se nakon sušenja, sortiranja i fermentacije koristi kao osnovna sirovina za proizvodnju cigareta, cigara i drugih duhanskih proizvoda.³⁷

³⁶ Ibid.

³⁷ Liberman, J. (2003). Where is tobacco regulation heading: time for new approaches. *Drug and Alcohol Review*, XXII, str. 461

Uživanje u duhanu potiče se zbog posebnog i složenog fiziološkog djelovanja određenih sastojaka lista na središnji živčani sustav čovjeka. Jedan od najvažnijih kemijskih sastojaka lista je nikotin, iznimno toksični alkaloid koji u umjerenim količinama unesen pušenjem ili na drugi način u ljudski organizam djeluje umirujuće ili nadražujuće, ovisno o stanju živčanog sustava. Uz nikotin, drugi sastojci lista poput eteričnih ulja i smola također doprinose užitku u duhanu. Čisti nikotin dobiva se iz lišća i otpadaka prerade duhana za pušenje, a koristi se kao insekticid u kućanstvu, zaštitno sredstvo za biljke (tzv. "nikotinol") te kao sirovina u farmaceutskoj industriji.

Morfološka svojstva duhana obuhvaćaju vretenasti korijen koji prodire u tlo do dubine od 1 do 2 metra, uspravnu cilindričnu stabljiku podijeljenu na koljenca (nodije) i međukoljenca (internodije), te različite oblike listova koji se razvijaju na koljencima. Cvjetovi duhana su ružičasti, bijeli ili žuti te se oblikuju pojedinačno ili u skupovima na vrhu stabljike i zaperaka. Plod duhana je okrugli ili ovalni smeđi tobolac koji sadrži tisuće sjemenki. Agroekološki uvjeti za uzgoj duhana obuhvaćaju temperaturu, svjetlost, vodu i tlo.

Duhan zahtijeva minimalnu temperaturu od 5 °C za klijanje, dok je praktični minimum za brže klijanje i nicanje sjemena duhana iznosi 12 °C. Optimalna temperatura za klijanje je između 25 i 28 °C. Duhan je osjetljiv na niske temperature i može pretrpjeti štetu kada temperatura padne ispod -1 °C.³⁸

Što se tiče svjetlosti, postoje različite sorte duhana koje preferiraju kratki dan, dugi dan ili neutralne uvjete osvjetljenja. Duhan zahtijeva obilje svjetlosti, pa će u slučaju pregustog sklopa ili sjenčanja (npr. zbog korova ili okolnih stabala) rasti sporije te imati tanje, manje i finije listove. Bolje osvjetljenje potiče fotosintetsku aktivnost i akumulaciju ugljikohidrata, što poboljšava prirod i kvalitetu lista.

Kada je riječ o vodi, duhan najveću količinu vode zahtijeva tijekom faze klijanja sjemena i rasta presadnica. Nakon sadnje na stalno mjesto, duhan treba redovito zalijevati kako bi se osigurao pravilan i ravnomjeran razvoj korijenovog sustava. Kako biljke duhana sazrijevaju, potreba za vodom postupno se smanjuje. U slučaju suše, moguće je primijeniti navodnjavanje tijekom intenzivne vegetativne faze.

Što se tla tiče, duhan najbolje uspijeva na lakšim, dobro strukturiranim, prozračnim tlima s pH vrijednostima od slabo kiselih do neutralnih. Najpovoljniji položaji za uzgoj duhana su brdska

³⁸ Liberman, J. (2003). Where is tobacco regulation heading: time for new approaches. Drug and Alcohol Review, XXII, str. 463

područja i nagnute površine. Kada je u pitanju agrotehnika uzgoja duhana, važno je primijeniti plodoredu. Uzgoj duhana u plodoredu osigurava visok urod i kvalitetan usjev. Prethodne kulture poput strnih žitarica i leguminoza dobre su pretkulture za duhan. Međutim, zbog nedostatka raspoloživih površina za uzgoj duhana, često se prakticira monokultura, što može dovesti do iscrpljenosti tla, povećanog broja štetnika i bolesti.³⁹

Stoga se nakon berbe duhana preporučuje sjetva mahunarki ili graha zajedno s žitaricama, ili sjetva raži, kako bi se poboljšala svojstva tla. Obrada tla također igra važnu ulogu u uzgoju duhana. Nakon strnih žitarica i drugih ranih pretkultura, provodi se plitko oranje (do 10 cm dubine), ljetno oranje početkom kolovoza te duboko jes njevo oranje (oko 30-35 cm dubine). Također se izvodi podrivanje, drljanje krajem zime i kultivacija prije sadnje duhana. Prije sadnje, tlo se priprema pomoću sjetvospremača kako bi se stvorile gredice visine oko 30 cm.

Što se tiče gnojidbe, stajski gnoj se može koristiti na lakšim pjeskovitim i siromašnim tlima u količini od 2-3 vagona po hektaru. Stajski gnoj se obično zaorava prilikom osnovne obrade tla. Osim toga, preporučuje se primjena mineralnih gnojiva u količini od 500-1000 kg/ha, u formulacijama NPK 7:14:21 i 5:20:30. Poželjno je koristiti gnojiva s većim udjelom amonijačnog dušika. Preporučene količine gnojiva su oko 30-70 kg/ha dušika, 70-140 kg/ha fosfora i 100-200 kg/ha kalija.⁴⁰

Što se tiče sadnje duhana, na manjim površinama najčešći međuredni razmak je oko 75 cm, dok je razmak u redu obično između 33 i 40 cm. Na plantažama se često koristi međuredni razmak od 100 cm i razmak u redu od oko 35 cm. Sadnja duhana se može obavljati ručno, pri čemu se ručnom sadilicom pravi rupa dubine oko 10 cm, ili se može koristiti četveroredna sadilica koja sadi na dubinu od 7,5-16 cm.

Njega nasada duhana uključuje suzbijanje korova kemijskim ili mehaničkim metodama poput okopavanja, kultiviranja i plijevljenja. Kultiviranje se obično provodi nakon kiše, kada se tlo dovoljno osuši. Prva kultivacija se obavlja otprilike tjedan ili dva nakon sadnje, dok se sljedeća kultivacija provodi kada biljke dosegnu visinu od oko 30 cm. Također je važno ukloniti cvjetove i zaperke jer troše hranjive tvari koje bi trebale biti usmjerene prema listovima. Berba duhana se obavlja u fazi tehničke zrelosti lista.

Listovi duhana postupno dozrijevaju od baze prema vrhu stabljike. Obično se svakog tjedna beru 2-3 lista, a berba traje otprilike 2 mjeseca. Berba može biti ručna ili se može koristiti

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Ibid.

strojna berba ako su uvjeti povoljni, tj. ako je površina ravna, biljke ne poliježu, ako se ravnomjerno dozrijevaju i ako su jednake visine.

Nakon berbe, listovi duhana se podvrgavaju procesu sušenja, sortiranja i fermentacije. Sušenje se provodi u posebnim sušarama ili šupljim strukturama s kontroliranim uvjetima temperature i vlage. Sortiranje se obavlja kako bi se odvojili listovi različitih kvaliteta prema veličini, boji i teksturi. Fermentacija je važna faza koja se provodi radi razvoja karakterističnog okusa i mirisa duhana.

Nakon završetka procesa obrade, sušenja i fermentacije, listovi duhana služe kao osnovna sirovina za proizvodnju cigareta, cigara i drugih sličnih proizvoda. Konzumacija duhana uživa popularnost zbog specifičnog i složenog fiziološkog djelovanja nekih sastojaka lista na središnji živčani sustav čovjeka. Nikotin, koji je najvažniji kemijski sastojak lista, djeluje umirujuće ili nadražujuće na živčani sustav, ovisno o stanju organizma. Također, prisutna su i druga ulja, smole i sastojci lista koji doprinose kvaliteti i aromi duhana.

Važno je napomenuti da duhan ima morfološka svojstva koja se prilagođavaju klimatskim i tlovnim uvjetima. Korijen duhana je vretenast, dobro razvijen i ima snažnu usisnu moć. Stabljika je uspravna, cilindrična i prekrivena dlačicama. Listovi se razvijaju na koljenima (nodijima) stabljike i mogu imati različite oblike. Cvjetovi se pojavljuju u obliku grozdova na vrhu glavne stabljike. Plod duhana je okrugli ili ovalni tobolac koji sadrži tisuće sjemenki.

Agroekološki uvjeti također igraju važnu ulogu u uzgoju duhana. Duhan preferira toplu temperaturu za klijanje sjemena, s minimalnom temperaturom od 5 °C i optimalnom temperaturom između 25 i 28 °C. Svjetlost je također bitna za rast duhana, pa se preporučuje dobra osvjetljenost kako bi se potaknula fotosintetska aktivnost. Duhan zahtijeva dovoljno vode, posebno tijekom faze klijanja i rasta rasada, ali potrebe za vodom se smanjuju kako biljke sazrijevaju.⁴¹

Uz pravilnu agrotehniku, plodoredu i njegu nasada, moguće je postići visok i kvalitetan prinos duhana.

⁴¹ Darron, D. (2021). Earliest evidence of human tobacco use in Pleistocene Americas. *Nat Hum Behav.* Raspoloživo na: URL: <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01202-9> (pristupljeno 15.03.2024.).

Prema izvješću Međunarodne organizacije rada (ILO) iz 2020. godine, više od 152 milijuna djece širom svijeta uključeno je u dječji rad, od kojih mnogi rade u poljoprivrednom sektoru, uključujući uzgoj duhana.⁴²

Uzgoj duhana je često povezan s dječjim radom u zemljama kao što su Indija, Bangladeš, Malavi, Tanzanija, Indonezija i druge. Djeca često sudjeluju u postupcima poput sadnje, berbe, sušenja i pakiranja duhana.

Prema izvješću ILO-a iz 2021. godine, oko 1,29 milijuna djece u dobi od 5 do 17 godina sudjeluje u radu u duhanskoj industriji, od kojih su mnoga izložena opasnostima kao što su izloženost pesticidima i rad s oštrim alatima.

Djeca koja rade u uzgoju duhana suočavaju se s brojnim rizicima po svoje zdravlje. Izloženost duhanskom dimu, pesticidima i drugim kemikalijama može imati negativan utjecaj na respiratorni sustav i uzrokovati dugoročne zdravstvene probleme.

Prema izvješću organizacije Human Rights Watch, mnoga djeca koja rade u uzgoju duhana ne pohađaju redovitu školu. Radna obveza ometa njihov pristup obrazovanju, čime se ograničava njihov potencijal za razvoj i buduće zapošljavanje. Postoje međunarodni zakoni i konvencije koje zabranjuju zapošljavanje djece i propisuju minimalnu dob za rad. Na primjer, Konvencija Međunarodne organizacije rada o minimalnoj dobi za zapošljavanje (Broj 138) utvrđuje da djeca mlađa od 15 godina ne bi trebala biti zaposlena, osim u posebnim okolnostima uz stroge uvjete.⁴³

Borba protiv dječjeg rada u uzgoju duhana zahtijeva suradnju između vlada, nevladinih organizacija, duhanske industrije i zajednica. Uključivanje djece u obrazovne programe, podrška obiteljima, jačanje zakonodavstva i nadzor u poljoprivrednom sektoru samo su neki od koraka prema rješavanju ovog problema.

3.5. Testiranje duhanskih proizvoda

Testiranje duhanskih proizvoda igra ključnu ulogu u procjeni njihove sigurnosti, kvalitete i potencijalnih rizika za zdravlje. Ova praksa uključuje laboratorijske analize i procjene koje pomažu u identifikaciji različitih kemikalija prisutnih u duhanskim proizvodima te njihovim

⁴² Ibid.

⁴³ Darron, D. (2021). Earliest evidence of human tobacco use in Pleistocene Americas. *Nat Hum Behav*.
Raspoloživo na: URL: <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01202-9> (pristupljeno 15.03.2024.).

utjecajima na ljudsko zdravlje. Evo nekoliko ključnih aspekata vezanih za testiranje duhanskih proizvoda:⁴⁴

Sastav duhanskih proizvoda:

Testiranje se koristi za analizu sastava duhanskih proizvoda, uključujući tradicionalne cigarete, e-cigarete, cigare, duhansku žvaku i druga pušačka pomagala. Ovim testiranjem se određuje prisutnost i koncentracija različitih kemikalija kao što su nikotin, katran, ugljični monoksid, aromatski spojevi i drugi aditivi.

Identifikacija štetnih tvari:

Testiranje duhanskih proizvoda omogućuje identifikaciju štetnih tvari koje mogu biti prisutne u duhanskim dimu ili drugim oblicima izlaganja. Primjerice, testiranje može otkriti prisutnost kancerogenih spojeva poput benzapirena ili formaldehida, kao i tvari koje mogu uzrokovati ovisnost i druge zdravstvene probleme.

Procjena emisija:

Testiranje se koristi i za procjenu emisija duhanskog dima ili aerosola kod e-cigareta. Ovime se mjeri količina kemikalija koje se oslobađaju prilikom upotrebe duhanskih proizvoda te njihov potencijalni utjecaj na pušača i okolinu.

Utjecaj na zdravlje:

Testiranje duhanskih proizvoda igra važnu ulogu u procjeni njihovog utjecaja na zdravlje ljudi. Studije testiranja mogu pružiti informacije o rizicima povezanim s pušenjem, kao što su bolesti pluća, srčane bolesti, rak i druge zdravstvene komplikacije.

Regulacija i usklađenost:

Testiranje duhanskih proizvoda pomaže u provođenju regulatornih standarda i smjernica koje su uspostavljene za zaštitu potrošača. Zemlje i regije imaju različite propise o testiranju duhanskih proizvoda, a rezultati testiranja često su osnova za donošenje zakona i propisa o njihovoj proizvodnji, distribuciji i prodaji.

Napredak tehnologije:

⁴⁴ Ibid.

Razvoj tehnologije kontinuirano unapređuje metode testiranja duhanskih proizvoda. Novi instrumenti i tehnike omogućavaju preciznije i brže analize, što pridonosi boljem razumijevanju sastava i karakteristika duhanskih proizvoda. Na primjer, tehnike visokoučinkovite tekućinske kromatografije (HPLC) i plinske kromatografije-masene spektrometrije (GC-MS) omogućavaju detaljniju analizu kemijskog sastava duhanskog dima.

Vrednovanje alternativnih proizvoda:⁴⁵

Testiranje duhanskih proizvoda također se primjenjuje na alternativne proizvode, poput elektroničkih cigareta ili proizvoda za zagrijavanje duhana. Ovim testiranjem procjenjuju se njihova sigurnost i utjecaj na zdravlje u usporedbi s tradicionalnim cigaretama. Istraživanje takvih alternativa može pružiti korisne informacije o potencijalnim rizicima i prednostima tih proizvoda.

Transparentnost i informiranje potrošača:

Testiranje duhanskih proizvoda također ima ulogu u pružanju transparentnih informacija potrošačima. Rezultati testiranja mogu biti objavljeni i dostupni javnosti, omogućavajući pušačima da donose informirane odluke o upotrebi duhanskih proizvoda.

Novi pristupi testiranju:

S razvojem znanosti i tehnologije, nastoje se pronaći novi i inovativni načini testiranja duhanskih proizvoda. To uključuje istraživanje naprednih modela in vitro testiranja koji koriste humane stanice i tkiva umjesto životinja kako bi se bolje razumjeli učinci duhanskih proizvoda na ljudski organizam. Ovi moderni pristupi mogu omogućiti brže, ekonomičnije i etičnije ispitivanje te pružiti relevantnije podatke.

Utjecaj na okoliš:

Osim utjecaja na zdravlje ljudi, testiranje duhanskih proizvoda također se sve više usmjerava na procjenu njihovog utjecaja na okoliš. Istraživanja se fokusiraju na identifikaciju i analizu kemikalija koje se oslobađaju u okoliš putem duhanskog dima, što može imati negativan utjecaj na tlo, vodu i zrak.

Alternativni oblici pušenja:

⁴⁵ Darron, D. (2021). Earliest evidence of human tobacco use in Pleistocene Americas. *Nat Hum Behav*.
Raspoloživo na: URL: <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01202-9> (pristupljeno 15.03.2024.).

Kako se razvijaju novi načini konzumacije duhana, kao što su proizvodi za žvakanje ili zagrijavanje duhana, testiranje se proširuje kako bi obuhvatilo i ove alternativne oblike pušenja. Cilj je razumjeti njihove potencijalne prednosti i rizike kako bi se potrošačima omogućio izbor koji bolje odgovara njihovim potrebama i životnom stilu.

Utjecaj marketinga:

Testiranje duhanskih proizvoda sve više istražuje i utjecaj marketinških strategija na percepciju, privlačnost i potrošnju duhanskih proizvoda. Istraživači se bave pitanjima kako marketinške kampanje mogu oblikovati stavove i ponašanje potrošača te kako se marketinške taktike mogu prilagoditi kako bi se smanjila privlačnost duhanskog proizvoda, posebno među mladima.

Socijalni i kulturni aspekti:

Uz analizu zdravstvenih aspekata, testiranje duhanskih proizvoda sve više uzima u obzir i socijalne i kulturne aspekte pušenja. Istraživanja se usmjeravaju na razumijevanje različitih čimbenika koji utječu na pušačko ponašanje, poput društvenog prihvaćanja pušenja, stigme koja se može povezivati s pušenjem te učinaka različitih intervencija i politika na pušačku populaciju.

Prevenција i rješenja:

Testiranje duhanskih proizvoda igra ključnu ulogu u pronalaženju novih rješenja i prevenciji pušenja. Kroz istraživanje i analizu učinkovitosti različitih intervencija, politika i kampanja, nastoji se razviti strategije koje će smanjiti potrošnju duhanskih proizvoda i poboljšati javno zdravlje.

Održivi duhanski proizvodi:

S obzirom na sve veći fokus na održivost i ekološku odgovornost, testiranje duhanskih proizvoda sve više se usmjerava i na razvoj održivih alternativa. To uključuje istraživanje mogućnosti proizvodnje duhanskih proizvoda s manjim utjecajem na okoliš te razvoj proizvoda koji smanjuju štetnost za korisnike i okolinu.

3.6. Etički izazovi u distribuciji i prodaji duhanskih proizvoda

Distribucija i prodaja duhanskih proizvoda predstavljaju etički izazov s obzirom na štetne učinke pušenja na zdravlje ljudi i društvo u cjelini. Duhanski proizvodi sadrže tvari koje su povezane s različitim zdravstvenim problemima, uključujući rak pluća, srčane bolesti, i različite respiratorne tegobe.

Prodaja duhanskih proizvoda svjesno izlaže potrošače riziku od teških bolesti i skraćuje njihov životni vijek. Unatoč brojnim studijama koje potvrđuju štetnost duhanskog dima, etička pitanja se nameću o prodaji proizvoda koji donose značajnu opasnost za zdravlje pušača i pasivnih pušača.⁴⁶

Proizvođači duhanskih proizvoda često koriste agresivne marketinške strategije kako bi privukli nove korisnike, uključujući mlade. Ovo postavlja pitanje etičnosti ciljanja ranjive populacije koja može biti posebno podložna marketinškim trikovima i neinformiranosti o zdravstvenim rizicima.

Pušači postaju ovisni o nikotinu, a ovisnost može dovesti do teške ekonomske ovisnosti koja negativno utječe na njihove financijske resurse. Ovaj aspekt izaziva etička pitanja o prodaji proizvoda koji dovode do ovisnosti i financijske ranjivosti korisnika.

Na mnogim mjestima, posebno u zemljama s manje razvijenim regulatornim okvirom, duhanski proizvodi često završe u rukama maloljetnika i neregistriranih prodavatelja. Ovo postavlja etička pitanja o potrebi za učinkovitijom kontrolom distribucije kako bi se smanjila dostupnost duhanskih proizvoda mlađoj populaciji.⁴⁷

Štetni učinci pušenja, uključujući troškove zdravstvene njege i gubitak produktivnosti, povlače velike društvene troškove. Postavlja se etičko pitanje tko snosi odgovornost za ove troškove i kako se mogu pravedno raspodijeliti među različitim dionicima.

Uvođenje novih alternativnih proizvoda, poput elektronskih cigareta, postavlja pitanje etičnosti promocije ovih proizvoda kao "zdravijih" opcija za pušače, budući da istraživanja još uvijek ne daju jasnu sliku o dugoročnim učincima korištenja ovih proizvoda.

Etički izazovi u distribuciji i prodaji duhanskih proizvoda posebno pogađaju ranjive skupine, kao što su trudnice, maloljetnici i osobe s mentalnim ili tjelesnim poteškoćama. Ovaj aspekt

⁴⁶ Utjecaj duhanske industrije na okoliš. Raspoloživo na: URL: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/who-duhanska-industrija-je-jedan-od-najvecih-zagadjivaca-okolisa/2368371.aspx> (pristupljeno 17.03.2024.).

⁴⁷ Utjecaj duhanske industrije na okoliš. Raspoloživo na: URL: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/who-duhanska-industrija-je-jedan-od-najvecih-zagadjivaca-okolisa/2368371.aspx> (pristupljeno 17.03.2024.).

podrazumijeva ozbiljno pitanje društvene odgovornosti u zaštiti ovih populacija od štetnih posljedica pušenja i suočavanju s marketinškim pritiscima.

Osim zdravstvenih posljedica, proizvodnja duhanskih proizvoda može imati negativan utjecaj na okoliš. Etički izazov leži u osiguravanju održivosti i smanjenju ekološkog opterećenja koje proizlazi iz cijelog lanca proizvodnje, od uzgoja duhana do odlaganja otpada od upotrijebljenih proizvoda.⁴⁸

Proizvodnja i prodaja duhanskih proizvoda mogu uključivati radnike u nehumanim uvjetima, nisko plaćenim poslovima i izloženost opasnostima. Etički izazov ovdje je usmjerena na zaštitu prava i dobrobiti radnika u cijelom lancu distribucije, uključujući i proizvođače, pakerače i prodavače.

Kompanije koje se bave proizvodnjom i prodajom duhanskih proizvoda suočavaju se s etičkim pitanjima o svojoj društvenoj odgovornosti. Pitanja kao što su sudjelovanje u kampanjama za promociju zdravog načina života, podrška preventivnim mjerama i suradnja s vladinim tijelima u cilju suzbijanja pušenja postaju sve važnija u suvremenom društvu.

Proizvođači duhanskih proizvoda često imaju snažan politički utjecaj i koriste lobiranje kako bi zaštitili svoje interese. Etički izazov leži u osiguravanju transparentnosti i odgovornosti u političkim procesima, kako bi se osiguralo donošenje informiranih odluka u vezi s regulacijom duhanskih proizvoda.⁴⁹

Uzimajući u obzir sve ove etičke izazove, važno je nastaviti s osvješćivanjem i promicanjem javnog dijaloga kako bi se postigao balans između ekonomskih interesa i zaštite javnog zdravlja. Rasprava o ovim pitanjima pomaže u stvaranju boljeg razumijevanja etičkih dilema i omogućava pronalaženje održivih rješenja koja će unaprijediti društveno odgovornu distribuciju i prodaju duhanskih proizvoda.

Postoje dokazi koji sugeriraju da oglašavanje duhanskih proizvoda posebno cilja mlade ljude. Ova praksa stvara moralnu dilemu jer se pokušava iskoristiti ranjivost i nedovoljno razvijenu sposobnost donošenja informiranih odluka kod mladih potrošača. Oglašivači često koriste emocionalno nabijene prikaze kako bi povezali duhanske proizvode s osjećajem zadovoljstva, slobode ili pripadnosti određenoj grupi. Takva manipulacija emocijama stvara moralnu dilemu

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Ibid.

jer se potrošači mogu dovesti u zabludu i nesvjesno potaknuti na konzumaciju štetnih proizvoda.⁵⁰

U nekim slučajevima, oglašivači duhanskih proizvoda su bili optuženi za skrivanje ili minimiziranje informacija o zdravstvenim rizicima pušenja. To stvara moralnu dilemu jer se potrošačima uskraćuje pravo na pravovremene i istinite informacije o štetnosti proizvoda koje konzumiraju.

Oglašivači često koriste marketinške tehnike koje povećavaju vjerojatnost da potrošači razviju ovisnost o duhanskim proizvodima. Ovo stvara moralnu dilemu jer se profitira na račun ovisnosti i štetnih posljedica koje ona donosi potrošačima. Oglašavanje duhanskih proizvoda može imati negativan utjecaj na javno zdravlje jer potiče pušenje i time povećava rizik od raznih bolesti, uključujući rak pluća, srčane bolesti i respiratorne probleme. Ova moralna dilema proizlazi iz činjenice da oglašivači ostvaruju profit na račun potencijalno štetnih posljedica po zdravlje šire populacije.⁵¹

Također oglašivači duhanskih proizvoda suočavaju se s pitanjem etike i društvene odgovornosti jer promoviraju proizvode koji su povezani s ozbiljnim zdravstvenim rizicima. Dilema se javlja kada oglašivači moraju odlučiti između ostvarivanja profita i preuzimanja odgovornosti i često ciljaju ranjive skupine, poput ljudi s mentalnim zdravstvenim problemima ili nižim socioekonomskim statusom. Ova praksa stvara moralnu dilemu jer se izrabljuje ranjivost ovih skupina te se stvara ovisnost i šteti njihovom zdravlju.

Oglašavanje duhanskih proizvoda može utjecati na društvenu percepciju pušenja i normalizirati tu naviku. To stvara moralnu dilemu jer oglašivači doprinose promociji aktivnosti koja je povezana s ozbiljnim zdravstvenim rizicima i negativnim utjecajem na pojedinca i društvo. Oglašivači duhanskih proizvoda često se suočavaju sa sukobom između profita i moralne odgovornosti. Unatoč svjesnosti o štetnosti pušenja, odlučuju nastaviti promovirati duhanske proizvode kako bi ostvarili financijsku dobit. Ova dilema naglašava važnost postavljanja etičkih standarda u oglašavanju duhanskih proizvoda. Mnoge države i organizacije donose stroge zakone i propise koji ograničavaju oglašavanje duhanskih proizvoda. Ova

⁵⁰ World Health Organization (WHO). (2018). Tobacco production and trade. Raaspoloživo na: URL: https://cdn.who.int/media/docs/default-source/tobacco-hq/globalinfographic-web-feb11.pdf?sfvrsn=827ace77_5 (pristupljeno 17.03.2024.)

⁵¹ Ibid.

regulacija pokušava smanjiti negativne posljedice pušenja, ali istovremeno postavlja pitanje moralnih ograničenja oglašivačima i prava na slobodu izražavanja.⁵²

Neke tvrtke i oglašivači su prepoznali moralne dileme u oglašavanju duhanskih proizvoda te su se okrenuli alternativnim pristupima. Umjesto promoviranja pušenja, fokusiraju se na promicanje zdravijih stilova života i podršku osobama koje žele prestati pušiti. Ovakvi pristupi mogu pomoći u rješavanju moralnih dilema i smanjenju negativnih utjecaja duhanskih proizvoda.

Moralne dileme u oglašavanju duhanskih proizvoda predstavljaju kompleksan problem koji zahtijeva pažnju i kritičko razmišljanje. Oglasi za duhanske proizvode često su dizajnirani da potaknu privlačnost prema pušenju, stvarajući emocionalno nabijene scene koje povezuju konzumaciju s osjećajem zadovoljstva, slobode ili pripadnosti određenoj grupi.

Međutim, upravo ova marketinška strategija može stvarati moralne dileme jer se na taj način pokušava iskoristiti ranjivost i nedovoljno razvijena sposobnost donošenja informiranih odluka kod mladih potrošača.

Oglašivači duhanskih proizvoda suočavaju se s etičkim izazovima kada promoviraju proizvode koji su povezani s ozbiljnim zdravstvenim rizicima. Iako svjesni štetnosti pušenja, neki oglašivači nastavljaju promovirati duhanske proizvode kako bi ostvarili financijsku dobit, što naglašava važnost postavljanja etičkih standarda u oglašavanju.⁵³

Još jedna moralna dilema proizlazi iz činjenice da oglašivači ciljaju ranjive skupine, kao što su ljudi s mentalnim zdravstvenim problemima ili nižim socioekonomskim statusom. Takvo ciljanje ranjivih skupina stvara dilemu jer se njihova ranjivost izrabljuje kako bi se stvorila ovisnost i narušilo njihovo zdravlje.

Transparentnost i istinitost informacija u oglašavanju duhanskih proizvoda također predstavljaju bitan etički aspekt. Optužbe protiv oglašivača zbog skrivanja ili minimiziranja informacija o zdravstvenim rizicima pušenja stvaraju moralne dileme jer se potrošačima uskraćuje pravo na pravovremene i istinite informacije o proizvodima koje konzumiraju.

Kako bi se riješile moralne dileme u oglašavanju duhanskih proizvoda, ključno je osvješćivanje javnosti o marketinškim manipulacijama te jačanje edukacije o zdravstvenim rizicima pušenja. Također, regulatorni okviri trebaju osigurati poštivanje etičkih standarda u oglašavanju i

⁵² Ibid.

⁵³ Ibid.

zaštititi potrošače od manipulativnih taktika koje mogu dovesti do nepoželjnih zdravstvenih posljedica. Poticanje alternativnih pristupa oglašavanju koji promoviraju zdravije stilove života i podržavaju odvikavanje od pušenja također može pomoći u prevladavanju moralnih dilema vezanih uz oglašavanje duhanskih proizvoda.⁵⁴

4.1. Prednosti ograničenja promocije duhana za potrošače

Prednosti ograničenja promocije duhana za potrošače su mnogobrojne i ključne za unapređenje zdravlja ljudi i društva u celini.

Ograničenje promocije duhana za potrošače ima za cilj smanjivanje privlačnosti duvanskih proizvoda i njihovog oglašavanja. Time se smanjuje izloženost potrošača marketinškim strategijama duhanske industrije, što vodi smanjenju upotrebe duhana u društvu. S obzirom na to da je duvan glavni uzrok mnogih ozbiljnih bolesti, kao što su kardiovaskularne bolesti, rak pluća i hronične opstruktivne bolesti pluća, smanjenje upotrebe duvana direktno dovodi do poboljšanja zdravlja ljudi.⁵⁵

Mladi su posebno podložni marketinškim strategijama duhanske industrije. Ograničenje promocije duhana za potrošače pomaže u zaštiti mladih od manipulativnih marketinških taktika koje pokušavaju da ih privuku ka pušenju. Time se smanjuje vjerojatnoća da mladi počnu da puše i razviju zavisnost o duvanu, čime se čuva njihovo zdravlje i blagostanje.

Ograničenje promocije duhana za potrošače može se fokusirati na poboljšanje svijesti o rizicima.

Ograničavanje promocije duhana za potrošače pomaže u smanjenju socijalne normalizacije pušenja. Kada se duhanski proizvodi manje promoviraju i vidljivi su u javnom prostoru, to šalje snažnu poruku da pušenje nije društveno prihvatljivo. Ovo može uticati na percepciju pušenja među ljudima i smanjiti pritisak i uticaj vršnjaka na mlade da počnu pušiti.

Pušenje je skup i često dugoročno opterećuje potrošače. Ograničenje promocije duhana za potrošače može pomoći u smanjenju potrošnje duvana, što rezultira finansijskim uštedama za pojedince. Ovi dodatni resursi mogu se preusmeriti na druge važne potrebe, kao što su obrazovanje, zdravstvena zaštita ili poboljšanje životnog standarda.⁵⁶

⁵⁴ Ashley, M. J. (2003). What the public thinks about the tobacco industry and its products. *Tobacco Control*, XII, (4), str. 380

⁵⁵ Ashley, M. J. (2003). What the public thinks about the tobacco industry and its products. *Tobacco Control*, XII, (4), str. 396

⁵⁶ Ibid.

Duhanska industrija generiše značajnu količinu otpada, kao što su opušci, ambalaža i ostaci proizvodnje. Ograničenje promocije duhana za potrošače može dovesti do smanjenja proizvodnje i upotrebe duvanskih proizvoda, što rezultira manjom količinom otpada i smanjenjem negativnog uticaja na životnu sredinu.

4.2. Nedostaci promocije duhana duhanske tvrtke

Nedostaci promocije duhana od strane duhanskih tvrtki su brojni i imaju štetne posledice na zdravlje ljudi i društvo. Evo nekoliko ključnih nedostataka koji su povezani s promocijom duhana:

Povećanje upotrebe duvana: Duhanske tvrtke koriste agresivne marketinške strategije kako bi promovisale svoje proizvode i povećale upotrebu duvana. Kroz različite oblike oglašavanja, sponzorstva i marketinške kampanje, one stvaraju privlačnost i podstiču potrošače na pušenje ili konzumaciju drugih duvanskih proizvoda. Ovo dovodi do većeg broja pušača i zavisnika od duvana, sa štetnim posledicama po njihovo zdravlje.

Manipulacija potrošačima: Duhanske tvrtke često koriste manipulativne taktike kako bi privukle nove korisnike i održale postojeće. Ovo uključuje korišćenje privlačnih pakiranja, pozitivnih asocijacija, slavni ličnosti i trendova kako bi stvorile iluziju da je pušenje atraktivno ili poželjno. Na taj način, duhanske tvrtke manipulišu percepcijama i ponašanjem potrošača, izlažući ih rizicima duhanskog konzumiranja.⁵⁷

Zdravstveni rizici: Promocija duhana od strane duhanskih tvrtki dovodi do povećane upotrebe duvana, što rezultira ozbiljnim zdravstvenim problemima. Pušenje duvana je glavni uzrok mnogih smrtonosnih bolesti, uključujući rak pluća, kardiovaskularne bolesti i hronične respiratorne bolesti. Duhanske tvrtke, znajući za štetnost svojih proizvoda, i dalje aktivno promovišu duvan, stavljajući profit ispred zdravlja ljudi.

Štetni uticaj na mlade: Mladi su posebno ranjivi na uticaj promocije duhana. Duhanske tvrtke usmeravaju marketinške strategije prema ovoj populaciji, koristeći atraktivne i mladalačke kampanje kako bi ih privukle. Ovo može dovesti do eksperimentisanja s duvanskim proizvodima u ranim godinama, što povećava rizik od dugoročne zavisnosti i ozbiljnih

⁵⁷ Cohen, J., et al. (2000). Political ideology and tobacco control. *Tobacco Control*, IX, (8) . str. 263

zdravstvenih problema. Duhanske tvrtke na taj način izvlače korist na račun zdravlja i budućnosti mladih ljudi.

Ekonomski teret: Upotreba duhana stvara veliki ekonomski teret za društvo. Troškovi povezani s bolestima uzrokovanim pušenjem, kao što su troškovi zdravstvene zaštite i izgubljeni produktivni kapacitet, predstavljaju veliki teret za zdravstveni sistem i društvo u celini. Duhanske tvrtke, iako profitiraju od prodaje duvana, ne snose odgovarajuću odgovornost za ovaj ekonomski teret, što rezultira nepravednom raspodelom troškova između duhanske industrije, potrošača i društva.

Utjecaj na životnu sredinu: Proces proizvodnje duhana ima negativan uticaj na životnu sredinu. Duhanske tvrtke koriste ogromne količine resursa, uključujući vodu i energiju, što ima ekološki otisak. Takođe, proizvodnja duvana generiše značajnu količinu otpada, uključujući opuške i ambalažu, koji predstavljaju zagađivač za okolinu. Promocija duhana podstiče potražnju za duvanskim proizvodima, što dalje doprinosi negativnom uticaju na životnu sredinu.

Manipulacija informacijama: Duhanske tvrtke često koriste marketinške strategije koje manipulišu informacijama o zdravstvenim rizicima duvana. Na primjer, mogu se fokusirati na istaknute pojedinačne slučajeve pušača koji su ostali relativno zdravi, dok ignoriraju prevladajuće dokaze o štetnosti duhana. Ova selektivna prezentacija informacija zbunjuje potrošače i dovodi do netočnih percepcija o rizicima duhanskog konzumiranja.⁵⁸

4.3. Utjecaj društvenih mreža na promociju duhana i mlade potrošače

Utjecaj društvenih mreža na promociju duhana i mlade potrošače predstavlja značajan aspekt suvremenog oglašavanja duhanskih proizvoda. Društvene mreže, kao globalna platforma koja povezuje milijune korisnika, omogućuju duhanskoj industriji izravan pristup ciljanim skupinama potrošača, uključujući mlade ljude koji su posebno osjetljivi na marketinške poruke.

Kroz različite marketinške kampanje na društvenim mrežama, duhanska industrija koristi različite metode kako bi privukla pažnju i stvorila pozitivne asocijacije s duhanskim proizvodima. To uključuje upotrebu popularnih influencera, slavni osoba i drugih medijskih

⁵⁸ Ibid.

ličnosti koji promoviraju duhanske proizvode, čime se pokušava stvoriti pozitivan i atraktivan dojam o pušenju.⁵⁹

Mladi korisnici društvenih mreža često su ciljana publika za ovakve marketinške kampanje, budući da su aktivni na tim platformama te podložni utjecaju i trendovima koje tamo vide. Korištenje atraktivnih vizuala, humora i društvenih interakcija u marketinškim kampanjama može potaknuti mlade ljude na interes i eksperimentiranje s duhanskim proizvodima, često ne shvaćajući ozbiljne zdravstvene posljedice koje pušenje može donijeti.

Etički izazov leži u upotrebi društvenih mreža kako bi se prodali proizvodi koji predstavljaju rizik za zdravlje, posebno mlađim populacijama. Postavlja se pitanje odgovornosti i etike duhanske industrije u promociji proizvoda koji mogu nanijeti ozbiljne zdravstvene posljedice onima koji ih konzumiraju.

Uz to, društvene mreže omogućuju neformalno dijeljenje iskustava s pušenjem među mladima, što može stvoriti lažan dojam o popularnosti i prihvaćenosti pušenja u društvu. Ovo može dodatno otežati promicanje zdravog načina života i smanjenje konzumacije duhanskih proizvoda među mladima.⁶⁰

Suočeni s tim etičkim izazovima, potrebno je pažljivo regulirati oglašavanje duhanskih proizvoda na društvenim mrežama kako bi se zaštitila javna zdravstvena dobrobit, posebno mladih generacija. Stvaranje strožih regulativa i provođenje kampanja koje podižu svijest o štetnosti pušenja na društvenim mrežama može biti ključno za suzbijanje utjecaja takvih marketinških strategija na mlade potrošače. Također, važno je educirati mlade o posljedicama pušenja i poticati njihovo kritičko razmišljanje o reklamama koje vide na društvenim mrežama kako bi se smanjila njihova ranjivost na manipulaciju marketinškim porukama koje promoviraju duhanske proizvode.

Društvene mreže omogućuju brzo širenje informacija i sadržaja. To znači da marketinške kampanje duhanske industrije mogu doseći širok raspon publike u kratkom vremenskom razdoblju. S obzirom na to da mladi često provode puno vremena na društvenim mrežama, oni su više izloženi ovakvim marketinškim sadržajima, što može utjecati na njihovu percepciju i stavove prema duhanskim proizvodima.⁶¹

⁵⁹ Joossens, L. (2000). From public health to international law: possible protocols for inclusion in the Framework Convention on Tobacco Control. *Bulletin of the World Health Organization*, str. 930

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Ibid.

Društvene mreže omogućuju precizno ciljanje određenih demografskih skupina, uključujući mlade potrošače. Pomoću podataka o interesima, ponašanju i preferencijama korisnika, oglašivači mogu prilagoditi svoje marketinške poruke kako bi ih što više privukli. Na primjer, mogu ciljati mlade ljude koji su zainteresirani za glazbu, sport ili modne trendove, koristeći relevantan sadržaj i influencere iz tih područja kako bi povećali privlačnost duhanskih proizvoda.

Također pružaju mogućnost stvaranja emocionalnih veza između potrošača i brendova. Dušanske tvrtke koriste ovu mogućnost kako bi stvorile osjećaj pripadnosti i identifikacije s duhanskim proizvodima, posebno među mladima koji često traže svoj identitet i pripadnost određenoj društvenoj grupi. Kroz upotrebu popularnih hashtagova, slogana i vizuala, tvrtke nastoje stvoriti "cool" i "in" dojam o pušenju kako bi privukle mlade potrošače.

Influenceri, odnosno osobe s velikim brojem pratitelja na društvenim mrežama, postali su snažan marketinški alat. Duhanske tvrtke često surađuju s influencerima koji imaju velik utjecaj na mlade kako bi promovirali duhanske proizvode. Ovo može biti vrlo učinkovita strategija jer mladi često vjeruju mišljenju i preporukama svojih omiljenih influencera.⁶²

Utjecaj društvenih mreža na promociju duhana predstavlja izazov za zdravstvene organizacije i vladine agencije koje se trude suzbiti pušenje među mladima. S obzirom na brzinu kojom se informacije šire na društvenim mrežama i način na koji mladi konzumiraju sadržaj, potrebna je brza i prilagodljiva kampanja kako bi se odgovorilo na marketinške strategije duhanske industrije.⁶³

Uzimajući u obzir sve ove aspekte, regulacija oglašavanja duhanskih proizvoda na društvenim mrežama postaje izuzetno važna kako bi se zaštitila mlada populacija od manipulacije marketinškim sadržajima koji promoviraju pušenje. Edukacija mladih o zdravstvenim posljedicama pušenja i kritičko razmišljanje o reklamama na društvenim mrežama također igraju ključnu ulogu u promicanju zdravog načina života među mladima.

4.4. Prikazivanje pušenja u filmskoj industriji: Etika i utjecaj na mlade

⁶² Ibid.

⁶³ Liberman, J. (2003). Where is tobacco regulation heading: time for new approaches. *Drug and Alcohol Review*, str. 461

Prikazivanje pušenja u filmskoj industriji ima dublje značenje od pukog scenarijskog elementa. To je kompleksna tema koja izaziva etičke dileme i zahtijeva pažljivo razmatranje utjecaja na mlade gledatelje. Filmovi, kao snažan medij zabave i izražavanja, mogu oblikovati percepciju i ponašanje mladih, čime igraju ključnu ulogu u formiranju njihovih stavova prema pušenju i duhanskim proizvodima.⁶⁴

U filmovima se često prikazuju atraktivni, uspješni i poželjni likovi koji puše. Takvi prikazi mogu stvoriti pozitivne asocijacije s pušenjem i dovesti do normalizacije tog ponašanja među mladima. Mladi gledatelji, čija je kritička svijest i razumijevanje o štetnosti pušenja još uvijek u razvoju, mogu nekritički prihvatiti ovakve prikaze kao poželjne modele ponašanja. Na taj način, filmovi mogu nehotice doprinijeti poticanju mladih na eksperimentiranje s duhanskim proizvodima i razvijanju ovisnosti.

Primjer takvog prikaza možemo vidjeti u popularnom filmskom serijalu u kojem glavni likovi često puše i to se prikazuje kao privlačno ponašanje. Mladi koji gledaju te filmove mogu razviti pozitivne asocijacije s pušenjem, povezujući ga s određenim društvenim statusom ili osobnim karakteristikama likova koje cijene i oponašaju.⁶⁵

Etička odgovornost filmske industrije leži u balansiranju slobode umjetničkog izraza i odgovornosti prema javnom zdravlju, posebno prema mladima. Iako ograničavanje kreativne slobode može izazvati kontroverze, važno je razmotriti potrebu za odgovornim prikazivanjem pušenja, pogotovo u filmovima namijenjenim mlađoj publici.

Kako bi se smanjio utjecaj prikazivanja pušenja na mlade, moguće su različite strategije. Filmska industrija može usvojiti smjernice koje preporučuju smanjenje prikazivanja pušenja u filmovima s ciljnom publikom mlađom od 18 godina. Isto tako, može poticati i podržavati filmove koji promoviraju zdrave načine života i rješenja bez upotrebe duhanskih proizvoda.

Ključna uloga leži i u edukaciji mladih o stvarnim posljedicama pušenja, kritičkom razmišljanju o prikazima pušenja u filmovima te razvijanju medijske pismenosti. Mladi trebaju biti educirani o marketinškim strategijama i kako mediji mogu oblikovati njihove stavove i ponašanje. Na taj način, mladi će biti opremljeni alatima da kritički procjenjuju i prepoznaju manipulativne marketinške taktike, uključujući i prikaze pušenja u filmovima.

⁶⁴ Darron, D. (2021). Earliest evidence of human tobacco use in Pleistocene Americas. *Nat Hum Behav.* Raspoloživo na: URL: <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01202-9> (pristupljeno 17.03.2024.).

⁶⁵ Ibid.

Kroz suradnju s relevantnim zdravstvenim organizacijama, filmska industrija može odigrati ključnu ulogu u poticanju pozitivnih promjena u svijesti mladih o pušenju i njegovim zdravstvenim rizicima. Osvješćivanje o etičkim i zdravstvenim pitanjima koja se tiču prikazivanja pušenja u filmovima pomaže u stvaranju društva koje potiče zdrave stilove života i štiti mlade generacije od negativnih utjecaja pušenja na njihovo zdravlje i blagostanje.⁶⁶

Kao primjer imamo iz filma "The Great Gatsby", inspiriranom istoimenim romanom F. Scotta Fitzgeralda, glavni lik Jay Gatsby, koji ga tumači Leonardo DiCaprio, često je prikazan kako puši. Jedna od scena u kojoj je pušenje naglašeno je kada Gatsby sjedi na terasi svog glamuroznog doma, držeći cigaretu u elegantnoj ruci dok razgovara s drugim likovima. Ova scena predstavlja Gatsbyja kao tajanstvenog i privlačnog muškarca, a prikazivanje pušenja na ovakav način može stvoriti pozitivne asocijacije i dojam da je pušenje povezano s elegancijom i uspješnošću.

Ovaj primjer prikazuje kako popularni filmovi često prikazuju pušenje na način koji može privući mlade gledatelje i potaknuti ih da povežu pušenje s atraktivnim i glamuroznim karakterima. Ovakvi prikazi mogu normalizirati pušenje i utjecati na percepciju mladih o duhanskim proizvodima, što je važno uzeti u obzir kad se razmatra etička odgovornost filmske industrije prema mladoj publici.⁶⁷

⁶⁶ Ibid.

⁶⁷ World Health Organization (WHO). (2018). Tobacco production and trade. Raaspoloživo na: URL: https://cdn.who.int/media/docs/default-source/tobacco-hq/globalinfographic-web-feb11.pdf?sfvrsn=827aee77_5 (pristupljeno 14.03 2024.).

5. PHILLIP MORRIS INTERNATIONAL-PRIMJER ETIČKIH DILEMA U MARKETINGU DUHANSKE INDUSTRIJE

Phillip Morris International, kao vodeća kompanija u duhanskoj industriji, predstavlja primjer etičkih dilema u marketingu duhanskih proizvoda. Ova industrija je često suočena s izazovima u vezi sa etičnošću, s obzirom na negativne zdravstvene posljedice koje duvan ima na korisnike.

Jedna od osnovnih etičkih dilema u marketingu duhanskih proizvoda je pitanje kako promovirati proizvode koji su poznati po izazivanju ozbiljnih bolesti, uključujući rak pluća, srčane bolesti i respiratorne probleme. Kompanije poput Phillip Morris Internationala suočene su s izazovom pronalaženja načina za privlačenje novih korisnika i održavanje postojeće baze potrošača, dok istovremeno moraju biti svjesne štetnih posljedica koje pušenje ima na zdravlje ljudi.⁶⁸

Druga etička dilema je vezana za način na koji duhanske tvrtke pristupaju oglašavanju i marketingu svojih proizvoda. U prošlosti, duhanske kompanije su koristile agresivne marketinške strategije, ciljajući posebno na mlade ljude kako bi ih privukle prema pušenju. Ovo je izazvalo zabrinutost zbog manipuliranja ranjivom populacijom i promoviranja ovisnosti o duhanu.

Također, etička dilema se javlja i u vezi s transparentnošću i objavljivanjem informacija o zdravstvenim rizicima duhana. Duhanske tvrtke su često bile optužene da skrivaju ili umanjuju štetnost duhanskih proizvoda, a da istovremeno promoviraju samo one informacije koje podržavaju njihovu industriju. Ovo stvara nepovjerenje i nedostatak transparentnosti prema potrošačima, te izaziva etičke dileme u vezi sa zaštitom zdravlja ljudi.

Da bi se suočile s ovim etičkim dilemama, duhanske tvrtke kao što je Phillip Morris International suočene su s izazovom usklađivanja svojih marketinških praksi s visokim standardima etičnosti i odgovornosti. To uključuje usmjeravanje marketinških napora prema odraslima, poštivanje zakona i regulativa o oglašavanju duhana te pružanje jasnih i pouzdanih informacija o zdravstvenim rizicima duhanskog konzumiranja.⁶⁹

⁶⁸ Philip Morris International. Raspoloživo na: URL: <https://www.pmi.com/> (pristupljeno 19.03 2024.).

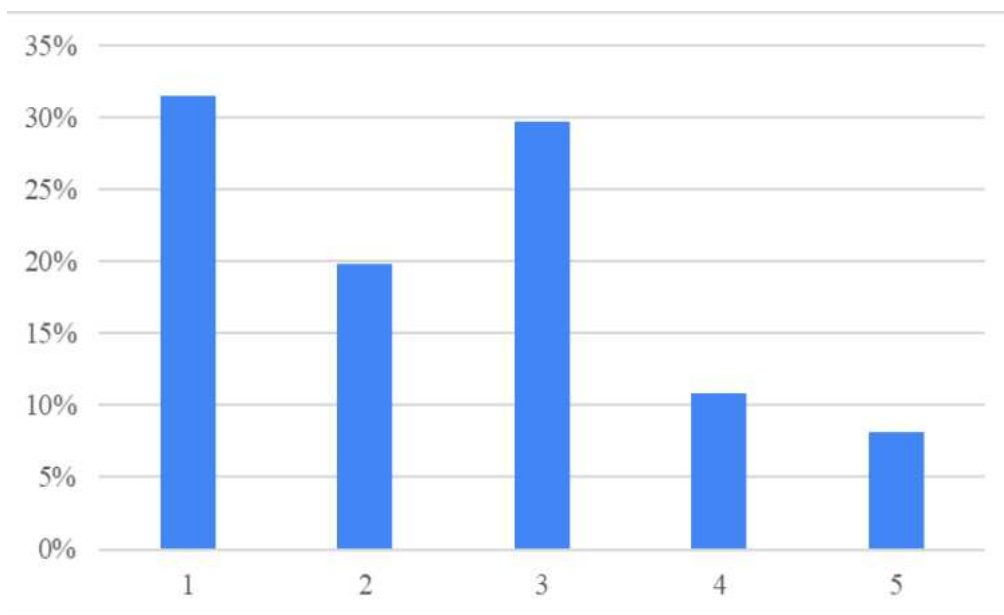
⁶⁹ Ibid.

U završnom dijelu ankete, sudionici su dali svoje mišljenje o poduzeću Philip Morris International općenito. Nakon što su upoznati s različitim društveno odgovornim inicijativama koje je poduzeće provodilo, postavljena su im nekoliko pitanja.

Kada su ispitanici zamoljeni da procijene vjerojatnost investiranja u poduzeće, pretpostavljajući da imaju dovoljno novca za ulaganje, prosječna ocjena iznosila je 2,44.

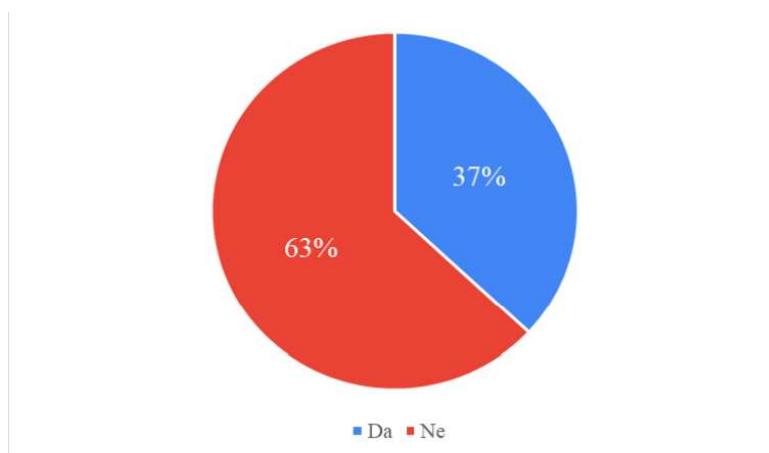
Interesantno, relativno mali broj sudionika, otprilike 37%, iskazalo je želju za radom u poduzeću Philip Morris (grafikon 23). Međutim, oko 47% ispitanika bi preporučilo Philip Morris kao poželjnog poslodavca svojim prijateljima.

Slika 2: Vjerojatnost ulaganja u poduzeće Philip Morris od strane ispitanika



Izvor: Izrada autora prema rezultatima istraživanja

Slika 3: Broj ispitanika koji bi voljeli raditi u poduzeću Phillip Morris



Izvor: Izrada autora prema rezultatima istraživanja

5.1. Phillip Morris International-poslovni profil

Philip Morris International (PMI) je multinacionalna duhanska tvrtka koja se bavi proizvodnjom, distribucijom i marketingom duhanskih proizvoda diljem svijeta. Njihov poslovni profil obuhvaća sljedeće ključne aspekte:

Portfelj brendova: PMI posjeduje širok portfelj poznatih brendova duhanskih proizvoda. Njihov najpoznatiji brend je Marlboro, koji je jedan od najprodavanijih brendova cigareta u svijetu. Također imaju i druge brendove kao što su L&M, Chesterfield, Parliament, Bond Street, i mnogi drugi, koji se prodaju na različitim tržištima.

Međunarodno prisustvo: PMI je globalno prisutan u više od 180 zemalja diljem svijeta. Imaju snažno tržišno prisustvo u različitim regijama, uključujući Europu, Aziju, Ameriku i Afriku. Tvrtka posjeduje i vodi različite proizvodne pogone i distribucijske centre kako bi osigurala opskrbu svojih proizvoda na globalnoj razini.⁷⁰

Transformacija i alternativni proizvodi: PMI je posvećen transformaciji svojeg poslovnog modela s ciljem postizanja budućnosti bez dima. Njihova strategija uključuje razvoj, proizvodnju i promociju alternativnih proizvoda za pušenje, kao što su elektroničke cigarete i

⁷⁰ Ibid.

uređaji za zagrijavanje duhana. Ti proizvodi pružaju potrošačima mogućnost odabira manje rizičnih opcija.

Istraživanje i razvoj: PMI ulaže znatna sredstva u istraživanje i razvoj kako bi inovirao svoje proizvode i tehnologije. Njihovi znanstveni timovi i stručnjaci rade na razvoju novih tehnologija za zagrijavanje duhana i proučavaju utjecaj duhanskih proizvoda na zdravlje. Također surađuju s vodećim istraživačkim institucijama u svijetu radi unaprjeđenja znanstvenih spoznaja o duhanskim proizvodima i njihovim potencijalnim rizicima.

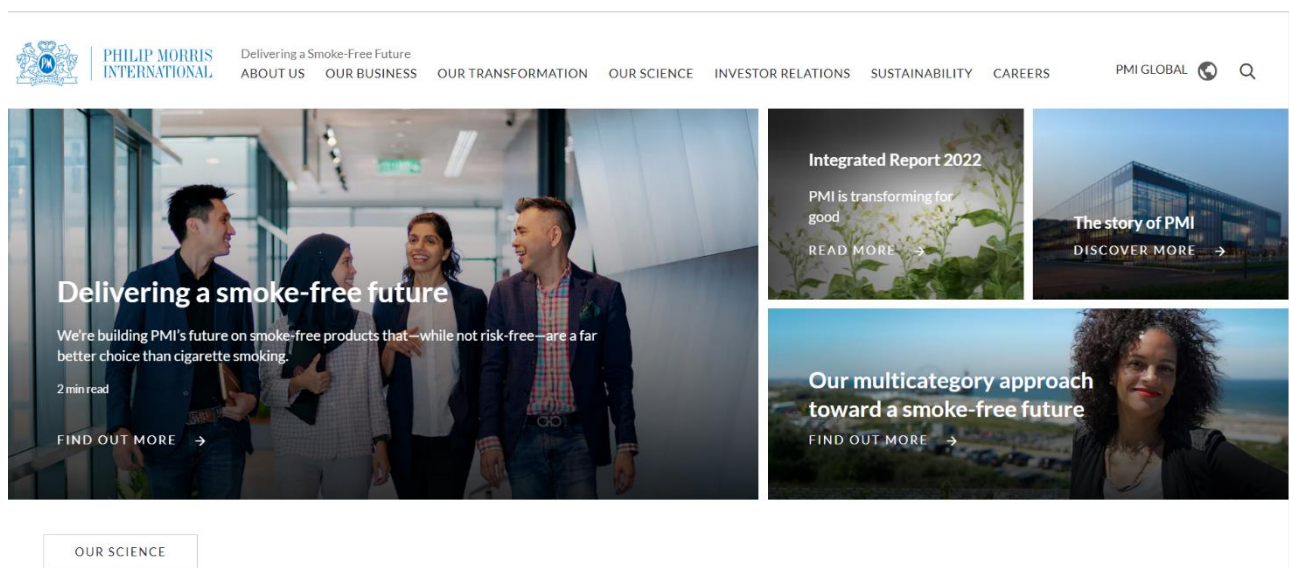
Održivost i društvena odgovornost: PMI se također fokusira na održivost i društvenu odgovornost u svom poslovanju. Imaju ciljeve u smanjenju negativnog utjecaja na okoliš, uključujući smanjenje emisija stakleničkih plinova i održivo korištenje resursa. Također surađuju s lokalnim zajednicama, organizacijama civilnog društva i vladinim organizacijama kako bi podržali inicijative za kontrolu duhana, edukaciju o rizicima pušenja te podršku programima za prestanak pušenja.⁷¹

Regulativni okvir: PMI posluje u skladu s regulativnim okvirom svake zemlje u kojoj djeluje. Duhan je podložan strogoj regulativi, uključujući ograničenja oglašavanja, upozorenja na pakiranjima i zabranu prodaje maloljetnicima. PMI surađuje s vladama i regulatornim tijelima kako bi osigurao usklađenost s propisima i pridržavao se najviših standarda poslovne etike.

Zaposlenici: PMI zapošljava tisuće ljudi diljem svijeta. Tvrtka se trudi osigurati sigurno i poticajno radno okruženje te promovirati raznolikost i inkluziju među svojim zaposlenicima. Također pružaju obrazovne programe i razvojne mogućnosti kako bi podržali karijeru i rast svojih zaposlenika.

⁷¹ Ibid.

Slika 4: Phillip Morris International web profil



Izvor: Philip Morris International. URL: <https://www.pmi.com/>

5.2. Iskustva u ilegalnoj nabavi duhana

Ilegalna nabava duhana predstavlja kršenje zakona i regulacija vezanih za proizvodnju, distribuciju i prodaju duhanskih proizvoda. Ova aktivnost uključuje neovlaštenu proizvodnju, krijumčarenje, ilegalnu trgovinu i prodaju duhana bez plaćanja poreza ili bez ispunjavanja zakonskih zahtjeva.

Iskustva u ilegalnoj nabavi duhana mogu imati ozbiljne posljedice i utjecati na različite aspekte društva i gospodarstva:

Zdravstveni rizici: Ilegalni duhan često nije podložan istim sigurnosnim standardima kao legalni proizvodi. Može sadržavati otrovne tvari, kontaminante ili biti lošije kvalitete. Konzumiranje takvog duhana može predstavljati veći rizik po zdravlje korisnika, uključujući povećanu izloženost karcinogenima i drugim štetnim tvarima.

Gubitak prihoda za državu: Ilegalna nabava duhana dovodi do gubitka prihoda za državu jer se izbjegavaju plaćanja poreza na duhan. To može imati negativan utjecaj na financiranje javnih usluga kao što su zdravstvena skrb, obrazovanje i infrastruktura.

Poticanje organiziranog kriminala: Ilegalna trgovina duhanom često je povezana s organiziranim kriminalom i krijumčarenjem. Ova aktivnost može poticati rast kriminalnih mreža, koje se mogu koristiti za ilegalnu trgovinu drugim ilegalnim proizvodima ili aktivnostima.

Nelojalna konkurencija i oštećenje legalnih proizvođača: Ilegalna nabava duhana stvara nelojalnu konkurenciju za legalne proizvođače i trgovce duhanom. Nelegalni proizvodi često se prodaju po nižim cijenama jer izbjegavaju plaćanje poreza i drugih troškova koji su povezani s legalnim proizvodima. To može dovesti do smanjenja prihoda legalnih tvrtki, gubitka radnih mjesta i narušavanja tržišne ravnoteže.⁷²

Borba protiv ilegalne nabave duhana zahtijeva suradnju vlada, zakonodavnih tijela, regulativnih agencija i međunarodnih organizacija. Jačanje zakonodavstva, poboljšanje nadzora, povećanje svijesti javnosti i edukacija o štetnosti ilegalnog duhana ključni su koraci u suzbijanju ove pojave i zaštiti zdravlja građana te legalne industrije duhana.

Iskustva u ilegalnoj nabavi duhana predstavljaju ozbiljan izazov za društvo i gospodarstvo jer se radi o kršenju zakona i regulacija vezanih za proizvodnju, distribuciju i prodaju duhanskih proizvoda. Ova ilegalna aktivnost uključuje različite oblike neovlaštene proizvodnje, krijumčarenje, ilegalnu trgovinu i prodaju duhana bez plaćanja poreza ili bez ispunjavanja zakonskih zahtjeva.

Jedan od ključnih problema povezanih s ilegalnom nabavom duhana su zdravstveni rizici koje predstavlja za potrošače. Ilegalni duhan često nije podložan istim sigurnosnim standardima kao legalni proizvodi, što može rezultirati prisutnošću otrovnih tvari, kontaminanata ili sastojaka lošije kvalitete. Konzumiranje takvog duhana može predstavljati znatno veći rizik po zdravlje korisnika, uključujući povećanu izloženost karcinogenima i drugim štetnim tvarima. Stoga se ilegalna nabava duhana ne samo da krši zakon, već također ozbiljno ugrožava zdravlje pojedinaca.

Osim toga, ilegalna nabava duhana ima i značajan ekonomski utjecaj. Naime, prodaja nelegalnih proizvoda izbjegava plaćanje poreza na duhan, što direktno dovodi do gubitka prihoda za državu. Ovaj gubitak prihoda može imati negativne posljedice na financiranje javnih usluga, kao što su zdravstvena skrb, obrazovanje i infrastruktura. Smanjeni prihodi mogu

⁷² Ibid.

rezultirati ograničenjem resursa za poboljšanje društvenih potreba i usluga koje su važne za dobrobit cijele zajednice.

Dodatno, ilegalna trgovina duhanom često je povezana s organiziranim kriminalom i krijumčarenjem. Ova aktivnost može poticati rast kriminalnih mreža koje se bave ne samo ilegalnom trgovinom duhanom, već i drugim ilegalnim proizvodima ili aktivnostima. Sukob s organiziranim kriminalom otežava provođenje zakona i suočavanje s ovom problematikom.

Nelojalna konkurencija je još jedan aspekt koji proizlazi iz ilegalne nabave duhana. Nelegalni proizvodi često se prodaju po nižim cijenama jer izbjegavaju plaćanje poreza i drugih troškova koji su povezani s legalnim proizvodima.

Ovo može dovesti do smanjenja prihoda legalnih proizvođača i trgovaca duhanom, što može rezultirati gubitkom radnih mjesta i narušavanjem tržišne ravnoteže. Ilegalna nabava duhana može također negativno utjecati na kvalitetu i sigurnost legalnih proizvoda jer pruža mogućnost tržištu za razne krivotvorine i falsifikate.⁷³

5.3. Novi duhanski proizvodi i kontrola marketinških aktivnosti

Novi duhanski proizvodi predstavljaju inovativne alternative tradicionalnim cigaretama i duhanskim proizvodima. Među tim novim proizvodima su elektroničke cigarete, uređaji za zagrijavanje duhana i slični proizvodi. Kontrola marketinških aktivnosti vezanih uz ove nove duhanske proizvode ključna je u zaštiti potrošača, posebno mladih, i osiguravanju pravičnog i etičkog okruženja.⁷⁴

Zakoni i regulative trebaju ograničiti marketinške aktivnosti novih duhanskih proizvoda, uključujući elektroničke cigarete, kako bi se spriječilo ciljanje neodgovarajuće publike, posebno maloljetnika. Ograničenja bi trebala obuhvaćati medije, društvene mreže, sponzorstva i ostale oblike promocije.

Svi novi duhanski proizvodi trebaju jasno prikazivati upozorenja o zdravstvenim rizicima i štetnosti duhana. Ova upozorenja trebaju biti istaknuta na ambalaži proizvoda, kao i u marketinškim materijalima, kako bi potrošači bili svjesni potencijalnih opasnosti.

⁷³ Ibid.

⁷⁴ World Health Organization (WHO). (2018). Tobacco production and trade. Raaspoloživo na: URL: https://cdn.who.int/media/docs/default-source/tobacco-hq/globalinfographic-web-feb11.pdf?sfvrsn=827aee77_5 (pristupljeno 17.03 2024.).

Zakonodavci i regulatorna tijela trebaju razmotriti ograničenje raznih okusa i atraktivnih pakiranja koji mogu privući mlade korisnike. To može uključivati zabranu određenih okusa koji bi mogli biti privlačni maloljetnicima, kao i jednostavnije i manje privlačne pakete.

Neovisna znanstvena istraživanja o novim duhanskim proizvodima trebaju biti poticana i podržavana kako bi se razumjeli njihovi učinci na zdravlje. Rezultati istraživanja trebaju biti transparentno priopćeni potrošačima i regulatornim tijelima kako bi se donijele informirane odluke o regulativama.⁷⁵

Edukacija javnosti o novim duhanskim proizvodima i njihovim potencijalnim rizicima ključna je u osvješćivanju potrošača. Kampanje za javno zdravlje i obrazovni programi trebaju pružiti objektivne informacije o novim duhanskim proizvodima kako bi se potrošačima omogućilo donošenje informiranih odluka o njihovoj upotrebi i posljedicama na zdravlje.

Proizvođači novih duhanskih proizvoda trebaju surađivati s regulatornim tijelima kako bi osigurali usklađenost s propisima i regulativama. Transparentna komunikacija i razmjena informacija između industrije i regulatora mogu pomoći u identificiranju potencijalnih problema i uspostavljanju učinkovitih kontrola.

Regulatorna tijela trebaju aktivno pratiti tržište novih duhanskih proizvoda kako bi identificirala potencijalne kršenje zakona, nedozvoljene marketinške strategije ili promociju među maloljetnicima. Odlučna provedba regulativa i primjena sankcija za kršenja ključne su za sprječavanje nepoštenih i ilegalnih marketinških aktivnosti.

Kontrola marketinških aktivnosti novih duhanskih proizvoda je važna kako bi se zaštitili potrošači i smanjili rizici povezani s njihovom upotrebom. Regulatorna tijela, industrija i društvo kao cjelina trebaju surađivati kako bi uspostavili jasne smjernice i osigurali odgovornost u promoviranju i prodaji novih duhanskih proizvoda.⁷⁶

5.4. Odgovornost i transparentnost u istraživanju i razvoju novih duhanskih proizvoda

Odgovornost i transparentnost u istraživanju i razvoju duhanskih proizvoda su ključni elementi koji imaju snažan utjecaj na zaštitu javnog zdravlja i društva u cjelini. Duhanski proizvodi, posebno cigarete, duhanske štapiće i druge oblike duhanskog konzumiranja, dugi niz godina su

⁷⁵ World Health Organization (WHO). (2018). Tobacco production and trade. Dostupno na: https://cdn.who.int/media/docs/default-source/tobacco-hq/globalinfographic-web-feb11.pdf?sfvrsn=827ace77_5 (pristupljeno 14.03 2024.).

⁷⁶ Ibid.

povezani s brojnim ozbiljnim zdravstvenim problemima, uključujući različite vrste raka, bolesti srca, kronične plućne bolesti i druge ozbiljne komplikacije.

Kako bi se smanjili negativni učinci duhanskih proizvoda, vlade su uvelike intervenirale i usvojile stroge regulacije kako bi ograničile njihovu dostupnost i promociju. Međunarodne organizacije, kao što je Svjetska zdravstvena organizacija (WHO), također igraju ključnu ulogu u osiguravanju globalnog pristupa kontrolama i smjernicama u vezi s duhanskim proizvodima.⁷⁷

Odgovornost u istraživanju i razvoju duhanskih proizvoda zahtijeva od proizvođača da vode računa o potencijalnim rizicima koji proizlaze iz njihovih proizvoda i načinima kako smanjiti te rizike. To uključuje provođenje detaljnih istraživanja o sastavu proizvoda, utjecaju na zdravlje korisnika, kao i održavanje sigurnosnih standarda u proizvodnji i distribuciji. Osim toga, proizvođači duhana trebaju surađivati s neovisnim istraživačima i znanstvenicima kako bi osigurali objektivnost i pouzdanost podataka o svojim proizvodima.

Transparentnost je ključan element u osiguravanju povjerenja potrošača i regulatornih tijela. Proizvođači duhanskih proizvoda trebaju biti otvoreni i iskreni u vezi sa svojim istraživanjima, praksama i saznanjima o zdravstvenim rizicima svojih proizvoda. To uključuje dijeljenje rezultata istraživanja s regulatornim tijelima, ali i transparentno informiranje javnosti o mogućim štetnim učincima.⁷⁸

Također, proizvođači bi trebali izbjegavati marketinške strategije koje ciljaju mlade ili zavaravajuće reklame koje umanjuju opasnosti duhanskog konzumiranja.

S obzirom na kontinuirani razvoj novih proizvoda na tržištu, kao što su elektronske cigarete i proizvodi za zagrijavanje duhana, odgovornost i transparentnost su jednako važni. Iako se ti alternativni proizvodi promoviraju kao manje štetni od tradicionalnih cigareta, potrebna su temeljita istraživanja kako bi se utvrdili njihovi dugoročni učinci na zdravlje korisnika. Proizvođači ovih alternativnih proizvoda trebaju biti posebno pažljivi u pružanju pouzdanih informacija o svojim proizvodima i izbjegavati lažno reklamiranje kao sigurne alternative za pušenje.

⁷⁷ World Health Organization (WHO). (2018). Tobacco production and trade. Dostupno na: https://cdn.who.int/media/docs/default-source/tobacco-hq/globalinfographic-web-feb11.pdf?sfvrsn=827ace77_5 (pristupljeno 15.04 2024.).

⁷⁸ Ibid.

Etički aspekti odgovornosti i transparentnosti također su od suštinske važnosti. Proizvođači i istraživači moraju preuzeti odgovornost za posljedice svog djelovanja na zdravlje i društvo u cjelini. To uključuje osiguranje poštivanja etičkih smjernica u istraživanju i promicanju proizvoda te izbjegavanje pritisaka ili lobiranja koji bi mogli utjecati na regulatorne procese ili zavaravati javnost o sigurnosti duhanskih proizvoda.

Proizvodnja duhanskih proizvoda može imati značajan negativan utjecaj na okoliš. Uzgoj duhana zahtijeva velike površine obradive zemlje, što može dovesti do krčenja šuma i gubitka staništa za brojne vrste. Kemijski tretmani duhana kako bi se spriječile štetnike i bolesti također mogu zagađivati tlo i vodu, uzrokujući potencijalnu štetu na lokalnoj ekosustavu.

Osim toga, mnogi duhanski proizvodi dolaze u pakiranjima koja su često nepropisno odbačena, što stvara značajan otpad. Plastične čašice i ambalaža od duhanskih proizvoda mogu završiti u okolišu, zagađujući vode i predstavljajući prijetnju morskom životu.⁷⁹

Odgovornost proizvođača duhanskih proizvoda u ovom kontekstu znači razmatranje održivih praksi u procesu proizvodnje i pakiranja. Poticanje ekološki prihvatljivijih načina uzgoja duhana, upotrebu manje štetnih kemikalija i recikliranje ambalaže mogu biti ključni koraci prema smanjenju negativnog utjecaja duhanskih proizvoda na okoliš.

Također, transparentnost u vezi s ekološkim učincima duhanskih proizvoda igra važnu ulogu u osvješćivanju javnosti o ovom pitanju.

Proizvođači bi trebali otvoreno informirati o svom ekološkom otisku, pokazati napore koje poduzimaju u cilju smanjenja negativnih utjecaja i aktivno raditi na unaprjeđenju ekoloških praksi u industriji.

⁷⁹ Ibid.

6. ZAKLJUČAK

U ovom istraživanju fokusiralo se na analizu veze između duhanske industrije, društvenog morala i poslovne odgovornosti. Postavljena su ključna istraživačka pitanja kako bi se dublje razumjeli etički aspekti ove industrije i njezin utjecaj na društvo.

Analiza je otkrila složenu dinamiku između ekonomske koristi koju donosi proizvodnja duhana i moralnih implikacija koje proizlaze iz njezine potrošnje. Dok duhanska industrija pruža značajne prihode, istovremeno se suočava s ozbiljnim pitanjima vezanim za zdravlje ljudi i javni interes. Utvrđeno je da je potrebno uravnotežiti ekonomske interese s moralnim obvezama prema društvu.

Uloga poslovne odgovornosti u duhanskoj industriji je ključna. Identificirano je da su duhanske kompanije suočene s izazovom ravnoteže između ekonomske održivosti i odgovornog poslovanja. Kompanije su pod pritiskom da implementiraju inicijative usmjerene prema društveno odgovornom ponašanju, kao što su podrška programima za prestanak pušenja i transparentno informiranje potrošača. Ovakvi napori predstavljaju korake prema većoj poslovnoj odgovornosti u industriji.

Pitanje 1: Kako duhanska industrija utječe na društveni moral?

Naša analiza otkrila je složenu dinamiku između ekonomske koristi koju donosi proizvodnja duhana i moralnih implikacija koje proizlaze iz njezine potrošnje. Dok duhanska industrija pruža značajne prihode, istovremeno se suočava s ozbiljnim pitanjima vezanim za zdravlje ljudi i javni interes. Potrebno je uravnotežiti ekonomske interese s moralnim obvezama prema društvu.

Pitanje 2: Koja je uloga poslovne odgovornosti u duhanskoj industriji?

Identificirano je da su duhanske kompanije suočene s izazovom ravnoteže između ekonomske održivosti i odgovornog poslovanja. Kompanije su pod pritiskom da implementiraju inicijative usmjerene prema društveno odgovornom ponašanju, kao što su podrška programima za prestanak pušenja i transparentno informiranje potrošača. Ovakvi napori predstavljaju korake prema većoj poslovnoj odgovornosti u industriji.

LITERATURA:

KNJIGE:

1. Bauk, M. (2015). Povijest duhana. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
2. Burns, E. (2007). The Smoke of the Gods: A Social History of Tobacco. Philadelphia: Temple University Press.
3. Chapman, M., Shatenstein, P. (2001). Ethical Dilemmas in Managemet. New York: Routledge.
4. Gately, I. (2001). Tobacco: A cultural hitory of how an exotic plant seduced civilization, London, Simon & Schuster
5. Godman, J. (2005). Tobacco in History: The Cultures of Dependence. Farmington Hills, MI: Thomson Gale.
6. MacKay, J. (2002). The Tobbaco Atlas. World Health Organization. Myraid Editions Limited, Oxford.
7. Males, M. (1999). Smoked. Why Joe Camel is Still Smiling. Monroe, ME: Common Courage Press.
8. Vrzan, T. (2017). Uporaba duhana i čokolade kroz povijest. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.

ZNANSTVENI ČLANCI:

1. Aftab, M., Kolben, D., & Lurie, P. (1999). International labeling practices for cigarettes. Tobacco Control, XII, (4).
2. Ashley, M. J. (2003). What the public thinks about the tobacco industry and its products. Tobacco Control, XII.
3. Callard, C., et al. (2005). Transforming the tobacco market: why cigarette supply should be transferred from corporations to non-profit enterprises with a public health mandate. Tobacco Control, XIV.
4. Cohen, J., et al. (2000). Political ideology and tobacco control. Tobacco Control, IX.
5. Joossens, L. (2000). From public health to international law: possible protocols for inclusion in the Framework Convention on Tobacco Control. Bulletin of the World Health Organization, LXXVIII, (7).

6. Liberman, J. (2003). Where is tobacco regulation heading: time for new approaches. *Drug and Alcohol Review*, XXII.
7. O'Connor, R., et al. (2021). Evolution of tobacco products: recent history and future directions. *Tobacco Control*, XXXI.
8. Global Youth Tobacco Survey Collaborative Group (GYTSCG) (2002). Tobacco use among young people: a cross-country comparison. *Tobacco Control*, XI.

INTERNETSKI IZVORI:

1. Darron, D. (2021). Earliest evidence of human tobacco use in Pleistocene Americas. *Nat Hum Behav.* Raspoloživo na: URL: <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01202-9> (pristupljeno 15.03.2024.).
2. Utjecaj duhanske industrije na okoliš. Raspoloživo na: URL: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/who-duhanska-industrija-je-jedan-od-najvecih-zagadjivaca-okolisa/2368371.aspx> (pristupljeno 17.03.2024.).
3. Učinci pušenja na zdravlje. Raspoloživo na URL: <https://www.zzjzdnz.hr/zdravlje/pusenje-i-zdravlje/ucinci-pusenja-na-zdravlje> (pristupljeno 2. veljače 2023.)
4. World Health Organization (WHO). (2018). Tobacco production and trade. Raspoloživo na: URL: https://cdn.who.int/media/docs/default-source/tobacco-hq/globalinfographic-web-feb11.pdf?sfvrsn=827aee77_5 (pristupljeno 14.03 2024.).

OSTALO:

1. Narodne novine, br. 56/90, 135/97, 8/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14.
2. Tobacco industry interference in the WHO European Region, WHO Regional Office for Europe, 2012., p. 5.
3. Čl. 3., st. 1. i 2. Zakona o zdravstvenoj zaštiti Republike Hrvatske, Narodne novine, br. 150/08., 71/10., 139/10., 22/11., 84/11., 12/12., 35/12., 70/12., 144/12., 82/13. i 22/14.

POPIS SLIKA

Slika 1. Phillip Morris International web profil.....	8
Slika 2. Vjerojatnost ulaganja u poduzeće Philip Morris od strane ispitanika.....	46
Slika 3. Broj ispitanika koji bi voljeli raditi u poduzeću Phillip Morris.....	47
Slika 4. Phillip Morris International web profil.....	49