



Szara strefa na rynku e-papierosów w Polsce

Opracowanie przygotowane na zamówienie Stowarzyszenia Vaping Association Polska

Warszawa, wrzesień 2024 r.

Spis treści

Streszczenie	4
Wprowadzenie	10
Taksonomia wyrobów alternatywnych do tradycyjnych papierosów	13
Determinanty popytu na e-papierosy	23
Polityka podatkowa i regulacyjna mająca wpływ na rynek e-papierosów	35
Definicja szarej strefy	50
Determinanty poszerzania się szarej strefy na rynku	57
Szacunek szarej strefy na rynku e-papierosów	62
Społeczne i gospodarcze skutki szarej strefy	89
Przegląd badań wpływu regulacji e-papierosów	93
Podsumowanie i wnioski	107
Bibliografia	112
Spis wykresów, tabel i rysunków	117
Załącznik 1	118
Załącznik 2	135
Załącznik 3	137

Streszczenie

1. E-papierosy (elektroniczne papierosy) to urządzenia elektroniczne, które podgrzewają płyn (e-liquid) do temperatury około 200 stopni zawierający nikotynę (może być także bez nikotyny), glicerynę, glikol propylenowy i aromaty, przekształcając go w aerozol (lub mieszkankę małych cząsteczek w powietrzu), który jest wdychany (inhalowany) przez użytkownika. Nie dochodzi w nich do procesu spalania tytoniu, co także odróżnia je od tradycyjnych papierosów.
2. Dochody z podatku akcyzowego od płynu do papierosów elektronicznych w 2021 r. wyniosły 179,5 mln zł, w 2022 r. 229,9 mln zł, a w 2023 r. 443,6, co pokazuje jak dynamicznie rozwija się ten rynek.
3. E-papierosy w porównaniu do tradycyjnych papierosów zawierają, zgodnie z aktualną wiedzą, mniej niebezpiecznych związków rakotwórczych i substancji chemicznych. Szacuje się, że są one mniej szkodliwe od zwykłych papierosów, choć brakuje długookresowych badań nad ich skutkami dla zdrowia. E-papieros nie wydziela dymu (nie zachodzi proces spalania żadnej substancji), tylko parę, dlatego też może być stosowany również w towarzystwie osób, które nie palą i nie tolerują dymu tytoniowego. Uważa się tym samym, że e-papierosy nie szkodzą (a przynajmniej nie w takim stopniu jak tradycyjne papierosy) tak zwanym biernym palaczom, choć emisje z e-papierosów mogą zawierać potencjalnie toksyczne związki, takie jak nikotyna, karbonyl, metale i organiczne związki lotne, oprócz cząstek stałych (choć są one znacznie niższe niż w przypadku tradycyjnych papierosów). Chociaż e-papierosy wytwarzają mniej substancji toksycznych niż tradycyjne papierosy, to nie są całkowicie wolne od ryzyka. Uważa się także, że zmniejszając stopniowo ilość nikotyny w liquidach można o wiele łatwiej rzucić palenie (czego jednak najczęściej nie potwierdzają badania). Dodatkowo jedną z największych zalet e-papierosów jest ich cena. Użytkownik papierosów elektronicznych wydaje średnio około 2,5 razy mniej od palacza tradycyjnych papierosów.

4. Profil użytkownika wyrobów tytoniowych i wyrobów alternatywnych do nich jest bardzo różny i się zmienia. Jednym z powodów sięgnięcia po e-papierosa w przeszłości była chęć pozbycia się nałogu palenie tradycyjnych papierosów. Około 46% badanych, którzy sięgnęli po papierosy elektroniczne, aby rzucić palenie tradycyjnych papierosów, twierdzi, że e-papierosy pomogły im w ograniczeniu palenia papierosów tradycyjnych, rzadziej całkowitym zaprzestaniu palenia.
5. W badaniu OpinionWay przeprowadzonym wśród młodych dorosłych (18-26 lat), którzy w ciągu ostatnich 3 miesięcy używali e-papierosów znalazło się aż 73% kobiet i tylko 27% mężczyzn. Około 40% użytkowników e-papierosów ma wykształcenie wyższe, a 49% średnie. Około 48% respondentów tego badania mieszkało w dużym mieście (powyżej 100 tys. mieszkańców), po 26% w mieście średnim (powyżej 10 tys. mieszkańców) i wsi lub małym mieście (do 10 tys. mieszkańców). Wyniki te mocno odbiegają od struktury społecznej konsumentów nikotyny w bardziej tradycyjnej postaci, głównie papierosów. Zdecydowanie więcej „tradycyjnych” palaczy notujemy wśród mężczyzn niż wśród kobiet. Palenie tradycyjne popularniejsze jest wśród osób o niższym statusie zawodowym i finansowym, niżej wykształconych, mieszkających w mniejszych miastach. Odsetek palaczy spada wraz ze wzrostem wykształcenia.
6. Według badania OpinionWay, młodzi dorośli wskazują średnio na 2,5 powodów, które stoją za wyborem konkretnego produktu nikotynowego w czasie ich ostatnich zakupów. Ogółem, dominujące powody wyboru to: przyzwyczajenie, przywiązanie do marki oraz przyjemność z użytkowania. W przypadku e-papierosów istotną rolę odgrywają także unikatowe smaki, polecenie znajomych oraz korzystne ceny.
7. Dominującym kanałem zakupowym wyrobów nikotynowych, w tym e-papierosów są sklepy stacjonarne. Warto jednak podkreślić, że 28% płynów do e-papierosów do samodzielnej wymiany, 26% wymiennych wkładów (kartridży) oraz 18% jednorazowych e-papierosów według tego badania zostało zakupionych poza sklepami stacjonarnymi.
8. Rosnąca szara strefa, która stała się ważnym kanałem dystrybucji jednorazowych e-papierosów, szczególnie wśród osób nieletnich i poszukujących tańszych produktów, jest jednym z najpoważniejszych niepożądanych zjawisk i wyzwań dynamicznego rozwoju branży bezdymnych alternatyw dla tradycyjnych papierosów.

9. Problemem, na który, omawiając charakterystykę użytkowników e-papierosów, należy zwrócić szczególną uwagę jest ich używanie przez młodzież szkolną, uczniów. Ta grupa jest także istotna z punktu widzenia szacowania rozmiarów szarej strefy, a szczególnie jej dużego potencjału wzrostu w przypadku nieprzemyślanych regulacji. W Polsce obowiązuje bowiem zakaz sprzedaży wyrobów tytoniowych, papierosów elektronicznych lub pojemników zapasowych z płynem nikotynowym osobom do 18. roku życia. Tyle tylko, że nie jest przestrzegany – nawet ponad połowa nieletnich osób deklaruje, że nie ma większego problemu z kupieniem tych produktów.
10. Dystrybucja nielegalnych e-papierosów odbywa się często za pomocą i pośrednictwem różnorodnych kanałów sprzedaży internetowej. Mowa tu zarówno o nielegalnych sklepach sprzedaży internetowej, jak i różnych grupach i kontaktach w mediach społecznościowych oraz na portalach aukcyjnych. Ich sprzedaż prowadzona jest także poprzez dowóz bezpośrednio do wskazanego punktu czy poprzez nielegalne „sieci handlowe” w szkołach czy na dużych osiedlach.
11. Regulacje prawne mające wpływ na rynek e-papierosów i nowatorskich wyrobów tytoniowych w Polsce są rozproszone i obejmują zarówno przepisy krajowe, jak i unijne. Kluczowym aktem prawnym regulującym te produkty na poziomie Unii Europejskiej i wpływającym na prawo krajowe jest dyrektywa 2014/40/UE (Dyrektywa Tytoniowa). Polskie prawo, poprzez ustawę o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych, implementuje te regulacje, ustalając m.in. zasady dotyczące sprzedaży, reklamy, znakowania i składów tych wyrobów. Rynek wyrobów tytoniowych i pokrewnych kształtowany jest także silnie przez politykę podatkową, a w szczególności przepisy dotyczące akcyzy.
12. W lipcu 2024 r. Ministerstwo Finansów przedstawiło założenia do zmiany ustawy o podatku akcyzowym (projekt UD105). Projekt przewiduje aktualizację akcyzowej mapy drogowej poprzez stopniowe podnoszenie stawek akcyzy na wyroby tytoniowe i ich substytuty w latach 2025-2027. Kluczowe zmiany obejmują podwyższenie stawki akcyzy na papierosy, tytoń do palenia, cygara, cygaretki, wyroby nowatorskie oraz płyn do e-papierosów.
13. Szara strefa nie jest zjawiskiem rozumianym w sposób jednoznaczny, zazwyczaj pojęcie to odnosi się do działań ekonomicznych lub węższej produkcji, która nie jest objęta opodatkowaniem i regulacjami państwowymi.

14. Poza przyczynami ekonomicznymi dotyczącymi kosztów wyrobu, istotne znaczenie dla rozwoju szarej strefy wyrobów nikotynowych ma obejście regulacji prawnych ograniczających dostęp do tego typu produktów. Pierwszy przypadek dotyczy uniknięcia zakazu sprzedaży tych wyrobów osobom małoletnim poniżej 18 roku życia.
15. Szara strefa może łatwo rosnąć po wystąpieniu niekorzystnych zmian w opodatkowaniu lub dostępności produktów, natomiast jej zmniejszenie jest trudniejsze. Wynika to z ograniczeń w przepływach między sektorem legalnym i nielegalnym, mających swoje źródło w trudnościach w zalegalizowaniu działalności oraz przewyciężeniu przyzwyczajzeń konsumentów (np. konsumenci wracając na rynek legalny muszą zaakceptować płacenie wyższych cen, ograniczeń zakupowych czy jakościowych dotyczących nabywanych wyrobów). Utrwalaniu się szarej strefy sprzyja też powstawanie sieci powiązań społecznych i interpersonalnych między podmiotami działającymi nielegalnie. Działalność uczestników szarej strefy wpływa negatywnie na konkurencyjność innych, uczciwych podmiotów na rynku. Uczestnicy szarej strefy nie ponoszą ciężarów związanych z wymogami regulacyjnymi, w szczególności nie płacą podatków. W związku ze specyfiką funkcjonowania szarej strefy są zatem w stanie zaoferować konsumentom niższą cenę za sprzedawany produkt, jak i modyfikować go w sposób niezgodny z obowiązującym prawem. Wszelkie te okoliczności sprawiają, że system gospodarczy kraju, w którym rozwija się szara strefa staje się mniej sprawiedliwy, gdyż dyskryminuje uczciwych obywateli.
16. Determinanty poszerzania się szarej strefy na rynku wyrobów nikotynowych wynikają z czynników popytowych (po stronie konsumentów), strefy regulacyjno-podatkowej i podażowej (obejmującej zachowania producentów/sprzedawców). Po stronie konsumentów istotnym czynnikiem jest sytuacja dochodowa oraz poziom cen towarów i usług. Po stronie regulacyjnej na szarą strefę wpływ mają czynniki już wcześniej wymienione, takie jak opodatkowanie wyrobów, ograniczenia dostępności (np. zakazy nabywania dla określonych grup wiekowych konsumentów) i obostrzenia w zakresie jakości wyrobów (np. zakazy sprzedaży produktów smakowych). W tej grupie mamy też egzekucję prawa przez organy Państwa.
17. Znamiona korzystania z szarej strefy obejmują: wątpliwe kanały dystrybucji, nabywanie w niestandardowych ilościach wyrobów oraz jawne deklarowanie omijania

prawa w przypadku wprowadzenia ograniczeń w dostępności wyrobów nikotynowych.

18. Szacunek szarej strefy opiera się o dane z ankiet przeprowadzonych na grupie młodych konsumentów wyrobów nikotynowych w Polsce (18-26 lat). Próba badawcza obejmuje 623 ankiety.
19. Na działalność nielegalną mogą wskazywać m.in. wykorzystanie nietypowych kanałów dystrybucji oraz poszukiwanie produktów w rozmiarach zabronionych przez prawo. Osoby korzystające z innych niż stacjonarne sklepy kanałów dystrybucji stanowiły 17,5%, osoby poszukujące możliwości zakupu e-liquidów o niestandardowej wielkości, w opakowaniach o pojemności powyżej 10 ml, stanowiły 33,71% całej próby badawczej, osoby deklarujące poszukiwanie możliwości zakupu jednorazowych kartridży o pojemności powyżej 2 ml stanowiły 21,99% próby, a odsetek osób deklarujących poszukiwanie jednorazowych e-papierosów umożliwiających niestandardową liczbę zaciągnięć, powyżej 800 zaciągnięć wyniósł 46,55% wszystkich respondentów. Łącząc informacje o używaniu nietypowych kanałów dystrybucji, nawet w sposób okazyjny i nabywanie wyrobów w niestandardowych wielkościach, można ustalić maksymalny rozmiar szarej strefy według udziału użytkowników, którzy kupują w kanałach nielegalnych lub wyroby o niestandardowych wielkościach, w całej próbie. Udział ten wynosi 37,5%. W związku z tym należy uznać, że jest to maksymalny udział konsumentów zaangażowanych obecnie, co najmniej w sposób okazjonalny, w zakupy w szarej strefie. Niestety nie oznacza to, że jest to maksymalny możliwy udział szarej strefy, wydaje się bowiem, że na tym rynku istnieje spory potencjał jej poszerzenia się w przypadku wprowadzenia jakiś istotnych ograniczeń, a także zapewne w przypadku silnego wzrostu obciążeń podatkowych. Gdyby podsumować liczbę osób, które korzystają z szarej strefy obecnie, poszukują zakazanych produktów lub deklarują poszukiwanie wyrobów w nielegalnych źródłach w przypadku jakichś zakazów, ograniczeń czy silnego wzrostu obciążeń podatkowych, to dotyczyłoby to 513 osób z 623 a zatem ponad 82%. Innymi słowy w pełni uczciwi (tak z punktu widzenia obecnej konsumpcji jak i zamierzeń) stanowią w próbie jedynie 18%.
20. Obecność i rozwój szarej strefy niosą ze sobą zarówno gospodarcze, jaki i społeczne konsekwencje. Gospodarka nieformalna nie tylko oddziałuje negatywnie na optymalną alokację zasobów w gospodarce oraz straty we wpływach budżetu państwa, lecz ma

również istotny wpływ na funkcjonowanie oficjalnych instytucji, norm oraz zasad społecznych. Ponadto, w przypadku wyrobów nikotynowych, w tym e-papierosów, konsumpcja produktów pochodzących z szarej strefy może nieść ze sobą negatywne skutki zdrowotne.

21. Obecne podejścia do regulacji związanych z e-papierosami obejmuje szerokie spektrum rozwiązań. Wprowadzane regulacje obejmują m.in. różnorodne zakazy związane ze sprzedażą i konsumpcją e-papierosów (np. zakaz sprzedaży osobom niepełnoletnim czy zakaz palenia w miejscach publicznych), zakaz dodawania poszczególnych składników oraz regulację e-papierosów jako produktów leczniczych, wyrobów tytoniowych, produktów konsumpcyjnych i/lub produktów unikalnych. Należy podkreślić, że w praktyce w wielu krajach występują przeciwstawne trendy dotyczące regulacji e-papierosów. Z jednej strony promuje się korzystanie z nich uznając je za zdrowszą alternatywę wobec tradycyjnych papierosów. Z drugiej strony zmierza się do obniżenia popytu na e-papierosy ze względu na zawartość nikotyny. Dla tego celu w szczególności korzysta się z dodatkowego opodatkowania e-papierosów akcyzą.
22. Przegląd badań nad wpływem regulacji e-papierosów na zachowania konsumenckie oraz rynek wyrobów tytoniowych, wskazuje, że opodatkowanie oraz ograniczenia dostępności mają istotny wpływ na konsumpcję e-papierosów. Wzrost cen tego typu produktów prowadzi do spadku ich konsumpcji, ale jednocześnie może skłaniać konsumentów do powrotu do tradycyjnych papierosów, co stwarza ryzyko niezamierzonych konsekwencji dla zdrowia publicznego. Z kolei, dostępność e-papierosów jako tańszej alternatywy może łagodzić skutki surowych regulacji tradycyjnych wyrobów tytoniowych, ograniczając wzrost nielegalnego handlu tytoniem. Ostatecznie jednak wielu autorów badań wskazuje, że kluczowa dla osiągnięcia celów zdrowotnych, jednocześnie minimalizując negatywne skutki uboczne w postaci rozprzestrzeniania się szarej strefy, w której może dochodzić do obrotu niezbadanymi pod względem bezpieczeństwa zdrowotnego produktami, oraz substytuowania jednych produktów innymi, w tym bardziej szkodliwymi, jest odpowiednio zrównoważona polityka podatkowa i regulacyjna.

Wprowadzenie

Opodatkowanie tytoniu (wyrobów tytoniowych ogółem) to w 2023 r. ponad 34% dochodów budżetu państwa z podatku akcyzowego. **Dochody z podatku akcyzowego od płynu do papierosów elektronicznych w 2021 r. wyniosły 179,5 mln zł, w 2022 r. 229,9 mln zł, a w 2023 r. 443,6, co pokazuje jak dynamicznie rozwija się ten rynek.** Jednocześnie jednak, wraz z rozwojem legalnego rynku e-papierosów, rośnie co najmniej równie dynamicznie szara strefa na tym rynku. Przedmiotem kontroli organów Krajowej Administracji Skarbowej w zakresie produkcji, przemieszczania i zużycia, w tym stosowania i oznaczania wyrobów akcyzowych znakami akcyzy, jest płyn do papierosów elektronicznych, bez względu na formę w jakiej jest oferowany do konsumpcji. Tym samym kontroli nie podlegają jednorazowe e-papierosy lub kartridże (pojemniki zapasowe) do urządzeń wielokrotnego użytku, ale zawarty w nich wyrób akcyzowy, tj. płyn do e-papierosów (bez względu na formę ich sprzedaży). **Dostępne dane o liczbie kontroli za lata 2021-2023 wskazują, że w 2023 r. ujawniono ok. 4,5 mln mililitrów ww. płynu bez zapłaconej akcyzy¹, a na 919 kontroli skutecznych, tzn. wykrywających nieprawidłowości, było 32%. To już może wskazywać na dużą skalę szarej strefy na rynku e-papierosów.** Rozpowszechnianie nielegalnych produktów, bez jakiegokolwiek kontroli czy certyfikacji, w tym w szkołach, na osiedlach, w internecie, wymaga zdecydowanej reakcji. To nie tylko kwestia nieuczciwej konkurencji i strat dla budżetu państwa, ale przede wszystkim troski o zdrowie i bezpieczeństwo społeczeństwa.

Obserwujemy masowy napływ tanich, jednorazowych, smakowych e-papierosów do Polski. Ich rzeczywista sprzedaż może być nawet kilkukrotnie wyższa niż podają oficjalne statystyki. Według szacunków Instytutu Prognoz i Analiz Gospodarczych (IPAG)² w 2023 r. wyniosła blisko 100 mln sztuk a dynamika sprzedaży jest wykładnicza i przekracza 300 %

¹ Zgodnie z informacjami w odpowiedzi Ministra Finansów na interpelację poselską nr 2408 z dnia 15 kwietnia 2024 r.

² Instytut Prognoz i Analiz Gospodarczych, Rynek jednorazowych e-papierosów w Polsce, luty 2024 r., Warszawa.

(w 2022 r. sprzedaż wyniosła 32,3 mln sztuk). Atrakcyjna cena (poniżej 30 zł), duży wybór smaków oraz szeroka, pozbawiona właściwie żadnej kontroli dostępność sprawiają, że po tzw. „jednorazówki” sięgają niestety również dzieci. W sprzedaży są dostępne produkty nagminnie naruszające i łamiące obowiązujące przepisy polskiego i europejskiego prawa.

Obecność i rozwój szarej strefy niosą ze sobą zarówno gospodarcze, jaki i społeczne konsekwencje. Gospodarka nieformalna nie tylko oddziałuje negatywnie na optymalną alokację zasobów w gospodarce oraz straty we wpływach budżetu państwa, lecz ma również istotny wpływ na funkcjonowanie oficjalnych instytucji, norm oraz zasad społecznych. Luka podatkowa będąca w części skutkiem szarej strefy, sprawia, że koszty nielegalnej działalności uczestników „czarnego rynku” są *de facto* ponoszone przez uczciwych podatników. Szara strefa jest konkurencją dla podmiotów funkcjonujących legalnie i płacących podatki.

Usystematyzowaniu wiedzy na temat funkcjonowania rynku e-papierosów ma służyć nasz raport. Nie jest on głosem w dyskusji o szkodliwości e-papierosów, w tym czy ta szkodliwość jest mniejsza czy podobna jak w przypadku tradycyjnych wyrobów tytoniowych. Tu wciąż nie ma jednoznacznych wniosków i wyników badań. Ten raport ma na celu opisać funkcjonowanie rynku e-papierosów w Polsce w 2024 r., w tym także oszacować jego szarą lub czarną część. Na potrzeby tego raportu zlecono, specjalizującej się w analizie rynku i badaniu opinii, firmie OpinionWay przeprowadzenie w lipcu br. specjalnie przygotowanego na potrzeby tego raportu badania ankietowego **Zwyczaje zakupowe i konsumpcyjne młodych dorosłych w kategorii e-papierosów**. Badanie zostało zrealizowane przy zastosowaniu techniki wywiadów internetowych wspomaganym komputerowo (Computer Assisted Web Interview – CAWI) realizowanych w ramach profesjonalnego panelu badawczego. Wywiady były realizowane w dniach 11.07.2024 – 24.07.2024 r. Łącznie zrealizowano 623 wywiady z osobami. Szczegóły badania zaprezentowano w Załączniku 1.

Raport tworzy kompleksową całość. Rozpoczyna się od wprowadzenia w dosyć urozmaicony i skomplikowany świat wyrobów tytoniowych i nie zawierających tytoniu (a nawet nikotyny). Temu poświęcony jest rozdział **Taksonomia wyrobów**. Dalej zaprezentowano charakterystykę użytkowników tych wyrobów, w szczególności e-papierosów, wybory tych użytkowników i powody tych wyborów, a także charakterystykę kanałów dystrybucji e-papierosów. To znajduje się w rozdziale **Determinanty popytu na**

e-papierosy. Dalej jest przedstawiona aktualna **polityka podatkowa i regulacyjna mająca wpływ na rynek e-papierosów** (rozdział po takim właśnie tytule). Kolejne trzy rozdziały dotyczą **szarej strefy rynku e-papierosów.** Zaczyna się od **zdefiniowania szarej strefy,** potem zaprezentowano **determinanty poszerzania się szarej strefy,** a następnie przedstawiono **szacunek szarej strefy na rynku e-papierosów,** przeprowadzony przede wszystkim w oparciu o wyżej wspomniane badanie ankietowe (ilościowe). W dalszej kolejności przedstawiono **społeczne i gospodarcze skutki istnienia i poszerzania się szarej strefy.** W końcu, przed podsumowaniem i wnioskami raportu, zaprezentowano **przegląd dostępnych innych badań wpływu regulacji e-papierosów na ich rynek.** Obecne podejście do regulacji związanych z e-papierosami obejmuje szerokie spektrum rozwiązań. Opodatkowanie oraz regulacje ograniczające dostępność mają istotny wpływ na konsumpcję e-papierosów. Wzrost cen tego typu produktów, w efekcie wzrostu podatków, prowadzi oczywiście do spadku ich konsumpcji, ale jednocześnie może skłaniać konsumentów do powrotu do tradycyjnych papierosów, co stwarza ryzyko niezamierzonych konsekwencji dla zdrowia publicznego. Jednocześnie dostępność e-papierosów jako tańszej alternatywy może łagodzić skutki surowych regulacji tradycyjnych wyrobów tytoniowych, ograniczając wzrost nielegalnego handlu tradycyjnym tytoniem. To co z tych badań wynika, to że konieczna jest odpowiednio zrównoważona polityka podatkowa i regulacyjna mająca na celu osiągnięcie zamierzonych celów zdrowotnych, jednocześnie minimalizując negatywne skutki uboczne w postaci rozprzestrzeniania się szarej strefy, w której może dochodzić do obrotu niezbadanymi pod względem bezpieczeństwa zdrowotnego produktami, oraz substytuowania jednych produktów innymi, w tym bardziej szkodliwymi. Wyniki badań, także naszych, implikują także nieustanną potrzebę zwiększania świadomości i edukowania młodych osób na temat obowiązujących regulacji dotyczących legalnego obrotu e-papierosami i znaczenia nabywania wyrobów od legalnych producentów.

Mamy nadzieję, że nasz raport „odbije się odpowiednio szerokim echem” w przestrzeni publicznej i stanie się ważnym głosem w aktualnej dyskusji o przyszłości rynku e-papierosów w Polsce, o jego rozważnej regulacji i opodatkowaniu. Chodzi o to by wziąć pod uwagę wszelkie aspekty tych regulacji i konsekwencje dla rozwoju rynku wyrobów tytoniowych oraz dla bezpieczeństwa zdrowotnego naszego społeczeństwa.

Zachęcamy do lektury.

Taksonomia wyrobów alternatywnych do tradycyjnych papierosów

W Polsce osoby uzależnione od nikotyny mają do wyboru co najmniej kilka alternatyw dla papierosów tradycyjnych. Jak twierdzą niektórzy eksperci, mogą one nieść mniejsze szkody zdrowotne, co nie oznacza jednak, że są wolne od ryzyka dla zdrowia. Uważa się także, że alternatywne wyroby tytoniowe nie powinny być produktem inicjującym palenie³. Dostęp do mniej szkodliwych alternatyw dla papierosa powinni mieć jedynie dorośli palacze, którzy nie mogą lub nie chcą zerwać z nałogiem. Ocenia się, że alternatywne wyroby tytoniowe (bądź też pozbawione tytoniu czy nawet nikotyny) są lepszą alternatywą dla tych, którzy w przeciwnym razie kontynuowaliby palenie papierosów⁴.

W ostatnich latach doszło do znaczących zmian na rynku konsumpcji wyrobów tytoniowych. Firmy tytoniowe dołączyły do swojej oferty tradycyjnych produktów (m.in. papierosów, cygar, tytoniu fajkowego czy do skręcania) nowe produkty na bazie tytoniu (tytoń do podgrzewania), zawierające nikotynę ekstrahowaną z tytoniu (papierosy elektroniczne, saszetki nikotynowe) czy produkty zawierające nikotynę produkowaną syntetycznie. Wszystkie te produkty łączy składnik, jakim jest nikotyna⁵, będąca substancją uzależniającą, odpowiedzialną za nałóg nikotynowy. Ponieważ tych alternatywnych wyrobów w ostatnich latach pojawiło się wiele i ich rozwój jest bardzo

³ Pierwszy regularny kontakt z nikotyną niemal zawsze miał formę tradycyjnego papierosa – około 96% dorosłych Polaków używających obecnie lub w przeszłości wyrobów tytoniowych w jakiegokolwiek postaci wiąże początek swojej konsumpcji nikotyny właśnie z tradycyjnym papierosem. Jednak inicjacja nikotynowa poprzez e-papierosa wielokrotnie częściej niż przeciętnie dotyczy najmłodszych dorosłych: wśród osób w przedziale wiekowym 18 – 24 lata używających kiedykolwiek w życiu wyrobów tytoniowych 13,4% rozpoczęło swoją przygodę z regularnym paleniem właśnie od e-papierosa. Grupa ta jest jeszcze liczniejsza wśród palących (kiedykolwiek) uczniów i studentów, wśród których blisko co piąty (18,0%) deklaruje, że regularną konsumpcję nikotyny zaczął od e-papierosa z liquidem (za: Konsumpcja nikotyny, Raport z badań ilościowych dla Biura do Spraw Substancji Chemicznych, Edycja IV, CBOS, Warszawa, listopad 2021 r.).

⁴ Na przykład: Brad Drummond, Is Vaping Better Than Smoking?, April 19, 2022, <https://healthtalk.unchealthcare.org/is-vaping-better-than-smoking/>

⁵ Wśród rodzajów e-papierosów są także takie, które nie zawierają w liquidzie nikotyny.

dynamiczny, bardzo często w dyskusjach o ich właściwościach, skutkach zdrowotnych czy konieczności objęcia regulacjami (w tym obciążeniami podatkowymi) myli się te wyroby. W największym stopniu dotyczy to nowatorskich wyrobów tytoniowych i e-papierosów. Dlatego, mimo, że raport dotyczy szarej strefy na rynku e-papierosów (a nie wszelkich tradycyjnych i nietradycyjnych (nowatorskich) wyrobów tytoniowych (czy też zawierających nikotynę syntetyczną i niezawierających nikotyny)), warto jest przedstawić podstawową taksonomię tradycyjnych wyrobów tytoniowych, nowatorskich (alternatywnych) wyrobów tytoniowych i wyrobów związanych z nimi.

Tradycyjne wyroby tytoniowe

Warto zacząć od zdefiniowania⁶ co jest uważane za tradycyjne wyroby tytoniowe. Uważa się za takie wyroby tytoniowe do palenia, w tym przede wszystkim papierosy, cygar i cygaretek, tytoń do samodzielnego skręcania papierosów, tytoń fajkowy, tytoniu do fajki wodnej, oraz wyroby tytoniowe bezdymne takie jak tytoń do żucia, tytoń do nosa lub tytoń do stosowania doustnego.

Zaczynając od wyrobów tytoniowych do palenia mamy więc:

- **papieros** oznacza zrolowany tytoń, który może być spożywany w drodze procesu spalania (a bardziej szczegółowa definicja obejmuje następujące przypadki a) tytoń zrolowany nadający się do palenia w tej postaci, b) tytoń zrolowany, który w drodze prostej, nieprzemysłowej obróbki jest umieszczany w „tutkach” z bibuły papierosowej, c) tytoń zrolowany, który w drodze prostej nieprzemysłowej obróbki jest owijany w bibułę papierosową⁷);
- **cygaro lub cygaretką** (rodzaj małego cygara) to wyrób który może być oraz, biorąc pod uwagę ich właściwości i zwykłe oczekiwania konsumentów, jest przeznaczone

⁶ Definicje poniżej przedstawione pochodzą z regulacji unijnych lub polskich dotyczących wyrobów tytoniowych.

⁷ Dyrektywa Rady 2011/64/UE z dnia 21 czerwca 2011 r. w sprawie struktury oraz stawek akcyzy stosowanych do wyrobów tytoniowych.

- wyłącznie do palenia w postaci tytoniu zrolowanego o zewnętrznym owinięciu z naturalnego tytoniu; lub tytoniu zrolowanego z poszarpanym, wymieszanym wkładem, owinięty liściem tytoniu w normalnym kolorze cygara z odtworzonego tytoniu pokrywającym wyrób w całości, w stosownych przypadkach łącznie z filtrem;
- **tytoń do samodzielnego skręcania papierosów** oznacza tytoń, z którego konsumenci lub punkty detaliczne mogą zrobić papierosy;
 - **tytoń fajkowy** oznacza tytoń, który może być spożywany w drodze procesu spalania, przeznaczony wyłącznie do użycia w fajce;
 - **tytoń do fajki wodnej** oznacza wyrób tytoniowy, który może być spożywany w fajce wodnej; tytoń do fajki wodnej jest uważany za wyrób tytoniowy do palenia⁸ ()).

Wśród tradycyjnych wyrobów tytoniowych bezdymnych, a więc takich z którymi nie wiąże się proces spalania, należy wyróżnić:

- **tytoń do żucia** oznacza wyrób tytoniowy bezdymny przeznaczony wyłącznie do żucia; jego użytkownik umieszcza taki wyrób w jamie ustnej i żuje, uwalniając nikotynę (tytoń do żucia nie jest więc palony).
- **tytoń do nosa** oznacza wyrób tytoniowy bezdymny, który może być zażywany (wciągany) przez nos; najbardziej znanym reprezentantem tego wyrobu jest oczywiście tabaka, czyli starte do postaci proszku i starannie przyrządzone liście tytoniu najlepszych odmian, często wzbogacone o różne kompozycje aromatyczne;
- **tytoń do stosowania doustnego** oznacza wszelkie wyroby tytoniowe do stosowania doustnego, z wyjątkiem tych przeznaczonych do inhalacji bądź żucia, wytworzone całkowicie lub częściowo z tytoniu, w postaci proszku, cząstek lub też połączenia tych postaci, szczególnie takie, które są porcjowane w saszetki lub dostępne w perforowanych saszetkach; przykładem tytoniu do stosowania doustnego są saszetki nikotynowe, czyli małe woreczki zawierające nikotynę, które umieszcza się w jamie ustnej (najczęściej pod górną wargą), nie zawierają one tytoniu, ale dostarczają użytkownikowi nikotynę przez błonę śluzową, oraz podobne do nich snusy,

⁸ Jeśli dany wyrób może być wykorzystywany w fajkach wodnych i jako tytoń do samodzielnego skręcania papierosów, uznaje się go za tytoń do samodzielnego skręcania papierosów (choćby dla celów podatkowych)

tradycyjny produkt tytoniowy popularny w Skandynawii, szczególnie w Szwecji i Norwegii – jest to wilgotny, sproszkowany tytoń, który umieszcza się pod wargą (snus różni się od innych wyrobów tytoniowych tym, że nie jest palony, ale wchłaniany przez błonę śluzową).

Nowatorskie wyroby tytoniowe i e-papierosy

Poznanie definicji tradycyjnych wyrobów tytoniowych, na zasadzie eliminacji (zaprzeczenia), pozwala zdefiniować nowatorskie (alternatywne) wyroby tytoniowe:

- **nowatorski wyrób tytoniowy** to według oficjalnej unijnej definicji wyrób, który nie jest żadnym z następujących: papierosem, tytoniem do samodzielnego skręcania papierosów, tytoniem fajkowym, tytoniem do fajki wodnej, cygarem, cygaretką, tytoniem do żucia, tytoniem do nosa lub tytoniem do stosowania doustnego. Inną nieco definicję zawiera ustawa o podatku akcyzowym w art. 2 ust. 1 pkt 36⁹. Zgodnie z nią nowatorskim wyrobem (nie pojawia się tu słowo „tytoniowy”) jest wyrób będący mieszaniną, w której składzie znajduje się tytoń lub susz tytoniowy (oraz zawierające odrębnie płyn do papierosów elektronicznych). W związku z coraz częściej pojawiającymi się na rynku nowymi beztytoniowymi wkładami do podgrzewaczy tytoniu, Ministerstwo Finansów rozważa zmianę definicji wyrobów nowatorskich w ustawie o podatku akcyzowym. Celem zmiany jest wyeliminowanie unikania opodatkowania podatkiem akcyzowym poprzez zastępowanie surowca tytoniowego różnego rodzaju mieszkankami roślinnymi, np. ziołowymi, konopnymi. Wyroby te, często zawierające w swoim składzie nikotynę, w obecnym stanie prawnym nie są opodatkowane podatkiem akcyzowym. Proponuje się uzupełnienie powyższej definicji poprzez dodanie po słowach „tytoń lub susz tytoniowy” **„lub ich substytuty, zarówno z nikotyną, jak i bez nikotyny”**.

Wśród tych wyrobów należy wyróżnić przede wszystkim **podgrzewacze tytoniu** (HNB – Heat-not-burn) czyli urządzenia, które podgrzewają tytoń do temperatury niższej niż w przypadku tradycyjnych papierosów, co pozwala na uwalnianie nikotyny

⁹ Ustawa z dnia 6 grudnia 2008 r. o podatku akcyzowym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 1542, 1598, 1723).

i innych substancji chemicznych bez spalania tytoniu. Dym, który powstaje, jest mniej szkodliwy niż ten z tradycyjnych papierosów, choć nadal zawiera substancje szkodliwe.

Osobną kategorią wyrobów są elektroniczne papierosy:

- **e-papierosy** (elektroniczne papierosy) to urządzenia elektroniczne, które podgrzewają płyn (e-liquid) do temperatury około 200 stopni zawierający nikotynę (może być także bez nikotyny), glicerynę, glikol propylenowy i aromaty, przekształcając go w aerozol (lub mieszkankę małych cząsteczek w powietrzu), który jest wdychany (inhalowany) przez użytkownika. Nie dochodzi w nich do procesu spalania tytoniu, co także odróżnia je od tradycyjnych papierosów. W ustawie o podatku akcyzowym, w art. 2 ust. 1 pkt 34 mamy następująca **definicję papierosów elektronicznych**: „urządzenia jednorazowego albo wielokrotnego użytku służące do spożywania za pomocą ustnika pary powstającej z płynu do papierosów elektronicznych, wyposażone w szczególności w kartridże lub zbiorniki” oraz definicję **płynu do papierosów elektronicznych**: „roztwór przeznaczony do wykorzystania w papierosach elektronicznych, zarówno z nikotyną, jak i bez nikotyny, w tym bazę do tego roztworu zawierającą glikol lub glicerynę, przy czym roztwór uważa się za przeznaczony do wykorzystania w papierosach elektronicznych, gdy jest używany albo ze względu na jego skład i właściwości fizykochemiczne może być użyty w papierosach elektronicznych, bez względu na miejsce jego sprzedaży bądź oferowania na sprzedaż”.

Ponieważ raport i nasze badanie ankietowe dotyczyło przede wszystkim rynku e-papierosów, warto, przy okazji lektury raportu, pogłębić znajomość tych produktów. E-papierosy są dostępne w różnych wersjach – wynika to ze starań ich producentów do dopasowania tych produktów do potrzeb każdego użytkownika. Pomiędzy poszczególnymi modelami e-papierosów możemy znaleźć masę różnic, jednak co do zasady, elektroniczny papieros składa się z baterii, wymiennego pojemniczka z płynem (liquid, który może być aromatyzowany różnymi substancjami) i tzw. atomizera – urządzenia podgrzewającego i zamieniającego płyn we wdychaną przez palaczy parę,

która stanowi namiastkę tradycyjnego dymu papierosowego. Niektóre e-papierosy mają nawet diodę led, która imituje żarzenie się papierosa.

Istnieją generalnie cztery główne rodzaje e-papierosów. Pierwszy z nich to ten najbardziej przypominający papierosy, najczęściej **jednorazowy e-papieros**. Drugi to **waporyzator**, który pozwala użytkownikowi używać własnego e-liquidu. Kolejną opcją to **mody pudełkowe** („*mody vape*”), które dają użytkownikowi opcję dostosowywania mocy wyjściowej, cewki, zbiornika, a nawet akumulatora. Ostatni rodzaj e-papierosów to **mechaniczny mod**, przeznaczony dla bardziej zaangażowanych użytkowników (mody mechaniczne to urządzenia, które w najprostszy możliwy sposób mają za zadanie połączyć baterie z grzałką, nie posiadają żadnych zabezpieczeń, tylko i wyłącznie styk). Oczywiście poszczególne rodzaje e-papierosów mogą różnić się między sobą rozmiarem i wyglądem zewnętrznym, najczęściej mającym za zadanie przyciągnięcie uwagi. Z kolei stosowane w e-papierosach liquidy mogą mieć różnorodne smaki, na przykład kwiatowe lub owocowe, a przy okazji dzięki czemu użytkownik nie przesiąka nieprzyjemnym zapachem tradycyjnego dymu papierosowego.

Zobaczmy co jeszcze znajduje się w słowniku vaper-a (vape - polski odpowiednik to „wapowanie” - określenie służące do opisu czynności wdychania i wydechania dymu pochodzącego z elektronicznego papierosa), czyli osoby palącej elektroniczne papierosy:

- **atomizer** - to część e-papierosa odpowiadająca za odparowanie liquidu (stąd spotykaną, bardziej polską nazwą atomizera jest parownik). Atomizery to nieodłączna część e-papierosa, a to ile pary produkuje atomizer to jeden z najważniejszych czynników przy jego wyborze. Na rynku istnieje wiele rodzajów atomizerów, wśród których są modele serwisowane i nieserwisowane (bezobsługowe), o zróżnicowanych pojemnościach i w wielu atrakcyjnych wersjach kolorystycznych. To elementy będące sercem każdego urządzenia, przeznaczone do podgrzewania specjalnego płynu do e-papierosów - liquidu. To właśnie atomizery są elementem odpowiedzialnym za przetworzenie aromatycznego płynu w biały, gęsty dym. To kluczowa część, bez której e-papierosy nie mogłyby realizować swojej podstawowej funkcji, czyli przetwarzać płynu w „dym”. Powstający w wyniku podgrzania „dym” to nic innego jak para wodna wzmocniona dodatkowymi substancjami, w tym różnego rodzaju aromatami, a w razie potrzeb, również nikotynową bazą. Grzałki zawarte w atomizerze (będące jego częścią) podgrzewają płynny liquid, który zmienia się w parę

i w takiej postaci jest wdychany do płuc. Każdy atomizer do e-papierosa składa się z grzałki, bawełny (knota) i obudowy, najczęściej w postaci szklanej oraz uszczelek. Liquid wsiąka w materiał, a podgrzany do około 200 stopni Celsjusza, generuje chmurę. Grzałka to element, który z czasem może ulec przepaleniu i może być wymieniany. Najczęściej spotykane rodzaje atomizerów to RBA (ReBuildable Atomizer), RDA (Rebuildable Dripping Atomizer), czyli tzw. dripper, RTA (Rebuildable Tank Atomizer) i RDTA (Rebuildable Dripping Tank Atomizer), będący połączeniem dwóch ostatnich. Różnią się szczegółami konstrukcji, np. tym, że drippery nie zawierają zbiorników na liquid, zatem podczas palenia bawełna wewnątrz atomizera musi być często nasączana nową porcją płynu. Drippery tworzą stosunkowo duże chmury i wiernie oddają smak liquidu. Z kolei atomizery do e-papierosów typu RBA pozwalają na umieszczanie w nich własnoręcznie skręcanych grzałek. Dzięki atomizerom można customizować (personalizować) e-papierosy typu mod i box. Niektóre atomizery pozwalają na kontrolę objętości chmury, jej smaku i mocy papierosa (zgodnie z preferencjami użytkownika).

- **liquid** (lub *e-liquid*) - to płyn do e-papierosa, który składa się najczęściej z gliceryny, glikolu, nikotyny (w stężeniu do 3,6%) i aromatu. Liquid jest niezbędny, by używać e-papierosy - to on, podgrzany do około 200 stopni, generuje chmurę (dym). Liquidy niezawierające nikotyny to tzw. zerówki. W dostępnych na rynku płynach znajdować się mogą substancje konserwujące oraz regulatory lepkości. Najpopularniejsze są liquidity o smaku owocowym, lecz nie brakuje również smaków miętowych, tytoniowych i deserowych. Na rynku jest obecnie dostępny bardzo duży asortyment tych płynów (liczony w tysiącach rodzajów) - *liquidów z nikotyną* (gotowy do użycia płyn do e-papierosów, zawierający nikotyne), *liquidów z solą nikotynową* (gotowe do użycia, zawierający sól nikotynową, która jest łagodniejsza podczas wdechu, a efekt nasycenia następuje szybciej i utrzymuje się dłużej), *premixów* (to płyny do e-papierosów, które wymagają dodania jedynie *shotów* (to bazy nikotynowe, koncentraty nikotyny, które umożliwiają dostosowanie stężenia nikotyny w liquidach do indywidualnych potrzeb), *premixy do e-papierosów* to jedna z najpopularniejszych form liquidów) i *longfilli* (to koncentrat taki jak premix, jednak zawierający znacznie mniej płynu, bardziej "skoncentrowany", longfille nie zawierają nikotyny, a przed korzystaniem z nich należy do nich dodać bazę nikotynową, dzięki tej metodzie

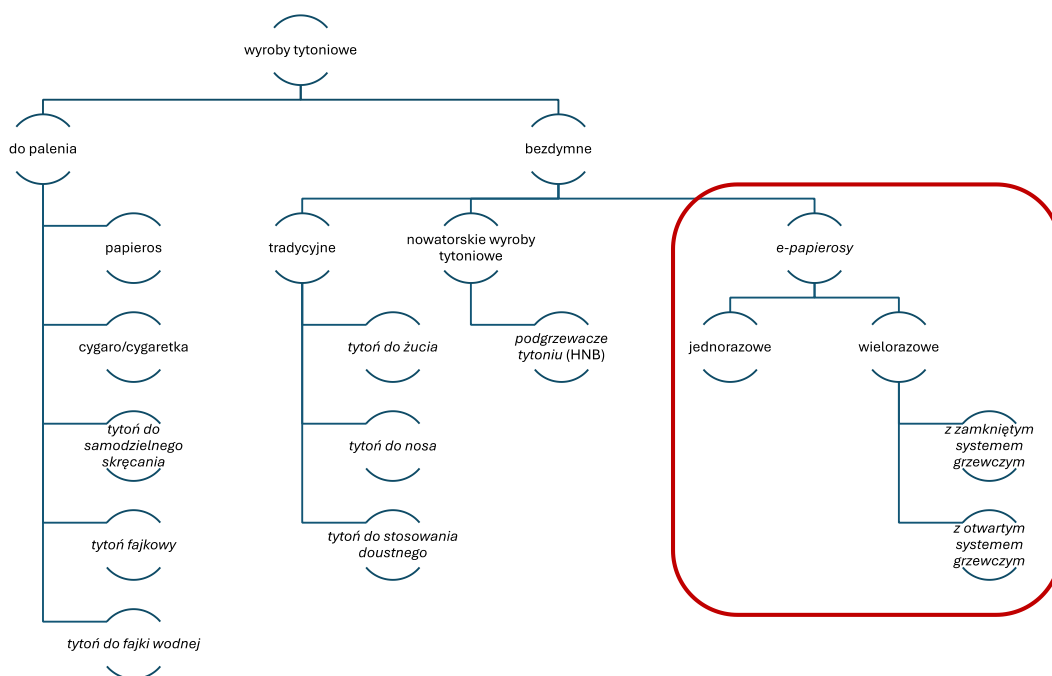
przygotowania można dowolnie dostosowywać do upodobań stężenie nikotyny), *aromatów* do tworzenia płynów do e-papierosów o wybranym smaku czy mieszanki smaków.

- **kartridż** (*wkład* bądź *kartomizer*) - zbiorniczek do e-papierosa (jest elementem składowym każdego poda), to w nim zachodzi reakcja powstawania dymu ponieważ jest on jednocześnie zastępstwem atomizera. Kartridże to po prostu zespół grzewczy, zbiornik i ustnik w jednym, który używany jest w e-papierosach typu pod. Kartridże mogą być jednorazowe - kupuje się go uzupełnionego liquidem i po wypaleniu zawartego w nim olejku (liquidu) należy go wyrzucić. Są to tak zwane wkłady z wbudowaną grzałką, której nie da się w żaden sposób wymienić. Występują również kartridże, czyli wkłady, z których korzystać można wielokrotnie (wielorazowe), wymieniając ewentualnie tylko grzałkę, kiedy ulegnie ona przepaleniu i dolewając liquid.
- **pod** - urządzenie, które wykorzystuje kartridż zamiast tradycyjnego zbiornika na płyn. Z uwagi na małą ilość generowanego dymu, stosuje się w nich liquidity o wysokim stężeniu nikotyny. Ze względu na niską moc grzałki pody najlepiej działają z płynami o wysokiej zawartości glikolu.
- **mod** - to rodzaj e-papierosów, który pozwala na dokonanie modyfikacji sprzętu. Sprzęt tego typu posiada wymienne akumulatory o dużej pojemności (sięga ona nawet 4500 mAh) i generuje duże chmury dymu. W tych modelach efektywniej działa sama grzałka, która mocniej podgrzewa liquid.
- **box** - to część elektronicznego papierosa, która zasila waporyzator. To niewielkie pudełko z akumulatorami w środku, składa się najczęściej z ekranu, płytki, przycisków sterujących i baterii umieszczonej wewnątrz. Kiedy box jest włączony, bateria przekazuje energię do waporyzatora. Dostosowuje ona napięcie i prąd do ustawień oraz oporu parownika. Box mod jest głównym systemem automatycznym w elektronicznym papierosie. Posiada różnego rodzaju zabezpieczenia, kontroluje pracę urządzenia na wszystkich etapach, od zainstalowania baterii do jej naładowania.
- **jednorazowy e-papieros** - e-papierosy jednorazowego użytku. Posiadają one baterie alkaliczne, a nie akumulatory. Producenci często określają ich żywotność na podstawie ilości zaciągnięć papierosem. Jeden jednorazowy e-papieros jest odpowiednikiem nawet trzech paczek papierosów tradycyjnych (np. 800 zaciągnięć).

- **e-papierosy z zamkniętym systemem grzewczym** - w przypadku e-papierosów z zamkniętym systemem grzewczym wymiana samej grzałki jest niemożliwa. Podobnie nie możemy dolać do nich płynu, kiedy ten skończy się już w zbiorniczku. Całość opiera się o wkłady, czyli elementy łączące w sobie zbiorniczek, grzałkę i liquid. Po zużyciu całego płynu we wkładzie wystarczy zmienić go na nowy. Tym sposobem używanie e-papierosa z zamkniętym systemem grzewczym jest znacznie mniej skomplikowane, niż ma to miejsce w przypadku e-papierosów z wymienną grzałką. W elektronicznych papierosach na wkłady jedyna ingerencja użytkownika polega na odpięciu starego wkładu i wymianie go na nowy.
- **e-papierosy z otwartym systemem grzewczym** - grzałka może być elementem wymiennym i to jest przypadek e-papierosa z otwartym systemem grzewczym. W przypadku otwartego systemu grzewczego dolewanie liquidu do e-papierosa spoczywa na użytkowniku. Kiedy płyn w zbiorniczku się kończy, konieczne może być otwarcie specjalnego otworu i dolanie liquidu. W przypadku otwartego systemu grzewczego użytkownik e-papierosa ma znacznie więcej czynności do wykonania. Nie tylko musi pamiętać o regularnym dolewaniu liquidu, ale także o kontroli stanu grzałki (jedna grzałka może spełniać swoje funkcje nawet przez kilka tygodni, jeśli jest używana w optymalny sposób). Jednakże w zamian za to otrzymuje on większą kontrolę nad swoim urządzeniem. Jednocześnie liquidy można znaleźć w nieco większej ilości wariantów aromatycznych, niż ma to miejsce w przypadku wkładów.

To próbka terminów i pojęć funkcjonujących w świecie e-papierosów. E-papierosy są urządzeniami, które stanowią alternatywę dla tradycyjnego palenia wyrobów tytoniowych, zyskując z roku na rok coraz większą popularność, a świadomość społeczna na temat e-palania rośnie wraz z liczbą użytkowników e-papierosów. Jednak szczegóły techniczne związane z używaniem tych urządzeń wciąż pozostają często niejasne dla wielu osób, nawet zajmujących się tematem e-papierosów. Często e-papierosy są też mylone z podgrzewaczami tytoniu (urządzenia typu heat-not-burn). Wynikać to może z bardzo dynamicznych zmian, za którymi może być trudno nadążyć, na rynku e-papierosów, oferującym coraz większy asortyment tych urządzeń, wkładów i liquidów, oraz różnych akcesoriów dla użytkowników e-papierosów.

Rysunek 1. Schemat: podstawowa taksonomia tradycyjnych i alternatywnych wyrobów tytoniowych



Źródło: Opracowanie własne

Determinanty popytu na e-papierosy

By zrozumieć funkcjonowanie rynku e-papierosów, w tym jego oficjalnej i szarej sfery, popytu na e-papierosy, trzeba scharakteryzować aktualnych użytkowników e-papierosów, powody, dla których używają oni e-papierosów oraz kanały dystrybucji e-papierosów.

E-papierosy w porównaniu do tradycyjnych papierosów zawierają o wiele mniej niebezpiecznych związków rakotwórczych i substancji chemicznych¹⁰. Szacuje się, że są one mniej szkodliwe od zwykłych papierosów, choć brakuje długookresowych badań nad ich skutkami dla zdrowia. E-papieros nie wydziela dymu (nie zachodzi proces spalania żadnej substancji), tylko parę, dlatego też może być stosowany również w towarzystwie osób, które nie palą i nie tolerują dymu tytoniowego. Uważa się tym samym, że e-papierosy nie szkodzą (a przynajmniej nie w takim stopniu jak tradycyjne papierosy) tak zwanym biernym palaczom, choć emisje z e-papierosów mogą zawierać potencjalnie toksyczne związki, takie jak nikotyna, karbonyl, metale i organiczne związki lotne, oprócz cząstek stałych (choć są one znacznie niższe niż w przypadku tradycyjnych papierosów)¹¹. Uważa się także, że zmniejszając stopniowo ilość nikotyny w liquidach można o wiele łatwiej rzucić palenie (czego jednak najczęściej nie potwierdzają badania¹²). Dodatkowo jedną z największych zalet e-papierosów jest ich cena. Użytkownik papierosów elektronicznych wydaje średnio około 2,5 razy mniej od palacza tradycyjnych papierosów. Początkujący „palacz” e-papierosów wyłącznie na starcie ponosi większy wydatek, który polega na zakupie sprzętu uzależnionego od rodzaju e papierosów.

¹⁰ Goniewicz, M., Knysak, J., Gawron, M., Kośmider, L., Sobczak, A., Kurek, J., Prokopowicz, A., Jabłońska-Czapla, M., Rosik-Dulewska, C., Havel, C., Jacob, P., & Benowitz, N. (2013). Levels of selected carcinogens and toxicants in vapour from electronic cigarettes. *Tobacco Control*, 23, 133 - 139. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2012-050859>

¹¹ Fernández, Esteve et al. "Particulate Matter from Electronic Cigarettes and Conventional Cigarettes: a Systematic Review and Observational Study." *Current Environmental Health Reports*2 (2015): 423 - 429

¹² Według badania przeprowadzonego na Ogólnopolskim Panelu Badawczym Ariadna w listopadzie 2023 roku całkowicie uwolniło się od nikotyny i przestało palić papierosy tradycyjne oraz nie używało e-papierosów jedynie 6% ankietowanych.

Obecnie sprzedawane i użytkowane e-papierosy są prawie bezawaryjne, a jedyne co trzeba w nich wymieniać to akumulatory, ewentualnie grzałki. Mowa tutaj oczywiście o urządzeniach zakupionych w sprawdzonym miejscu, a także wyprodukowanym przez markę gwarantującą dobrą jakość. Dodatkowo bardzo duży wybór produktów z branży e-papierosów (urządzenia, liquidy, akcesoria), często bardzo atrakcyjnie wyglądających, trafiających w właściwie wszelkie gusta i upodobania wśród palaczy, powoduje, że popularność e-papierosów w ostatnich latach bardzo wzrosła.

Używanie e-papierosów w Polsce jest monitorowane przez Prezesa Biura do spraw Substancji Chemicznych¹³. Jednym ze sposobów realizacji tego zadania są badania ilościowe przeprowadzane cyklicznie przez Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS)¹⁴ oraz badanie ankietowe realizowane na Ogólnopolskim Panelu Badawczym Ariadna¹⁵. Wśród relatywnie aktualnych opracowań dotyczących e-papierosów, należy wymienić także raport Instytutu Prognoz i Analiz Gospodarczych dotyczący rynku jednorazowych e-papierosów w Polsce¹⁶. Do tego dołącza niniejsze opracowanie i badanie OpinionWay **Zwyczaje zakupowe i konsumpcyjne młodych dorosłych w kategorii e-papierosów** przeprowadzone w lipcu 2024 r. (szczegóły badania i jego wyniki zostały zaprezentowane w Załączniku 1). Wydaje się, że badania starsze niż 2-3 lata, ze względu na bardzo dynamiczny rozwój rynku e-papierosów i zmiany wśród ich użytkowników, mogą nie zawierać istotnych aktualnych danych i wniosków.

Charakterystyka użytkowników e-papierosów

Konsumentem nikotyny jest aktualnie prawie co czwarty dorosły Polak. W trakcie pandemii Covid-19 zahamowany został rysujący się w latach 2018 - 2020 trend spadkowy

¹³ Zgodnie z art. 11d ust. 4 ustawy z dnia 9 listopada 1995 r. o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych Prezes Biura monitoruje rozwój rynku papierosów elektronicznych oraz rozwój rynku pojemników zapasowych, biorąc pod uwagę wszystkie dowody wskazujące, że stosowanie papierosów elektronicznych i pojemników zapasowych prowadzi do uzależnienia od nikotyny, a ostatecznie do spożycia wyrobów tytoniowych.

¹⁴ Badanie CBOS *Konsumpcja nikotyny* (raporty z 2018 r., 2019 r., 2020 r., 2021 r.)

¹⁵ E-papierosy, Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna dla Biura do spraw Substancji Chemicznych, listopad 2022 r. oraz listopad 2023 r.

¹⁶ Instytut Prognoz i Analiz Gospodarczych, Rynek jednorazowych e-papierosów w Polsce, luty 2024 r., Warszawa.

– notowany odsetek „palaczy” zatrzymał się na poziomie około 24% w 2021 r.¹⁷ W 2022 r. do codziennego palenia przyznało się aż 28,8% dorosłych Polaków (30,8% mężczyzn i 27,1% kobiet). Do używania papierosów elektronicznych przyznaje się 4,8% Polaków i jest to około 4 razy więcej niż w latach 2020-21.¹⁸

Kim jest użytkownik e-papierosów? Po pierwsze profil użytkownika wyrobów tytoniowych i wyrobów alternatywnych do nich jest bardzo różny i się zmienia. Jednym z powodów sięgnięcia po e-papierosa w przeszłości była chęć pozbycia się nałogu palenie tradycyjnych papierosów. Według badania przeprowadzonego na Ogólnopolskim Panelu Badawczym Ariadna w listopadzie 2023 r. 46% badanych, którzy sięgnęli po papierosy elektroniczne, aby rzucić palenie tradycyjnych papierosów, twierdzi, że e-papierosy pomogły im w ograniczeniu palenia papierosów tradycyjnych, rzadziej całkowitemu zaprzestaniu palenia. 40% respondentów deklaruje, że spróbowanie e-papierosów jest raczej negatywnym doświadczeniem dla nich, bowiem, bądź to nie pomogło im w rzuceniu palenia tradycyjnych papierosów, bądź sprawiło, że uzależnili się od nikotyny lub nawet zachęciło ich do spróbowania innych wyrobów tytoniowych. 13% uważa, że sięgnięcie po e-papierosy zmotywowało ich do zaprzestania palenia tradycyjnych papierosów czy też innych wyrobów tytoniowych. Ewidentnie więc e-papieros jest alternatywą dla papierosów tradycyjnych, choć częściej powoduje przerzucenie się na e-papierosy zamiast papierosów tradycyjnych niż całkowite zaprzestanie używania papierosów i e-papierosów.

W badaniu OpinionWay przeprowadzonym wśród młodych dorosłych (18-26 lat), którzy w ciągu ostatnich 3 miesięcy używali co najmniej jednego z poniższych produktów: e-papierosy z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany; e-papieros z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami/ustnikami/podami; e-papieros jednorazowego użytku, okazało się, że w tej grupie (zrealizowano 623 wywiady) znalazło się aż 73% kobiet i tylko 27% mężczyzn. Około 40% użytkowników e-papierosów ma wykształcenie wyższe, a 49% średnie. Jedynie 6% użytkowników ma wykształcenie zawodowe, a 5% podstawowe lub gimnazjalne. Około 48% respondentów tego badania

¹⁷ Badanie CBOS *Konsumpcja nikotyny*, raport z 2021 r.

¹⁸ Jankowski Mateusz i inni. The prevalence of tobacco, heated tobacco, and e-cigarette use in Poland: a 2022 web-based cross-sectional survey. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2022, t. 19, nr 8, art. 4904.

mieszkało w dużym mieście (powyżej 100 tys. mieszkańców), po 26% w mieście średnim (powyżej 10 tys. mieszkańców) i wsi lub małym mieście (do 10 tys. mieszkańców).

Wyniki te mocno odbiegają od struktury społecznej konsumentów nikotyny w bardziej tradycyjnej postaci, głównie papierosów. Zdecydowanie więcej „tradycyjnych” palaczy notujemy wśród mężczyzn niż wśród kobiet (odpowiednio 29,1% i 19,5%). Palenie tradycyjne popularniejsze jest wśród osób o niższym statusie zawodowym i finansowym, niżej wykształconych, mieszkających w mniejszych miastach. Częściej niż przeciętnie palą mieszkańcy małych miast, robotnicy, bezrobotni, osoby dysponujące najniższymi dochodami. Odsetek palaczy spada wraz ze wzrostem wykształcenia: o ile wśród osób z wykształceniem podstawowym/gimnazjalnym i zasadniczym zawodowym tradycyjne papierosy pali więcej niż co czwarta (odpowiednio 26,6% i 32,2%), o tyle wśród legitymujących się wykształceniem wyższym palenie zwykłych papierosów deklaruje tylko 10,4% osób.

Problemem, na który, omawiając charakterystykę użytkowników e-papierosów, należy zwrócić szczególną uwagę jest ich używanie przez młodzież szkolną, uczniów. Wyniki badania przeprowadzonego przez Stowarzyszenie Walki z Rakiem Płuc Oddział Szczecin na przełomie grudnia 2023 r. i stycznia br. wśród uczniów starszych klas szkół podstawowych oraz szkół średnich (w którym wzięło udział 342 uczniów w przedziale wiekowym 13-19 lat, przy czym 80,1% ankietowanych to młodzież niepełnoletnia) wskazuje, że e-papierosy są coraz bardziej popularne wśród młodzieży w wieku szkolnym¹⁹. Wyniki tych badań są zbieżne z wynikami badań zleconych przez Biuro Rzecznika Praw Dziecka z grudnia 2020 r.²⁰ Według tego badania 34% młodych e-palaczy (w wieku 16-17 lat) używała elektronicznych papierosów od ponad roku, 31% – od dwóch do pięciu lat, a 4 procent ponad 5 lat. Aż 72% palaczy poniżej 20 roku życia deklaruje, że

¹⁹ Do ich codziennego używania przyznaje się blisko połowa uczniów (47,6%), co piąty (21,3%) sięga po e-papierosy jednorazowe – głównie ze względu na szeroką dostępność oraz atrakcyjne, słodkie smaki. Dominującym wskazywanym powodem sięgania przez młodych ludzi po wyroby z nikotyną jest szukanie sposobu na rozładowanie stresu (34% wskazań). Ponad 7 na 10 (76,7%) uczniów biorących udział w badaniu ma już za sobą inicjację nikotynową. Co dziewiąty uczeń (11,4%) stwierdza, że codziennie pali tradycyjne papierosy, a 4,4% uczniów przyznaje się do codziennego używania podgrzewaczy tytoniu.

²⁰ Badanie na zlecenie Rzecznika Praw Dziecka w 2020 r. przeprowadził Instytut Badań Pollster metodą CAWI na reprezentatywnej próbie 1012 polskich internautów w wieku od 16 do 19 lat, kontrolowanej ze względu na wiek i płeć (<https://brpd.gov.pl/2020/12/28/alarmujace-wyniki-badan-e-papierosy-staly-sie-nalogiem-mlodziezy/>).

„pali” regularnie. Według jeszcze innego badania²¹ 13% badanych po raz pierwszy sięgnęło po e-papierosa, gdy byli jeszcze niepełnoletni, a około 30% gdy miało poniżej 20 lat. Z badania wynika, że e-papierosy w 2020 r. używało dla rozrywki (okazjonalnie) 58% młodych palaczy, dla złagodzenia napięcia lub stresu – 47% (w przypadku papierosa tradycyjnego już 66%), z nudów – 45%, jako sposób na zrobienie sobie przerwy od nauki – 43%, przy okazji „pogadania sobie z ludźmi” – 39%, a z ciekawości – 36%. Większość osób wskazała, że korzysta z e-papierosów, ponieważ są o wiele bardziej stylowe od tradycyjnych. Wygląd sprzętu do palenia możemy dobrać indywidualnie z uwzględnieniem osobistych preferencji. Jest to, według tych respondentów, również pewien sposób wyrażenie siebie. Wśród młodych palaczy 11% badanych porzuciło tradycyjne papierosy na rzecz e-papierosów. A 13% po sięgnięciu po e-papierosa zaczęło palić tradycyjne papierosy.

W badaniu OpinionWay do zakupu wyrobów tytoniowych przed 18 rokiem życia przyznaje się ponad połowa młodszej grupy badanych (18-21 lat). Wśród nich 29% przyznało, że przed ukończeniem 18 lat kupiło gotowe papierosy, 27% zakupiło jednorazowe e-papierosy, a 26% nabyło płyny (liquidy) do samodzielnej wymiany w e-papierosach.

²¹ Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna dla Biura do spraw Substancji Chemicznych, listopad 2023 r.

Wybory użytkowników e-papierosów

Wśród czynników sprzyjających inicjacji nikotynowej wymienia się kulturowy przekaz normalizujący używanie nikotyny, przykład i presja otoczenia (rodzice, rówieśnicy, szkoła), łatwość zdobycia i zakupu (fizyczna dostępność) produktów nikotynowych, dostępność ekonomiczna (niskie ceny) produktów nikotynowych, narażenie na reklamę i promocję produktów nikotynowych²².

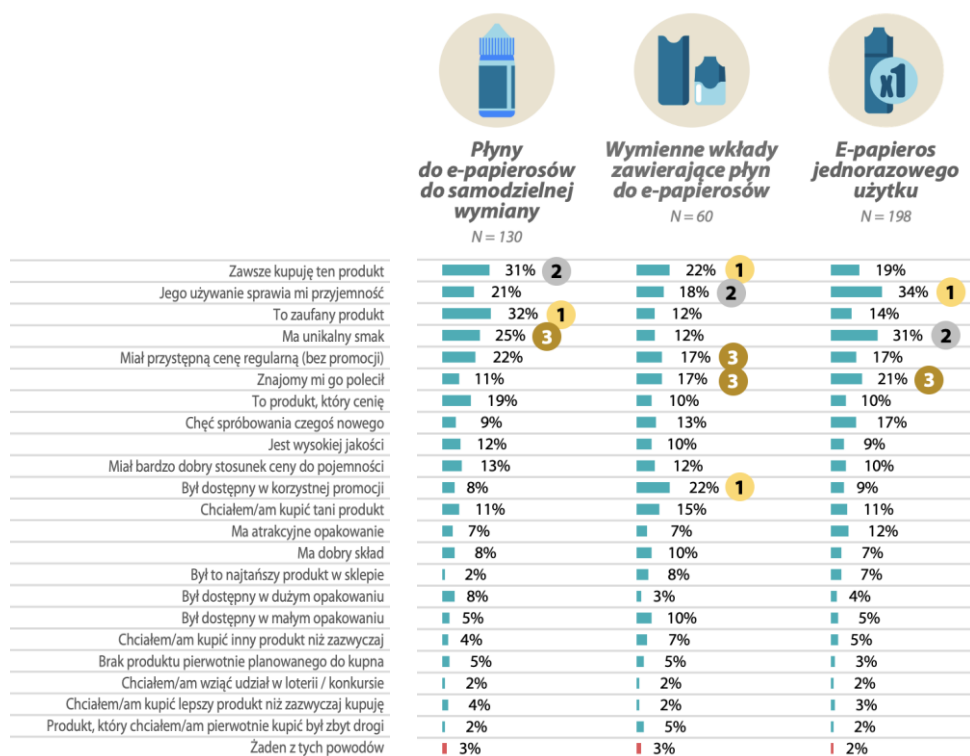
W 2019 r. najczęściej wskazywanym powodem używania e-papierosów była moda na e-papierosy (28%). Kolejnym powodem używania e-papierosów jest dbałość o zdrowie – tą odpowiedź wskazało 17% zapytanych. Oszczędność pieniędzy skłoniła do sięgnięcia po e-papierosy 14% badanych, a 13% chciało w ten sposób rzucić palenie papierosów tradycyjnych. 12% korzysta z tego rodzaju używek w miejscach, gdzie obowiązuje zakaz palenia. Co piąty zapytany (22%) wskazywał inny powód korzystania z e-papierosów, np. ciekawość.²³

Obecnie, według badania OpinionWay, młodzi dorośli wskazują średnio na 2,5 powodów, które stoją za wyborem konkretnego produktu nikotynowego w czasie ich ostatnich zakupów. Ogółem, dominujące powody wyboru to: przyzwyczajenie, przywiązanie do marki oraz przyjemność z użytkowania. W przypadku e-papierosów istotną rolę odgrywają także unikatowe smaki, polecenie znajomych oraz korzystne ceny.

²² Risk factors for starting smoking w: Smoking & its effects. Information about New Zealand's smoking rates and how they are changing. [Online] 25.08.2024. <https://www.smokefree.org.nz/smoking-its-effects/facts-figures>

²³ Kantar dla Głównego Inspektoratu Sanitarnego, Raport z ogólnopolskiego badania ankietowego na temat postaw wobec palenia tytoniu, październik 2019 r.

Wykres 1. Powody zakupu produktów nikotynowych z danej kategorii



Źródło: OpinionWay

Według badania na Ogólnopolskim Panelu Badawczym Ariadna dla Biura do spraw Substancji Chemicznych²⁴ 48% respondentów spróbowało e-papierosa po raz pierwszy z ciekawości, 30% bo ktoś ich poczęstował, 25% ponieważ chciała rzucić palenie tradycyjnych papierosów, a 18% zrobiło to za namową znajomych. Co trzeci młody palacz (32%) przyznaje, że pali systematycznie, bo po prostu lubi, 20% twierdzi, że ma takie przyzwyczajenia i taki sam odsetek (20%) przyznaje, że pali, bo odczuwa głód nikotynowy. Uczniowie, jak już wskazano wyżej, sięgają po e-papierosy jednorazowe głównie ze względu na ich szeroką dostępność oraz atrakcyjne, słodkie smaki²⁵.

²⁴ E-papierosy, Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna dla Biura do spraw Substancji Chemicznych, listopad 2023 r.

²⁵ Z badania dla Rzecznika Praw Dziecka z 2020 r. wynika, że e-papierosy pali dla rozrywki 58% młodych palaczy, przez napięcie lub stres – 47% (w przypadku papierosa tradycyjnego już 66%), z nudów – 45%, jako sposób na zrobienie sobie przerwy od nauki – 43%, przy okazji „pogadania sobie z ludźmi” – 39%, a z ciekawości – 36%. Większość osób wskazała, że korzysta z e-papierosów, ponieważ są o wiele bardziej stylowe od tradycyjnych (wygląd sprzętu do palenia można dobrać indywidualnie z uwzględnieniem osobistych preferencji – jest to, według tych respondentów, również pewien sposób wyrażenie siebie).

Charakterystyka kanałów dystrybucji e-papierosów

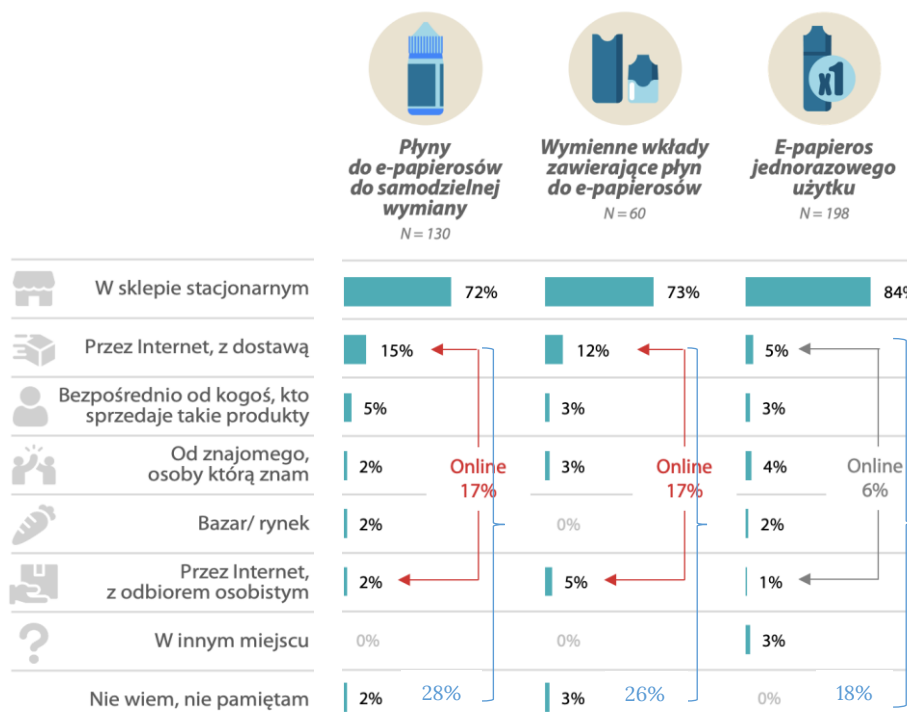
Dominującym kanałem zakupowym wyrobów nikotynowych są sklepy stacjonarne, co wynika przede wszystkim z ich bardzo gęstej sieci, oferującej łatwy dostęp do e-papierosów. Według badania OpinionWay²⁶, w czasie ostatnich zakupów skorzystało z nich ponad 90% kupujących gotowe papierosy i wkłady do podgrzewaczy tytoniu, ponad 80% kupujących jednorazowe e-papierosy i ponad 70% kupujących wkłady i liquidy do e-papierosów.

Warto jednak podkreślić, że 28% płynów do e-papierosów do samodzielnej wymiany, 26% wymiennych wkładów (kartridży) oraz 18% jednorazowych e-papierosów według tego badania zostało zakupionych poza sklepami stacjonarnymi, a jednocześnie 1/6 zakupów płynów i wkładów do e-papierosów odbywa się w kanale online (17%). To już może być wskazówka dotycząca rozmiarów szarej strefy (i jej potencjału).

W szczególności dystrybucja nielegalnych e-papierosów odbywa się za pośrednictwem różnorodnych kanałów sprzedaży internetowej. Mowa to zarówno o nielegalnych sklepach internetowych, jak i licznych grupach oraz kontaktach w mediach społecznościowych oraz na portalach aukcyjnych, obejmujących m.in. Facebook, Instagram, Telegram, Discord, OLX, YouTube, Snapchat, Messenger. Sprzedaż e-papierosów prowadzona jest także poprzez dowóz bezpośrednio do wskazanego punktu, czy na przykład poprzez tworzenie nielegalnych sieci handlowych w szkołach, wśród nieletnich. Dzieci i osoby niepełnoletnie są dla sprzedawców czarnorynkowych łatwym i atrakcyjnym łupem, bo stanowią klientelę, o którą nie muszą konkurować (ponieważ legalnie nie mogliby oni nabyć e-papierosów czy e-liquidów) ze stosującymi się do przepisów prawa zarejestrowanymi (legalnie działającymi) przedsiębiorcami. Przyciągani atrakcyjną ceną i łatwą dostępnością konsumenci e-papierosów najczęściej nie wiedzą, że mają do czynienia z nielegalnym, pochodzącym z nieznanego źródła, produktem, potencjalnie niebezpiecznym dla zdrowia.

²⁶ Pełne wyniki badania zawarto w Załączniku 1.

Wykres 2. Miejsce zakupu e-papierosów, liquidów i kartridżów



Źródło: OpinionWay

Z dniem 8 września 2016 roku weszły w życie poprawki do Ustawy o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych z dnia 09.11.1995 r. Jednym z celów nowelizacji był zakaz sprzedaży e-papierosów przez internet, żeby dostęp do nich nie miały osoby poniżej 18. roku życia. W związku z tym nie powinna być możliwa sprzedaż wyrobów tytoniowych (cygar, cygaretek, tabak, papierosów, wszelkich tytoni) na odległość, dla konsumenta ostatecznego. Artykuł 7f tej ustawy brzmi jednoznacznie: „Zabrania się sprzedaży na odległość, w tym transgranicznej sprzedaży na odległość: 1) wyrobów tytoniowych; 2) papierosów elektronicznych i pojemników zapasowych oraz ich części.”

Nowelizacja ta, przewiduje, że przedsiębiorca, który będzie sprzedawał e-papierosy przez internet, może zostać ukarany karą grzywny w wysokości 200 tys. zł lub karą więzienia. Okazuje się jednak, że tak surowe kary mało kogo odstraszą. Sposobów na obejście nowego prawa jest kilka. Po pierwsze sprzedawcy na popularnych platformach aukcyjnych wystawiają swój towar, nie używając określenia „e-papieros”. Drugim sposobem jest zadeklarowanie, że oferta skierowana jest wyłącznie dla przedsiębiorców, przepisy bowiem zakazują handlu detalicznego w internecie. Co prawda przy zakupie

należy podać NIP, ale nie jest on weryfikowany. Są też tacy, którzy działalność rejestrują za granicą, stając się w zasadzie niewidzialnymi dla polskiego aparatu państwowego, który, trzeba przyznać, nie podejmuje zbyt intensywnych działań by przeciwdziałać takim praktykom. Przedsiębiorcy ci korzystają z narzędzi i możliwości, jakie oferują im międzynarodowe struktury holdingowe. Stanowią one bazę dla ich działalności, dzięki czemu są w stanie nadal prowadzić e-biznes na terenie Polski, posiłkując się przy tym kontrolowanymi spółkami zależnymi. E-papierosy były i są po tej nowelizacji tak samo łatwo dostępne w internecie dla każdego, również dla niepełnoletnich, jak były przed tą nowelizacją. Różnica jest taka, że część przedsiębiorców, która jeszcze pół roku temu płaciła legalnie podatki, dziś nie płaci ich wcale albo płaci je za granicą.

Rosnąca szara strefa, która stała się ważnym kanałem dystrybucji jednorazowych e-papierosów, szczególnie wśród osób nieletnich i poszukujących tańszych produktów, jest jednym z najpoważniejszych niepożądanych zjawisk i wyzwań dynamicznego rozwoju branży bezdymnych alternatyw dla tradycyjnych papierosów. Zgodnie z dyrektywą tytoniową²⁷ produkcja, dystrybucja i sprzedaż produktów e-papierosowych podlega rygorystycznej kontroli: od łańcucha dostaw, poprzez badania i certyfikację zawartych w nich substancji (w tym stężenia nikotyny), po opakowania i ich oznaczenia, aż po miejsca sprzedaży i grupy nabywców. Z tytułu legalnej sprzedaży wyrobów e-papierosowych (e-papierosów, liquidów, wkładów do e-papierosów czy też innych wyrobów w tej branży) do budżetu państwa odprowadzane są podatki PIT/CIT, VAT, a także akcyza, której wysokość w roku ubiegłym (2023 r.) wyniosła 443 mln zł. Równoległe jednak, na bardzo dużą skalę (której określenie jest także celem niniejszego raportu) rozwija się w Polsce działalność czarnorynkowa, narażając Skarb Państwa na ogromne straty, a konsumentów, wśród których liczną grupę stanowią nieletni, na bezpośrednie zagrożenie dla zdrowia i życia. Nielegalny handel e-papierosami, często bez atestów, badań, zgłoszeń do Biura ds. Substancji Chemicznych²⁸ to w Polsce działalność prowadzona na skalę, którą trudno określić czy oszacować. Nielegalne wyroby pozyskiwane są w drodze przemytu oraz

²⁷ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/40/UE z dnia 3 kwietnia 2014 r. w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich w sprawie produkcji, prezentowania i sprzedaży wyrobów tytoniowych i powiązanych wyrobów oraz uchylająca dyrektywę 2001/37/WE.

²⁸ Wymóg ustawowy wynikający z ustawy z dnia 9 listopada 1995 r. o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych.

poprzez chińskie i europejskie portale internetowe. Obserwujemy masowy napływ tanich, jednorazowych, smakowych e-papierosów do Polski. Ich rzeczywista sprzedaż może być nawet kilkakrotnie wyższa niż podaje Ministerstwo Zdrowia. Według szacunków Instytutu Prognoz i Analiz Gospodarczych (IPAG) w 2023 r. wyniosła blisko 100 mln sztuk²⁹. Wyroby te są wytwarzane najczęściej przez producentów z Chin, którzy wprowadzają je na nasz rynek, bo nie mogą ich sprzedawać w swoim kraju – w Chinach są one zakazane albo bardzo restrykcyjnie kontrolowane. Część osób trudniących się procederem nielegalnej dystrybucji prowadzi ponadto własną, chałupniczą produkcję płynów o wątpliwej czystości.

Dystrybucja nielegalnych e-papierosów odbywa się często za pomocą i pośrednictwem różnorodnych kanałów sprzedaży internetowej. Mowa tu zarówno o nielegalnych sklepach sprzedaży internetowej, jak i różnych grupach i kontaktach w mediach społecznościowych oraz na portalach aukcyjnych. Ich sprzedaż prowadzona jest także poprzez dowóz bezpośrednio do wskazanego punktu czy poprzez nielegalne „sieci handlowe” w szkołach czy na dużych osiedlach.

Przypadek Danii: Użytkownicy elektronicznych papierosów³⁰

Odsetek osób używających codziennie e-papierosów (wszystkich typów) wynosi 2,7%, natomiast odsetek osób używających e-papierosów okazjonalnie wynosi 4,4%. Tak więc 7,1% używa e-papierosów codziennie lub okazjonalnie, co odpowiada około 81 000 osób w wieku 15-29 lat w Danii. Prawie połowa młodych ludzi ma doświadczenie w korzystaniu z e-papierosów, zarówno jako obecni lub byli użytkownicy, jak i osoby, które próbowały e-papierosów. Odsetek osób używających e-papierosów wzrósł z 3,9% w 2020 roku do 7,1% w 2023 roku, co pokazuje jak dynamiczny jest rozwój tego rynku w Danii (podobnie jak w Polsce). Jeżeli chodzi o płeć używających e-papierosów, także podobnie jak w Polsce nieco więcej kobiet (7,9%) niż mężczyzn (6,1%) używa e-papierosów codziennie lub okazjonalnie. Wśród kobiet 5,3% używa e-papierosów okazjonalnie,

²⁹ Instytut Prognoz i Analiz Gospodarczych, *Rynek jednorazowych e-papierosów w Polsce*, Warszawa, luty 2024 r.

³⁰ Lund L., N. Jarlstrup, L.S. Bast, *SRØG – en undersøgelse af tobak, adfærd og regler*, Udvalgte tendenser 2023, rapport 5, Statens Institut for Folkesundhed, SDU, 2024.

podczas gdy wśród mężczyzn jest to 3,4%. Szczególnie wśród kobiet wzrósł odsetek osób używających e-papierosów; z 2,8% w 2020 roku. W przypadku mężczyzn obserwuje się mniejszy wzrost; z 5,0% w 2020 r. do 6,1% w 2023 r.

Jeśli odejmiemy odsetek korzystających wyłącznie z e-papierosów wielokrotnego ładowania, pozostały odsetek wynosi 5,5% i wyraża odsetek korzystających z jednorazowych e-papierosów. Odpowiada to około 62 500 osób w Danii w grupie wiekowej 15-29 lat używających jednorazowych e-papierosów codziennie (1,8%) lub okazjonalnie (3,7%). Odsetek osób korzystających z jednorazowych e-papierosów jest wyższy także wśród kobiet (6,7%) niż mężczyzn (4,2%) i najwyższy wśród osób w wieku 15-17 lat, gdzie prawie jedna na dziesięć osób (9,0%) korzysta z jednorazowych e-papierosów, w porównaniu do 6,8% wśród osób w wieku 18-24 lat i 2,8% wśród osób w wieku 25-29 lat.

Polityka podatkowa i regulacyjna mająca wpływ na rynek e-papierosów

Regulacje prawne mające wpływ na rynek e-papierosów i nowatorskich wyrobów tytoniowych w Polsce są rozproszone i obejmują zarówno przepisy krajowe, jak i unijne. Kluczowym aktem prawnym regulującym te produkty na poziomie Unii Europejskiej i wpływającym na prawo krajowe jest dyrektywa 2014/40/UE (Dyrektywa Tytoniowa). Polskie prawo, poprzez ustawę o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych, implementuje te regulacje, ustalając m.in. zasady dotyczące sprzedaży, reklamy, znakowania i składów tych wyrobów. Rynek wyrobów tytoniowych i pokrewnych kształtowany jest także silnie przez politykę podatkową, a w szczególności przepisy dotyczące akcyzy.

Regulacje prawne dotyczące e-papierosów i nowatorskich wyrobów tytoniowych

Do 2014 r. rynek e-papierosów i wyrobów nowatorskich pozostawał niesformalizowany, a ich obrót odbywał się w oparciu o ogólne przepisy dotyczące bezpieczeństwa produktów, stosowane dla większości dóbr konsumpcyjnych³¹, takich jak Rozporządzenie REACH³², Dyrektywa RoHS³³, Dyrektywa GPSD³⁴ czy też Rozporządzenie

³¹ Sadzyńska, M. (2021). Akcyza na płyn do e-papierosów i wyroby nowatorskie. Doradztwo Podatkowe - Biuletyn Instytutu Studiów Podatkowych, 2(294), 25-31. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.7759>

³² Rozporządzenie 1907/2006 w sprawie rejestracji, oceny, udzielania zezwoleń i stosowanych ograniczeń w zakresie chemikaliów (REACH) i utworzenia Europejskiej Agencji Chemikaliów, zmieniające dyrektywę 1999/45/WE oraz uchylające rozporządzenie Rady (EWG) nr 793/93 i rozporządzenie Komisji (WE) nr 1488/94, jak również dyrektywę Rady 76/769/EWG i dyrektywy Komisji 91/155/EWG, 93/67/EWG, 93/105/WE i 2000/21/WE

³³ Dyrektywa 2011/65/UE w sprawie ograniczenia stosowania niektórych niebezpiecznych substancji w sprzęcie elektrycznym i elektronicznym

³⁴ Dyrektywa 2001/95/WE w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów

CLP³⁵. Wzrost popularności tych produktów oraz ich potencjalny wpływ na zdrowie skłoniły Unię Europejską do podjęcia działań legislacyjnych, które zaowocowały przyjęciem dyrektywy 2014/40/UE z dnia 3 kwietnia 2014 r.³⁶. Dyrektywa ta po raz pierwszy wprowadziła do prawa unijnego definicje papierosa elektronicznego oraz nowatorskich wyrobów tytoniowych, ustanawiając tym samym ramy regulacyjne dla ich produkcji, prezentowania i sprzedaży. Dyrektywa ta miała na celu nie tylko ujednolicenie przepisów, ale także ich aktualizację w odpowiedzi na postęp naukowy, zmiany rynkowe oraz zobowiązania międzynarodowe, takie jak Ramowa konwencja WHO o ograniczeniu użycia tytoniu. Uchylenie dotychczasowej dyrektywy 2001/37/WE³⁷ stało się konieczne, ponieważ nie uwzględniała ona nowych wyrobów na rynku i nie odpowiadała na wyzwania związane z ochroną zdrowia publicznego, szczególnie w kontekście rosnącej popularności e-papierosów wśród młodzieży³⁸.

Dyrektywa 2014/40/UE (Dyrektywa Tytoniowa) i jej implementacja w polskim prawodawstwie

Dyrektywa 2014/40/UE, znana również jako Dyrektywa Tytoniowa, została przyjęta przez Parlament Europejski i Radę Unii Europejskiej w dniu 3 kwietnia 2014 r., a 20 maja 2016 r. zaczęła obowiązywać w państwach UE.

Dyrektywa wprowadza definicję „papierosa elektronicznego” (e-papierosa) jako wyrobu, który może być wykorzystywany do spożycia pary zawierającej nikotynę za pomocą ustnika lub wszelkie elementy tego wyrobu, w tym kartridże, zbiorniczki i urządzenia bez kartridża lub zbiorniczka. Papierosy elektroniczne mogą być jednorazowego użytku albo wielokrotnego napełniania, za pomocą pojemnika

³⁵ Rozporządzenie 1272/2008 w sprawie klasyfikacji, oznakowania i pakowania substancji i mieszanin, zmieniające i uchylające dyrektywy 67/548/EWG i 1999/45/WE oraz zmieniające rozporządzenie (WE) nr 1907/2006

³⁶ <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2014/40>

³⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32001L0037>

³⁸ COM (2012) 788: Wniosek Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich w sprawie produkcji, prezentowania i sprzedaży wyrobów tytoniowych i powiązanych wyrobów

zapasowego lub zbiorniczka lub wielokrotnego ładowania za pomocą kartridży jednorazowych.

Natomiast za nowatorski wyrób tytoniowy w myśl dyrektywy uznaje się wyrób niebędący: papierosem, tytoniem do samodzielnego skręcania papierosów, tytoniem fajkowym, tytoniem do fajki wodnej, cygarem, cygaretką, tytoniem do żucia, tytoniem do nosa lub tytoniem do stosowania doustnego; wprowadzony do obrotu po dniu 19 maja 2014 r.

Celem dyrektywy jest harmonizacja przepisów dotyczących wyrobów tytoniowych i wyrobów powiązanych w krajach członkowskich UE oraz zapewnienie wysokiego poziomu ochrony zdrowia publicznego, w szczególności wśród młodzieży. Dyrektywa w szczególności reguluje:

- **etykietowanie i pakowanie:** Na opakowaniach wyrobów tytoniowych muszą być umieszczone duże graficzne ostrzeżenia zdrowotne zajmujące 65% przedniej i tylnej części opakowania. Zabronione jest stosowanie elementów wprowadzających w błąd, takich jak sugestie o mniejszej szkodliwości produktów. Zakazuje się stosowania małych opakowań w przypadku niektórych wyrobów tytoniowych.
- **skład i jakość wyrobów:** Producenci muszą zgłaszać skład swoich wyrobów odpowiednim organom, a niektóre składniki, takie jak charakterystyczne aromaty, są zakazane. W odniesieniu do papierosów elektronicznych wprowadza się wymogi w zakresie bezpieczeństwa, jakości i zgłaszania informacji, a także określa maksymalną koncentrację nikotyny oraz objętość kartridży i zbiorników.
- **sprzedaż transgraniczna:** Dyrektywa wprowadza regulacje dotyczące sprzedaży transgranicznej na odległość, wymagając rejestracji sprzedawców internetowych i zapewnienia, że produkty spełniają wymogi prawne kraju, do którego są wysyłane. Zezwala państwom UE na wprowadzenie zakazu internetowej sprzedaży wyrobów tytoniowych i powiązanych wyrobów.
- **śledzenie i zgłaszanie:** Zobowiązuje producentów i importerów do zgłaszania państwom UE nowatorskich wyrobów tytoniowych przed wprowadzeniem ich na unijny rynek. Wprowadza ogólnounijny system śledzenia dystrybucji i pochodzenia tych wyrobów w celu walki z nielegalnym handlem wyrobami tytoniowymi.

Polski ustawodawca, implementując dyrektywę 2014/40/UE ustawą z dnia 22 lipca 2016 r. o zmianie ustawy o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych (Dz. U. 2016 poz. 1331), zdecydował się na wprowadzenie szerszych regulacji niż te wynikające z samej dyrektywy. Szczególnie dotyczy to papierosów elektronicznych i wyrobów nowatorskich, w przypadku których dyrektywa pozostawia pewne kwestie do rozstrzygnięcia przez państwa członkowskie. Uzasadnieniem takiego podejścia było nadanie priorytetu ochronie zdrowia publicznego. Jak podkreślono w uzasadnieniu ustawy, wyroby tytoniowe, ze względu na swój szczególnie szkodliwy wpływ na zdrowie ludzkie, nie mogą być traktowane jak zwykłe towary. Konstytucja RP (art. 31 ust. 3) wskazuje na potrzebę ochrony zdrowia jako wartość nadrzędną wobec zasady wolności gospodarczej (art. 22). Dlatego też, w kontekście konieczności ochrony młodych ludzi przed nałogiem nikotynowym, uznano za niezbędne przyjęcie przepisów wykraczających poza minimalne wymagania dyrektywy.

Główne zapisy ustawy obejmują:

- **zakaz używania w miejscach publicznych:** Ustawa wprowadza zakaz używania e-papierosów i nowatorskich wyrobów tytoniowych w miejscach publicznych, takich jak szkoły, placówki zdrowia, obiekty sportowe oraz środki transportu publicznego.
- **zakaz sprzedaży nieletnim i na odległość:** Sprzedaż e-papierosów i nowatorskich wyrobów tytoniowych osobom poniżej 18 roku życia jest zakazana. Sprzedawcy są zobowiązani do weryfikacji wieku kupujących. Zabroniona jest sprzedaż na odległość, w tym sprzedaż transgraniczna e-papierosów, pojemników zapasowych oraz ich części. Zakazana jest sprzedaż na terenie podmiotów leczniczych, szkół i placówek oświatowo-wychowawczych oraz obiektów sportowo-rekreacyjnych i w automatach.
- **zakaz reklamy i promocji:** Ustawa zakazuje reklamy i promocji e-papierosów oraz nowatorskich wyrobów tytoniowych w mediach, internecie oraz w miejscach publicznych. Obejmuje to zakaz rozdawania próbek, organizowania degustacji oraz promocji cenowych. Producenci i importerzy zostali również objęci zakazem sponsorowania działalności sportowej, kulturalnej, oświatowej, zdrowotnej i społeczno-politycznej.

W ustawie szczegółowo uregulowano ponadto kwestię wprowadzenia do obrotu nowatorskich wyrobów tytoniowych, papierosów elektronicznych oraz pojemników zapasowych. Nakłada ona na producenta lub importera obowiązek zgłoszenia produktów

co najmniej 6 miesięcy przed dniem planowanego udostępnienia po raz pierwszy w celu dalszej sprzedaży lub wprowadzenia do obrotu do Prezes Biura do spraw Substancji Chemicznych³⁹ – urzędu podległego Ministerstwu Zdrowia. Producenci i importerzy zostali zobowiązani do przekazywania corocznego sprawozdania zawierającego m.in.: wyczerpujące dane na temat wielkości sprzedaży, w podziale na marki i rodzaje wyrobu; informacje dotyczące preferencji różnych grup konsumentów, w tym ludzi młodych, osób niepalących i głównych grup osób aktualnie używających wyrobów; informacje na temat form sprzedaży wyrobów. Ponadto ustawa nakłada na producenta, importera lub dystrybutora obowiązek zbierania informacji o wszystkich podejrzewanych i niepożądanych dla zdrowia ludzkiego działaniach tych wyrobów.

Ustawa z dnia 6 grudnia 2008 r. o podatku akcyzowym

Kolejnym aktem prawnym, który w znaczącym stopniu kształtuje rynek papierosów elektronicznych i wyrobów nowatorskich w Polsce jest ustawa z dnia 6 grudnia 2008 r. o podatku akcyzowym (Dz.U.2023.0.1542 t.j.). Na jej gruncie papierosy elektroniczne są definiowane jako urządzenia jednorazowego albo wielokrotnego użytku, służące do spożywania za pomocą ustnika pary powstającej z płynu do papierosów elektronicznych, wyposażone w szczególności w kartridże lub zbiorniki.

W tym kontekście istotna jest także definicja płynu do papierosów elektronicznych będącego wyrobem akcyzowym, zamieszczona w art. 2 ust. 1 pkt 35 ustawy o podatku akcyzowym. Od 1 stycznia 2023 r., na skutek nowelizacji ustawy, przez płyn do papierosów elektronicznych należy rozumieć roztwór przeznaczony do wykorzystania w papierosach elektronicznych, zarówno z nikotyną, jak i bez nikotyny, w tym bazę do tego roztworu zawierającą glikol lub glicerynę, przy czym roztwór uważa się za przeznaczony do wykorzystania w papierosach elektronicznych, gdy jest używany albo ze względu na jego

³⁹ Biuro ds. Substancji Chemicznych nadzoruje bezpieczeństwo substancji chemicznych, ich mieszanin oraz rynku wyrobów tytoniowych. Do jego głównych zadań należy gromadzenie i udostępnianie danych o niebezpiecznych mieszaninach służbom medycznym i ratowniczym, a także współpraca międzynarodowa w zakresie wywozu i przywozu chemikaliów. Biuro odpowiada za wdrażanie przepisów unijnych dotyczących chemikaliów, zarządzanie rejestrami i ocenę ryzyka substancji, jak również monitorowanie rynku wyrobów tytoniowych, w tym ocenę zgodności z przepisami zdrowotnymi. Prowadzi także działania edukacyjne i informacyjne dotyczące zagrożeń chemicznych.

skład i właściwości fizykochemiczne może być użyty w papierosach elektronicznych, bez względu na miejsce jego sprzedaży bądź oferowania na sprzedaż. Definicja płynu do papierosów elektronicznych ma szerszy zakres niż ta zawarta w ustawie o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych. Obejmuje ona wszystkie płyny służące do napełniania e-papierosów bez względu na zawartość nikotyny.

W myśl brzmienia art. 2 ust. 1 pkt 36 ustawy o podatku akcyzowym wyrobem nowatorskim określane są wyroby będące mieszaniną zawierającą tytoń lub susz tytoniowy, jak również składające się zarówno z mieszaniny zawierającej tytoń lub susz tytoniowy oraz zawierające odrębnie płyn do papierosów elektronicznych, które dostarczają aerozol bez spalania mieszaniny. Wyroby nowatorskie są to zatem wyroby inne niż papierosy, tytoń do palenia, cygara, cygaretki czy też susz tytoniowy, w przypadku których nie dochodzi do procesu spalania. Definicja ta nie obejmuje urządzeń służących do podgrzewania mieszanin.

Ustawa określa także czym jest produkcja płynu do papierosów elektronicznych oraz wyrobów nowatorskich. Zgodnie z art. 99b ust. 1, obejmuje ona ich wytwarzanie, przetwarzanie oraz rozlewanie. Analogicznie, produkcja wyrobów nowatorskich, zgodnie z art. 99c ust. 1, obejmuje ich wytwarzanie, przetwarzanie oraz pakowanie. W obu przypadkach, proces produkcji na własne potrzeby przez konsumenta, realizowany ręcznie i domowym sposobem w gospodarstwie domowym, jest wyłączony spod definicji produkcji, co oznacza, że nie podlega opodatkowaniu akcyzą. Kluczowe jest, że zarówno produkcja płynów, jak i wyrobów nowatorskich musi odbywać się w składzie podatkowym (co wiąże się z obowiązkiem uzyskania przez producenta zezwolenia na prowadzenie składu podatkowego), czyli w procedurze zawieszenia poboru akcyzy, co zapewnia odpowiednią kontrolę i zgodność z obowiązującymi przepisami prawa akcyzowego.

Od 1 maja 2021 r. wszystkie przeznaczone do sprzedaży wyroby nowatorskie oraz płyny do papierosów elektronicznych muszą być oznaczone podatkowym lub legalizacyjnym znakiem akcyzy (banderolą). W celu prawidłowego oznaczania ww. wyborów znakiem akcyzowym w sposób czytelny dla konsumentów, ustawa wprowadziła definicję opakowań jednostkowych dla płynów do e-papierosów i wyrobów nowatorskich. Została ona tak sformułowana, aby banderole można było umieścić również na opakowania kartonowe, które pośrednio chronią płyny do papierosów elektronicznych, tak żeby były one widoczne dla konsumenta już na półce sklepowej. Za sprzedaż wyrobów

akcyzowych bez ich prawidłowego oznaczenia oraz za niedopełnienie obowiązku sporządzenia spisu wyrobów akcyzowych z nieważnymi znakami akcyzy grozi kara grzywny, a nawet kara pozbawienia wolności.

Akty wykonawcze Komisji Europejskiej

Dotychczas KE wydała 12 aktów wykonawczych do Dyrektywy Tytoniowej (zob. załącznik 2) regulujących m.in. wspólny format zgłaszania papierosów elektronicznych i pojemników zapasowych, co umożliwi skuteczne monitorowanie rynku tych produktów; normy techniczne mechanizmu ponownego napełniania papierosów elektronicznych, aby zminimalizować ryzyko wycieków i zabezpieczyć przed przypadkowym spożyciem przez dzieci; procedury dotyczące ustanowienia i działania niezależnego panelu doradczego wspierającego państwa członkowskie i Komisję przy ustalaniu, czy wyroby tytoniowe mają aromat charakterystyczny.

Dyrektywa delegowana Komisji (UE) 2022/2100

W dniu 23 listopada 2022 r. weszła w życie Dyrektywa delegowana Komisji (UE) 2022/2100 z dnia 29 czerwca 2022 r. zmieniająca dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/40/UE w odniesieniu do zniesienia niektórych zwolnień w przypadku podgrzewanych wyrobów tytoniowych.

Zgodnie z wprowadzonymi zmianami od 23 października 2023 r. obowiązuje w Unii Europejskiej zakaz wprowadzania do obrotu podgrzewanych wyrobów tytoniowych, które posiadają aromat charakterystyczny zrównując pod tym względem podgrzewane wyroby z tradycyjnymi papierosami i tytoniem do samodzielnego skręcania papierosów. Zakaz ten dotyczy jednak wyłącznie wyrobów nowatorskich, nie zaś płynów do papierosów elektronicznych. Regulacja nie ma skutku bezpośredniego i wymaga implementacji do przepisów krajowych.

Rozporządzenie Ministra Zdrowia w sprawie wykazu laboratoriów

Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 1 września 2016 r. w sprawie wykazu laboratoriów przeprowadzających weryfikację maksymalnego poziomu wydzielanych substancji smolistych, nikotyny i tlenku węgla w dymie papierosów (Dz.U. 2016 poz. 1410) określa wykaz laboratoriów uprawnionych do przeprowadzania badań wyrobów tytoniowych, w tym e-papierosów, w celu zapewnienia ich zgodności z obowiązującymi normami.

Przepisy dotyczące bezpieczeństwa chemicznego i zdrowia konsumentów

E-papierosy i nowatorskie wyroby tytoniowe podlegają przepisom dotyczącym bezpieczeństwa chemicznego. Celem tych regulacji jest ochrona konsumentów przed szkodliwymi substancjami. Producenci muszą przestrzegać norm bezpieczeństwa chemicznego, a ich produkty muszą być testowane pod kątem zawartości nikotyny i innych potencjalnie szkodliwych składników.

- Rozporządzenie REACH (1907/2006/WE): To rozporządzenie dotyczy rejestracji, oceny, udzielania zezwoleń i stosowanych ograniczeń w zakresie chemikaliów. Zgodnie z REACH, substancje chemiczne stosowane w płynach do papierosów elektronicznych muszą być zarejestrowane i ocenione pod kątem ich bezpieczeństwa.
- Rozporządzenie CLP (1272/2008/WE): Dotyczy klasyfikacji, oznakowania i pakowania substancji i mieszanin chemicznych. Rozporządzenie to wymaga, aby substancje stosowane w papierosach elektronicznych były odpowiednio sklasyfikowane i oznakowane pod kątem ich zagrożeń chemicznych.

Procedowane zmiany legislacyjne

Numer projektu: UD86

10 lipca br. skierowano do konsultacji publicznych i uzgodnień projekt ustawy o zmianie ustawy o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych, mający na celu zaostrenie regulacji dotyczących e-papierosów oraz płynów beznikotynowych. Projekt rozszerza i precyzuje pojęcie papierosów elektronicznych oraz pojemników zapasowych. Nowa definicja e-papierosa uwzględnia urządzenia

jednorazowe i wielokrotnego użytku, niezależnie od obecności nikotyny. Zaproponowane regulacje obejmując przepisami ustawowymi tzw. płyny beznikotynowe spowodują: wprowadzenie zakazu ich sprzedaży osobom do 18. roku życia; ograniczenie miejsc, gdzie możliwe będzie ich używanie, analogicznie jak w przypadku elektronicznych papierosów z płynem zawierającym nikotynę; wprowadzenie zakazu sprzedaży w automatach oraz sprzedaży na odległość (w tym przez internet); wprowadzenie zakazu reklamy i promocji; konieczność ich zgłoszenia do Biura do spraw Substancji Chemicznych.

Projekt opracowany przez Ministerstwo Zdrowia planowany jest do przyjęcia przez Radę Ministrów w III kwartale 2024 r.

Numer projektu: UC18

W ramach implementacji dyrektywy delegowanej Komisji (UE) 2022/2100 z dnia 29 czerwca 2022 r. procedowana jest także zmiany ustawy z dnia 9 listopada 1995 r. o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych (Dz. U z 2023 r. poz. 700), zakładająca dodanie do niej definicji podgrzewanego wyrobu tytoniowego który uznany zostanie za nowatorski wyrób tytoniowy, w którym w wyniku podgrzania dochodzi do emisji zawierającej nikotynę i inne substancje chemiczne, która jest następnie wdychana przez użytkownika lub użytkowników, i który, w zależności od jego cech, jest wyrobem tytoniowym bezdymnym lub wyrobem tytoniowym do palenia. Konsekwencją nowelizacji będzie zakaz sprzedaży podgrzewanych wyrobów tytoniowych z aromatami. Ponadto nowelizacja ma na celu nadanie szerszych uprawnień Prezesowi Biura do spraw Substancji Chemicznych. W myśl proponowanych zmian organ ten mógłby żądać od producentów i importerów nowatorskich wyrobów tytoniowych dodatkowych badań lub przekazania dodatkowych informacji w zakresie właściwości fizycznych i chemicznych wspomnianych produktów.

Pierwotny planowany termin przyjęcia projektu przez Radę Ministrów to II kwartał 2024 r. (a więc już minął).

Polityka podatkowa

Akcyza na płyn do papierosów elektronicznych i nowatorskie wyroby tytoniowe

Na poziomie unijnym wyroby nowatorskie oraz płyn do papierosów elektronicznych nie zostały objęte zharmonizowaną akcyzą w zakresie struktury i stawek podatku akcyzowego oraz produkcji i przemieszczania wyrobów akcyzowych. Co za tym idzie, nie można ich uznać za wyroby tytoniowe w rozumieniu dyrektywy 2008/118/WE w sprawie ogólnych zasad dotyczących podatku akcyzowego oraz dyrektywy 2011/64/UE w sprawie struktury oraz stawek akcyzy stosowanych do wyrobów tytoniowych⁴⁰.

Kwestie związane z opodatkowaniem tych produktów w Polsce reguluje ustawa z dnia 6 grudnia 2008 r. o podatku akcyzowym (Dz.U. 2009 Nr 3 poz. 11 z późn. zm.). Płyn do papierosów elektronicznych i wyroby nowatorskie stały się wyrobami akcyzowymi począwszy od 1 lutego 2018 r. na mocy ustawy z dnia 12 grudnia 2017 r. o zmianie ustawy o podatku akcyzowym. Należy jednak podkreślić, że przez pierwsze dwa i pół roku obowiązywała zerowa stawka na te towary, co zmieniło się dopiero 1 października 2020 r.

Wprowadzenie opodatkowania płynów do papierosów elektronicznych i wyrobów nowatorskich ustawodawca uzasadnił potrzebą zapewnienia analogicznego traktowania podatkowego wyrobów substytucyjnych względem tradycyjnych wyrobów tytoniowych.

Płyn do papierosów elektronicznych

Podstawą opodatkowania płynu do papierosów elektronicznych jest jego ilość wyrażona w mililitrach. Stawka podatku pozostaje niezmienna od 2020 r. i wynosi 0,55 zł/ml. Ustawa wprowadza stawkę sankcyjną za produkcję płynu niezgodną z przepisami dotyczącymi składów podatków, jak również w przypadku nabycia lub posiadania płynu znajdującego się poza procedurą zawieszenia poboru akcyzy, jeżeli od tego płynu nie została zapłacona akcyza w należnej wysokości, w wyniku kontroli podatkowej, kontroli celno-skarbowej albo postępowania podatkowego nie ustalono, że podatek został zapłacony. We wspomnianych wyżej przypadkach stawka jest dwukrotnie wyższa i wynosi 1,10 zł za mililitr.

Istotną zmianą stała się wprowadzona ustawą z dnia 1 grudnia 2022 r. o zmianie ustawy o podatku akcyzowym oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. 2022 r. poz. 2707) nowa definicja płynu do papierosów elektronicznych obowiązująca od 1 stycznia 2023 r.

⁴⁰ Modzelewski W. (red.) (2023) Podatek akcyzowy – 72 najważniejsze pojęcia., wyd. 4., Warszawa.

Zgodnie z nowym brzmieniem przepisu, **płynem do papierosów elektronicznych jest roztwór przeznaczony do użycia w tych papierosach, zarówno z nikotyną, jak i bez nikotyny, w tym baza do tego roztworu zawierająca glikol lub glicerynę przy czym za roztwór uważa się za przeznaczony do wykorzystania w papierosach elektronicznych, gdy jest używany albo ze względu na jego skład i właściwości fizykochemiczne może być użyty w papierosach elektronicznych, bez względu na miejsce jego sprzedaży bądź oferowania na sprzedaż.** Jak wskazano w uzasadnieniu zmiana ta była efektem stwierdzonych przez organy Krajowej Administracji Skarbowej (KAS) przypadków unikania opodatkowania poprzez deklarowanie sprzedaży odświeżaczy powietrza czy aromatów kominkowych, które ze względu na swój skład surowcowy, formę opakowanie i miejsce sprzedaży mogły być użyte jako płyn do papierosów elektronicznych lub baza do jego sporządzenia.

Nowe brzmienie przepisów, mimo doprecyzowania definicji, nie rozwiązało wszystkich wątpliwości podatników dotyczących prawidłowego kwalifikowania dla celów podatku akcyzowego glikolu i gliceryny. Dlatego, aby zapewnić jednolite stosowanie przepisów, Minister Finansów wydał interpretację ogólną nr DAG 1.8101.1.2024 z dnia 21 czerwca 2024 r. W myśl tego dokumentu, w sytuacji, gdy substancje te są sprzedawane w sklepach z wyrobami nikotynowymi, należy domniemywać, że służą one do sporządzania płynów do papierosów elektronicznych, co powoduje konieczność uznania ich za wyrób akcyzowy, w odróżnieniu od sytuacji, w której są sprzedawane np. w aptekach.

Nowatorskie wyroby tytoniowe

Podstawą opodatkowania wyrobów nowatorskich jest ich ilość wyrażona w kilogramach. W 2024 r. stawka akcyzy wynosi 377,01 zł za każdy kilogram i 32,05% średniej ważonej detalicznej ceny sprzedaży tytoniu do palenia.

Średnia ważona detaliczna cena sprzedaży tytoniu do palenia (WAP - Weighted Average Price) obliczana jest podstawie danych za pierwszych 10 miesięcy roku poprzedzającego rok kalendarzowy na który jest ustalana. Jest ona publikowana corocznie w formie obwieszczenia Ministra Finansów (przed końcem roku kalendarzowego poprzedzającego rok kalendarzowy, na który jest ustalana stawka) i na 2024 r. wyniosła

585,02 zł w przeliczeniu na kilogram. W efekcie akcyza za kilogram wyrobów nowatorskich w 2024 r. wynosi: $377,01 \text{ zł} + 32,05\% \text{ z } 582,02 \text{ zł} = 563,55 \text{ zł}$.

Stawka akcyzy na wyroby nowatorskie pierwotnie ustalona została na poziomie 155,79 zł za każdy kilogram i 32,05% WAP, natomiast stawka sankcyjna stanowi równowartość stawki kwotowej i 32,05% trzykrotności WAP. Wprowadzona ustawą z dnia 29 października 2021 r. o zmianie ustawy o podatku akcyzowym oraz ustawy o zmianie ustawy o podatku akcyzowym oraz niektórych innych ustaw tzw. „Akcyzowa mapa drogowa 2022-2027” podniosła od 1 stycznia 2022 r. kwotową stawkę akcyzy na wyroby nowatorskie o 100%, ustalając jej docelowy poziom na 501,80 zł. Harmonogram zakłada coroczne podniesienie obowiązującej stawki o 10%:

- 2022 r. – 311,58 zł za każdy kilogram i 32,05% średniej ważonej detalicznej ceny sprzedaży tytoniu do palenia (WAP);
- 2023 r. – 342,74 zł za każdy kilogram i 32,05% WAP;
- 2024 r. – 377,01 zł za każdy kilogram i 32,05% WAP;
- 2025 r. – 414,71 zł za każdy kilogram i 32,05% WAP;
- 2026 r. – 456,18 zł za każdy kilogram i 32,05% WAP;
- 2027 r. – 501,80 zł za każdy kilogram i 32,05% WAP.

Docelowo stawka kwotowa wzrośnie w stosunku do pierwotnej o 222,10%. Stawka akcyzy na płyn do papierosów elektronicznych nie została objęta mapą akcyzową.

Ustawa reguluje także wyłączenia w stosowaniu podatku akcyzowego. Zwalnia się od akcyzy nabycie wewnątrzspółnotowe opisywanych wyrobów dokonywane przez osobę fizyczną, gdy wyroby te są przemieszczane przez tę osobę osobiście na jej własny użytek i jeżeli wyroby te nie są przeznaczone na cele handlowe. Na przeznaczenie handlowe wskazuje nabycie w ilościach przekraczających 200 mililitrów w przypadku płynu do papierosów elektronicznych oraz 0,16 kilograma wyrobów nowatorskich. Ustawa ustala także limity, poniżej których zwalnia się od akcyzy import płynu do papierosów elektronicznych lub wyrobów nowatorskich umieszczonych w przesyłce lub przywiezionych w bagażu osobistym podróżnego.

Procedowane zmiany legislacyjne

Numer projektu: UD105

W lipcu 2024 r. Ministerstwo Finansów przedstawiło założenia do zmiany ustawy o podatku akcyzowym. Projekt przewiduje aktualizację akcyzowej mapy drogowej poprzez stopniowe podnoszenie stawek akcyzy na wyroby tytoniowe i ich substytuty w latach 2025-2027. Kluczowe zmiany obejmują podwyższenie stawki akcyzy na papierosy, tytoń do palenia, cygara, cygaretki, wyroby nowatorskie oraz płyn do e-papierosów. Projekt wprowadza także roczną ważność znaków akcyzy na płyn do e-papierosów w celu ujednoczenia zasad z obowiązującymi dla innych wyrobów tytoniowych, co miałyby zwiększyć transparentność i kontrolę nad rynkiem tych produktów.

Tabela 1. Proponowane podwyższenie stawek akcyzy

	2025	2026	2027
Papierosy*	25%	20%	15%
Tytoń do palenia*	38%	30%	22%
Cygara i cygaretki	25%	20%	15%
Susz tytoniowy	38%	30%	22%
Wyroby nowatorskie*	50%	20%	15%
Płyn do papierosów elektronicznych	75%	50%	25%

* Zmiana dotyczy części kwotowej stawki akcyzy

Źródło: Rządowy projekt ustawy o zmianie ustawy o podatku akcyzowym (druk sejmowy nr 692, stan na 02-10-2024)

Ministerstwo uzasadnia proponowane podwyżki przede wszystkim rosnącą siłą nabywczą konsumentów. Powołując się na dane Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) autorzy projektu przekonują, iż wraz ze wzrostem średniego wynagrodzenia przeciętny konsument może pozwolić sobie na zakup coraz większej ilości używek, które ze względu

na inflację mogłyby w najbliższych latach relatywnie tanieć w stosunku do cen innych wyrobów, co stwarza ryzyko rosnącej ich konsumpcji. Aby przeciwdziałać temu trendowi, ministerstwo proponuje podwyższenie stawek akcyzy, co ma na celu ograniczenie spożycia wyrobów tytoniowych, zwłaszcza wśród osób nieletnich. Ministerstwo powołuje się przy tym także na zalecenia Światowej Organizacji Zdrowia (WHO), zgodnie z którymi wyroby nowatorskie powinny być opodatkowane na tym samym poziomie i w taki sam sposób jak tradycyjne papierosy. Kolejnym argumentem ministerstwa jest potrzeba zmniejszenia różnic cenowych wyrobów tytoniowych pomiędzy Polską a innymi państwami członkowskimi Unii Europejskiej.

1 października 2024 r. projekt został przyjęty przez Radę Ministrów i skierowany do prac sejmowych.

Numer projektu: UD139

Pierwotnie projekt UD105 zakładał także opodatkowanie podatkiem akcyzowym papierosów elektronicznych, podgrzewaczy oraz urządzeń wielofunkcyjnych. W celu skutecznego wdrożenia nowego podatku, sformułowano definicję urządzeń do waporyzacji, określono przedmiot opodatkowania, podatników oraz nałożono obowiązek składania deklaracji akcyzowych i prowadzenia ewidencji. Nowelizacja ustawy nakładałaby obowiązek oznaczania tych urządzeń znakami akcyzy oraz ich rejestrację w Centralnym Rejestrze Podatników Akcyzowych (CRPA).

Propozycję tę ministerstwo uzasadniało potrzebą ograniczenia dostępności cenowej tych urządzeń, szczególnie dla młodszej części społeczeństwa, która jest bardziej narażona na rozpoczęcie korzystania z produktów prowadzących do uzależnień. Nowe regulacje miały dotyczyć zarówno urządzeń jednorazowych, jak i wielokrotnego użytku, służących do konsumpcji wyrobów nowatorskich i e-papierosów. Stawka akcyzy na urządzenia do waporyzacji ustalona została na poziomie 40 zł za sztukę. Podjęto jednak decyzję, że projekt ustawy o zmianie ustawy o podatku akcyzowym oraz ustawy Kodeks karny skarbowy dotyczący opodatkowania urządzeń do waporyzacji zostanie wyodrębniony z projektu UD105.

27 września 2024 r. projekt UD139 uzyskał wpis do Wykazu prac legislacyjnych i programowych Rady Ministrów i został przekazany niezwłocznie do uzgodnień,

konsultacji i opiniowania. Wyodrębnienie projektu miało miejsce ze względu na zmianę koncepcji opodatkowania akcyzą urządzeń do waporyzacji. W pierwotnym projekcie zaproponowano, aby urządzenia były opodatkowane akcyzą jako wyroby nie akcyzowe. W nowym projekcie zostaną one uznane za wyroby akcyzowe niezharmonizowane, do których będzie miała zastosowanie procedura zawieszenia poboru akcyzy, produkcja w składzie podatkowym, przemieszczanie w kraju w Systemie EMCS PL2.

Wdrożenie tej zmiany wymaga m.in. zmian funkcjonalności Systemów: EMCS PL2 oraz SZPROT PLUS, uzyskania przez podmioty prowadzące działalność w zakresie urządzeń do waporyzacji stosownych zezwoleń akcyzowych, złożenia przez te podmioty zabezpieczeń akcyzowych. W konsekwencji konieczne jest przeprowadzenie powtórnych uzgodnień, konsultacji i opiniowania takiego rozwiązania. Rozdzielnie tych dwóch projektów umożliwi wejście w życie nowelizacji dotyczącej stawek akcyzy w jak najwcześniejszym możliwym terminie, tzn. z dniem 1 stycznia 2025 r.

W toku konsultacji przedsiębiorcy prowadzący działalność w zakresie urządzeń do waporyzacji wskazali na dublowanie obowiązków akcyzowych w przypadku jednorazowych e-papierosów, które w przypadku opodatkowania akcyzą nie tylko płynu, ale również urządzenia składałoby się de facto z dwóch wyrobów opodatkowanych akcyzą. Dlatego też, w celu uniknięcia tego podwójnego nakładania obowiązków akcyzowych zrezygnowano z objęcia akcyzą urządzeń jednorazowych na rzecz zwiększenia akcyzy na płyn zawarty w jednorazowych papierosach elektronicznych o 40 zł za sztukę co odpowiada kwocie, jaka została zaproponowana w przypadku stawki na wielorazowe urządzenia do waporyzacji.

Dodatkowo w celu eliminowania unikania opodatkowania urządzeń do waporyzacji akcyzą proponuje się opodatkowanie akcyzą sprzedaży zestawu części, który może służyć konsumentowi do wyprodukowania urządzenia do waporyzacji.

Definicja szarej strefy

Szara strefa nie jest zjawiskiem rozumianym w sposób jednoznaczny (Pasternak-Malicka, 2019), zazwyczaj pojęcie to odnosi się do działań ekonomicznych lub wężej produkcji, która nie jest objęta opodatkowaniem i regulacjami państwowymi, z wyłączeniem produkcji i obrotu wyrobami nielegalnymi. Na przykład, E.L. Feige (1989) definiuje szarą strefę jako „część działań ekonomicznych, z których dochody są wyłączone spod regulacji prawnych, opodatkowania oraz obserwacji organów urzędowych.” F. Schneider i C. Williams (2013) z kolei uważają, że „szara strefa to aktywność rynkowa polegają na ukrytej przed kontrolą publiczną produkcji produktów, które nie są zakazane, w celu uniknięcia odprowadzania podatków, świadczeń społecznych czy innych regulacji”.

Nielegalna produkcja i obrót stanowią odpowiedź na zapotrzebowanie konsumentów. Bez konsumentów skłonnych do zakupu nielegalnych wyrobów nie byłoby bowiem możliwe istnienie szarej strefy. Dlatego w naszej analizie zdecydowaliśmy się skoncentrować na konsumentach i ich motywacjach w zakresie nabywania wyrobów nielegalnych. W przypadku nielegalnych producentów i dystrybutorów należy przypuszczać, że podstawową motywacją ich działania jest większy zysk na sprzedaży tychże wyrobów. Zysk ten jest możliwy ze względu na: uchylanie się od opodatkowania (nie tylko akcyzowego), możliwość niewypełniania obowiązków nakładanych na producentów oraz oferowanie wyrobów, które legalnie nie mogą być sprzedawane (zakupy przez osoby małoletnie, produkty o charakterystyce zabronionej przez prawo, np. o zwiększonej zawartości nikotyny itp.). W przypadku wyrobów nikotynowych (w dalszych wywodach nazwa ta będzie używana dla wszystkich produktów zawierających nikotynę, ale też wyrobów beznikotynowych przeznaczonych do wapowania) podstawowym czynnikiem sprzyjającym występowaniu szarej strefy jest chęć uniknięcia wysokich kosztów zakupu, które z kolei wynikają z wysokiego opodatkowania, obejmującego podatek akcyzowy, podatek od towarów i usług oraz podatki płacone przez producentów i handlowców (przede wszystkim podatek dochodowy). W efekcie podobny produkt w obrocie nielegalnym może być wyprodukowany i sprzedawany po niższej cenie, niż oferowany w legalnym handlu. Taka oferta stanowi w szczególności pokusę dla

konsumentów o niskich zasobach finansowych, np. dla niepracującej młodzieży, czy osób uzyskujących niskie dochody. Dlatego w niniejszym raporcie staramy się zbadać, jak bardzo podatna jest na rozrastanie się szarej strefy konsumpcja wyrobów nikotynowych wśród młodych dorosłych w wieku 18-26 lat. Grupa ta ma relatywnie ograniczone własne zasoby finansowe (wiele osób z tej grupy nie pracuje, pracuje w niepełnym wymiarze czasu pracy, uzyskując relatywnie niskie wynagrodzenia lub pozostaje na utrzymaniu rodziców), zatem potencjalnie jest bardzo podatna na korzystanie z tańszych wyrobów oferowanych w szarej strefie. Poszukiwanie tańszych wyrobów to zresztą niejedyny sposób na ograniczenie kosztów. Innym sposobem jest poszukiwanie wyrobów o większej niż dozwolona zawartości nikotyny lub pozwalających na dokonanie większej liczby zaciągnięć. Tego typu wyroby są co prawda droższe niż standardowe, ale pozwalają na ograniczenie średniego kosztu pojedynczego użycia (są „wydajniejsze”).

Poza przyczynami ekonomicznymi dotyczącymi kosztów wyrobu, istotne znaczenie dla rozwoju szarej strefy wyrobów nikotynowych ma obejście regulacji prawnych ograniczających dostęp do tego typu produktów.

Pierwszy przypadek dotyczy uniknięcia zakazu sprzedaży tych wyrobów osobom małoletnim poniżej 18 roku życia. Wyroby nikotynowe z uwagi na to ograniczenie są postrzegane jako produkt „dla dorosłych” co stanowi dla części młodzieży zachętę do jego próbowania wbrew zakazom jako pewnego rodzaju „zakazanego owocu” (Alexander i in., 2019). W efekcie rozwijają się kanały dystrybucji poza oficjalnymi sklepami oraz nielegalna sprzedaż w legalnie działających sklepach. W tym przypadku występowanie opodatkowania wyrobu, podobnie jak wysokość cen, nie ma dużego znaczenia dla nabywców, natomiast inne są kanały dystrybucji (korzystnie przez osoby małoletnie ze sklepów jest ograniczone). Częściej wybierane są kanały nielegalne (np. sprzedaż bazarowa, zakup od kolegów).

Drugi przypadek dotyczy ograniczeń ilościowych wprowadzonych przez państwo, dotyczących na przykład zawartości nikotyny w wyrobie 20 ml lub liczby możliwych zaciągnięć (ponad 800). Nabywcy takich wyrobów muszą korzystać z nieformalnych kanałów zakupu, a wyroby te nie mają prawidłowo zapłaconych podatków, ponieważ są nielegalne (nie wyklucza to jednak częściowej zapłaty podatku według błędnej specyfikacji wyrobu). Formalnie nawet można w tym przypadku mówić o czarnym rynku (wyroby są

bowiem nielegalne), ale jednocześnie przypominają wyroby legalne (od legalnego wyrobu różnią się tylko specyfikacją ilości nikotyny lub objętością).

Trzeci przypadek dotyczy ograniczenia smaku wyrobów, tak by pozbawić je dodatkowej atrakcyjności dla konsumentów. Tego typu ograniczenia wpływają na zakupy wyrobów legalnych (ograniczają je) i wzrost zakupu wyrobów nielegalnych (z nieoficjalnych kanałów dystrybucji) a także na zakup dodatków smakowych. W efekcie wpływ na szarą strefę jest wyraźny, ale dokładne oszacowanie zmian, jakie tego typu ograniczenia powodują jest trudny i niepewny, z uwagi na różne strategie omijania zakazów stosowane przez nabywców. Na przykład, konsumenci mogą nie zmniejszać konsumpcji wyrobów legalnych, a w zamian zwiększyć nabywanie dodatków smakowych. Inna strategia polega na przerzuceniu się na wyroby smakowe oferowane wyłącznie w szarej strefie. Trudność oceny sprawia w tym przypadku hipotetyczność zdarzeń przedstawianych respondentom, gdyż obecnie konsumenci nie mają ograniczeń w nabywaniu wyrobów smakowych (wyjątek to papierosy mentolowe), a dostępność nielegalnych zamienników obecnie legalnych wyrobów w przyszłości jest nieznana.

W kwestii ekonomicznych determinant rozwoju szarej strefy jako ogólnego zjawiska można wskazać, że wyborowi wyłącznie szarej strefy przez konsumentów sprzyja: wysoki koszt rozliczenia podatkowego, duże prawdopodobieństwo wykrycia zaniżenia podstawy opodatkowania oraz wysoka kara w przypadku nadużyć wykrytych u podmiotów funkcjonujących legalnie, a także niskie kary i prawdopodobieństwo złapania podmiotów funkcjonujących w szarej strefie (Erard, Ho, 2001). Jeżeli zatem prawdopodobieństwo złapania i ukarania podmiotu, który wybrał szarą strefę jest niższe niż podatnika zatajającego część podstawy opodatkowania, to oczekiwać należy polaryzacji, polegającej na wyborze albo tylko jawnej albo tylko niejawniej działalności. Na szczęście z punktu widzenia państwa i sektora istnieją naturalne przeszkody zapobiegające nadmiernemu rozrostowi szarej strefy (Slemrod, Yitzhaki, 2000):

Po pierwsze, nabywcy mogą nie być skłonni do zakupów nielegalnych kosztem legalnych, co oznacza, że ceny uzyskiwane przez sprzedających w szarej strefie muszą być odpowiednio niższe. Należy jednak wskazać, że w przypadku wyrobów nikotynowych, to ograniczenie nie jest wystraszająco silne, bo możliwości rozróżnienia nielegalnych produktów od legalnych jedynie po ich wartości użytkowej dla konsumentów są znikome – wyroby nielegalne często nie różnią się istotnie od swoich legalnych odpowiedników.

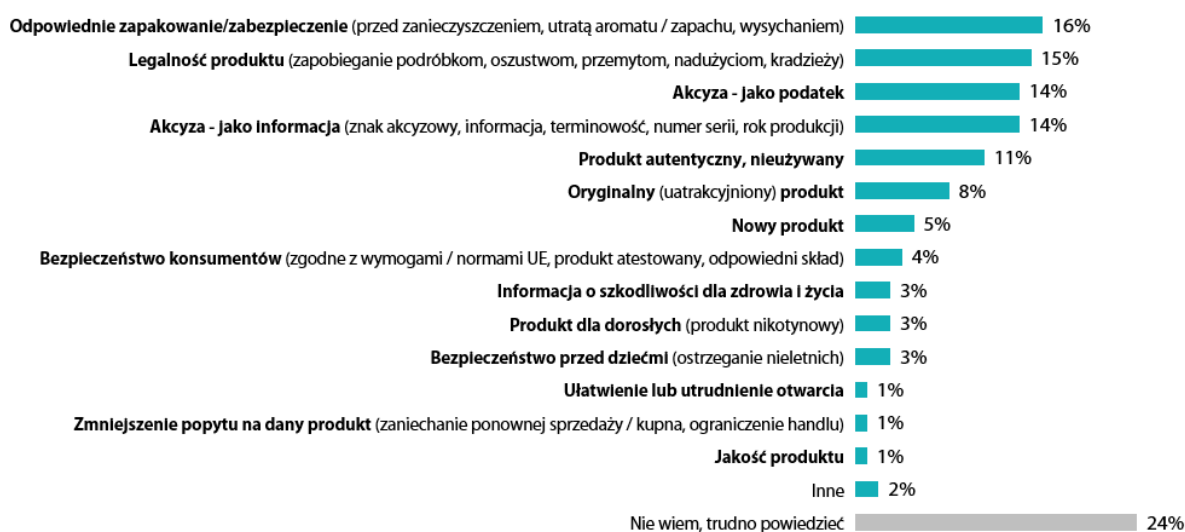
Nie wyklucza to możliwości weryfikacji przez konsumentów legalności przynajmniej niektórych wyrobów na przykład przez sprawdzenie czy posiadają one odpowiednią banderolę. W praktyce jednak konsumenci nie mają do tego motywacji, a także potrzebnej wiedzy by np. ustalić, czy banderola jest wymagana albo, czy jest właściwa dla danego wyrobu, co potwierdzają również wyniki naszego badania. W badanej grupie respondentów około 81% pamięta, że kupione przez nich ostatnio tradycyjne papierosy miały banderolę, a 4% przyznało, że nie miały. W przypadku papierosów ręcznie robionych⁴¹ – według ankietowanych 75% posiadało banderolę i nikt nie przyznał się do braku banderoli (ale liczba odpowiedzi była tu bardzo niska). W przypadku papierosów własnego wyrobu⁴² brak banderoli wskazano w 21% odpowiedzi a jej występowanie w 71%. W przypadku podgrzewaczy do tytoniu w 65% banderola była obecna a w 15% nie. W przypadku e-liquidów do samodzielnej wymiany do braku banderoli przyznało się 15% respondentów, a 55% taką banderolę zauważyło. W przypadku płynów do papierosów 10% nie posiadało banderoli a jej obecność stwierdziło 68% respondentów. Dla e-papierosów jednorazowych banderola została dostrzeżona w 48% przypadków i zgłoszono jej brak w 9% przypadków. Dla saszetek nikotynowych obecność banderoli potwierdziło tylko 38% ankietowanych, natomiast jej brak 23% (wielkości te są podane w Tabeli 2). Ponadto prawidłowe znaczenie banderoli wskazało jedynie 29% (znak legalizacyjny i potwierdzający zapłatę podatku). Świadczy to o tym, że znaczenie występowania banderoli na wyrobach nikotynowych nie jest jasne dla konsumentów.

Ponadto, respondenci nie wykazywali znacznej świadomości roli, jaką pełnią banderole, na co wskazują dane streszczone w Wykresie 3.

⁴¹ Papierosy ręcznie robione – przygotowywane samodzielnie poprzez ręczne skręcanie lub przy pomocy zwijarki do papierosów.

⁴² Papierosy własnego wyrobu – przygotowywane samodzielnie, przy pomocy nabijarki do papierosów; wizualnie przypominają gotowe papierosy.

Wykres 3. Odpowiedź respondentów na prośbę opisaną własnymi słowami dlaczego banderole są umieszczane na opakowaniu produktów nikotynowych



Źródło: OpinionWay

Po drugie, atrakcyjność szarej strefy dla producentów i handlowców maleje wraz z pogorszeniem się relacji cenowych, co może zniechęcać do wchodzenia do szarej strefy. W efekcie powstaje równowaga między gospodarką legalną i nielegalną. Uwaga ta jest szczególnie istotna, gdyż w innym wypadku w gospodarce podmioty nielegalne wyparłyby legalne, albowiem rentowność działalności nielegalnej byłaby zawsze wyższa (Kesselman, 1989). Wynika też z tego, że gdy relacje te ulegają pogorszeniu np. z powodu wzrostu opodatkowania wyrobów legalnych (np. w wyniku wzrostu podatku akcyzowego) to równowaga ulega zaburzeniu i następuje rozrost szarej strefy. Rozrost ten jest tym szybszy im bardziej wrażliwi cenowo są konsumenci. Podobnie może nastąpić rozrost szarej strefy w przypadku wprowadzenia restrykcji zakupowych (ograniczenia asortymentu i dostępności wyrobów).

Po trzecie, działalność w szarej strefie jest przede wszystkim możliwa przy małej skali produkcji i sprzedaży, gdy łatwo jest uniknąć ewidencjonowania przeprowadzonych transakcji. Przy dużej skali działalności takie działania są łatwiej wykrywane przez organy podatkowe i likwidowane, z uwagi na trudność ukrycia zwiększonych przepływów finansowych i majątkowych. Oczywiście wniosek ten jest prawdziwy tylko pod warunkiem, że państwo jest wystarczająco silne by wyegzekwować

ustanowione przez siebie prawo. Obecnie wydaje się że kanały dystrybucji poza oficjalną sprzedażą w przypadku wyrobów nikotynowych (np. dostawcy internetowi, bazy) są relatywnie słabo kontrolowane, co sprzyja rozwojowi sprzedaży nielegalnej.

Mimo wspomnianych wyżej ograniczeń dla wielkości szarej strefy należy zauważyć, że szara strefa może łatwo rosnąć po wystąpieniu niekorzystnych zmian w opodatkowaniu lub dostępności produktów, natomiast jej zmniejszenie jest trudniejsze. Wynika to z ograniczeń w przepływach między sektorem legalnym i nielegalnym, mających swoje źródło w trudnościach w zalegalizowaniu działalności oraz przewyższeniu przyzwyczajień konsumentów (np. konsumenci wracając na rynek legalny muszą zaakceptować płacenie wyższych cen, ograniczeń zakupowych czy jakościowych dotyczących nabywanych wyrobów). Utrwalaniu się szarej strefy sprzyja też powstawanie sieci powiązań społecznych i interpersonalnych między podmiotami działającymi nielegalnie. Wymaga to z kolei poniesienia pewnego kosztu opuszczenia szarej strefy w przypadku chęci powrotu do gospodarki legalnej (Schneider, Ernste, 2000). Zatem zachowania podmiotów (tak po stronie oferujących wyroby nielegalne jak i nabywców) cechuje duża inercja zachowań.

Cechą szarej strefy jest nieobserwowalność (brak ewidencji) zachowań nielegalnych poszczególnych konsumentów. Dodatkowo, zazwyczaj konsumenci zdają sobie sprawę z nielegalności swoich działań i nie przyznają się do nich lub zaniżają wielkość aktywności nielegalnej. Z tych względów o wielkości szarej strefy można wnioskować jedynie pośrednio przez obserwację zachowań typowych dla szarej strefy, a nietypowych dla działalności legalnej. Innymi słowy pewne zachowania wskazują na możliwość wykorzystania wyrobów bez opłaconych podatków, ale nie muszą być ich bezpośrednim dowodem. Na przykład, kupowanie wyrobów nikotynowych w Internecie z dostawą, ale bez osobistego odbioru może służyć zakupowi nieopodatkowanych produktów, produktów o zabronionych charakterystykach (np. zawartości nikotyny powyżej dozwolonej ilości w jednostce wyrobu) lub zakupowi przez osoby nieuprawnione (np. nie posiadające w momencie zakupu 18 lat). Z tego względu zawsze badania szarej strefy koncentrują się nie na bezpośredniej obserwacji działalności nielegalnej, ale obserwacji zmiennych przybliżających (*proxies*) możliwość wystąpienia danego zjawiska. Na przykład, do oceny wielkości szarej strefy ogółem w gospodarce używa się zużycia energii elektrycznej, aby ustalić wielkość niezarejestrowanej produkcji. W przypadku produkcji i

handlu wyrobami nikotynowymi takie badanie nie jest możliwe, ale możliwe jest użycie zmiennych przybliżających rozpowszechnienie szarej strefy, uzyskanych z wyników badania ankietowego. Takie też podejście do oszacowania wielkości szarej strefy zastosowane zostało w niniejszym raporcie.

Determinanty poszerzania się szarej strefy na rynku

Determinanty poszerzania się szarej strefy na rynku wyrobów nikotynowych wynikają z czynników popytowych (po stronie konsumentów), strefy regulacyjno-podatkowej i podażowej (obejmującej zachowania producentów/sprzedawców). Po stronie konsumentów istotnym czynnikiem jest sytuacja dochodowa oraz poziom cen towarów i usług. Pogarszanie sytuacji dochodowej zwiększa zainteresowanie towarami z szarej strefy, podobnie jak wzrost cen towarów i usług skłania do poszukiwania tańszych dóbr konsumpcyjnych, w tym tańszych wyrobów nikotynowych. Znaczenie ma też skłonność do przestrzegania prawa i jego znajomość, a także zwyczaje konsumpcyjne (mody). Na przykład może stawać się modne nabywanie określonych wyrobów poza oficjalnymi sklepami, czy przywóz wyrobów z zagranicy. Istotne znaczenie mają też cechy socjologiczno-demograficzne takie jak płeć, wykształcenie czy miejsce zamieszkania (Richardson, 2006; McGee, Tyler, 2007; Ameyaw, Dzaka, 2016). Zazwyczaj wyższe poziomy unikania opodatkowania dotyczą mężczyzn, osób słabiej wykształconych i zamieszkujących mniejsze miejscowości.

Po stronie regulacyjnej na szarą strefę wpływ mają czynniki już wcześniej wymienione, takie jak opodatkowanie wyrobów, ograniczenia dostępności (np. zakazy nabywania dla określonych grup wiekowych konsumentów) i obostrzenia w zakresie jakości wyrobów (np. zakazy sprzedaży produktów smakowych). W tej grupie mamy też egzekucję prawa przez organy Państwa.

Po stronie producentów i sprzedawców, determinantami szarej strefy są rozszerzanie się nietradycyjnych kanałów sprzedaży (głównie zdalnych lub opartych na nieformalnych kontaktach), nielegalna produkcja i przemyt wyrobów z zagranicy (dotyczy to np. tradycyjnych papierosów, których fabryki znajdują się np. na Białorusi).

Należy zauważyć, że wielkość szarej strefy nie jest stała w czasie. Jeśli pytamy się o nabywanie nielegalnych wyrobów nikotynowych, to wydarzenia takie wystąpią w większej

części populacji, gdy pytamy o całe dotychczasowe życie, niż gdy pytamy o zachowania w ostatnich dwunastu miesiącach, a jeszcze mniej gdy pytamy o trzy ostatnie miesiące. Takie zmiany obserwujemy również w próbie objętej badaniem. Jest to całkowicie zrozumiałe, gdyż dla części osób korzystanie z szarej strefy jest okazyjne, a nie trwałe. Osoby te zazwyczaj kupują wyroby legalnie, choć czasami zdarza im się zakup nielegalny. Ten ostatni często wiąże się też ze szczególną sytuacją, w jakiej znajdują się nabywcy w pewnych okresach życia. Na przykład osoby małoletnie kupują wyroby nielegalnie, bo nie mogą tego zrobić legalnie przed 18 rokiem życia, ale po osiągnięciu tego wieku ten powód korzystania z szarej strefy znika. Podobnie osoby, które utraciły źródło dochodów mogą być skłonne by przejść do szarej strefy, ale nie muszą w niej pozostawać, gdy ich sytuacja finansowa ulega poprawie. Również skomplikowane jest przechodzenie do szarej strefy z innych przyczyn niż niższe koszty, np. z powodu manifestacji swoich przekonań. Tutaj trwałość zachowań zależy od wielu czynników, w tym także egzekucji nowych regulacji, czy powszechności podobnych postaw społecznych w otoczeniu.

Korzystanie przez daną osobę z szarej strefy zmienia się nie tylko w różnych okresach życia, ale też pod wpływem zmian w dostępności produktów. W szczególności można oczekiwać, że ograniczenia prawne, podobnie jak i wzrost opodatkowania, będą stymulować korzystanie z nielegalnych źródeł wyrobów, jako formy demonstracji sprzeciwu wobec wprowadzenia nowych niekorzystnych dla konsumenta reguł, a także zachowania dotychczasowego poziomu i struktury konsumpcji. Faktycznie nie oznacza to, że rzeczywista szara strefa zwiększy się tak, jak deklarują respondenci w ankiecie, ale wskazuje to na skłonność do zmiany zachowań w kierunku poszerzenia szarej strefy. Brak ekspansji szarej strefy zgodnie z deklaracjami wynika z tego, że nie zawsze uda się takie deklaracje zrealizować (np. nie wszyscy znajdą nowe nielegalne miejsca zakupu wyrobów), a także z tego, że część konsumentów zrezygnuje z zakupów nielegalnych z powodu zagrożenia karami, wybierając nieużywanie wyrobów nikotynowych. Z tego względu ważne jest rozróżnienie między rzeczywistym zachowaniem konsumentów w danym momencie, od zachowania jakie może wystąpić, jeśli wprowadzone zostaną zmiany w prawie. Na przykład w momencie przeprowadzenia tego badania rynek wyrobów nikotynowych nie jest szczególnie dotknięty ograniczeniami jakościowymi (poza zakazem sprzedaży papierosów mentolowych), a poziom opodatkowania nie czyni tych wyrobów trudno dostępnymi dla biedniejszych konsumentów. Dlatego można przypuszczać, że

większość wyrobów obecnie nabywanych jest legalna i nabywana z legalnych źródeł. Sytuacja ta może być jednak zupełnie inna, gdy ceny tych wyrobów znacząco wzrosną, a atrakcyjność ich konsumpcji zmaleje (np. w wyniku zakazu sprzedaży wyrobów smakowych).

Istotnym problemem w bezpośrednim szacowaniu szarej strefy jest niska świadomość prawna konsumentów i brak spójności w postrzeganiu prawa. Niespójność w postrzeganiu prawa przejawia się w zachowaniach niezgodnych z prawem w jednym aspekcie, z deklarowaniem jednocześnie ważności przestrzegania prawa w innym aspekcie regulacji dotyczących wyrobów nikotynowych. Na przykład, wśród 169 osób w wieku 21 lat i mniej, do stosowania wyrobów nikotynowych przed 18 rokiem życia przyznało się 168 osób (czyli prawie 100%). Jednocześnie, 40 osób z tej grupy deklaruje duże lub bardzo duże znaczenie uczciwego płacenia podatków. Jak widać, deklaracja ta nie przeszkadza w naruszaniu prawa przed osiągnięciem pełnoletności. Również rozkład odpowiedzi na pytanie o ważność uczciwego płacenia podatków wskazuje na silny rozrzut opinii na temat ważności przestrzegania prawa (9% bardzo duże znaczenie, 23% duże znaczenie, 41% ani duże, ani małe, 8% małe i 18% bardzo małe), który wskazuje, że problem ten jest mało istotny dla ankietowanych. Gdyby problem ten był rzeczywiście istotny dla respondentów, to należało by się spodziewać dużej przewagi głosów za dużym znaczeniem i małej grupy osób dla których przestrzeganie prawa nie ma znaczenia, przy znikomej wielkości osób nie mających zdania. Podobnie pytania dotyczące znaczenia banderol na wyrobach nikotynowych wskazują, że znaczna część od 1/3 do 1/2 konsumentów nie zwraca na nie uwagi, a jednocześnie tylko około 15 procent wskazuje prawidłowo ich zastosowanie (jako znaku legalizacyjnego i potwierdzenia zapłaty podatku). Podsumowując, analizowana grupa konsumentów ma bardzo swobodne podejście do przestrzegania prawa dotyczącego wyrobów nikotynowych i niespecjalnie przejmuje się jego przestrzeganiem. Tym samym deklaracje o przestrzeganiu prawa nie dają wskazówek, co do rzeczywistego stanu jego przestrzegania, a zatem nie są również przydatne przy szacowaniu wielkości szarej strefy. Wynika też z tego, że jeżeli osoby te mają dostęp do kanałów, którymi mogą być lub są sprzedawane nielegalne wyroby tytoniowe, to z nich skorzystają, skoro nie mają oporów przed działaniem nielegalnym.

Znamiona korzystania z szarej strefy obejmują: wątpliwe kanały dystrybucji, nabywanie w niestandardowych ilościach wyrobów oraz jawne deklarowanie omijania

prawa w przypadku wprowadzenia ograniczeń w dostępności wyrobów nikotynowych.

Przy czym pierwsze dwa dotyczą szarej strefy obecnie, a uwzględnienie wprowadzenia ograniczeń wskazuje na możliwą wielkość szarej strefy w przyszłości, po zmianie sytuacji na rynku. Z tego względu w dalszych oszacowaniach przyjęto założenie, że jeśli ktoś postępuje nieuczciwie w jakiegokolwiek grupie wyrobów, to będzie też tak postępował też w innych grupach wyrobów. Podobnie, jeśli dokonuje transakcji nielegalnych lub obarczonych wysokim ryzykiem zakupu wyrobu nielegalnego (np. zakupu przez Internet z dostawą, ale nie osobistą), to również jest klasyfikowany jako osoba potencjalnie skłonna do korzystania z wyrobów sprzedawanych w szarej strefie.

Podsumowanie determinant poszerzania się szarej strefy

Determinanty wynikające z czynników popytowych (ze strony konsumentów):

- sytuacja dochodowa konsumentów,
- poziom cen towarów i usług,
- skłonność do przestrzegania prawa i jego znajomość,
- zwyczaje konsumpcyjne (mody),
- cechy socjologiczno-demograficzne, m.in.: płeć, wykształcenie czy miejsce zamieszkania.

Determinanty wynikające ze sfery regulacyjno-podatkowej:

- poziom opodatkowania wyrobów,
- ograniczenia dostępności wyrobów i obostrzenia w zakresie jakości wyrobów,
- skuteczność egzekucji prawa przez organy Państwa.

Determinanty wynikające z czynników podaźowych (ze strony producentów i sprzedawców):

- rozszerzanie się nietradycyjnych kanałów sprzedaży (np. zdalnych lub opartych na nieformalnych kontaktach),

— *nielegalna produkcja i przemyt wyrobów z zagranicy.*

Szacunek szarej strefy na rynku e-papierosów

Szacunek szarej strefy opiera się o dane z ankiet wspomaganych komputerowo (CAWI - Computer-Assisted Web Interview) przeprowadzonych na grupie młodych konsumentów wyrobów nikotynowych w Polsce (18-26 lat). Próba badawcza obejmuje 623 ankiety, z których 73% zostało wypełnione przez kobiety. Jest to o tyle istotne, że np. do codziennego palenia papierosów przyznało się w Polsce w 2020 27,9% mężczyzn i 20,1% kobiet⁴³, co sugeruje że w kategorii zwykłych papierosów udział palących mężczyzn jest wyższy niż kobiet. Tymczasem w posiadanej próbie, tradycyjne papierosy pali 250 kobiet i 101 mężczyzn. Oczywiście być może rozkład palących jest inny w grupie wiekowej 18-26 lat niż w ogóle populacji, ale należałoby się raczej spodziewać, że udziały obu grup użytkowników będą zbliżone do siebie lub z wyższym udziałem mężczyzn. Tymczasem obserwujemy ponad 2,5 krotną przewagę kobiet. Takie zjawisko wskazuje, naszym zdaniem, na mniejszą ochotę do przyznawania się do używania wyrobów nikotynowych przez mężczyzn i tym samym obciążenie próby. Ma to o tyle znaczenie, że prawdopodobnie zaniża to również wielkość oszacowanej szarej strefy, gdyż mężczyźni (zwłaszcza młodzi) są bardziej skłonni do konsumpcji nielegalnej niż kobiety (Richardson, 2006; McGee, Tyler, 2007; Ameyaw, Dzaka, 2016). To ostatnie stwierdzenie potwierdza istotny współczynnik regresji logistycznej związany z płcią. Zgodnie z nim kobiety są mniej skłonne korzystać z nielegalnych lub sprzyjających szarej strefie kanałów dystrybucji wyrobów nikotynowych, niż mężczyźni. Niestety skorygowanie tego błędu nie jest możliwe z uwagi na nieznaną proporcję płci wśród konsumentów wyrobów nikotynowych w wieku 18-26 lat. Wybrany przedział wiekowy obejmuje osoby szczególnie podatne na korzystanie z szarej strefy z uwagi na brak stałej pracy na pełnym etacie (53%), oraz pozostawanie uczniami (33%).

⁴³ Our World in Data <https://ourworldindata.org/grapher/share-of-men-who-are-smoking?time=latest> i <https://ourworldindata.org/grapher/share-of-women-who-are-smoking?tab=map>

Do oszacowania wielkości szarej strefy i jej zmian przyjęto szereg założeń. Przede wszystkim oszacowanie dotyczy obecnych warunków rynkowych, w tym poziomu cen, wynagrodzeń i dostępności wyrobów nikotynowych. Wnioski o tym, co stanie się w przypadku wzrostu cen lub ograniczenia dostępności lub jakości produktów są bardzo niepewne. W zasadzie tylko o reakcji na ograniczenie dostępności można coś powiedzieć na podstawie zebranych odpowiedzi ankietowych. O reakcjach na zmiany cen nic nie wiadomo, bo obecny poziom cen tych wyrobów jest akceptowalny przez konsumentów, którzy nie wykazują silnego zainteresowania kupnem tańszych wyrobów (tylko 80 osób w próbie wskazuje na znaczenie ceny w ich wyborach konsumpcyjnych). Techniczne założenia wymienione są natomiast poniżej w punktach wraz z komentarzami.

Po pierwsze, jeżeli ktoś wykazuje działania nielegalne w jakimś zakresie (czy to w zakresie czynności jakie są dozwolone czy też produktów) to zostaje uznany za mającego takie skłonności. W praktyce niestety prawie wszyscy respondenci wykazywali działania nielegalne, np. nabywając wyroby nikotynowe mając poniżej 18 lat (168 osób ze 169 osób zapytanych) i nie uważali przyznania się do takich działań jako czegoś niewłaściwego. Świadczy to o słabej presji społeczna na niekorzystanie z wyrobów nikotynowych przez osoby małoletnie⁴⁴. Oczywiście nie wynika z tego, że po osiągnięciu odpowiedniego wieku wszystkie te osoby kupują wyroby nikotynowe nielegalnie (skoro mogą to robić legalnie), ale wskazuje to, że korzystanie z nielegalnych kanałów dystrybucji nie jest dla nich przeszkodą w nabywaniu wyrobów nikotynowych, tak pod względem dostępności, jak i przeszkód o charakterze etycznym, czy obciążenia psychicznego związanego z działaniem nielegalnym. Uwzględnienie nabywania wyrobów nikotynowych z kanałów potencjalnie zagrożonych jako wskaźnika działalności nielegalnej pozwala także na poradzenie sobie ze zróżnicowaniem konsumpcji wyrobów nikotynowych. Nie wszyscy respondenci używają bowiem wszystkich wyrobów nikotynowych, a poszczególne produkty mają różny potencjał wykorzystywania wyrobów nielegalnych, np. tradycyjne papierosy mają najmniejszy potencjał korzystania z szarej strefy, z uwagi na ściślejszą ich

⁴⁴ Zgodnie z badaniem Fundacji dla Zdrowia Mózgu i Stowarzyszenia Walki z Rakiem Płuca Oddział Szczecin „Palenie papierosów i wapowanie wśród młodzieży szkolnej”, zrealizowanym w ramach kampanii edukacyjnej „Wdychasz czy oddychasz?” 57% wapujących osób małoletnich nabyło wyroby nikotynowe w oficjalnych sklepach a 11% w internecie, co świadczy o przyzwoleniu na taki stan rzeczy również ze strony sprzedawców (<https://zdrowie.pap.pl/uzaleznienia/e-papierosy-plaga-w-polskich-szkolach-wapuje-blisko-polowa-uczniow>).

kontrolę przez organy skarbowe, w związku z dłuższą tradycją płacenia podatku akcyzowego, czy objęcie specjalną kontrolą przemieszczania się papierosów wewnątrz kraju. Podejście to pozwala na poradzenie sobie (w znacznym stopniu) z licznymi brakami odpowiedzi, albowiem brak odpowiedzi w danej kategorii nie wyklucza odpowiedzi w innej kategorii, co pozwala oszacować czy dana osoba ma czy też nie ma skłonności do oszukiwania.

Jednocześnie, skupiając się na osobach, a nie na wielkości konsumpcji, której faktycznie nie znamy, możemy ocenić jak wiele osób może korzystać lub rozważać przejście do szarej strefy. Jest to o tyle istotne, że zazwyczaj ankietowani zaniżają konsumpcję artykułów uważanych za szkodliwe, których konsumpcja jest piętnowana społecznie, ta jak w przypadku zwykłych papierosów. Jest to prawdopodobnie związane ze społeczną stygmatyzacją palenia. Na przykład, obliczając konsumpcję tradycyjnych papierosów, według uczestników paneli gospodarstw domowych w Badaniu Budżetów Gospodarstw Domowych GUS, uzyskuje się wielkość deklarowanej konsumpcji około 10 razy mniejszą od sprzedaży oficjalnej (Tratkiewicz i in., 2024). Trudno określić, czy tego typu stygmatyzacja dotyczy też nowych wyrobów nikotynowych, które mogą być postrzegane przez znaczną część użytkowników jako nieszkodliwe (względnie mało szkodliwe) za modne i nowoczesne.

Po drugie, do zaliczenia konsumpcji do szarej strefy potrzebne jest zachowanie sprzyjające nabywaniu artykułów nielegalnych lub w sposób niedozwolony przez prawo. W szczególności za takie zachowanie należy uznać kupowanie wyrobów nikotynowych przez inne kanały dystrybucji niż sklepy stacjonarne i Internet z dostawą osobistą. Dotyczy to zwłaszcza zakupów Internetowych z dostawą w formie paczek. Taki kanał utrudnia weryfikację faktycznego nabywcy, co jest niezgodne z regułami określającymi kto może te wyroby nabywać. Za całkowicie nielegalne należy też uznać takie kanały dystrybucji jak bazyry/targowiska, znajomych czy inne kanały o niesprecyzowanym charakterze. Takie założenie jest oczywiście pewnym uproszczeniem, gdyż mogą być osoby korzystające z legalnych produktów przez nielegalne kanały, a także osoby korzystające z nielegalnych produktów z legalnych kanałów, np. ze sklepów stacjonarnych prowadzących sprzedaż legalną i nielegalną (np. wyrobów o parametrach zabronionych przez prawo). Jednak należy zauważyć, że jeśli ktoś korzysta z kanału w którym łatwo ukryć sprzedaż nielegalną to raczej będzie wybierał towar bardziej opłacalny (nielegalny),

bo legalny mógłby kupić przez legalne kanały dystrybucji. Z tego względu założenie to raczej zaniża szarą strefę niż ją zawyża (zaniżenie wynika z niemożności oszacowania nielegalnej sprzedaży legalnych sklepów).

Po trzecie, za horyzont w którym szacowana jest szara strefa przyjęto ostatni zakup, który nastąpił w ostatnich 12 miesiącach, gdyż dane dla tego okresu są najdokładniejsze, oraz opisują przynajmniej jeden zakup, a zatem mierzą zarówno stałe jak i okazjonalne korzystanie z kanałów dystrybucji typowych dla szarej strefy. Należy też mieć na uwadze, że osoby korzystające z wyrobów oferowanych przez szarą strefę zazwyczaj korzystają, czasami nawet w przeważającym stopniu, z wyrobów legalnych. Dotyczy to zarówno okazjonalnego korzystania z szarej strefy w czasie (korzystanie czasami, okazjonalnie), jak i równoczesnego korzystania przez konsumentów z wyrobów oferowanych legalnie i nielegalnie (współistnienia szarej i jawnej strefy). Z tego względu starano się uchwycić różnicę między wielkością regularnej szarej strefy (stałym korzystaniem z szarej strefy), a korzystaniem okazyjnym. Regularne korzystanie reprezentują wyniki dla ostatnich 3 miesięcy, które opisują zachowania o charakterze trwałym, wskazujące na mniejszą skalę szarej strefy niż dane dla 12 miesięcy, które obejmują także zachowania okazjonalne. Nie zdecydowano się na użycie danych dla całego życia respondentów, gdyż jednorazowe skorzystanie z nielegalnych kanałów dystrybucji, które być może nastąpiło dawno temu (np. gdy dana osoba była małoletnia), nie musi wskazywać na korzystanie z szarej strefy obecnie.

Po czwarte, ważną cechą wskazującą na korzystanie z szarej strefy jest poszukiwanie przez nabywców wyrobów nielegalnych, którymi są, zakazane prawnie, wyroby o niestandardowych wielkościach lub wyższej niż dozwolona zawartości nikotyny. Dotyczy to: zakupu e-liquidów o zawartości powyżej 10 ml, jednorazowych kartridży o pojemności powyżej 2 ml, jednorazowych e-papierosów umożliwiających ponad 800 zaciągnięć i liquidów o zawartości nikotyny powyżej 20 mg/ml. Ważny jest przy tym sam zakup, a nie intencja poszukiwania takich wyrobów, bo ta ostatnia niekoniecznie jest podyktowana świadomym łamaniem prawa, ale może być po prostu dowodem zainteresowania nietypowymi lub nowatorskimi wyrobami nikotynowymi. Jak się okazało, wyroby te są często nabywane przez osoby deklarujące korzystanie z legalnych kanałów dystrybucji (sklepów stacjonarnych).

Po piąte, osoby w szarej strefie poszukiwać mogą wyrobów albo tańszych niż przeciętne, albo droższych, ale pozwalających na dłuższe używanie (większe pojemności, liczba zaciągnięć itp.). Stąd można dla niektórych grup wyrobów określić widełki cenowe poza którymi nabywane wyroby mogą pochodzić z szarej strefy. Na podstawie cen raportowanych ustalono następujące przedziały cen jako typowe, dla poszczególnych wyrobów: kartridże 14-30 zł, liquidy do e-papierosów 15-30 zł i jednorazowe e-papierosy 20-40 zł. Pozwoliło to na określenie jak wiele zakupów deklarowanych przez respondentów znajduje się poza tym przedziałem, co może wskazywać na działania nielegalne.

Tabela 2. Spożycie wyrobów nikotynowych w próbie w ostatnich 3 miesiącach i wykorzystanie innych niż sklepy stacjonarne kanałów dystrybucji

	Tradycyjne papierosy	Papierosy ręcznie robione	Papierosy własnego wyrobu	Podgrzewacze tytoniu	E-papierosy z płynem do samodzielnej wymiany	E-papieros z jednorazowym kartridżem	E-papieros jednorazowy	Saszetki nikotynowe
Liczba pozytywnych odpowiedzi	259	45	47	149	290	188	394	52
Nabyte poza sklepami stacjonarnymi	7	3	8	3	36	16	32	4
Udział konsumentów dokonujących zakupów w kanałach obarczonych ryzykiem oszustwa -12 ostatnich miesięcy	2,7%	6,7%	17%	2%	12,4%	8,5%	8,1%	7,7%

Źródło: Opracowanie własne.

Dane dla wyrobów nikotynowych konsumowanych w ostatnich trzech miesiącach (Tabela 2) wskazują na relatywnie niski poziom szarej strefy. Zgodnie z oczekiwaniami szczególnie niski jest on dla tradycyjnych papierosów i podgrzewaczy tytoniu (2,7%). Są to typowe wyroby przemysłu tytoniowego objęte relatywnie silną kontrolą ze strony

państwa i łatwo dostępne w sieci sklepów stacjonarnych. Jest to też zgodne z szacunkami szarej strefy dla papierosów (np. papierosów nabywanych z zagranicy, Almares, 2022)⁴⁵. Najwyższy poziom szarej strefy występuje w przypadku papierosów własnego wyrobu. Trzeba jednak zauważyć, że ta kategoria podobnie jak papierosy ręcznie robione jest preferowana przez osoby, które chcą oszczędzić na produktach tytoniowych, w zamian „wkładając” w wyrób tytoniowy swoją własną pracę. Dlatego poziom zakupów poza sklepami należy uznać za pozytywne zaskoczenie, albowiem jest on niski jak na oczekiwane preferencje nabywców (dla papierosów ręcznie robionych to nawet w mniej niż 7%). Poziom szarej strefy dla pozostałych wyrobów nikotynowych jest zbliżony i wynosi około 8% z wyjątkiem e-papierosów z płynem do samodzielnej wymiany, gdzie sięga około 12%. Wydaje się to zasadne, gdyż jeśli ktoś podejmuje dodatkowy wysiłek by napełniać e-papieros to znaczy, że prawdopodobnie jest wrażliwy cenowo, podobnie jak w przypadku konsumentów robiących swoje własne papierosy.

Ogółem 109 osób w próbie korzystało z innych niż stacjonarne sklepy kanałów dystrybucji, co stanowi 17,5% próby. Nie ma dowodu na związek korzystania z nietypowych kanałów dystrybucji i preferowania ceny lub jakości wyrobów nikotynowych. W celu weryfikacji takiej hipotezy zbadano korelację między korzystaniem z nietypowych kanałów dystrybucji i przyznaniem się danego respondenta do dużego znaczenia ceny (respondent był klasyfikowany jako wrażliwy cenowo, jeśli wskazał jako przyczynę nabycia danego wyrobu, choć jedną z poniższych odpowiedzi: „Był to najtańszy produkt w sklepie”, „Miał bardzo dobry stosunek ceny do pojemności/wielkości/razów użycia”, „Był dostępny w dużym opakowaniu”, „Chciałem/am kupić tani produkt”, „Produkt, który chciałem/am pierwotnie kupić był zbyt drogi”, „Był dostępny w korzystnej promocji” i „Miał przystępną cenę regularną bez promocji”) oraz znaczenia jakości (respondent był klasyfikowany jako wrażliwy na jakość, jeśli wskazał jako przyczynę nabycia danego wyrobu, choć jedna z poniższych odpowiedzi: „Chciałem/am kupić inny produkt niż zazwyczaj”, „Chciałem/am kupić lepszy produkt niż zazwyczaj kupuję”, „Chciałem/am

⁴⁵ W 2022 roku ilość papierosów z zagranicy wypalaną w Polsce szacowano na 5,6% całego spożycia, przy czym podejście to nie rozróżnia papierosów przywiezionych z zagranicy i wypalonych np. przez turystów zagranicznych. Tym samym 2,7% w grupie ludzi młodych i relatywnie dobrze sytuowanych, po kilku latach wzrostu przeciętnych wynagrodzeń, jest bardzo prawdopodobne, tym bardziej że w przypadku okazynego korzystania z szarej strefy ten udział rośnie do 8,4% (Tabela 3).

kupić nowość, której jeszcze nie próbowałem/am”, „Jego używanie sprawia mi przyjemność”, „Jest wysokiej jakości”, „Ma dobry skład”, „To produkt, który cenię” i „To zaufany produkt”). Współczynnik korelacji między wykorzystaniem nietypowych kanałów dystrybucji i wrażliwością cenową wynosi 0,05, a między wykorzystaniem nietypowych kanałów dystrybucji i preferowaniem jakości - 0,03. Tymczasem korelacja między preferowaniem niskich cen i wysokiej jakości wynosi 0,38. **Wynika z tego, że ani cena, ani jakość wyrobów nie determinują zakupów w szarej strefie. Prawdopodobnie największe znaczenie dla wytłumaczenia obecnego poziomu zakupów w szarej strefie mają utrwalone zwyczaje (to w jaki sposób konsumenci przyzwyczaili się nabywać wyroby) i przekonania nabywców (co ich zdaniem warto kupować i gdzie). Nie jest też widoczna silna presja na poszukiwanie produktów o niskich cenach (tylko 80 osób można zakwalifikować jako w jakimś stopniu wrażliwe na cenę wyrobów). Oczywiście ten ostatni wniosek dotyczy obecnych cen i obecnej dostępności wyrobów nikotynowych.**

W przypadku ostatnich 12 miesięcy widoczny jest wyższy poziom korzystania z nielegalnych lub podatnych na oszustwa kanałów dystrybucji (innych niż sklepy stacjonarne i Internet z dostawą osobistą), we wszystkich grupach wyrobów (Tabela 3). W tym jednak przypadku pytanie dotyczyło wykorzystania kanałów dystrybucji, *choć jeden raz*, stąd można interpretować różnicę między udziałami z Tabel 2 i 3 jako okazjne korzystanie z szarej strefy. Bez rozróżniania stałego i okazjonalnego korzystania z szarej strefy, najwyższy jej poziom występuje w przypadku papierosów własnego wyrobu (50%), a nieco mniejszy (ok. 35%) w przypadku papierosów robionych ręcznie. Tak jak poprzednio najbardziej „uczciwy” pozostaje rynek papierosów tradycyjnych (ok. 8%), a **jednorazowe e-papierosy i saszetki nikotynowe mają podobny udział szarej strefy, zbliżony do 16-17%**. Co ciekawe, okazjonalne korzystanie z szarej strefy jest również dość wysokie w przypadku podgrzewczy do tytoniu (18,1%), mimo że regularne zakupy tej kategorii wyrobów są zazwyczaj legalne. Łącznie z takich kanałów dystrybucji korzystało, choć raz w ciągu ostatnich 12 miesięcy, 167 osób, czyli 26,9% całej próby.

Tabela 3. Spożycie wyrobów nikotynowych w próbie w ostatnich 12 miesiącach i wykorzystanie nielegalnych kanałów dystrybucji

	Tradycyjne papierosy	Papierosy ręcznie robione	Papierosy własnego wyrobu	Podgrzewacze tytoniu	E-papierosy z płynem do samodzielnego wymiania	E-papierosy z jednorazowym kartridżem	E-papierosy jednorazowy	Saszetki nikotynowe
Liczba pozytywnych odpowiedzi	275	39	60	149	267	170	400	62
Nabyte poza sklepami stacjonarnymi i Internetem z odbiorem osobistym	23	14	30	27	59	26	64	11
Udział wyrobów nabytych w kanałach dystrybucji obarczonych ryzykiem oszustwa	8,4%	35,9%	50,0%	18,1%	22,1%	15,3%	16,0%	17,7%
Udział konsumentów wskazujących, że wyrób posiadał banderołę	81,0%	75,0%*	71,0%*	65,0%	55,0%	68,0%	48,0%	38,0%*
Udział konsumentów wskazujących, że wyrób nie posiadał banderoli	4,0%	-*	21,0%*	15,0%	15,0%	10,0%	9,0%	23,0%*
Udział konsumentów dokonujących zakupów w kanałach obarczonych ryzykiem oszustwa -12 ostatnich miesięcy	2,7%	6,7%	17,0%	2,0%	12,4%	8,5%	8,1%	7,7%

* Niska liczebność próby, co oznacza że wyniki te mogą być mało precyzyjne.

Źródło: Opracowanie własne

Powstaje też pytanie, czy oszacowanie to jest wiarygodne, bo możliwe jest korzystanie z legalnych kanałów dystrybucji dla produktów nielegalnych i korzystanie z niektórych nielegalnych kanałów do zakupu wyrobów legalnych. Do weryfikacji

poprawności oszacowania wielkości szarej strefy wykorzystano odpowiedzi respondentów dotyczące posiadania lub nie znaków akcyzy (banderol) na poszczególnych wyrobach nikotynowych, by ustalić minimalny poziom nielegalnej konsumpcji. Minimalny poziom nielegalnej konsumpcji obejmuje udział odpowiedzi wskazujących na brak oznaczeń akcyzowych dla ostatnio nabytych wyrobów (z punktu widzenia ankietowanych to jest odpowiednik ostatnich 12 miesięcy). W większości przypadków udział ten jest niższy niż oszacowanie szarej strefy obejmującej regularne i okazyjne z niej korzystanie, zaś trochę wyższy (1-2 pkt. procentowe) niż udział wyłącznie regularnego korzystania z szarej strefy (por. udziały w Tabeli 2). Potwierdza to, że rząd wielkości regularnej szarej strefy jest obliczony poprawnie. W trzech przypadkach (papierosy ręcznie robione, papierosy własnego wyrobu i saszetki nikotynowe) liczba odpowiedzi jest bardzo niska, co powoduje, że wyliczone udziały są bardzo niepewne. Jedynie w przypadku podgrzewaczy tytoniu wyroby bez banderoли (15%) są bliższe oszacowaniu szarej strefy dla regularnego i okazjonalnego używania tego wyrobu (18,1%) niż bardzo niskiemu poziomowi szarej strefy dla regularnego używania podgrzewaczy (2%). **Być może w przypadku podgrzewaczy do tytoniu mamy obecnie do czynienia z ekspansją szarej strefy i o ile wyroby te były dotychczas nabywane legalnie to obecnie w większym stopniu zaczynają dorównywać pozostałym wyrobom nikotynowym, dla których poziom szarej strefy jest bliższy kilkunastu procent.**

Oprócz wykorzystania nietypowych kanałów dystrybucji na działalność nielegalną może też wskazywać poszukiwanie produktów w rozmiarach zabronionych przez prawo. Jak wynika z Tabeli 4 proceder ten jest dość popularny w przypadku papierosów jednorazowych i płynów do e-papierosów (ponad 40% osób, które odpowiedziały na to pytanie takich wyrobów poszukiwała). W przypadku kartridży i wyrobów o wysokiej zawartości nikotyny zainteresowanie takimi wyrobami jest znacznie mniejsze. Należy jednak podkreślić, że poszukiwanie nie musi oznaczać wykorzystywania, a motywy nabywców niekoniecznie są w tym przypadku związane z unikaniem produktów legalnych. Pomijając nieświadomość nielegalności takiego zakupu w grę mogą wchodzić takie motywacje jak np. ekologiczna (chęć zmniejszenia śmieci generowanych przez wyroby jednorazowe), oszczędnościowa (zmniejszenie kosztów i wysiłku związanego z nabywanym towarem, czy ciekawość (chęć spróbowania czegoś nowego i nietypowego). Dlatego te dane nie zostały wykorzystane do bezpośredniego szacowania wielkości szarej

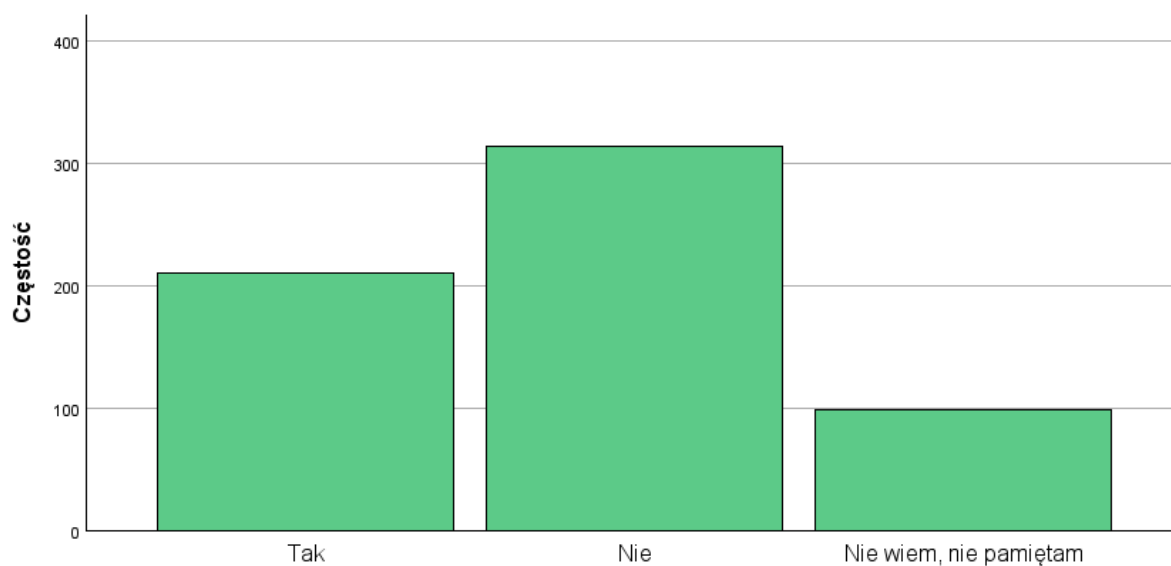
strefy, choć jednocześnie wskazują na dość wysoką akceptację dla działań nielegalnych (aczkolwiek być może bez świadomości, że jest to nielegalne). Skłonność do poszukiwania wyrobów w niestandardowych wielkościach dla różnego rodzaju e-papierosów obrazują również Wykresy 4 – 7.

Tabela 4. Poszukiwanie wyrobów w niestandardowych wielkościach (zazwyczaj nielegalnych)

	E-liquidy o zawartości powyżej 10 ml	Jednorazowe kartridże o pojemności powyżej 2 ml	Jednorazowe e-papierosy umożliwiające ponad 800 zaciągnięć	Liquidy o zawartości nikotyny powyżej 20 mg/ml
Liczba odpowiedzi dotyczących poszukiwania	524	520	548	544
Pozytywne	210	137	290	133
Udział	40,1%	26,4%	52,9%	24,5%

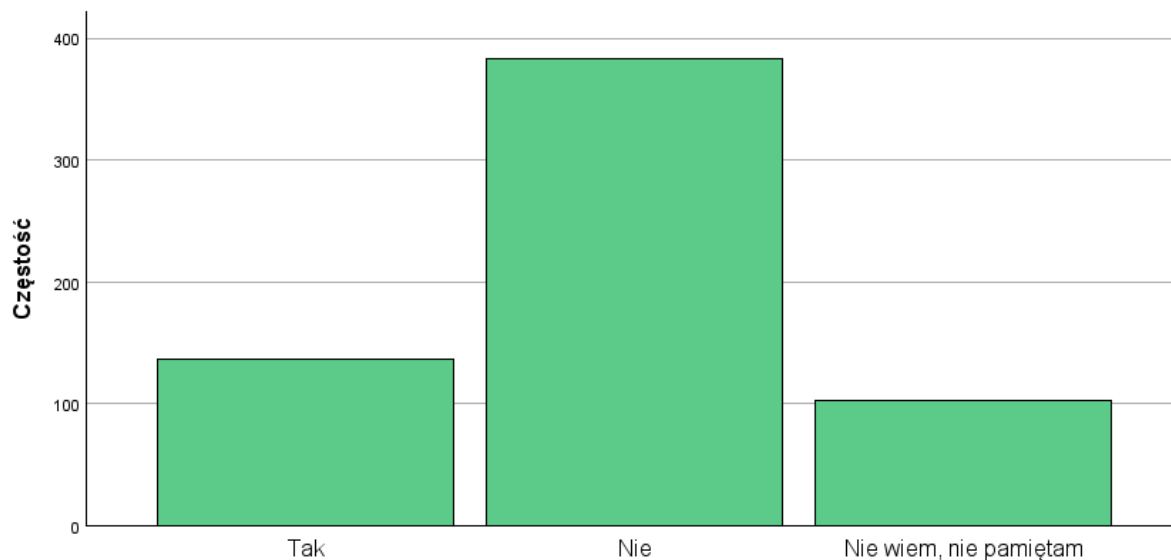
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 4. Poszukiwanie możliwości zakupu e-liquidów o niestandardowej wielkości – tj. produktów z nikotyną w butelkach o pojemności powyżej 10 ml



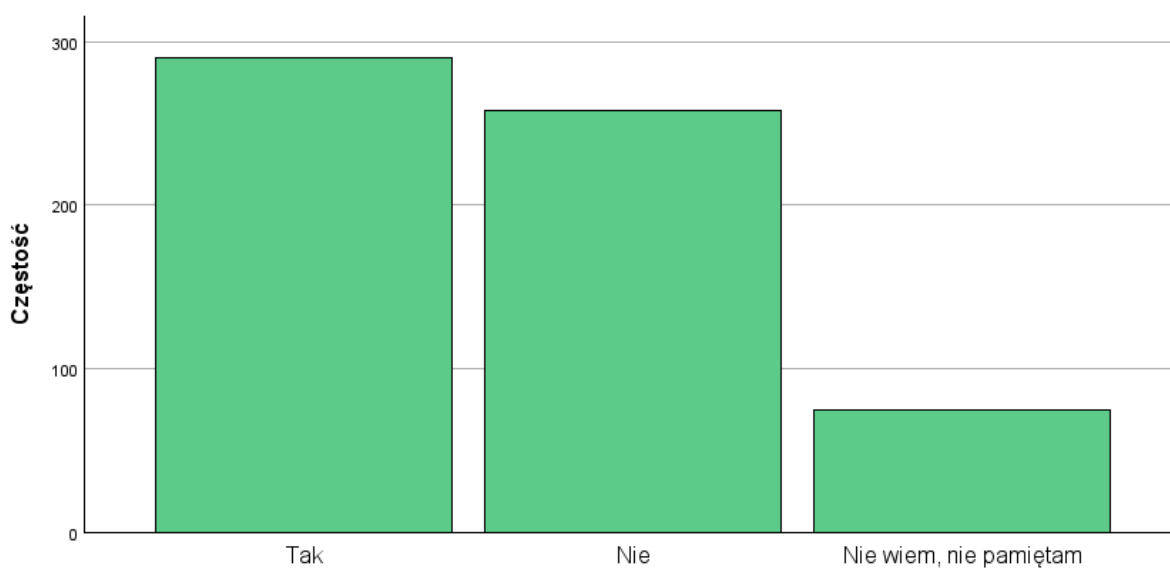
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 5. Poszukiwanie możliwości zakupu jednorazowych kartridży o niestandardowej wielkości - tj. o pojemności powyżej 2 ml



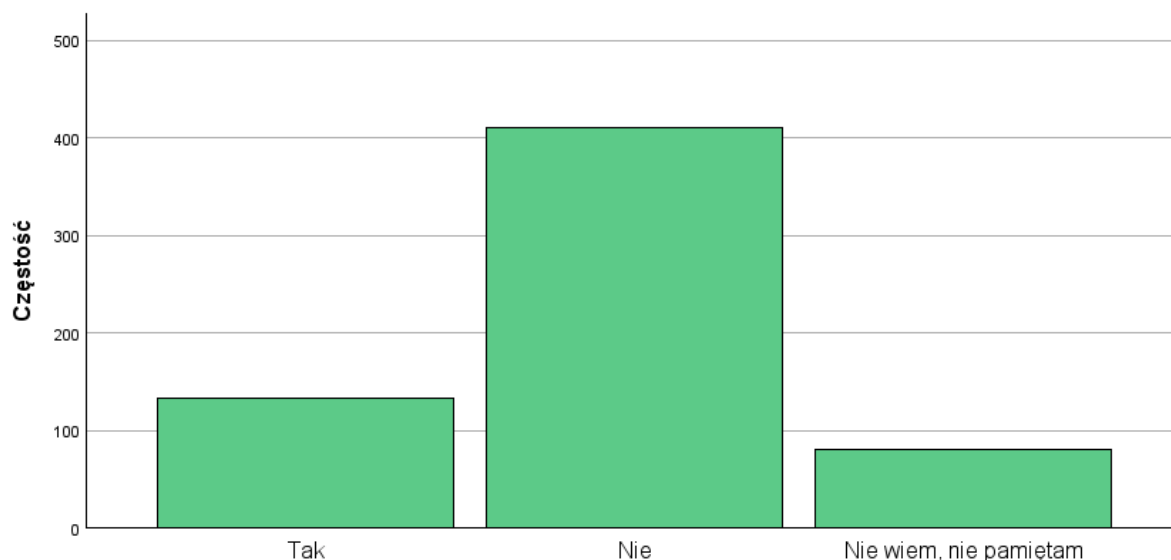
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 6. Poszukiwanie możliwości zakupu jednorazowych e-papierosów umożliwiających niestandardową liczbę zaciągnięć tj. powyżej 800 zaciągnięć



Źródło: Opracowanie własne

Wykres 7. Poszukiwanie możliwości zakupu liquidów o niestandardowej zawartości nikotyny - tj. powyżej 20 mg/ml (2%)



Źródło: Opracowanie własne

Osoby poszukujące możliwości zakupu e-liquidów o niestandardowej wielkości, w opakowaniach o pojemności powyżej 10 ml, stanowiły 33,71% całej próby badawczej (Wykres 4). Z drugiej strony osoby deklarujące poszukiwanie możliwości zakupu jednorazowych kartridży o pojemności powyżej 2 ml stanowiły już 21,99% próby (Wykres 5). Co istotne odsetek osób deklarujących poszukiwanie jednorazowych e-papierosów umożliwiających niestandardową liczbę zaciągnięć, powyżej 800 zaciągnięć (Wykres 6) wyniósł 46,55% wszystkich respondentów i był jedyną okolicznością, gdzie respondenci w większości odpowiedzieli twierdząco na pytanie dotyczące poszukiwania e-papierosów o niestandardowych (w większości nielegalnych) cechach. Z drugiej strony najmniejszą skłonność do poszukiwania niestandardowych rozwiązań zadeklarowano dla zawartości nikotyny powyżej 20 mg/ml (2%) – Wykres 7.

Inaczej jednak prezentują się odpowiedzi respondentów w przypadku pytania dotyczącego zrealizowanych zakupów (Tabela 5). Tu bowiem mamy do czynienia z ewidentnym nabywaniem wyrobów, które są spoza legalnego rynku. Udziały osób

dokonujących takich zakupów sięgają do niemal 19%, przy czym najrzadziej dotyczy to zakupu płynów o bardzo dużej pojemności, a relatywnie często liquidów oraz saszetek o zwiększonej zawartości nikotyny. **Całkowity udział osób kupujących niestandardowe ilości produktów w ogólnej liczbie respondentów wynosi 10,3%. A zatem szara strefa przede wszystkim jest związana z nielegalnymi kanałami dystrybucji, a w mniejszym stopniu z wyrobami, które są niezgodne z regulacjami prawnymi.** Co więcej, osoby kupujące **takie wyroby bardzo często korzystają z legalnych kanałów dystrybucji.** W przypadku poszczególnych wyrobów o nietypowych rozmiarach: 7 z 8 zakupów kartridży zostało dokonane przez osoby deklarujące zakup w sklepie stacjonarnym, w przypadku płynów do e-papierosów, 16 z 18, jednorazowych papierosów, 28 z 43 i w przypadku saszetek, 6 z 6. Oczywiście, deklarowanie przez respondentów zakupów w sklepie stacjonarnym nie wyklucza ukrywania innych kanałów zakupu, ale wskazuje, że nabywcy tych wyrobów bardzo często korzystają z legalnych kanałów dystrybucji, i że prawdopodobnie część legalnych sprzedawców oferuje wyroby o niestandardowych rozmiarach.

Tabela 5. Nabywanie wyrobów w niestandardowych wielkościach

	Wkłady powyżej 20 ml	Płyny do papierosów dające ponad 800 zaciągnięć	Jednorazowe e-papierosy umożliwiające ponad 800 zaciągnięć	Saszetki o zawartości nikotyny powyżej 20 mg/ml
Liczba osób, które kupiły taki wyrób	8	18	43	6
Osoby, które kupowały w ogóle	93	99	290	32
Udział	8,6%	18,2%	14,8%	18,8%

Źródło: Opracowanie własne

W przypadku trzech grup wyrobów (kartridże, liquidy i jednorazowe e-papierosy) widoczny jest **różny udział wyrobów o nietypowych cenach** (Tabela 6). **Najwyższy występuje w przypadku liquidów i sięga około 22%, co jest jednocześnie w pełni zgodne z oszacowaniem szarej strefy dla tej kategorii wyrobu** (Tabela 2). Dla kartridży ten udział

jest relatywnie mały i wynosi 6,5%, zaś pośredni dla e-papierosów 12%. Ta ostatnia wielkość jest mniej więcej w połowie między stałym 8% i okresowym (16%) korzystaniem z nietypowych kanałów dystrybucji. Dane te są jednak tylko częściowo porównywalne z danymi w Tabelach 2 i 3, z uwagi na częstą odmowę odpowiedzi o zapłaconą ostatnio cenę lub udzielanie odpowiedzi „nie pamiętam”. Niestety można się spodziewać, że osoby kupujące nielegalnie (po bardzo niskich lub wysokich cenach) chętniej odmawiają odpowiedzi lub zasłaniają się brakiem pamięci. Stąd błąd pomiaru może być tutaj znaczny, i analiza ta może służyć bardziej potwierdzeniu wyników uzyskanych innymi metodami, niż dostarczać dokładnego oszacowania wielkości szarej strefy.

Tabela 6. Udział zakupów po cenach innych niż określone przez widełki najpopularniejszych kategorii cenowych

	Kartridże	Liquidy	Jednorazowe e-papierosy
Poza przedziałem cenowym	8	44	38
Liczba odpowiedzi z podaną ceną	124	201	317
Udział	6,5%	21,9%	12%

Źródło: Opracowanie własne

Łącząc informacje o używaniu nietypowych kanałów dystrybucji, nawet w sposób okazjonalny (Tabela 3), i o nabywaniu wyrobów w niestandardowych wielkościach (Tabela 5), można ustalić maksymalny rozmiar szarej strefy według udziału użytkowników, którzy kupują w kanałach nielegalnych lub wyroby o niestandardowych wielkościach, w całej próbie. Udział ten wynosi 37,5% (233 osoby z 623). W związku z tym należy uznać, że jest to maksymalny udział konsumentów zaangażowanych obecnie, co najmniej w sposób okazjonalny, w zakupy w szarej strefie.

Posiadane dane nie wskazują by ankietowani konsumenci byli bardzo wrażliwi na cenę wyrobów nikotynowych, co ogranicza możliwość oszacowania wpływu np. wzrostu akcyzy na te wyroby na ich zachowania. Można tylko stwierdzić, że dla obecnego poziomu cen i sytuacji finansowej nabywców, około 12% z nich wskazuje na znaczenie ceny dla decyzji zakupowych. Znacznie wyższą wrażliwość respondenci deklarują w przypadku wprowadzenia ograniczeń zakupowych dotyczących dostępności wyrobów smakowych. Na pytanie dotyczące poszukiwania płynów smakowych do e-papierosów w przypadku wprowadzenia zakazu sprzedaży płynów smakowych do e-papierosów jednoznacznie pozytywnie odpowiedziało 27%, jednak pozasklepowe nielegalne źródła (szkoła, znajomi, Allegro, chińskie strony internetowe, europejskie strony internetowe i bazy, media społecznościowe), w których osoby poszukiwałyby wyrobów służących ominięciu zakazu, wskazało 58% ankietowanych. **Gdyby podsumować liczbę osób, które korzystają z szarej strefy obecnie, poszukują zakazanych produktów lub deklarują poszukiwanie wyrobów w nielegalnych źródłach to dotyczyłoby to 513 osób z 623 a zatem ponad 82%.** Innymi słowy w pełni uczciwi (tak z punktu widzenia obecnej konsumpcji jak i zamierzeń) stanowią w próbie jedynie 18%. **Liczyby te wskazują, że mimo relatywnie niewielkiego rozmiaru szarej strefy obecnie, ma ona bardzo duży potencjał do wzrostu w przypadku wprowadzenia ograniczeń, a także zapewne w przypadku silnego wzrostu obciążeń podatkowych.**

Dokonawszy oszacowania wysokości szarej strefy w grupie młodszych użytkowników wyrobów tytoniowych warto byłoby poddać analizie przyczyny dla których wskazani konsumenci stają się uczestnikami szarej strefy. Należy jednak podkreślić, że uzyskane rezultaty będą miały charakter wyłącznie implikujący pewną przyczynowość, gdyż, na co wcześniej wskazywano, w wielu przypadkach respondenci nie udzielali odpowiedzi na zadawane pytania. Zatem brak istotności określonej, niedoreprezentowanej liczebnie zmiennej nie powinien stanowić podstaw do wysnuwania ogólnych wniosków dla całej populacji młodych konsumentów wyrobów tytoniowych.

Celem odnalezienia i weryfikacji wynikających z innych badań empirycznych czynników zwiększających prawdopodobieństwo nabywania wyrobów tytoniowych w szarej strefie w oparciu o uzyskane dane z badania CAWI przeprowadzono analizę regresji logistycznej. W badaniu skupiono się na pytaniach dotyczących elektronicznych papierosów.

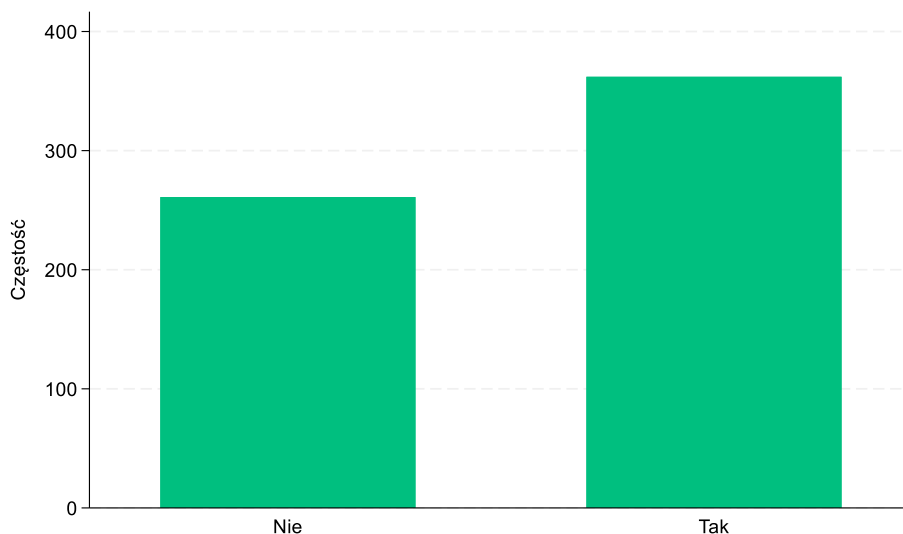
Na potrzeby dokonania analizy opracowano 3 binarne zmienne zależne:

1. Zmienną dotyczącą **hipotetycznego deklarowanego oszukiwania w przypadku wprowadzenia ograniczeń związanych z właściwościami e-papierosów** (odpowieź twierdząca na pytanie: Czy w przypadku zakazu sprzedaży płynów smakowych do e-papierosów, poszukiwał/a/by Pan/i smakowych płynów poza głównym obiegiem?) – model 1,
2. Zmienną dotyczącą zadeklarowanego **poszukiwania e-papierosów o niestandardowych (niezgodnych z obowiązującymi przepisami) wielkościach** (zob. Tabela 4) – model 2,
3. Zmienną **w sposób najszerszy opisującą przejawy bycia „nieuczciwym” konsumentem korzystającym z szarej strefy**, łącząca zarówno deklaracje, jak i stwierdzenia dotyczące nabywania e-papierosów na „czarnym rynku”, ale jedynie w sposób regularny (zob. analizę powyżej) – model 3.

Dla każdej zmiennej zależnej opracowano oddzielny model, wykorzystując tożsame zmienne niezależne wskazujące na wiek (*wiek*), płeć (*płeć*), używanie e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany w ciągu ostatnich 3 miesięcy (*e-papierosy_1*), używanie e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami / ustnikami / podami w ciągu ostatnich 3 miesięcy (*e-papierosy_2*), poziom wykształcenia (*wykształcenie*) – z wykształceniem podstawowym/gimnazjalnym jako zmienną bazową oraz średni miesięczny dochód netto w gospodarstwie domowym (*średni dochód netto*). Liczebności poszczególnych zmiennych niezależnych w przypadku, gdy zmienna zależna osiąga wartość 1 (występuje określona cecha) zostały przedstawione w Załączniku.

Wykresy 8-10 obrazują odsetek pozytywnej oraz negatywnej kwalifikacji danego respondenta jako osoby nieuczciwej (korzystającej z szarej strefy), zgodnie z przedstawionymi wyżej trzema zmiennymi zależnymi.

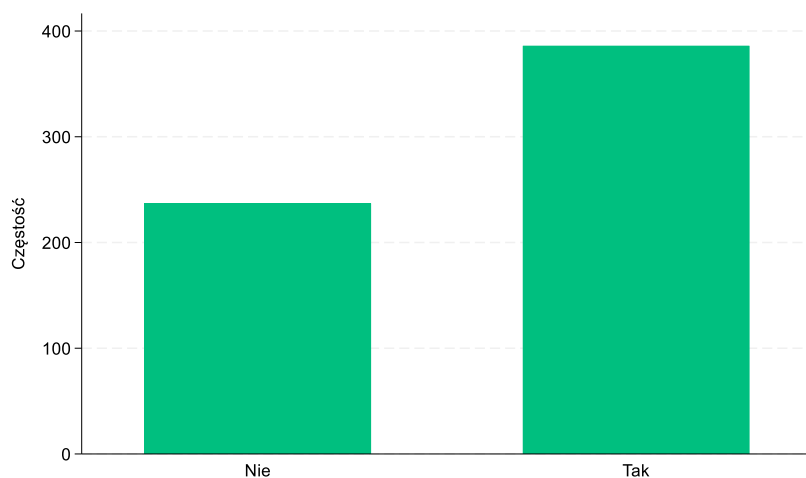
Wykres 8. Częstość identyfikacji respondenta jako osoby „nieuczciwej” w oparciu o deklarowane oszukiwanie w przypadku wprowadzenia ograniczeń związanych z właściwościami e-papierosów



Źródło: Opracowanie własne

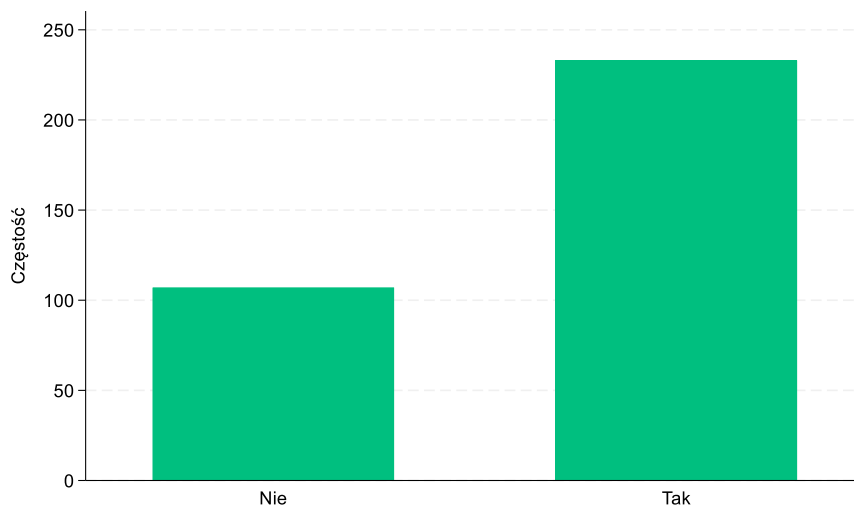
Dane zaprezentowane na Wykresie 8 implikują, że większa część respondentów wskazała wolę oszukiwania przypadku wprowadzenia ograniczeń związanych z właściwościami e-papierosów. Skala tego zjawiska jest podobna, jak i przypadku identyfikacji danej osoby jako nieuczciwej ze względu na zadeklarowane poszukiwanie e-papierosów o niestandardowych (niezgodnych z obowiązującymi przepisami) wielkościach (Wykres 9).

Wykres 9. Częstość identyfikacji respondenta jako osoby „nieuczciwej” w oparciu o zadeklarowane poszukiwanie e-papierosów o niestandardowych (niezgodnych z obowiązującymi przepisami) wielkościach



Źródło: Opracowanie własne

Wykres 10. Częstość identyfikacji respondenta jako osoby „nieuczciwej” wśród całej próby badawczej



Źródło: Opracowanie własne

Z Wykresu 10 wynika, że znaczna liczba respondentów została zakwalifikowana jako osoba cechująca się zachowaniami nieuczciwymi, tj. przejawami bycia konsumentem korzystającym z szarej strefy. W przypadku tej zmiennej zależnej występuje największa różnica w liczebności pomiędzy respondentami „uczciwymi” oraz nieuczciwymi. Jest to naturalna konsekwencja szerszego ujęcia wszystkich potencjalnych przejawów

nieuczciwości i umożliwia analizowanie zjawiska szarej strefy w sposób maksymalnie najszerszy.

W celu określenia czynników sprzyjających byciu uczciwym lub nieuczciwym przeprowadzono regresję logistyczną. Rezultaty analizy jej wyników przedstawia Tabela 7.

Tabela 7. Wyniki regresji logistycznej

Zmienna zależna	(1) Deklarowane oszukiwanie w przypadku ograniczeń	(2) Rozważanie niestandardowych zakupów	(3) Szerokie ujęcie bycia "oszustem"
wiek	0,0102 (0,0490)	-0,127** (0,0520)	-0,0868 (0,0820)
pleć	0,516** (0,233)	0,352 (0,240)	0,810** (0,401)
e-papierosy_1	0,801*** (0,201)	0,610*** (0,208)	1,042*** (0,332)
e-papierosy_2	0,404* (0,216)	0,518** (0,226)	0,733** (0,361)
wykształcenie zawodowe	-0,364 (0,673)	-0,975 (0,708)	-0,722 (1,271)
wykształcenie średnie	-0,659 (0,549)	-0,596 (0,606)	-0,632 (1,153)
wykształcenie wyższe	-0,781 (0,564)	-1,104* (0,615)	-1,417 (1,145)

średni miesięczny dochód	0,0420 (0,0673)	0,209*** (0,0715)	0,123 (0,109)
Stała	0,244 (1,212)	3,373** (1,321)	2,955 (2,241)
Liczba obserwacji	493	493	258
LR chi ²	35,46***	49,57***	40,21***
Pseudo R ²	0,0546	0,0785	0,1333

Współczynniki potęgowane; błędy standardowe w nawiasach.

* $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.0$

Źródło: Opracowanie własne.

Należy podkreślić, że liczba obserwacji dla dwóch pierwszych modeli niemal dwukrotnie przewyższa liczebność próby w przypadku modelu dotyczącego ogólnej nieuczciwości, gdzie zastosowano bardziej restrykcyjne kryteria uznawania danej osoby za „przynależącą” do szarej strefy. Każdy z modeli był istotny statystycznie, przy czym nie wyjaśniał on w sposób znaczny zmienności zmiennych zależnych, poza modelem 3, w którym wyjaśnione zostało 13,33% zmienności (pozostałe dwa modele wyjaśniły odpowiednio 5,46% oraz 7,85%). Niska objaśnialność modeli wskazuje, że cechy które mają wpływ na wybór szarej strefy są złożone i wykraczają poza proste zmienne społeczno-demograficzne. Pomimo tego faktu uzyskane rezultaty niosą ze sobą warte uwagi implikacje dla nastawienia młodych konsumentów wyrobów tytoniowych do nabywania wyrobów poza oficjalnym obiegiem.

Rozpoczynając analizę od modelu 1 (deklarowane oszukiwanie w przypadku ograniczeń) wskazać można, że w sposób istotny statystycznie na zmienną tę wpływają płeć respondentów oraz nabywanie specyficznych kategorii e-papierosów. Wiek, wykształcenie oraz miesięczny dochód okazały się być nieistotne. Rezultaty regresji logistycznej wskazują, że mężczyźni z wyższym prawdopodobieństwem byliby skłonni do nabywania e-papierosów na „czarnym rynku” w przypadku wprowadzenia ograniczeń co do walorów smakowych e-papierosów. Jest to wynik spójny z innymi badaniami empirycznymi, w których wskazano, że mężczyźni są bardziej skłonni do nabywania wyrobów poza oficjalnym obiegiem. Ponadto, w sposób istotny statystycznie bardziej skłonne do korzystania z wyrobów z szarej strefy były osoby, które regularnie korzystały

e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany oraz e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami/ ustnikami/ podami.

W przypadku modelu 2, analizującego determinanty zadeklarowanego poszukiwania e-papierosów o niestandardowych właściwościach (pojemności i zawartości nikotyny niezgodnych z obowiązującymi regulacjami) zmienną istotną dla cechowania się zwiększoną skłonnością do kupowania w szarej strefie był wiek respondentów, pomimo faktu, że w badaniu analizowano wąską grupę wiekową. Starsi respondenci wykazywali niższą skłonność do rozważania nabywania niestandardowych zakupów. Ponadto, podobnie jak w modelu 1., w sposób istotny statystycznie bardziej skłonne do korzystania z wyrobów z szarej strefy były osoby, które regularnie korzystały e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany oraz e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami/ ustnikami/ podami. Osoby z wyższym wykształceniem również mniej chętnie deklarowały chęć nabywania e-papierosów o niestandardowych wielkościach, niż osoby z wykształceniem podstawowym albo gimnazjalnym. Te rezultaty również pozostają spójne z innymi empirycznymi badaniami dotyczącymi szarej strefy. Respondenci z wyższym średnim miesięcznym dochodem również są bardziej skłonni do nabywania takich e-papierosów. Wynikać to może zapewne z faktu, że e-papierosy o wielkościach przewyższających ustawowe normy są niejednokrotnie droższe, niż ich legalne alternatywy (są również bardziej wydajne). Z tego powodu osoby dysponujące wyższym dochodem mogą sobie pozwolić na zakup droższych wyrobów.

W modelu 3 zbadano wpływ zmiennych na zidentyfikowane przez nas prawdopodobieństwo nabywania wyrobów tytoniowych poza obrotem legalnym w sposób regularny. W modelu tym istotne statystycznie okazały się być trzy zmienne: płeć oraz bycie użytkownikiem e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany oraz e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami/ ustnikami/ podami. Podobnie jak w modelu 1 mężczyźni byli bardziej skłonni do oszukiwania. Również konsumenci e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany oraz e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami/ ustnikami/ podami chętniej korzystali z wyrobów oferowanych przez szarą strefę.

Wysnuwając ogólne wnioski w ramach trzech modeli, można wskazać, że uzyskane rezultaty implikują silne przywiązanie do walorów smakowych i wizualnych e-papierosów u młodszych konsumentów oraz znaczenia przyzwyczajień oraz mody przy nabywaniu tych produktów poza oficjalnym obiegiem. **W przypadku wprowadzenia zakazu sprzedaży smakowych e-papierosów mężczyźni byłoby bardziej skłonni do nabywania takich wyrobów na „czarnym rynku”, niż kobiety. Podobnie chętniej nabywali oni wyroby o nielegalnych pojemnościach.** Wykształcenie oraz wysokość miesięcznych dochodów nie miały istotnego wpływu dla wyboru nabycia e-papierosów poza oficjalnym obiegiem, jeżeli jego przyczyną byłby zakaz wprowadzania do obrotu smakowych wyrobów. **Wykształcenie okazuje się wyłącznie istotne, gdy chodzi o zakup wyrobów o nielegalnych (większych) pojemnościach.** Może to wynikać z faktu, że osoby mniej wykształcone nie zdają sobie sprawy z prawnych zakazów sprzedaży tego typu produktów oraz potencjalnych negatywnych skutków ich konsumpcji. Przy czym nabywanie tych wyrobów wiąże się z wyższymi cenami i wymaga dysponowania odpowiednio wysokim dochodem.

W przypadku każdej formy przejawu „nieuczciwości” w sposób istotny statystycznie bardziej skłonne do korzystania z wyrobów z szarej strefy były osoby, które regularnie korzystały e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany oraz e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami/ ustnikami/ podami. Korzystanie z produktów, które mają charakter niejako „wielorazowy” (możliwość wymienienia płynu albo kartridża) implikuje wyższą wrażliwość cenową tej grupy osób (korzystanie z produktów wielorazowych jest bardziej opłacalne, niż kupowanie tych jednorazowych). W tym rozumieniu zachowanie tych osób jest spójne z założeniami teoretycznymi, że osoby o wyższej wrażliwości cenowej będą bardziej skłonne do nabywania produktów w szarej strefie.

W kwestii bardziej selektywnej kategoryzacji respondentów jako potencjalnych „oszustów” rozpatrywanej w modelu 3, istotna statystycznie była płeć respondentów, co wskazuje, że mężczyźni byli ogólnie bardziej skłonni do nabywania wyrobów w ramach szarej strefy. Ze względu na znaczną dysproporcję w próbie badawczej (73% stanowiły kobiety) można przewidywać, że istotność statystyczna niektórych zmiennych wzrosła by w przypadku zwiększenia liczebności w próbie mężczyzn.

W związku z faktem, że płeć wpływa w sposób istotny statystycznie na potencjalne korzystanie z szarej strefy (mężczyźni chętniej korzystają z szarej strefy, niż kobiety), zdecydowano się również na szczególną analizę różnic pomiędzy tymi grupami oraz, jeżeli dane to umożliwiały, przeprowadzenie jednoczynnikowej analizy wariancji (one-way ANOVA), dla celów dalszej analizy zróżnicowania pomiędzy mężczyznami a kobietami w kwestii zarówno nabywania, jak i opinii na temat korzystania z e-papierosów. Jednoczynnikowa analiza wariancji to metoda statystyczna mająca na celu sprawdzenie, czy pewna zmienna niezależna (w przypadku niniejszego raportu – płeć) wpływa na wyniki jednej zmiennej zależnej, to znaczy, czy występują istotne statystycznie różnice pomiędzy średnimi wartościami tych zmiennych zależnych w ramach poszczególnych grup (np. kobiet i mężczyzn).

W tym zakresie zdecydowano się porównać ze sobą:

- rodzaje e-papierosów, których respondenci używali w okresie ostatnich 3 miesięcy,
- znaczenie dla decyzji zakupowej faktu, że dany dostawca liquidów do e-papierosów uczciwie płaci podatki,
- znaczenie wysokiej jakości wkładów do e-papierosów dla ich zakupu,
- znaczenie „vapowania” przez znajomych lub kolegów z pracy dla decyzji o używaniu e-papierosów,
- znaczenie odczuwania zapotrzebowania na nikotynę dla decyzji o używaniu e-papierosów,
- nabywania e-papierosów przed 18 rokiem życia.

Tabela 8 prezentuje przeciętne odpowiedzi udzielone na dane pytanie przez respondentów z podziałem na płeć oraz informację dotyczącą skali odpowiedzi dla danej zmiennej.

Tabela 8. Przeciętne wartości odpowiedzi na dane pytanie oraz skala zmiennych z podziałem na płeć

Pytanie przedstawione respondentom	N	Średnia wartość	Odchylenie standardowe	Błąd standardowy	Min.	Max.
Kobieta	456	0,41	0,492	0,023	0	1

Zakup w ciągu ostatnich 3 miesięcy e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany	Mężczyzna	167	0,62	0,488	0,038	0	1
	Ogółem	623	0,47	0,499	0,020	0	1
Zakup w ciągu ostatnich 3 miesięcy e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami	Kobieta	456	0,29	0,453	0,021	0	1
	Mężczyzna	167	0,34	0,476	0,037	0	1
	Ogółem	623	0,30	0,459	0,018	0	1
Zakup w ciągu ostatnich 3 miesięcy e-papierosów jednorazowego użytku	Kobieta	456	0,66	0,475	0,022	0	1
	Mężczyzna	167	0,56	0,498	0,038	0	1
	Ogółem	623	0,63	0,483	0,019	0	1
Jak duże znaczenie ma dla Pana/i fakt że dany dostawca liquidów do e-papierosów uczciwie płaci podatki?	Kobieta	456	3,06	1,171	0,055	1	5
	Mężczyzna	167	2,99	1,261	0,098	1	5
	Ogółem	623	3,04	1,195	0,048	1	5
Czy wysoka jakość wkładów do e-papierosów jest dla Pana/i ważna?	Kobieta	456	2,06	0,888	0,042	1	5
	Mężczyzna	167	2,09	0,949	0,073	1	5
	Ogółem	623	2,07	0,904	0,036	1	5
Jak duże znaczenie ma "vapowanie" przez znajomych lub kolegów z pracy dla Pana/i decyzji o używaniu e-papierosów?	Kobieta	456	3,41	1,183	0,055	1	5
	Mężczyzna	167	3,33	1,184	0,092	1	5
	Ogółem	623	3,39	1,183	0,047	1	5
Jak duże znaczenie ma odczuwanie zapotrzebowania na nikotynę dla Pana/i decyzji o używaniu e-papierosów?	Kobieta	456	3,07	1,209	0,057	1	5
	Mężczyzna	167	2,89	1,141	0,088	1	5
	Ogółem	623	3,02	1,193	0,048	1	5
Czy przed ukończeniem 18 lat kupował/a Pan/i płyny (liquidy) do e-papierosów do samodzielnej wymiany?	Kobieta	121	0,23	0,423	0,038	0	1
	Mężczyzna	47	0,34	0,479	0,070	0	1
	Ogółem	168	0,26	0,441	0,034	0	1
	Kobieta	121	0,14	0,349	0,032	0	1

Czy przed ukończeniem 18 lat kupował/a Pan/i wymienne wkłady (pody, cartridge) zawierające płyn do e-papierosów?	Mężczyzna	47	0,09	0,282	0,041	0	1
	Ogółem	168	0,13	0,332	0,026	0	1
Czy przed ukończeniem 18 lat kupował/a Pan/i e-papierosy jednorazowego użytku?	Kobieta	121	0,30	0,459	0,042	0	1
	Mężczyzna	47	0,21	0,414	0,060	0	1
	Ogółem	168	0,27	0,447	0,035	0	1

Źródło: Opracowanie własne

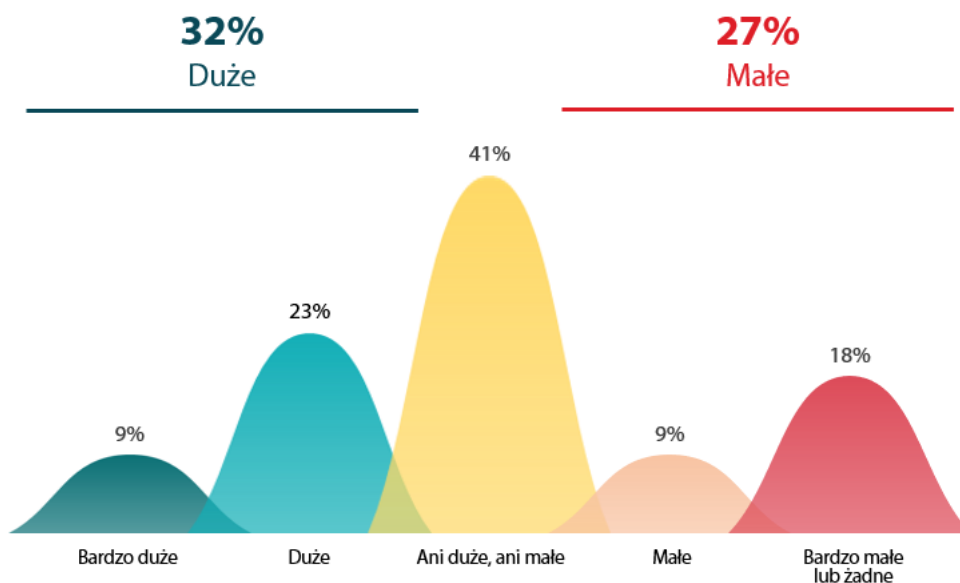
Jednoczynnikową analizę wariancji, celem weryfikacji istotnych statystycznie różnic pomiędzy kobietami a mężczyznami przeprowadzono dla zmiennych dotyczących pytań:

- jak duże znaczenie dla decyzji zakupowej ma dla Pana/i fakt że dany dostawca liquidów do e-papierosów uczciwie płaci podatki?
- czy wysoka jakość wkładów do e-papierosów jest dla Pana/i ważna?
- jak duże znaczenie ma “vapowanie” przez znajomych lub kolegów z pracy dla Pana/i decyzji o używaniu e-papierosów?
- jak duże znaczenie ma odczuwanie zapotrzebowania na nikotynę dla Pana/i decyzji o używaniu e-papierosów?

Rezultaty przeprowadzonej jednoczynnikowej analizy wariancji nie wskazały na istotne statystycznie różnice pomiędzy mężczyznami a kobietami we wskazanym zakresie. Należy podkreślić, że dla każdej z poniższych odpowiedzi respondenci wskazywali przeciętnie na niskie znaczenie wskazanych czynników przy zakupach e-papierosów. Fakt ten może potwierdzać tezę, że dla nabywania tego typu produktów u osób młodych kluczową rolę odgrywają inne czynniki, np. moda oraz specyficzne cechy e-papierosów (smak itp.).

Wykres 11 obrazuje nastawienie respondentów do faktu, czy producent e-papierosów uczciwie płaci podatki.

Wykres 11. Jakie znaczenie dla zakupu respondentów ma fakt, że producent e-papierosów uczciwie płaci podatki?



Źródło: OpinionWay

Dla pozostałych zmiennych skupiono się na analizie przeciętnych odpowiedzi udzielanych przez respondentów danej płci. Należy mieć na uwadze, że ze względu na znaczną dysproporcję próby badawczej w przypadku wyrównania liczebności odpowiedzi w obu grupach wyniki te mogłyby ulec pewnej zmianie. Rozpoczynając od analizy danych z Tabeli 8 dla pierwszych z odpowiedzi, dotyczących nabywania różnego rodzaju e-papierosów w ciągu ostatnich 3 miesięcy, można wskazać, że w całej próbie badawczej mężczyźni średnio częściej deklarowali zakupy e-papierosów z płynem do samodzielnej wymiany (przeciętnie częściej deklarowali ten zakup) niż kobiety, które średnio nie korzystały chętnie z tego typu produktów. W sposób zbliżony prezentowało się nabywanie e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami w obu grupach, respondenci byli w tym wypadku przeciętnie mniej skłonni do zakupu tego typu produktów. Najwyższy odsetek kobiet nabywał średnio e-papierosy jednorazowego użytku, przy czym również wielu mężczyzn kupowało ten produkt w ciągu ostatnich 3 miesięcy. Uzyskane rezultaty implikują, że w kwestii zakupów nieregularnych mężczyźni przeciętnie częściej sięgali po e-papierosy z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany, niż kobiety. Wśród kobiet przeważała skłonność do nabywania e-

papierosów jednorazowego użytku, które to produkty były również popularne wśród mężczyzn.

Respondenci deklarowali również, czy nabywali którekolwiek z omawianych towarów przed ukończeniem 18 roku życia. Odpowiedzi w zakresie trzech pytań dotyczących poszczególnych kategorii wyrobów (płyny do e-papierosów do samodzielnej wymiany, wymienne wkłady zawierające płyn do e-papierosów oraz e-papierosy jednorazowego użytku) wskazują, że respondenci w obu grupach przeciętnie nie wskazywali na dokonywanie tego typu zakupów (przeciętny odsetek odpowiedzi twierdzących wynosił około 20%). Najniższy odsetek twierdzących odpowiedzi odnotowano dla wymiennych wkładów zawierających płyn do e-papierosów. Respondenci byli z drugiej strony najbardziej skłonni do przyznawania się do kupowania płynów do e-papierosów do samodzielnej wymiany przed ukończeniem 18 roku życia (odsetek odpowiedzi 23% oraz 34%). Mężczyźni średnio częściej kupowali te produkty przed ukończeniem 18 lat, niż kobiety. Za to kobiety częściej nabywały e-papierosy jednorazowego użytku jako osoby niepełnoletnie, niż mężczyźni (30% oraz 21%).

Spoleczne i gospodarcze skutki szarej strefy

Skutki zwiększania się szarej strefy stanowią zjawisko, które jest trudne do kompleksowego zbadania empirycznego ze względu na złożoność tego problemu. Z pewnością obecność i rozwój szarej strefy niesie ze sobą zarówno gospodarcze, jak i społeczne konsekwencje. W literaturze podkreśla się, że gospodarka nieformalna nie tylko oddziałuje negatywnie na optymalną alokację zasobów w gospodarce oraz straty we wpływach budżetu państwa, lecz ma również istotny wpływ na funkcjonowanie oficjalnych instytucji, norm oraz zasad społecznych (Schneider i Enste, 2000). W szczególności wśród skutków gospodarczych i społecznych szarej strefy wskazać można: utratę dochodów budżetowych, spadek dostępności i jakości usług publicznych, zaburzenia konkurencji na rynku, zniekształcenie danych dotyczących określonych zjawisk ekonomicznych (np. bezrobocia) i stosowanie wynikających z nich nieadekwatnych polityk publicznych, zwiększenie ryzyka korupcji oraz spadek zaufania publicznego i legitymizacji działań władzy publicznej. Każdy z tych skutków wpływa negatywnie na ogólną stabilność i efektywność gospodarki. Ponadto, w przypadku wyrobów nikotynowych, w tym e-papierosów, konsumpcja produktów pochodzących z szarej strefy może nieść ze sobą negatywne skutki zdrowotne.

W pierwszej kolejności należy wskazać, że szara strefa może przyczyniać się do zmniejszenia wpływów do budżetu państwa, co wynika z braku ponoszenia ciężarów publicznych, takich jak podatki i opłaty, przez osoby działające w sektorze nieformalnym. Niższe dochody publiczne wpływają negatywnie zarówno na dostępność usług publicznych dla wszystkich obywateli, jak i na ich jakość oraz efektywność. Konsekwencją braku odpowiednio wysokich środków na finansowanie zadań państwa może być podwyższenie podatków i opłat, które obciążą przede wszystkim uczciwych obywateli. Niższa efektywność administracji oraz nakładanie większych ciężarów publicznych mogą zaś stanowić bodziec dla kolejnych osób do rozpoczęcia działalności w szarej strefie (Loayza, 1996; Frey i Schneider, 2015).

Ponadto działalność uczestników szarej strefy wpływa negatywnie na konkurencyjność innych, uczciwych podmiotów na rynku. Uczestnicy szarej strefy nie ponoszą ciężarów związanych z wymogami regulacyjnymi, w szczególności nie płacą podatków. W związku ze specyfiką funkcjonowania szarej strefy są zatem w stanie zaoferować konsumentom niższą cenę za sprzedawany produkt, jak i modyfikować go w sposób niezgodny z obowiązującym prawem. Wszelkie te okoliczności sprawiają, że system gospodarczy kraju, w którym rozwija się szara strefa staje się mniej sprawiedliwy, gdyż dyskryminuje uczciwych obywateli. Luka podatkowa będąca skutkiem szarej strefy, sprawia, że koszty nielegalnej działalności uczestników „czarnego rynku” są *de facto* ponoszone przez uczciwych podatników.

Rozwój szarej strefy może się również przyczyniać do wzrostu ryzyka korupcji, gdyż w celu dalszego prowadzenia nielegalnej działalności przedstawiciele szarej strefy nierzadko podejmują próby przekupywania urzędników (Dreher & Schneider, 2010). Ponadto, ze względu na brak ujawniania informacji dotyczących działalności, zatrudnienia i dochodów w szarej strefie, informacje te nie docierają do organów administracji publicznej zajmujących się analizą danych związanych z funkcjonowaniem i kondycją gospodarki państwa. Może to wpływać na brak realnej oceny potrzeb obywateli i skutkować wdrażaniem nieadekwatnych środków i polityk publicznych.

W kwestii konsekwencji społecznych związanych bezpośrednio z funkcjonowaniem i rozwojem „czarnego rynku” należy wskazać, że szara strefa może być postrzegana przez społeczeństwo jako wskaźnik poważnego deficytu legitymizacji obecnego porządku społecznego i zasad oficjalnej działalności gospodarczej. Jak wcześniej wskazano, na rozwój gospodarki nieformalnej istotny wpływ mają między innymi nieefektywność administracji w egzekwowaniu świadczeń publicznych od obywateli, jak i wysokie koszty podatkowe związane z legalną działalnością. W tym kontekście rozwój szarej strefy może przedstawiać się obywatelom jako wyraz braku efektywności administracji publicznej. Tak postrzegany brak skuteczności wpływa negatywnie na autorytet i zaufanie do państwa i może przyczynić się do zwiększania się unikania opodatkowania i innych przejawów szarej strefy (Batrancea et al., 2019).

Szara strefa jest co prawda konkurencją dla podmiotów funkcjonujących legalnie i płacących podatki. Jednocześnie jednak nie wszystkie wyroby oferowane w szarej strefie są dokładnymi substytutami produktów legalnych, część może mieć obniżoną jakość z

uwagi na konieczność zachowania niskiej ceny wyrobu i odpowiedniej marży dla podmiotu funkcjonującego w szarej strefie. Rozpowszechnianie w nielegalnym obrocie produktów o nieznanym pochodzeniu, właściwościach i jakości może nieść ze sobą kolejne koszty społeczne, jak i wydatki publiczne. Będą to m.in. koszty związane z służbą zdrowia w sytuacji, w której produkty pochodzące z szarej strefy okażą się szczególnie szkodliwe dla zdrowia. Będzie to sytuacja zarówno niekorzystna z perspektywy obywateli, jak i państwa. Co więcej, brak formalnej kontroli nad produktami z „czarnym rynku” ułatwia dostępność tych towarów dla określonych grup społecznych, które na rynku regulowanym są objęte szczególną ochroną w związku z konsumpcją danego dobra (są to np. osoby niepełnoletnie).

Należy jednak wskazać, że występowanie szarej strefy nie jest uważane za jednoznacznie negatywne zjawisko z ekonomicznego punktu widzenia, ponieważ można wskazać szereg pozytywnych gospodarczych „skutków ubocznych” rozwoju szarej strefy. W literaturze wskazuje się, że pomimo iż szara strefa zmniejsza wpływy podatkowe państwa, to część utraconych wpływów podatkowych jest przez Państwo odzyskiwana (np. osoby działające w szarej strefie wydając zarobione pieniądze płacą podatek od towarów i usług). Między innymi Schneider i Enste (2000) wskazywali, że nawet około dwie trzecie dochodu uzyskanego z szarej strefy jest natychmiast wydatkowane w obrocie legalnym.

Ponadto, pozytywną konsekwencją gospodarczą występowania szarej strefy jest obecność zwiększonej produkcji, która nie wystąpiłaby w sytuacji, gdyby wszystkie podatki i koszty ponoszone przez producenta były w pełni legalne. Wówczas bowiem koszty zakupu tych produktów byłyby zbyt wysokie dla części nabywców, przez co część produkcji i wygenerowanych wskutek sprzedaży dochodów nie powstałaby ze względu na mniejszy popyt na określone dobro. Zatem pod tymi względami szara strefa może przyczynić do rozwoju gospodarczego państwa. Wymaga to jednak, aby odpowiedni odsetek dochodów uzyskiwanych na „czarnym rynku” był następnie wydatkowany.

Pomimo wskazanych potencjalnych pozytywnych skutków gospodarczych występowania szarej strefy **nie można jednak zapominać o jednoznacznie negatywnych skutkach społecznych i moralnych jej występowania**. Występowanie i rozwój szarej strefy wiąże się ze spadkiem autorytetu państwa i dyskryminuje uczciwych przedsiębiorców. Ponadto, ze względu na możliwość występowania zarówno

pozytywnych, jak i negatywnych efektów ekonomicznych „czarnego rynku”, ocena ostatecznego efektu gospodarczego rozwoju szarej strefy pozostaje niejasna i należy liczyć się z tym, że również w tym obszarze negatywne konsekwencje przeważą nad pozytywnymi.

Przegląd badań wpływu regulacji e-papierosów

Obecne podejścia do regulacji związanych z e-papierosami obejmuje szerokie spektrum rozwiązań. Wprowadzane regulacje obejmują m.in. różnorodne zakazy związane ze sprzedażą i konsumpcją e-papierosów (np. zakaz sprzedaży osobom niepełnoletnim czy zakaz palenia w miejscach publicznych), zakaz dodawania poszczególnych składników oraz regulację e-papierosów jako produktów leczniczych, wyrobów tytoniowych, produktów konsumpcyjnych i/lub produktów unikalnych. Należy podkreślić, że w praktyce w wielu krajach występują przeciwstawne trendy dotyczące regulacji e-papierosów. Z jednej strony promuje się korzystanie z nich uznając je za zdrowszą alternatywę wobec tradycyjnych papierosów. Z drugiej strony zmierza się do obniżenia popytu na e-papierosy ze względu na zawartość nikotyny. Dla tego celu w szczególności korzysta się z dodatkowego opodatkowania e-papierosów akcyzą (Campus i in., 2021).

Tabela 9. prezentuje, jaki rodzaj regulacji e-papierosów został zaadoptowany w wybranych 97 krajach na świecie.

Tabela 9. Przegląd strategii regulacyjnych dla e-papierosów w wybranych 97 państwach

Sposób regulacji	Liczba państw	Kraje, które zaadaptowały daną strategię regulacji
Zakaz	30 państw	Argentyna, Brazylia, Brunei Darussalam, Kambodża, Kolumbia, Egipt, Gambia, Indie, Iran, Kuwejt, Laotańska Republika Ludowo- Demokratyczna, Liban, Mauritius, Meksyk, Nepal, Nikaragua, Oman,

Sposób regulacji	Liczba państw	Kraje, które zaadaptowały daną strategię regulacji
		Panama, Katar, Seszele, Singapur, Sri Lanka, Surinam, Syria, Tajlandia, Timor Wschodni, Turcja, Turkmenistan, Uganda, Urugwaj
Produkt medyczny	20 państw	Austria, Belgia, Kanada, Chile, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Islandia, Irlandia, Jamajka, Japonia, Norwegia, Filipiny, Republika Południowej Afryki, Szwecja, Tajlandia, Wielka Brytania, Stany Zjednoczone, Wenezuela
Regulacje dotyczące składu i dodatków	36 państw	Australia, Austria, Belgia, Bułgaria, Kanada, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Niemcy, Grecja, Islandia, Irlandia, Izrael, Włochy, Jamajka, Japonia, Łotwa, Litwa, Luksemburg, Malta, Mołdawia, Holandia, Polska , Portugalia, Rumunia, Arabia Saudyjska, Słowacja, Słowenia, Hiszpania, Szwecja, Szwajcaria, Wielka Brytania
Trucizna albo niebezpieczna substancja	4 państwa	Australia, Belgia, Malezja, Brunei

Sposób regulacji	Liczba państw	Kraje, które zaadaptowały daną strategię regulacji
Wyrób tytoniowy	54 państwa	Argentyna, Austria, Azerbejdżan, Bahrajn, Brazylia, Brunei Darussalam, Bułgaria, Kolumbia, Kostaryka, Chorwacja, Ekwador, Estonia, Finlandia, Gruzja, Niemcy, Grecja, Honduras, Indonezja, Iran, Włochy, Łotwa, Litwa, Malediwy, Malta, Mauritius, Meksyk, Mołdawia, Nepal, Holandia, Nowa Zelandia, Nikaragua, Norwegia, Palau, Panama, Paragwaj, Polska , Rumunia, Senegal, Seszele, Singapur, Słowacja, Słowenia, Korea Południowa, Hiszpania, Szwecja, Tadżykistan, Tajlandia, Togo, Turcja, Turkmenistan, Wielka Brytania, Stany Zjednoczone, Wenezuela, Wietnam
Produkt konsumpcyjny	15 państw	Australia, Kanada, Francja, Niemcy, Grecja, Węgry, Islandia, Indonezja, Irlandia, Mołdawia, Korea Południowa, Szwajcaria, Wielka Brytania, Stany Zjednoczone, Wenezuela
Produkt unikalny (tj. odbiegający)	68 państw	Argentyna, Austria, Azerbejdżan, Bahrajn, Barbados, Belgia, Brazylia, Bułgaria, Kambodża, Kanada,

Sposób regulacji	Liczba państw	Kraje, które zaadaptowały daną strategię regulacji
od produktów występujących obecnie w obrocie i wymagający specyficznej regulacji)		Kostaryka, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Ekwador, Salwador, Estonia, Fidżi, Finlandia, Francja, Gambia, Gruzja, Niemcy, Grecja, Irlandia, Izrael, Włochy, Jamajka, Jordania, Kuwejt, Laotańska Republika Ludowo-Demokratyczna, Łotwa, Liban, Litwa, Luksemburg, Malta, Mołdawia, Nepal, Holandia, Norwegia, Oman, Panama, Paragwaj, Polska , Portugalia, Katar, Rumunia, Arabia Saudyjska, Serbia, Słowacja, Słowenia, Hiszpania, Sri Lanka, Surinam, Szwecja, Szwajcaria, Syria, Tadżykistan, Tajlandia, Timor Wschodni, Turcja, Turkmenistan, Uganda, Ukraina, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Wielka Brytania, Urugwaj

Źródło: Institute for Global Tobacco Control, 2020, za: Campus i in., 2021.

Szacuje się, że około 90% światowej produkcji e-papierosów odbywa się w Chinach. Stąd warto także pokazać drogę jaką w regulacji produkcji i sprzedaży e-papierosów w swoim kraju przeszły Chiny. W celu zwiększenia ochrony nastolatków, wydano w sierpniu 2018 r. *Zawiadomienie o zakazie sprzedaży papierosów elektronicznych nastolatkom*, które zakazuje sprzedaży e-papierosów nastolatkom i wymaga wycofania reklam e-papierosów w internecie. W dniu 1 maja 2022 r. weszły w życie „Środki zarządzania e-papierosami”,

które wyraźnie zakazują sprzedaży e-papierosów o smaku innym niż tytoniowy i które mają na celu zmniejszenie zainteresowania e-papierosami tylko ze względu na ich smak. Aby zwiększyć efektywność działania poprzednich przepisów, obowiązkowy krajowy standard dotyczący papierosów elektronicznych, wdrożony 1 października 2022 r., dodatkowo reguluje produkcję i sprzedaż papierosów elektronicznych. 28 października Szanghaj, po Shenzhen, Hangzhou itp., włączył e-papierosy w zakres zakazu palenia w miejscach publicznych, a 1 listopada 2022 r., nałożono podatek akcyzowy na e-papierosy, aby zmniejszyć konsumpcję e-papierosów⁴⁶. W efekcie powyższych kroków prawo w Chinach zezwala na sprzedaż e-papierosów z kilkoma ograniczeniami, w tym dotyczącymi minimalnego wieku sprzedaży, zakazu sprzedaży e-papierosów o smaku innym niż tytoniowy, zakazu sprzedaży w pobliżu niektórych placówek edukacyjnych oraz zakazu sprzedaży za pośrednictwem automatów i internetu. Natomiast Hongkong ogłosił w czerwcu plan wprowadzenia całkowitego zakazu e-papierosów, powołując się na „konsensus” w sprawie potrzeby podjęcia działań i ich wpływu na zdrowie młodych ludzi.⁴⁷

Wpływ regulacji rynku e-papierosów na rozwój szarej strefy stanowił przedmiot wielu analiz. Większość z badań w tym obszarze dotyczyła wpływu nakładania wyższych podatków na popyt oraz rozwój szarej strefy, jednak wyróżnić można również grupę analiz empirycznych w których badano wpływ wprowadzania różnorodnych zakazów i obostrzeń oraz wydatków na kampanie informacyjne na popyt na e-papierosy.

W kwestii regulacji, które mogą bezpośrednio wpływać na wielkość szarej strefy w branży wyrobów tytoniowych w literaturze wskazuje się na istotny wpływ przepisów zakazujących, w szczególności sposobu regulujących oraz opodatkowujących e-papierosy (Abouk i Adams, 2017; Kulick i in., 2016; Prieger i in., 2019).

Kulick i in. (2016) wskazują, że zwiększanie restrykcyjności regulacji w branży wyrobów tytoniowych, np. wprowadzanie przepisów ograniczających dostęp do tych towarów albo do ich określonych rodzajów, może przyczyniać się do wzrostu ogólnej przemocy w społeczeństwie, ponieważ większy odsetek producentów przechodzi do szarej strefy charakteryzującej się wyższym poziomem przemocy. Z drugiej strony

⁴⁶ Cao Y., H. Yi. J. Zhou, Y. Cheng, Y. Mao. Regulations on e-cigarettes: China is taking action. *Pulmonology Journal* Volume 29, Issue 5, September–October 2023, Pages 359-361.

⁴⁷ Hong Kong announces blanket ban of e-cigarettes, *The Business Times*, Jun 6, 2024.

odnaleźć można badania, w których potwierdzono pozytywny wpływ ograniczeń i zakazów na popyt na elektroniczne papierosy (Abouk i Adams, 2017).

W kwestii rozwiązań podatkowych Prieger i in. (2019) oraz Prieger i Kulick (2018) w badaniach na próbie wybranych krajów Unii Europejskiej wskazują, że podwyższone ceny elektronicznych papierosów wpływają w sposób istotny statystycznie na zwiększanie się szarej strefy w tej branży. Przy czym 92% zmienności cen e-papierosów wynikał z wyższego opodatkowania tych wyrobów. Zatem w badanej próbie występowało istotne powiązanie pomiędzy zwiększaniem ciężarów podatkowych a przechodzeniem producentów do szarej strefy. Należy jednak podkreślić, że w wielu badaniach empirycznych wskazano również na brak istotnego związku pomiędzy wzrostem akcyzy na wyroby tytoniowe na wzrost szarej strefy (Abdolahinia i in., 2013; Ajmal i U, 2015; Joossens i in., 2014).

Przegląd wybranych badań wpływu regulacji rynku e-papierosów

Badanie Pesko, M., Kenkel, D., Wang, H., & Hughes, J. (2016) miało na celu oszacowanie wpływu potencjalnych regulacji na elektroniczne systemy dostarczania nikotyny (ENDS, ang. Electronic Nicotine Delivery Systems) wśród dorosłych palaczy, koncentrując się na tym, jak zmiany cen ENDS, ograniczenie dostępności smaków oraz wprowadzenie ostrzeżeń zdrowotnych wpływają na wybór między tradycyjnymi papierosami, terapią zastępczą nikotyną (NRT) a jednorazowymi ENDS. Eksperyment dyskretnego wyboru z udziałem 1200 dorosłych palaczy w USA ujawnił, że podwojenie cen ENDS z \$3 do \$6 doprowadziło do spadku wyboru ENDS o 13,6 punktu procentowego, podczas gdy ograniczenie smaków do tytoniu i mentolu zmniejszyło wybór o 2,1 punktu procentowego. Proponowana przez FDA etykieta ostrzegawcza spowodowała spadek o 1,1 punktu procentowego, a bardziej restrykcyjna etykieta spowodowała spadek o 5,1 punktu procentowego. Wrażliwość na cenę była wyższa wśród młodszych dorosłych, osób, które niedawno zaczęły vapować i osób zainteresowanych rzuceniem palenia. Młodzi dorośli byli o 3,7 punktu procentowego bardziej skłonni do wyboru ENDS, gdy dostępnych było wiele smaków. Ogólnie rzecz biorąc, wyniki te sugerują, że zwiększone podatki, rygorystyczne etykiety ostrzegawcze i ograniczenia smakowe mogą zniechęcić dorosłych palaczy do przejścia na elektroniczne systemy dostarczania nikotyny. Ograniczenie

dostępności aromatów może natomiast zmniejszyć używanie ENDS przez młodych dorosłych palaczy.

Prieger, J., Kleiman, M., Kulick, J., Aziani, A., Levi, M., Hampsher, S., Manning, C., & Hahn, R. (2019)⁴⁸ analizują, w jaki sposób różne regulacje dotyczące e-papierosów mogą wpływać na nielegalny handel wyrobami tytoniowymi w UE. Badanie zakłada, że podczas gdy zwiększone podatki i bardziej rygorystyczne przepisy dotyczące tradycyjnych wyrobów tytoniowych mają na celu promowanie zdrowia publicznego poprzez zmniejszenie liczby osób palących, środki te sprzyjają rozwojowi nielegalnego handlu. W badaniu wskazano, że 10% wzrost ceny legalnych papierosów (spowodowany np. wzrostem opodatkowania) prowadzi do wzrostu udziału nielegalnego rynku o 3,6 punktu procentowego. Dostępność e-papierosów może jednak złagodzić ten efekt. Gdy e-papierosy są bardziej dostępne i przystępne cenowo, stanowią legalną alternatywę dla tradycyjnych papierosów, zmniejszając tym samym motywację konsumentów do zwrócenia się w stronę nielegalnego rynku. W badaniu wykorzystano dane panelowe i modelowanie ekonometryczne, aby wykazać, że w regionach z rozwiniętym rynkiem e-papierosów związek między wyższymi cenami papierosów a wzrostem nielegalnego handlu jest słabszy. Sugeruje to, że e-papierosy mogą służyć jako „zawór bezpieczeństwa”, pozwalając na bardziej rygorystyczne regulacje tytoniowe bez poszerzania nielegalnego handlu. Autorzy zalecają zróżnicowane podejście regulacyjne, które silnie opodatkowuje palny tytoń, jednocześnie proponując niskie lub nawet zerowe stawki na niepalne alternatywy, takie jak e-papierosy.

W badaniu Dolan, S., Bradley, M., & Johnson, M. (2023) podjęto próbę przeanalizowania potencjalnego wpływu wdrożenia standardu obniżonej zawartości nikotyny (RNC) w papierosach - polityki rozważanej w USA mającej na celu zmniejszenie ilości nikotyny w papierosach do poziomu nie powodującego uzależnienia, ułatwiając palaczom rzucenie nałogu. Taka forma interwencji może jednak zachęcać niektórych palaczy do poszukiwania papierosów o wyższej zawartości nikotyny na czarnym rynku. Badacze zastosowali podejście behawioralno-ekonomiczne, rekrutując dorosłych palaczy do udziału w hipotetycznych zadaniach zakupowych. Wyniki pokazują, że podczas gdy niektórzy palacze kupowaliby nielegalne papierosy w przypadku wdrożenia RNC,

⁴⁸ Badanie zostało sfinansowane przez PMI Impact, inicjatywę Phillip Morris International (PMI).

dostępność tańszych e-papierosów może ograniczyć nielegalny handel. W szczególności, tańsze e-papierosy (np. 4 USD za kapsułkę) były silniejszym substytutem papierosów o obniżonej zawartości nikotyny niż nielegalne papierosy o normalnej zawartości nikotyny. Badanie sugeruje, że tanie e-papierosy mogą pomóc zmniejszyć popyt na nielegalne wyroby tytoniowe i ograniczyć używanie tradycyjnych papierosów w przypadku wdrożenia RNC.

Pesko, M., Courtemanche, C., & Maclean, J. (2020)⁴⁹ zbadali wpływ stawek podatkowych na tradycyjne papierosy i e-papierosy na używanie wyrobów tytoniowych przez dorosłych obywateli Stanach Zjednoczonych, szczególnie w kontekście tego, w jaki sposób produkty te mogą działać jako. Korzystając z danych z Behavioral Risk Factor Surveillance System (BRFSS) i National Health Interview Survey (NHIS) obejmujących lata 2011-2018, naukowcy zastosowali dwukierunkowe modele efektów stałych do analizy wpływu zmian podatkowych na zachowania związane z paleniem i wapowaniem. Wyniki pokazują, że wzrost podatków od tradycyjnych papierosów prowadzi do spadku ich konsumpcji i wzrostu konsumpcji e-papierosów, co sugeruje, że produkty te są substytutami ekonomicznymi. I odwrotnie, wyższe podatki od e-papierosów zmniejszają ich użycie, zwiększając użycie tradycyjnych papierosów, co wskazuje, że opodatkowanie e-papierosów może nieumyślnie popchnąć użytkowników z powrotem w kierunku bardziej szkodliwego tradycyjnego palenia. Badanie podkreśla również, że młodszy dorośli (poniżej 40 roku życia) są bardziej wrażliwi na zmiany podatkowe. Badanie przewiduje, że proponowany ogólnokrajowy podatek na e-papierosy w wysokości 1,65 USD za mililitr płynu do wapowania mógłby zwiększyć odsetek dorosłych palaczy o jeden punkt procentowy, co przełożyłoby się na około 2,5 miliona dodatkowych codziennych palaczy papierosów. Wyniki te sugerują, że regulowanie e-papierosów może prowadzić do niezamierzonych negatywnych konsekwencji zdrowotnych, zwiększając liczbę osób palących tradycyjne papierosy.

Badanie „The Effects of E-Cigarette Taxes on E-Cigarette Prices and Tobacco Product Sales: Evidence from Retail Panel Data” autorstwa Cotti, Courtemanche, Maclean,

⁴⁹ Badania przedstawione w tej publikacji były wspierane przez National Institute on Drug Abuse of the National Institutes of Health i były prowadzone w czasie gdy autorzy byli badaczami w U.S. Census Bureau w Atlanta Research Data Center.

Nesson, Pesko i Tefft (2020)⁵⁰ bada, w jaki sposób podatki od e-papierosów wpływają na ich ceny detaliczne i szerszy rynek wyrobów tytoniowych. Wykorzystując dane NielsenIQ Retail Scanner z lat 2013-2019, badacze stwierdzili, że około 90% podatków od e-papierosów jest przenoszonych na konsumentów w postaci wyższych cen. Badanie ujawniło również istotną własną elastyczność cenową popytu na e-papierosy, szczególnie w przypadku produktów smakowych, wskazując, że wyższe ceny prowadzą do znacznego spadku sprzedaży. Ponadto autorzy wskazują, iż wraz ze wzrostem podatków na e-papierosy, sprzedaż tradycyjnych papierosów ma tendencję wzrostową, co sugeruje efekt substytucji, w którym konsumenci wracają do bardziej szkodliwych wyrobów tytoniowych, gdy e-papierosy stają się droższe. Dynamika ta podkreśla złożoną interakcję między opodatkowaniem a zdrowiem publicznym, sugerując, że podatki od e-papierosów mogą nieumyślnie osłabić wysiłki na rzecz zmniejszenia liczby palaczy.

Badanie Stoklosa, M., Drope, J., & Chaloupka, F. (2016)⁵¹ analizuje popyt na e-papierosy w odpowiedzi na zmiany cen w Unii Europejskiej. Korzystając z połączonych danych szeregów czasowych z sześciu krajów UE (Estonii, Irlandii, Łotwy, Litwy, Szwecji i Wielkiej Brytanii) z lat 2011-2014, naukowcy wykorzystali statyczne i dynamiczne modele do oszacowania własnej i krzyżowej elastyczności cenowej popytu na e-papierosy. Wyniki wskazują, że sprzedaż e-papierosów jest bardzo wrażliwa na zmiany cen; 10% wzrost cen e-papierosów prowadzi do 8,2% spadku sprzedaży według modeli statycznych i jeszcze bardziej gwałtownego 11,5% spadku w długim okresie według modeli dynamicznych. Ponadto badanie wykazało, że wyższe ceny papierosów wiążą się ze zwiększoną sprzedażą e-papierosów, co sugeruje, że produkty te działają jako substytuty ekonomiczne. W Szwecji rosnące ceny snusów również pozytywnie wpływają na sprzedaż e-papierosów, co wskazuje na efekty substytucyjne w obrębie różnych wyrobów tytoniowych. W badaniu stwierdzono, że odpowiednie strategie podatkowe mogą potencjalnie zniechęcać do rozpoczęcia palenia e-papierosów wśród osób niebędących ich użytkownikami, jednocześnie zachęcając obecnych palaczy do przejścia z bardziej szkodliwych papierosów na e-papierosy, oferując tym samym korzyści dla zdrowia publicznego. Analiza ta podkreśla potrzebę prowadzenia zniuansowanej polityki

⁵⁰ Publikacja została wsparta przez National Institute on Drug Abuse of the National Institutes of Health.

⁵¹ American Cancer Society (ACS) zapewniło fundusze na zakup danych analizowanych w artykule.

podatkowej, która uwzględnia względne ryzyko związane z różnymi wyrobami tytoniowymi, aby skutecznie zrównoważyć cele w zakresie zdrowia publicznego.

Abouk, R., Courtemanche, C., Dave, D., Feng, B., Friedman, A., Maclean, J., Pesko, M., Sabia, J., & Safford, S. (2021)⁵² zbadali wpływ podatków od e-papierosów na konsumpcję tytoniu przez młodzież w Stanach Zjednoczonych, wykorzystując dane z dwóch dużych krajowych badań: Monitoring the Future i Youth Risk Behavior Surveillance System. Badanie wykazało, że chociaż podatki na e-papierosy zmniejszają konsumpcję e-papierosów przez młodzież, (elastyczność podatkowa w zakresie od -0,06 do -0,21), występują także niezamierzone konsekwencje takiej polityki. W szczególności badanie wskazuje na pozytywny efekt krzyżowy podatku. Rosnące podatki od e-papierosów prowadzą do zwiększonej konsumpcji papierosów przez młodzież, szczególnie wśród częstych palaczy. Ten efekt rodzi obawy, że korzyści dla zdrowia publicznego wynikające z ograniczenia używania e-papierosów mogą zostać zniwelowane przez zwiększoną szkodliwość wynikającą z wyższych wskaźników palenia wśród młodzieży.

Badanie Friedman, A., & Pesko, M. (2022)⁵³ analizuje wpływ podatków od papierosów i ENDS (elektronicznych systemów dostarczania nikotyny) na zachowania związane z paleniem i wapowaniem wśród młodych dorosłych w wieku 18-25 lat w Stanach Zjednoczonych. Wykorzystując dane z Current Population Survey's Tobacco Use Supplements (2010-2019), naukowcy zastosowali wielozmienną regresję liniową, aby przeanalizować, w jaki sposób zmiany w tych podatkach wpływają na niedawne i codzienne używanie papierosów i ENDS. Badanie wykazało, że wzrost podatków na ENDS o 1 USD znacznie zmniejszył codzienne wapowanie wśród młodych dorosłych, ale jednocześnie doprowadził do wzrostu niedawnego palenia papierosów, szczególnie poprzez podwójne użycie (zarówno palenie, jak i wapowanie). I odwrotnie, wzrost podatków od papierosów o 1 USD wiązał się ze rosnącą popularnością wapowania, co wskazuje, że ENDS i papierosy działają jako substytuty ekonomiczne w tej grupie demograficznej. Wyniki sugerują, że chociaż wyższe podatki od ENDS mogą ograniczyć

⁵² Badania były wspierane przez National Institute on Drug Abuse of the National Institutes of Health oraz grant Evidence for Action od Robert Wood Johnson Foundation.

⁵³ Badania były wspierane przez National Institute on Drug Abuse of the National Institutes of Health oraz grant Evidence for Action od Robert Wood Johnson Foundation.

korzystanie z e-papierosów, mogą one również nieumyślnie popchnąć młodych dorosłych w kierunku palenia papierosów.

Choi, K., Omole, T., Wills, T., & Merianos, A. (2021). zbadali wpływ stanowych polityk dotyczących zakazu palenia e-papierosów, akcyzy na produkty do wapowania oraz podniesienia minimalnego wieku zakupu tytoniu do 21 lat na zmiany w użytkowaniu e-papierosów wśród młodzieży w Stanach Zjednoczonych w latach 2017-2019. Wyniki badania wskazują, że wprowadzenie podatków na produkty do wapowania, a także zaostrzenie przepisów dotyczących ich użytkowania, były związane z mniejszym wzrostem konsumpcji tych produktów w porównaniu do stanów, które takich regulacji nie wprowadziły. W szczególności, stany, które nałożyły akcyzę na e-papierosy, odnotowały znacznie mniejszy wzrost ich użytkowania wśród młodzieży, co sugeruje, że polityka fiskalna może być skutecznym narzędziem w ograniczaniu popularności wapowania w tej grupie wiekowej. Ponadto, badanie podkreśla, że przepisy zakazujące palenia e-papierosów w miejscach publicznych oraz podniesienie wieku do zakupu tytoniu do 21 lat, również przyczyniły się do zmniejszenia wzrostu użytkowania e-papierosów przez młodzież. Autorzy sugerują, że kompleksowe podejście do regulacji, obejmujące zarówno opodatkowanie, jak i zakazy palenia, może być kluczowe w ograniczaniu wzrostu popularności e-papierosów wśród młodych ludzi i ochronie zdrowia publicznego.

Saffer, H., Dench, D., Grossman, M., & Dave, D. (2019)⁵⁴ w swoim artykule zbadali wpływ opodatkowania e-papierosów na zachowania związane z paleniem wśród dorosłych, skupiając się na pierwszym stanie, który nałożył taki podatek - Minnesocie. Autorzy wykorzystują metodę różnic w różnicach (ang. difference in differences), aby ocenić, w jaki sposób znaczna podwyżka podatku od e-papierosów w Minnesocie wpłynęła na wskaźniki palenia wśród dorosłych. Badanie wykazało, że podatek od e-papierosów doprowadził do znacznego wzrostu liczby osób palących i spadku liczby osób rzucających palenie, co sugeruje, że e-papierosy służą jako substytut tradycyjnych papierosów. Analiza wskazuje, że podatek zniechęcił około 32 400 dorosłych palaczy w Minnesocie do rzucenia nałogu. Jeśli podobne podatki zostałyby wprowadzone w całym kraju, badanie szacuje, że około 2,75 miliona palaczy mogłoby zostać zniechęconych do

⁵⁴ Projekt został sfinansowany z grantu o przyznanego przez Narodowy Instytut Zdrowia USA.

rzucenia palenia w ciągu dekady. Badanie sugeruje, że decydenci polityczni muszą starannie rozważyć korzyści płynące z opodatkowania e-papierosów w stosunku do możliwości osłabienia wysiłków na rzecz rzucenia palenia wśród dorosłych.

Jun, J., & Kim, J. (2020) zbadali wpływ stanowych przepisów dotyczących zakazu palenia e-papierosów, akcyzy na produkty do wapowania oraz podniesienia minimalnego wieku zakupu tytoniu do 21 lat na zmiany w użytkowaniu e-papierosów wśród młodzieży w Stanach Zjednoczonych w latach 2017-2019. Autorzy analizowali dane zebrane na przestrzeni trzech lat, koncentrując się na tym, jak poszczególne regulacje wpływają na zachowania młodzieży dotyczące e-papierosów. Wyniki wskazują, że wprowadzenie podatków na produkty do wapowania, a także zaostrzenie przepisów dotyczących ich użytkowania, były związane z mniejszym wzrostem konsumpcji tych produktów w porównaniu do stanów, które takich regulacji nie wprowadziły. W szczególności, stany, które nałożyły akcyzę na e-papierosy, odnotowały znacznie mniejszy wzrost ich użytkowania wśród młodzieży i młodych dorosłych, co sugeruje, że polityka fiskalna może być skutecznym narzędziem w ograniczaniu popularności wapowania w tej grupie wiekowej. Ponadto, badanie podkreśla, że przepisy zakazujące palenia e-papierosów w miejscach publicznych oraz podniesienie wieku do zakupu tytoniu do 21 lat, również przyczyniły się do zmniejszenia wzrostu używania e-papierosów przez młodzieży. Autorzy sugerują, że kompleksowe podejście do regulacji, obejmujące zarówno opodatkowanie, jak i zakazy palenia, może być kluczowe w ograniczaniu wzrostu popularności e-papierosów wśród młodych ludzi.

Badanie Diaz, M. C., Kierstead, E. C., Khatib, B. S., Schillo, B. A., & Tauras, J. A. (2023) analizuje wpływ cen i podatków na zachowania związane z używaniem e-papierosów wśród amerykańskiej młodzieży. Wykorzystując dane z Youth Risk Behavior Survey oraz dane dotyczące cen i podatków na e-papierosy, badacze zidentyfikowali istotny związek między wzrostem cen i podatków a spadkiem zarówno częstości używania e-papierosów, jak i intensywności ich używania. Symulacje wykazały, że wzrost ceny o 0,50 USD za mililitr e-liquidu prowadzi do spadku używania e-papierosów o 4,1% oraz spadku intensywności używania o 4,2%, podczas gdy wzrost ceny o 1,00 USD skutkuje odpowiednio spadkiem o 8,2% i 8,3%. Podobnie, wzrost podatku o 0,50 USD i 1,00 USD powodował zmniejszenie użycia o 6,3% i 12,2% oraz intensywności o 4,7% i 9,3%. Autorzy podkreślają, że podwyższanie cen e-papierosów poprzez podatki może być skutecznym

środkiem ograniczającym używanie tych produktów przez młodzież. Wyniki sugerują, że młodzież jest wrażliwa na zmiany cen e-papierosów, a przepisy mające na celu podniesienie ich cen mogą skutecznie zmniejszyć częstotliwość korzystania z produktów. Pomimo ograniczeń badania, takich jak brak danych dotyczących sprzedaży online i w sklepach specjalistycznych, a także ograniczenia w dostępie do danych na temat innych produktów tytoniowych, wyniki badania dostarczają ważnych informacji na temat efektywności polityki cenowej.

Deng, X., & Zheng, Y. (2023) analizują wpływ podatków od e-papierosów na ceny i wielkość sprzedaży e-papierosów, tradycyjnych papierosów i produktów związanych z rzucaniem palenia (SCP) w Stanach Zjednoczonych. Korzystając z metody uogólnionej kontroli syntetycznej (GSC), autorzy analizują dane z lat 2011-2017, porównując je w regionach z wdrożonymi podatkami od e-papierosów i bez nich. Badanie wykazało, że popyt na e-papierosy jest bardzo wrażliwy na zmiany cen, ze znaczącym negatywnym wpływem na sprzedaż po nałożeniu podatków. Elastyczność cenowa popytu na e-papierosy została oszacowana na $-3,567$, co wskazuje, że wyższe ceny prowadzą do znacznego zmniejszenia konsumpcji. Dodatkowo, badanie ujawnia, że e-papierosy i SCP służą jako substytuty tradycyjnych papierosów, a sprzedaż papierosów rośnie wraz ze wzrostem podatków na e-papierosy. W badaniu zauważono również, że podatki ad valorem, które opierają się na cenie produktu, mają wyraźniejszy wpływ na ograniczenie używania e-papierosów w porównaniu z podatkami wolumenowymi, które opierają się na objętości płynu do e-papierosów. Ustalenia te potwierdzają znaczenie struktury podatkowej w kształtowaniu zachowań konsumentów i sugerują, że starannie zaprojektowana polityka podatkowa dotycząca e-papierosów może skutecznie zmniejszyć ich konsumpcję, jednocześnie wpływając na rynek powiązanych produktów.

Na koniec warto wspomnieć o ankiecie przeprowadzonej w sierpniu br. wśród holenderskich vaperów po wprowadzeniu zakazu sprzedaży smakowych e-papierosów od 1 stycznia 2024 r.⁵⁵ Część ankietowanych wskazuje, że po wprowadzeniu zakazu sprzedaży smakowych e-papierosów wróciła do palenia papierosów tradycyjnych, wskazując m.in. że są one łatwiej dostępne. Jednak największa grupa niderlandzkich vaperów (46,1%) w

⁵⁵ Ankieta przeprowadzona na zlecenie Fundacji Acvoda - organizacji konsumenckiej założoną przez grupę użytkowników elektronicznych papierosów (vaperów). Fundacja Acvoda reprezentuje interesy vaperów w Holandii. Sierpień 2024 r.

ogóle nie planuje rzucić e-papierosów i nawet po wprowadzeniu zakazu korzystają z e-papierosów (87,2%). Przed wprowadzeniem zakazu sprzedaży smakowych e-papierosów prawie 67% użytkowników e-papierosów korzystało ze smakowych liquidów, a po wprowadzeniu tego zakazu ten odsetek zmniejszył się do 55,7%! (zakaz nie działa). Okazuje się, że zaopatrują się oni (około 75%) w smakowe e-papierosy i liquidy zagranicą (49,5% w sklepach stacjonarnych a 26,3% online). W znacznie mniejszej skali sporządzają e-liquidy sami (5,4%) lub kupują poprzez kontakty w mediach społecznościowych (5%). Badanie wskazuje też, że najmłodszy użytkownicy, a więc mniej mobilni i o mniejszych możliwościach logistycznych i finansowych, często obecnie kupują po prostu nielegalne produkty na „czarnym rynku”.

Podsumowując przegląd badań nad wpływem regulacji e-papierosów na zachowania konsumenckie oraz rynek wyrobów tytoniowych, można stwierdzić, że opodatkowanie oraz ograniczenia dostępności mają istotny wpływ na konsumpcję e-papierosów. Wzrost cen tego typu produktów prowadzi do spadku ich konsumpcji, ale jednocześnie może skłaniać konsumentów do powrotu do tradycyjnych papierosów, co stwarza ryzyko niezamierzonych konsekwencji dla zdrowia publicznego. Z kolei, dostępność e-papierosów jako tańszej alternatywy może łagodzić skutki surowych regulacji tradycyjnych wyrobów tytoniowych, ograniczając wzrost nielegalnego handlu tytoniem. Ostatecznie jednak wielu autorów badań wskazuje, że **kluczowa dla osiągnięcia celów zdrowotnych, jednocześnie minimalizując negatywne skutki uboczne w postaci rozprzestrzeniania się szarej strefy, w której może dochodzić do obrotu niezbadanymi pod względem bezpieczeństwa zdrowotnego produktami, oraz substytuowania jednych produktów innymi, w tym bardziej szkodliwymi, jest odpowiednio zrównoważona polityka podatkowa i regulacyjna.**

Podsumowanie i wnioski

W raporcie dokonano analizy regulacji rynku e-papierosów, determinant popytu na nie oraz szarej strefy na rynku e-papierosów, a także dokonano przeglądu regulacji rynku e-papierosów i ich konsekwencji dla oficjalnego popytu i szarej strefy.

W ostatnich latach doszło do znaczących zmian na rynku konsumpcji wyrobów tytoniowych. Firmy tytoniowe dołączyły do swojej oferty tradycyjnych produktów (m.in. papierosów, cygar, tytoniu fajkowego czy do skręcania) nowe produkty na bazie tytoniu (tytoń do podgrzewania), zawierające nikotynę ekstrahowaną z tytoniu (papierosy elektroniczne, saszetki nikotynowe) czy produkty zawierające nikotynę produkowaną syntetycznie. Wszystkie te produkty łączy składnik, jakim jest nikotyna, będąca substancją uzależniającą, odpowiedzialną za nałóg nikotynowy. Tych alternatywnych wyrobów w ostatnich latach pojawiło się wiele i ich rozwój jest bardzo dynamiczny.

By zrozumieć funkcjonowanie rynku e-papierosów, w tym jego oficjalnej i szarej sfery, popytu na e-papierosy, konieczne było scharakteryzowanie aktualnych użytkowników e-papierosów, powody dla których używają oni e-papierosów oraz kanały dystrybucji e-papierosów. Kim jest użytkownik e-papierosów? Po pierwsze profil użytkownika wyrobów tytoniowych i wyrobów alternatywnych do nich jest bardzo różny i się zmienia. Jednym z powodów sięgnięcia po e-papierosa w przeszłości była chęć pozbycia się nałogu palenie tradycyjnych papierosów.

W badaniu OpinionWay okazało się, że w grupie użytkowników e-papierosów znalazło się aż 73% kobiet i tylko 27% mężczyzn. Około 40% użytkowników e-papierosów ma wykształcenie wyższe, a 49% średnie. Jedynie 6% użytkowników ma wykształcenie zawodowe, a 5% podstawowe lub gimnazjalne. Około 48% respondentów tego badania mieszkało w dużym mieście (powyżej 100 tys. mieszkańców), po 26% w mieście średnim (powyżej 10 tys. mieszkańców) i wsi lub małym mieście (do 10 tys. mieszkańców). Wyniki te mocno odbiegają od struktury społecznej konsumentów nikotyny w bardziej tradycyjnej postaci, głównie papierosów. Problemem, na który, omawiając charakterystykę

użytkowników e-papierosów, należy zwrócić szczególną uwagę jest ich używanie przez młodzież szkolną.

Wśród czynników sprzyjających inicjacji nikotynowej wymienia się kulturowy przekaz normalizujący używanie nikotyny, przykład i presja otoczenia, łatwość zdobycia i zakupu produktów nikotynowych, dostępność ekonomiczna produktów nikotynowych, narażenie na reklamę i promocję produktów nikotynowych.

Dominującym kanałem zakupowym wyrobów nikotynowych są sklepy stacjonarne: skorzystało z nich ponad 80% kupujących jednorazowe e-papierosy i ponad 70% kupujących wkłady i liquidy do e-papierosów. **Warto jednak podkreślić, że 28% płynów do e-papierosów do samodzielnej wymiany, 26% wymiennych wkładów (kartridży) oraz 18% jednorazowych e-papierosów według tego badania zostało zakupionych poza sklepami stacjonarnymi.** To może być pierwsza wskazówka dotycząca rozmiarów szarej strefy (i jej potencjału).

Regulacje prawne mające wpływ na rynek e-papierosów i nowatorskich wyrobów tytoniowych w Polsce są rozproszone i obejmują zarówno przepisy krajowe, jak i unijne. Polskie prawo, poprzez ustawę o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych, implementuje te regulacje, ustalając m.in. zasady dotyczące sprzedaży, reklamy, znakowania i składów tych wyrobów. Rynek wyrobów tytoniowych i pokrewnych kształtowany jest także silnie przez politykę podatkową, a w szczególności przepisy dotyczące akcyzy. W lipcu 2024 r. Ministerstwo Finansów przedstawiło założenia do zmiany ustawy o podatku akcyzowym. Projekt przewiduje aktualizację akcyzowej mapy drogowej poprzez stopniowe podnoszenie stawek akcyzy na wyroby tytoniowe i ich substytuty w latach 2025-2027. Kluczowe zmiany obejmują podwyższenie stawki akcyzy na papierosy, tytoń do palenia, cygara, cygaretki, wyroby nowatorskie oraz płyn do e-papierosów. Projekt zakłada także wprowadzenie stawki podatkowej dla urządzeń do waporyzacji, które dotychczas nie były objęte akcyzą. Propozycję tę ministerstwo uzasadnia potrzebą ograniczenia dostępności cenowej tych urządzeń.

Zjawiska szarej strefy na rynku e-papierosów nie można analizować w oderwaniu od ogólnych tendencji sprzyjających rozwojowi „czarnego rynku” dla wyrobów tytoniowych. W większości przypadków bowiem determinanty poszerzania się szarej strefy są wspólne dla każdego z takich produktów. Ponadto w przypadku e-papierosów ze względu na ich

specyficzne cechy, takie jak możliwość nabywania wariantów z płynami o określonych smakach oraz różnorodnymi metodami napełniania wyrobu płynem, wyróżnić można indywidualne czynniki wpływające albo potencjalnie wpływające na rozwój szarej strefy w tej branży. Konkluzja ta wynika z przeprowadzonego w ramach niniejszego raportu badania przeprowadzonego na grupie młodych konsumentów wyrobów nikotynowych w Polsce (18-26 lat). W oparciu o uzyskane dane dokonano zarówno oszacowania wielkości szarej strefy, jak i analizy determinant ze strony konsumentów do nabywania wyrobów poza legalnym obrotem.

Rezultaty uzyskanych wyników wskazują, że **szara strefa składa się zarówno z części „regularnej” (osób, które regularnie nabywają wyroby nielegalne) oraz „okazjonalnej” (tj. osób, które nieregularnie nabywają takie wyroby.** Sfera „nieregularna” działalności szarej strefy przewyższa tę „regularną” i jest około dwukrotnie większa od skali sprzedaży legalnej. Przy czym bez względu na podział na częstotliwość zakupów, **najwyższa szara strefa dotyczy papierosów własnego wyrobu i ręcznie robionych, a następnie e-papierosów różnego typu, w tym w szczególności tych, w których można wielorazowo wymieniać płyn albo kartridże.** Najniższa szara strefa dotyczy tradycyjnych papierosów, zaś podgrzewacze do tytoniu mają niską szarą strefę „regularną” ale znaczną szarą „okazjonalną”. Należy jednak podkreślić, że w każdym z tych przypadków wielu respondentów nabywa równocześnie wyroby legalne, jak i te z szarej strefy. **Można zatem mówić o silnym przenikaniu się zakupów legalnych i nielegalnych na rynku e-papierosów.**

Ponadto rezultaty badania potwierdziły **znaczącą łatwość przenoszenia się konsumentów do szarej strefy, w tym elastyczne podejście do zmieniania kanałów dystrybucji, w których nabywają wyroby, jak i do ewentualnego zmieniania wyrobów nikotynowych.** Przy czym konsumenci są **przywiązani do walorów pozacenowych e-papierosów (oferowania płynów smakowych) i byliby skłonni do „przejścia” do szarej strefy w przypadku wprowadzenia ustawowego zakazu sprzedaży smakowych e-papierosów. Równie chętnie poszukują oni e-papierosów o niestandardowych, nielegalnych wielkościach** (e-liquidów z nikotyną w butelkach o pojemności powyżej 10 ml, kartridży o pojemności powyżej 2 ml, jednorazowych e-papierosów umożliwiających powyżej 800 zaciągnięć, liquidów o zawartości nikotyny powyżej 2%, tj. 20 mg/ml). Można zatem przewidywać, że w przypadku wprowadzenia dalszych obostrzeń związanych z

dystrybucją oraz cechami legalnych e-papierosów skala szarej strefy tych wyrobów uległaby zwiększeniu. Nadmiernie surowa regulacja rynku e-papierosów może skutkować zwiększaniem się szarej strefy.

Trudny do oszacowania pozostaje wpływ ceny e-papierosów i ewentualnego zwiększania stawki podatku akcyzowego na te wyroby na rozwój szarej strefy. Badania empiryczne wskazują na wpływ podwyższania ceny na rozwój szarej strefy. Jednak dotyczy to przede wszystkim tych towarów, których konsumenci charakteryzują się wysoką wrażliwością cenową. W badanej próbie konsumenci nie charakteryzowali się takim poziomem wrażliwości, lecz akceptowali obecny poziom cen e-papierosów (z aktualną na ten moment stawką akcyzy na płyn do papierosów elektronicznych). Należy jednak podkreślić, że nastawienie konsumentów mogłoby ulec istotnej zmianie w przypadku znacznego podwyższenia stawki akcyzy. Zmiana taka, zgodnie z zapowiedziami Ministerstwa Finansów, ma nastąpić począwszy od roku 2025. Należy jednak podkreślić, że w analizowanej próbie badawczej ani cena, ani jakość wyrobów nie determinowały zakupów w szarej strefie. Prawdopodobnie największe znaczenie dla wytłumaczenia obecnego poziomu zakupów w szarej strefie miały **utrwalone zwyczaje (to w jaki sposób konsumenci przyzwyczaili się nabywać wyroby tytoniowe) i przekonania nabywców (co ich zdaniem warto kupować i gdzie).**

W oparciu o powyższe konstatacje szarą strefę na rynku e-papierosów oszacowano na podstawie oznak zewnętrznych takiego zjawiska, oddzielnie dla zakupów regularnych oraz okazjonalnych. W tym kontekście dla zakupów regularnych potencjalną szarą strefę (wykorzystanie innych niż sklepy stacjonarne kanałów dystrybucji) oszacowano na 12,4% w przypadku e-papierosów z płynem do samodzielnej wymiany, 8,5% w przypadku e-papierosów z jednorazowym kartridżem oraz 8,1% dla e-papierosów jednorazowych. Dla zakupów okazjonalnych szarą strefę oszacowano na 22,1% w przypadku e-papierosów z płynem do samodzielnej wymiany, 15,3% w przypadku e-papierosów z jednorazowym kartridżem oraz 16% dla e-papierosów jednorazowych.

Maksymalny rozmiar szarej strefy według udziału użytkowników, którzy kupują w kanałach nielegalnych lub wyroby o niestandardowych wielkościach, w całej próbie oszacowano zaś na 37,5%. Jest to potencjalnie maksymalna wysokość szarej strefy w badanej próbie.

W badaniu przeanalizowano również **determinanty zwiększania się szarej strefy z perspektywy popytowej. Wyniki te mają istotne implikacje w przypadku zmiany polityki publicznej, np. obostrzeń, dotyczącej dostępności, walorów i cen e-papierosów.** Podsumowując nastawienie do szarej strefy konsumentów e-papierosów wskazać można, że młodych konsumentów tych wyrobów charakteryzuje:

- niska świadomość prawa i działań legalnych i nielegalnych (m.in. niski poziom wiedzy dotyczącej podatku akcyzowego i przyczyn oznaczania wyrobów nikotynowych banderolami, czy skłonność do poszukiwania wyrobów nikotynowych w źródłach o nielegalnym charakterze)
- niespójność zachowań w zakresie przestrzegania prawa,
- pełne lekceważenie reguł w przypadku osób małoletnich,
- duża deklarowana skłonność do wykazywania oporu przed zmianami pogarszającymi sytuację konsumentów (np. zakazu sprzedaży smakowych płynów do e-papierosów),
- znaczenie mody i walorów pozacenowych dla nabywania e-papierosów.

Wskazane wyżej cechy implikują **potrzebę zwiększenia świadomości i edukowania młodych osób na temat obowiązujących regulacji dotyczących legalnego obrotu e-papierosami i znaczenia nabywania wyrobów od legalnych producentów.** Wydaje się, że obecnie osoby te mogą nie być w pełni świadome, że kupują towary z szarej strefy bądź nie ma to dla nich znaczenia. Takie nastawienie wpływa na zwiększanie się szarej strefy w tym obszarze i niesie za sobą negatywne skutki związane z występowaniem tego zjawiska, takie jak straty dochodów podatkowych, dyskryminacja uczciwych podmiotów, brak kontroli nad jakością sprzedawanych produktów w szarej strefie, czy też spadek autorytetu administracji publicznej, która w sposób mało efektywny identyfikuje oszustów.

Wielu autorów badań wpływu regulacji rynku e-papierosów na jego funkcjonowanie wskazuje, że kluczowa dla osiągnięcia celów zdrowotnych, jednocześnie minimalizując negatywne skutki uboczne w postaci rozprzestrzeniania się szarej strefy, w której może dochodzić do obrotu niezbadanymi pod względem bezpieczeństwa zdrowotnego produktami, oraz substytuowania jednych produktów innymi, w tym bardziej szkodliwymi, jest **odpowiednio zrównoważona polityka podatkowa i regulacyjna.**

Bibliografia

Abdolahinia, A., V. Moosavi, S. Shafiefar, N. Taheri, M. Sadr, Masjedi, M.R. (2013). Raising cigarette prices decreases consumption without increase in smuggling: A study from Iran. *European Respiratory Journal*, 42(Suppl 57).

About, R., & Adams, S. (2017). Bans on electronic cigarette sales to minors and smoking among high school students. *Journal of Health Economics*, 54, 17–24. <https://doi.org/10.1016/J.JHEALECO.2017.03.003>

About, R., Courtemanche, C., Dave, D., Feng, B., Friedman, A., Maclean, J., Pesko, M., Sabia, J., & Safford, S. (2021). Intended and Unintended Effects of E-Cigarette Taxes on Youth Tobacco Use. *NBER Working Paper Series*. <https://doi.org/10.3386/w29216>.

Ajmal, Ali, & V.I. U. (2015). Tobacco tax and the illicit trade in tobacco products in New Zealand. *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, 39(2):116–120. doi.org/10.1111/1753-6405.12389

Almares Sp. z o.o. Instytut Doradztwa i Badań Rynku. The results of the ALMARES EDPs are quarterly published by Krajowe Stowarzyszenie Przemysłu Tytoniowego (The National Association of the Tobacco Industry) (2022) on <http://www.kspt.org.pl/Dla-mediow/Aktualnosci/>

Ameyaw, B., Dzaka, D. (2016). Determinants of tax evasion: Empirical evidence from Ghana. *Modern Economy*, 7(14): 1653-1664

Batrancea, L., Nichita, A., Olsen, J., Kogler, C., Kirchler, E., Hoelzl, E., Weiss, A., Torgler, B., Fooker, J., Fuller, J., Schaffner, M., Banuri, S., Hassanein, M., Alarcón-García, G., Aldemir, C., Apostol, O., Bank Weinberg, D., Batrancea, I., Belianin, A., ... Zukauskas, S. (2019). Trust and power as determinants of tax compliance across 44 nations. *Journal of Economic Psychology*, 74, 102191. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2019.102191>

Campus, B., Fafard, P., St. Pierre, J., & Hoffman, S. J. (2021). Comparing the regulation and incentivization of e-cigarettes across 97 countries. *Social Science & Medicine*, 291, 114187. <https://doi.org/10.1016/J.SOCSCIMED.2021.114187>

Centrum Badania Opinii Społecznej CBOS (2018; 2019; 2020; 2021). Konsumpcja nikotyny, Raport z badań ilościowych dla Biura do Spraw Substancji Chemicznych, Warszawa, (raporty z 2018 r., 2019 r., 2020 r., 2021 r.)

Choi, K., Omole, T., Wills, T., & Merianos, A. (2021). E-cigarette-inclusive smoke-free policies, excise taxes, tobacco 21 and changes in youth e-cigarette use: 2017–2019. *Tobacco Control*, 31, 758 - 761. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2020-056260>

Cotti, C., Courtemanche, C., Maclean, J., Nesson, E., Pesko, M., & Tefft, N. (2020). The Effects of E-Cigarette Taxes on E-Cigarette Prices and Tobacco Product Sales: Evidence from Retail Panel Data. *Research Papers in Economics*. <https://doi.org/10.3386/W26724>

Deng, X., & Zheng, Y. (2023). Estimating the effects of E-cigarette taxes: a generalized synthetic control approach. *Applied Economics*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/00036846.2023.2293671>

Diaz, M. C., Kierstead, E. C., Khatib, B. S., Schillo, B. A., & Tauras, J. A. (2023). Investigating the impact of e-cigarette price and tax on e-cigarette use behavior. *American Journal of Preventive Medicine*, 64(6), 797-804. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2023.01.015>

Dolan, S., Bradley, M., & Johnson, M. (2023). E-Cigarette price impacts legal and black-market cigarette purchasing under a hypothetical reduced-nicotine cigarette standard. *Nicotine & Tobacco Research: Official Journal of the Society for Research on Nicotine and Tobacco*. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntad067>

Dyrektywa 2001/95/WE w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów

Dyrektywa Rady 2011/64/UE z dnia 21 czerwca 2011 r. w sprawie struktury oraz stawek akcyzy stosowanych do wyrobów tytoniowych

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/40/UE z dnia 3 kwietnia 2014 r. w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich w sprawie produkcji, prezentowania i sprzedaży wyrobów tytoniowych i powiązanych wyrobów oraz uchylająca dyrektywę 2001/37/WE (Dz.U. L 127 z 29.4.2014, p. 1–38)

Dreher, A., & Schneider, F. (2010). Corruption and the shadow economy: An empirical analysis. *Public Choice*, 144(1), 215–238. <https://doi.org/10.1007/S1127-009-9513-0/METRICS>

E-papierosy (2022; 2023), Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna dla Biura do spraw Substancji Chemicznych, listopad 2022 r. oraz listopad 2023 r.

Erard B., Ho C. (2001). Searching for ghosts: Who are the nonfilers and how much tax do they owe?. *Journal of Public Economics*, 81, 25-50.

Feige, E.L. (1989). *The underground economy. Tax evasion and information distortion*, Cambridge University Press, 2.

Fernández, Esteve et al. (2015) Particulate Matter from Electronic Cigarettes and Conventional Cigarettes: a Systematic Review and Observational Study. *Current Environmental Health Reports* 2 (2015): 423 – 429

Frey, B. S., & Schneider, F. (2015). Informal and Underground Economics. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.71045-2>

Friedman, A., & Pesko, M. (2022). Young adult responses to taxes on cigarettes and electronic nicotine delivery systems. *Addiction* (Abingdon, England), 117, 3121 - 3128. <https://doi.org/10.1111/add.16002>

Goniewicz, M., Knysak, J., Gawron, M., Kośmider, L., Sobczak, A., Kurek, J., Prokopowicz, A., Jabłońska-Czapla, M., Rosik-Dulewska, C., Havel, C., Jacob, P., & Benowitz, N. (2013). Levels of selected carcinogens and toxicants in vapour from electronic cigarettes. *Tobacco Control*, 23, 133 - 139. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2012-050859>

Instytut Prognoz i Analiz Gospodarczych. (2024). Rynek jednorazowych e-papierosów w Polsce, luty 2024 r., Warszawa

Jankowski Mateusz i inni. (2022). The prevalence of tobacco, heated tobacco, and e-cigarette use in Poland: a 2022 web-based cross-sectional survey. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2022, t. 19, nr 8, art. 4904.

Joossens, L., & M. Raw. (2014). *The Tobacco Control Scale 2013 in Europe*. Brussels: Association of European Cancer Leagues. emcdda.europa.eu/attachements.cfm/att_237719_EN_Tobacco%20Control%20Scale%202013%20Copy.pdf

Jun, J., & Kim, J. (2020). Do state regulations on e-cigarettes have impacts on the e-cigarette prevalence?. *Tobacco Control*, 30, 221 - 226. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2019-055287>

Kantar, (2019) Raport z ogólnopolskiego badania ankietowego na temat postaw wobec palenia tytoniu, październik 2019 r. (badanie dla Głównego Inspektoratu Sanitarnego)

Kesselman, J., (1989). Income tax evasion: An intersectoral analysis, *Journal of Public Economics*, 38, 137-182

Komisja Europejska (2016) Sprawozdanie Komisji dla Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie potencjalnych zagrożeń dla zdrowia publicznego związanych ze stosowaniem papierosów elektronicznych wielokrotnego napełniania. Bruksela, dnia 20.5.2016 r. COM(2016) 269 final

Kulick, J., Prieger, J., & Kleiman, M. A. R. (2016). Unintended consequences of cigarette prohibition, regulation, and taxation. *International Journal of Law, Crime and Justice*, 46, 69-85. <https://doi.org/10.1016/J.IJLCJ.2016.03.002>

Loayza, Norman V. (1996): "The Economics of the Informal Sector: A Simple Model and Some Empirical Evidence from Latin America. *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy* 45, pp. 129-162.

McGee, R. W., Tyler, M. (2007). Tax evasion and ethics: A demographic study of 33 countries. *International, Journal of Business, Accounting, and Finance*, 1(1): 95-114.

Pasternak-Malicka, M., (2019). Szara strefa – definicje, przyczyny, szacunki. Polska perspektywa zjawiska, *Studia BAS*, 2(58): 29-56.

Pesko, M., Kenkel, D., Wang, H., & Hughes, J. (2016). The effect of potential electronic nicotine delivery system regulations on nicotine product selection. *Addiction*, 111 4, 734-44. <https://doi.org/10.1111/add.13257>.

Pesko, M., Courtemanche, C., & Maclean, J. (2020). The effects of traditional cigarette and e-cigarette tax rates on adult tobacco product use. *Journal of Risk and Uncertainty*, 60, 229 - 258. <https://doi.org/10.1007/s11166-020-09330-9>.

Prieger, J. E., Kleiman, M., Kulick, J., Aziani, A., Levi, M., Hampsher, S., Manning, C., & Hahn, R. (2019). The Impact of E-Cigarette Regulation on the Illicit Trade in Tobacco Products in the European Union. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3435177>

Prieger, J.E., & J. Kulick. (2018). Cigarette taxes and illicit trade in Europe. *Economic Inquiry*, 56(3):1706–1723. doi.org/10.1111/ecin.12564

Richardson, G. (2006). Determinants of tax evasion: A cross-country investigation, *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 15: 150-69

Sadzyńska, M. (2021). Akcyza na płyn do e-papierosów i wyroby nowatorskie. Doradztwo Podatkowe. *Biuletyn Instytutu Studiów Podatkowych*, 2(294), 25-31. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.7759>

Saffer, H., Dench, D., Grossman, M., & Dave, D. (2019). E-cigarettes and adult smoking: Evidence from Minnesota. *Journal of Risk and Uncertainty*, 60, 207 - 228. <https://doi.org/10.1007/s11166-020-09326-5>

Schneider, F. Williams, C., (2013). *The Shadow Economy*, Institute of Economic Affairs, Profile Books, Ltd. – Hobbs the Printers, London, 25

Schneider, F., Ernste, D., (2000). Shadow economies: Size, causes, and consequences, *Journal of Economic Literature*, 38, 77-114

Slemrod, J., Yitzhaki, S., (2000). Tax avoidance, evasion and administration, *NBER Working Papers*, 7473.

Stoklosa, M., Drope, J., & Chaloupka, F. (2016). Prices and E-Cigarette Demand: Evidence From the European Union.. *Nicotine & tobacco research : official journal of the Society for Research on Nicotine and Tobacco*, 18 10, 1973-1980 . <https://doi.org/10.1093/ntr/ntw109>

Tratkiewicz, T., Kudła, J., Wójcik, P., Walczyk, K., Baranowski, P., Rogowska-Rajda, B. (2024). The minimum price method of cigarette excise duty gap estimation based on declared consumption, artykuł w przygotowaniu.

Ustawa z dnia 9 listopada 1995 r. o ochronie zdrowia przed następstwami używania tytoniu i wyrobów tytoniowych, Dz. U. 1996 Nr 10 poz. 55 z późn. zm.

Ustawa z dnia 6 grudnia 2008 r. o podatku akcyzowym (Dz.U.2023.0.1542 t.j.)

Spis wykresów, tabel i rysunków

WYKRESY

- Wykres 1. Powody zakupu produktów nikotynowych z danej kategorii
- Wykres 2. Miejsce zakupu e-papierosów, liquidów i kartridżów
- Wykres 3. Odpowiedź respondentów na prośbę opisania własnymi słowami dlaczego banderole są umieszczane na opakowaniu produktów nikotynowych
- Wykres 4. Poszukiwanie możliwości zakupu e-liquidów o niestandardowej wielkości – tj. produktów z nikotyną w butelkach o pojemności powyżej 10 ml
- Wykres 5. Poszukiwanie możliwości zakupu jednorazowych kartridży o niestandardowej wielkości - tj. o pojemności powyżej 2 ml
- Wykres 6. Poszukiwanie możliwości zakupu jednorazowych e-papierosów umożliwiających niestandardową liczbę zaciągnięć tj. powyżej 800 zaciągnięć
- Wykres 7. Poszukiwanie możliwości zakupu liquidów o niestandardowej zawartości nikotyny - tj. powyżej 20 mg/ml (2%)
- Wykres 8. Częstość identyfikacji respondenta jako osoby „nieuczciwej” w oparciu o deklarowane oszukiwanie w przypadku wprowadzenia ograniczeń związanych z właściwościami e-papierosów
- Wykres 9. Częstość identyfikacji respondenta jako osoby „nieuczciwej” w oparciu o zadeklarowane poszukiwanie e-papierosów o niestandardowych (niezgodnych z obowiązującymi przepisami) wielkościach
- Wykres 10. Częstość identyfikacji respondenta jako osoby „nieuczciwej” wśród całej próby badawczej
- Wykres 11. Jakie znaczenie dla zakupu respondentów ma fakt, że producent e-papierosów uczciwie płaci podatki?

TABELE

- Tabela 1. Proponowane podwyższenie stawek akcyzy
- Tabela 2. Spożycie wyrobów nikotynowych w próbie w ostatnich 3 miesiącach i wykorzystanie innych niż sklepy stacjonarne kanałów dystrybucji
- Tabela 3. Spożycie wyrobów nikotynowych w próbie w ostatnich 12 miesiącach i wykorzystanie nielegalnych kanałów dystrybucji
- Tabela 4. Poszukiwanie wyrobów w niestandardowych wielkościach (zazwyczaj nielegalnych)
- Tabela 5. Nabywanie wyrobów w niestandardowych wielkościach
- Tabela 6. Udział zakupów po cenach innych niż określone przez widełki najpopularniejszych kategorii cenowych
- Tabela 7. Wyniki regresji logistycznej
- Tabela 8. Przeciętne wartości odpowiedzi na dane pytanie oraz skala zmiennych z podziałem na płeć
- Tabela 9. Przegląd strategii regulacyjnych dla e-papierosów w wybranych 97 państwach

RYSUNKI

- Rysunek 1. Schemat: podstawowa taksonomia tradycyjnych i alternatywnych wyrobów tytoniowych

Załącznik 1

Raport: Zwyczaje zakupowe i konsumpcyjne młodych dorosłych w kategorii e-papierosów Badanie ilościowe - lipiec 2024 r. - *“opinionway*

1. Informacja o badaniu – cel badania i metodologia

Głównym celem badania zwyczajów zakupowych oraz konsumpcyjnych produktów nikotynowych wśród młodych dorosłych w Polsce było pozyskanie danych, które umożliwiłyby oszacowanie skali korzystania przez kluczową grupę użytkowników e-papierosów z tzw. „szarej strefy”. Przez szarą strefę rozumiemy tu zakupy produktów nikotynowych, które są dystrybuowane nielegalnie, a więc nie posiadają akcyzy.

W badaniu przyjmujemy szerszą perspektywę: poza pytaniami związanymi z szarą strefą analizujemy także szeroki kontekst postaw i zachowań związanych z zakupami oraz konsumpcją produktów nikotynowych – a w szczególności e-papierosów.

Badanie skupia się na trzech rodzajach e-papierosów: e-papierosach z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany; e-papierosach z baterią wielokrotnego ładowania oraz z jednorazowymi kartridżami / ustnikami / podami oraz e-papierosach jednorazowego użytku (tzw. „jednorazówki”). W celu uchwycenia szerszego kontekstu zachowań związanych z zakupami i konsumpcją produktów nikotynowych, pytaliśmy respondentów także o zwyczaje związane z pozostałymi produktami nikotynowymi (gotowymi papierosami, ręcznie robionymi papierosami, papierosami własnego wyrobu, urządzeniami i systemami podgrzewania tytoniu oraz z saszetkami nikotynowymi).

Badanie objęło pytania dotyczące dotychczasowych doświadczeń z zakupami i konsumpcją produktów nikotynowych (zachowania), postaw dotyczących produktów nikotynowych, wiedzy o tej kategorii, a także projekcji zachowań w przypadku zaprezentowanych respondentom scenariuszy prezentujących potencjalne ograniczenia w sprzedaży produktów nikotynowych.

Badanie zostało zrealizowane przy zastosowaniu techniki wywiadów internetowych wspomaganym komputerowo (Computer Assisted Web Interview – CAWI) realizowanych w ramach profesjonalnego panelu badawczego.

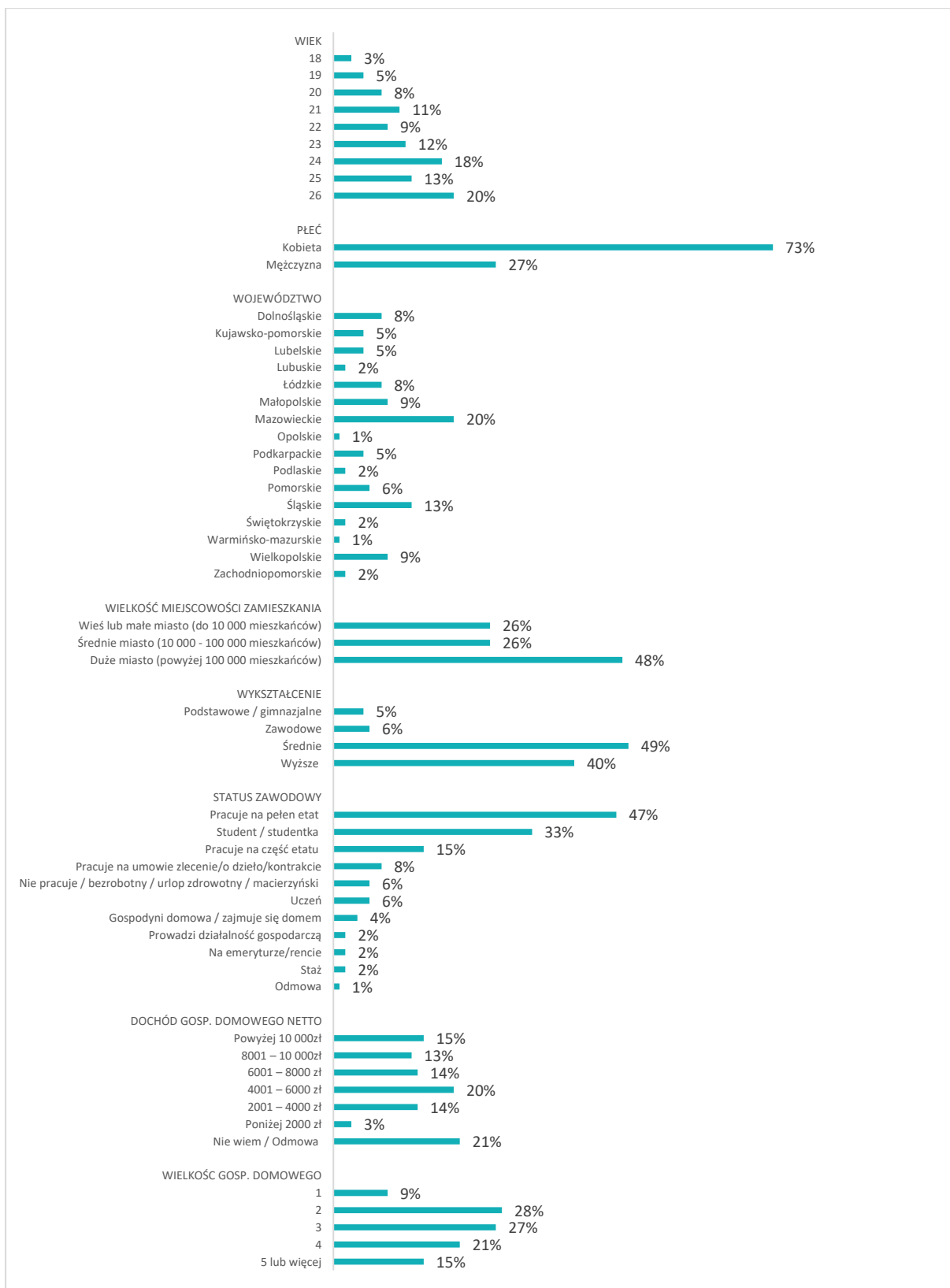
Wywiady były realizowane w dniach 11.07.2024 – 24.07.2024 r. Łącznie zrealizowano 623 wywiady z osobami spełniającymi warunki rekrutacyjne (patrz: profil respondentów).

2. Profil respondentów

Grupą docelową badania byli mieszkańcy Polski (kobiety i mężczyźni) w wieku 18-26 lat, którzy w ciągu 3 miesięcy poprzedzających badanie używali co najmniej jednego z trzech typów e-papierosów:

1. e-papierosy z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany;
2. e-papieros z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami / ustnikami / podami;
3. e-papieros jednorazowego użytku (tzw. „jednorazówki”).

W badaniu nie były stosowane kwoty określające rozkład podstawowych cech demograficznych (np. płeć, wiek), ponieważ nie znamy rozkładu tych cech w badanej grupie docelowej.



Wykres 1. Profil demograficzny respondentów; podstawa: wszyscy badani (N=623).

3. Zakupy e-papierosów

Badanie, w swojej głównej merytorycznej części, miało kilka segmentów:

- ostatni dokonany zakup,
- zwyczaje zakupowe,
- projekcja potencjalnych zachowań w kategorii wyrobów nikotynowych,
- zakupy niepełnoletnich,
- reakcje na potencjalny ban (chodzi o zakaz sprzedaży wariantów smakowych e-papierosów).

Krótki opis poszczególnych segmentów badania znajduje się poniżej.

Ostatnio dokonany zakup

Rozdział „Ostatnio dokonany zakup” bazuje na metodologii przyjętej w badaniach ścieżki zakupowej, gdzie respondent postrzegany jest przede wszystkim przez pryzmat decydenta w czasie zakupów – czyli shoppera (niekoniecznie tożsamego z późniejszym konsumentem). W przypadku analizy kategorii FMCG (Fast Moving Consumer Goods, produkty szybkozbywalne), do których należą także produkty nikotynowe, skupienie się na ostatnim zakupie pozwala szczegółowo odtworzyć najważniejsze elementy ścieżki zakupowej respondenta. Pytamy go o jego najświeższe doświadczenia, dlatego zakładamy, że pamięta on najwięcej szczegółów tego zakupu, włączając w to np. swoje motywacje. Jednocześnie unikamy ryzyka, że badani będą opowiadać o swoim „typowym” zakupie, a przez to tworzyć artefakty.

W rozdziale „Ostatnio dokonany zakup” pytamy wszystkich młodych użytkowników e-papierosów o ostatnio kupioną subkategorię produktów nikotynowych. W dalszej części, skupiając się na wskazanej subkategorii, pytamy o miejsce jej ostatniego zakupu, powody wyboru konkretnego produktu (SKU) – czyli tzw. drivery wyboru oraz o oznakowanie kupionych produktów banderolą akcyzową. Przy okazji tego wątku dopytujemy również wszystkich młodych dorosłych użytkowników e-papierosów o zrozumienie znaczenia banderoli na produktach nikotynowych.

Zwyczaje zakupowe

Rozdział „Zwyczaje zakupowe” ma na celu zaprezentować szerszy kontekst zakupów produktów nikotynowych przez młodych użytkowników e-papierosów. Pytania zadane w tej części badania wykraczają poza ostatni zakup i pozwalają zebrać informacje obejmujące szerszy horyzont czasowy, w tym np. współkupowanie i współkorzystanie z poszczególnych subkategorii przez badanych.

W tym rozdziale analizujemy repertuar używanych produktów nikotynowych, uwzględniając także jego szerokość, obiektywną i relatywną częstotliwość zakupu poszczególnych subkategorii przez ich shopperów, a także doświadczenie z poszukiwaniem e-papierosów o niestandardowych parametrach. W tej części analizujemy też typowe wydatki na subkategorie e-papierosów oraz elastyczność cenową tych produktów. W ostatniej części pytamy o postawy wokół tematyki e-papierosów (w tym o znaczenie podatków dla użytkowników kategorii).

Projekcja potencjalnych zachowań w kategorii wyrobów nikotynowych

W rozdziale „Projekcja potencjalnych zachowań w kategorii wyrobów nikotynowych” pokazujemy motywacje oraz potencjalne zmiany we wzorcach konsumpcji produktów nikotynowych, które mogą być spowodowane szeregiem zewnętrznych czynników – takich jak np. zmiana zachowań znaczących innych, zmiany w ofercie producentów lub wejście w życie nowych regulacji prawnych.

W rozdziale analizujemy wątek wpływu istotnych innych, np. współpracowników, na konsumpcję e-papierosów. Następnie pytamy o wpływ nikotyny na korzystanie z kategorii, a także o potencjalne decyzje zakupowe badanych, w sytuacjach, w których produkty nikotynowe (oraz smakowe) nie byłyby dostępne (czyli prezentujemy tzw. scenariusze). Użytkowników e-papierosów pytamy także o potencjał zastąpienia tej kategorii przez inne wyroby nikotynowe (tzw. „switching”).

Zakupy niepełnoletnich

Rozdział „Zakupy niepełnoletnich” miał na celu oszacowanie skali konsumpcji i zakupów wyrobów nikotynowych przez osoby nieletnie (poniżej 18 roku życia), w przypadku których sprzedaż tych produktów, jest zabroniona przez ustawodawcę. Biorąc pod uwagę przesłanki metodologiczne, o kwestie te pytaliśmy młodszą grupę respondentów – czyli kobiety i mężczyzn w wieku 18-21 lat, tak aby doświadczenie, o które pytamy było relatywnie niedawne i możliwe do odtworzenia.

W tym rozdziale pokazujemy skalę korzystania z produktów nikotynowych przez nieletnich (w tym podział na poszczególne subkategorie produktowe). Pytamy też o relatywną ocenę zwyczajów zakupowych – włączając w to częstotliwość oraz wydatki. Ważnym elementem tej analizy jest także pytanie o obecność banderoli – które pomagają przybliżyć skalę korzystania z szarej strefy przez osoby poniżej 18 roku życia.

Reakcje na potencjalny ban

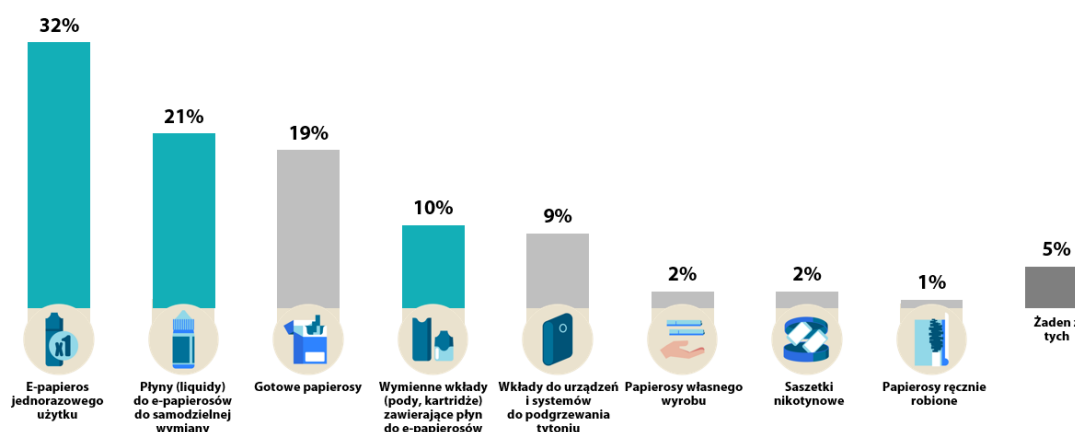
Rozdział „Reakcje na potencjalny ban” skupia się na projekcji scenariusza, w którym warianty smakowe e-papierosów byłyby niedostępne.

W tej części pytamy czy i w jaki sposób użytkownicy e-papierosów poszukiwaliby produktów nadających smak. Pytamy także o świadomość zagrożeń związanych z używaniem alternatywnych aromatów do e-papierosów.

4. Najważniejsze wyniki badania

Ostatni zakup: kupione produkty nikotynowe

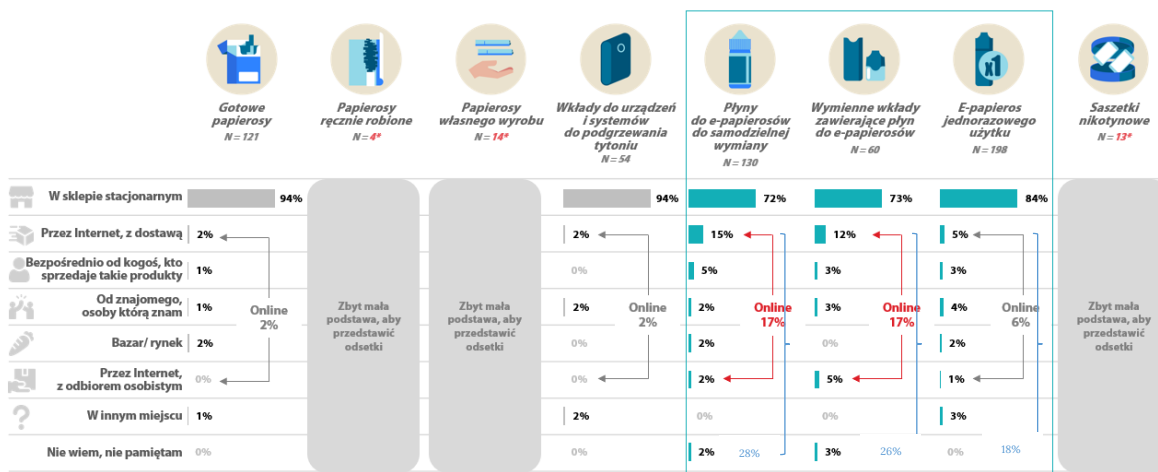
Młodzi dorośli użytkownicy e-papierosów, zapytani o swój ostatni zakup produktów nikotynowych najczęściej wskazują „jednorazówki” (blisko 1/3 odpowiedzi). Około 1/5 kupiła ostatnio liquid lub gotowe papierosy. Co 10. respondent wskazał na wkłady do wielorazowych e-papierosów oraz wkłady do podgrzewaczy tytoniu. Pozostałe produkty nikotynowe były kupowane jedynie okazjonalnie.



Wykres 2. Który z tych produktów kupił/a Pan/i, kiedy kupował/a ostatnio produkty nikotynowe? Podstawa: wszyscy badani (N=623).

Ostatni zakup: kupione produkty nikotynowe

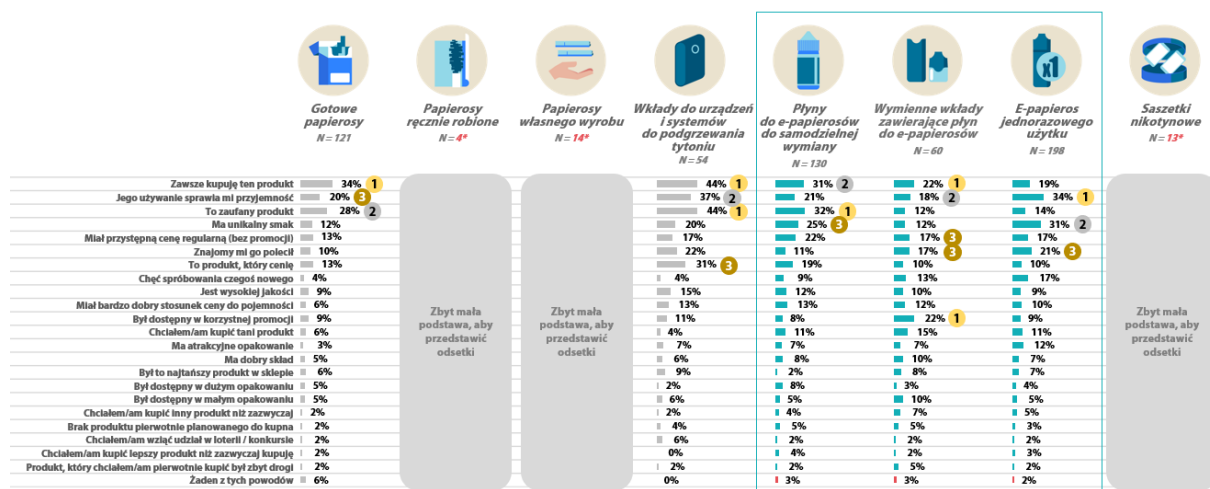
Sklepy stacjonarne to dominujący kanał zakupowy. W czasie ostatnich zakupów skorzystało z niego ponad 90% kupujących gotowe papierosy i wkłady do podgrzewaczy tytoniu, ponad 80% kupujących „jednorazówki” i ponad 70% kupujących wkłady i liquidity. Warto podkreślić, że 1/6 zakupów płynów i wkładów do e-papierosów odbywa się w kanale online (17%).



Wykres 3. A dlaczego ostatecznie kupił/a Pan/i ten konkretny produkt z kategorii...? Podstawa: Kupujący daną kategorię w czasie ostatnich zakupów produktów nikotynowych / Wiele możliwych odpowiedzi / *mała podstawa.

Powody zakupu produktów nikotynowych z danej kategorii

Młodzi dorośli wskazują średnio na 2,5 powodów, które stoją za wyborem konkretnego produktu nikotynowego w czasie ich ostatnich zakupów. Ogółem, dominujące "drivery" wyboru to: przyzwyczajenie ("zawsze kupuję ten produkt"), przywiązanie do marki ("to zaufany produkt") oraz przyjemność z użytkowania. W przypadku e-papierosów istotną rolę odgrywają także unikatowe smaki, polecenie znajomych oraz korzystne ceny.

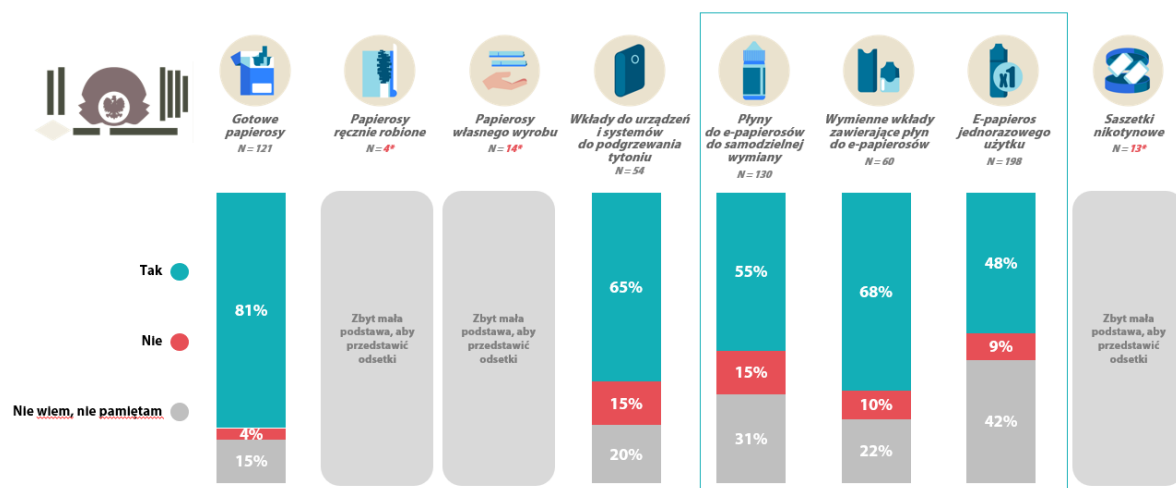


Wykres 4. A dlaczego ostatecznie kupił/a Pan/i ten konkretny produkt z kategorii...? Podstawa: Kupujący daną kategorię w czasie ostatnich zakupów produktów nikotynowych / Wiele możliwych odpowiedzi / *mała podstawa.

Oznakowanie produktów nikotynowych banderolą akcyzową

W czasie ostatnich zakupów na obecność banderoli najrzadziej zwracali uwagę kupujący "jednorazówki" (42%). Najczęściej brak banderoli odnotowywali kupujący wkłady

do podgrzewaczy i liquidy (co 7. shopper). Z kolei obecność banderoli zauważali najczęściej shopperzy gotowych papierosów (81%) - przy najniższym odsetku zakupów bez banderoli (4%).



Wykres 5. Czy ostatnio kupiony produkt miał banderolę? Podstawa: Kupujący daną kategorię w czasie ostatnich zakupów produktów nikotynowych.

Powody umieszczania banderol na opakowaniach produktów nikotynowych

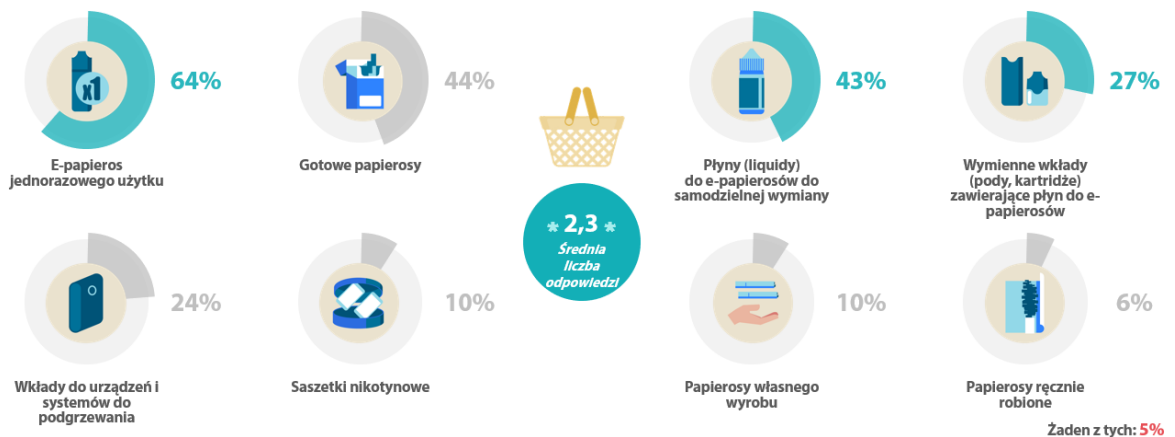
Około 1/4 młodych dorosłych korzystających z produktów nikotynowych miała trudność z opisaniem znaczenia banderoli. Wyjaśnienia pozostałych są mocno zróżnicowane. Badani najczęściej odnosili się do kwestii: zabezpieczenia produktu, legalności produktu, podatku akcyzowego, dodatkowych informacji o produkcie lub jego autentyczności (odpowiedzi powyżej 10% wskazań).



Wykres 6. Na produktach nikotynowych czasem można znaleźć tzw. banderolę, którą zrywa się otwierając opakowanie. Chcemy prosić Pana/ią o opisanie swoimi słowami, dlaczego banderole są umieszczane na opakowaniu produktów nikotynowych? Podstawa: Wszyscy badani / Pytanie otwarte.

Ostatnie 12 miesięcy: zakupione produkty nikotynowe

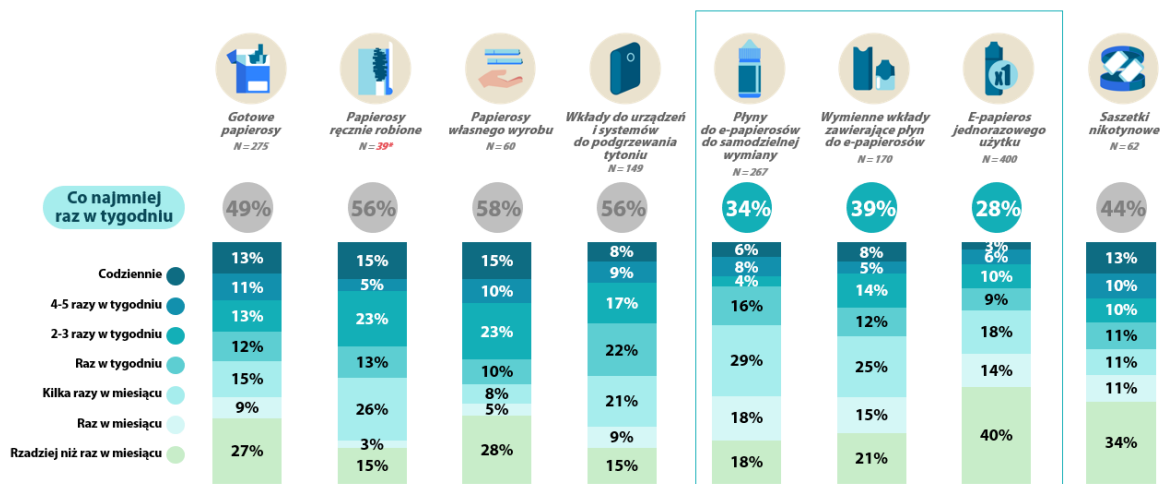
Młodzi dorośli użytkownicy e-papierosów deklarują, że w ciągu ostatniego roku kupili średnio 2.3 różne produkty nikotynowe. W takim ujęciu, największa penetracja dotyczy „jednorazówek”, po które przynajmniej raz sięgnęło w sklepie blisko 2/3 badanych (64%). Ponad 40% przynajmniej raz kupiło papierosy gotowe i liquidy, a ponad 20% wkłady (pody, kartridże) i wkłady do podgrzewaczy.



Wykres 7. Które z tych produktów kupował/a Pan/i w ciągu ostatnich 12 miesięcy? Podstawa: wszyscy badani.

Ostatnie 12 miesięcy: częstotliwość kupowania produktów nikotynowych

Co najmniej połowa shopperów papierosów (niezależnie od rodzaju) oraz wkładów do podgrzewaczy tytoniu deklaruje zakupy tych produktów co najmniej raz w tygodniu. Z tej perspektywy "jednorazówki" wydają się być produktem o okazjonalnym charakterze (aż 40% shopperów kategorii kupuje ją rzadziej niż raz w miesiącu).

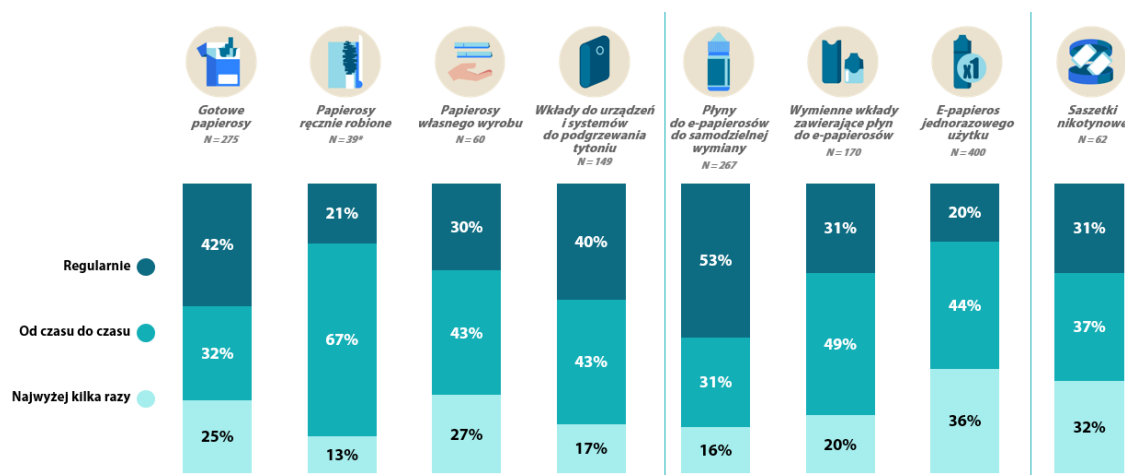


Wykres 8. Które z tych produktów kupował/a Pan/i w ciągu ostatnich 12 miesięcy (PRODUKTY KUPOWANE PRZYNAJMNIEJ RAZ W TYGODNIU)? Podstawa: kupujący daną kategorię w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Wykres 9. Które z tych produktów kupował/a Pan/i w ciągu ostatnich 12 miesięcy? Podstawa: kupujący daną kategorię w ciągu ostatnich 12 miesięcy.

Ostatnie 12 miesięcy: regularność kupowania produktów nikotynowych

Wśród kupujących poszczególne kategorie produktowe, najczęściej regularne zakupy deklarują shopperzy liquidów (53%). Stosunkowo często swoje zakupy jako regularne określają też kupujący gotowe papierosy i wkłady do podgrzewaczy tytoniu (ok. 40%).

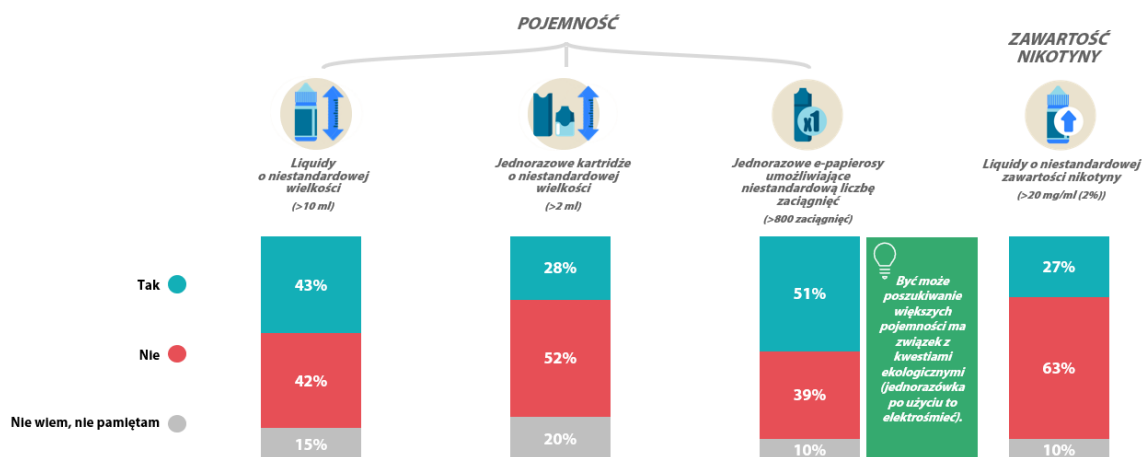
W przypadku wkładów do e-papierosów wielorazowych i papierosów własnego wyboru - odsetek regularnych shopperów spada do 30%.



Wykres 10. Które z tych produktów kupował/a Pan/i w ciągu ostatnich 12 miesięcy? Podstawa: kupujący daną kategorię w ciągu ostatnich 12 miesięcy.

Poszukiwanie niestandardowych produktów nikotynowych

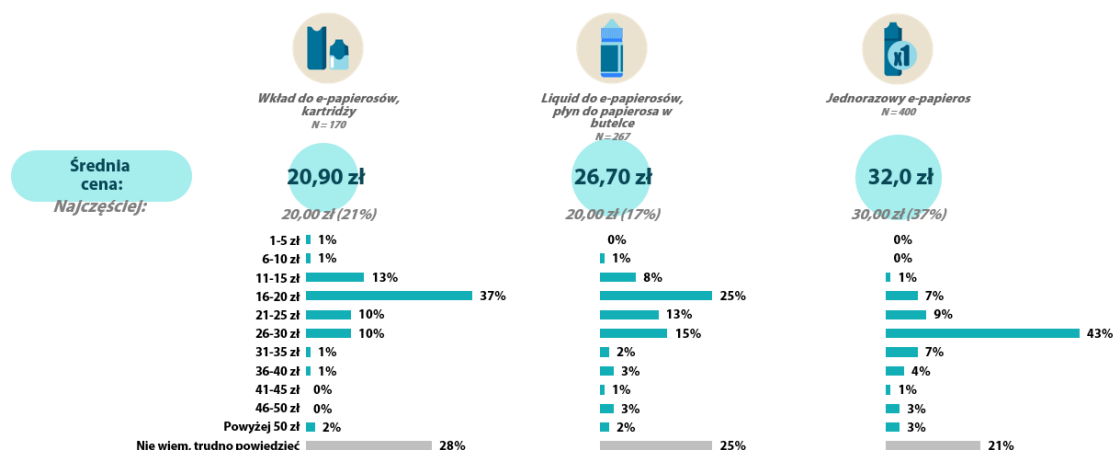
Połowa użytkowników „jednorazówek” przyznaje, że szukała produktów pozwalających na ponad 800 zaciągnięć. Nieznacznie rzadziej, wkładów o wyższej pojemności poszukiwali użytkownicy liquidów (43%). Korzystający z wielorazowych e-papierosów z wkładami, byli mniej zainteresowani niestandardowymi kartridżami (28%). Podobnie – nieco ponad 1/4 użytkowników liquidów szukała płynów ze zwiększoną zawartością nikotyny. Być może poszukiwanie większych pojemności „jednorazówek” ma związek z kwestiami ekologicznymi (jednorazówka po użyciu to elektrośmieć).



Wykres 11. Czy kiedykolwiek szukał/a Pan/i możliwości zakupu... Podstawa: korzystający kiedykolwiek z danej kategorii.

Ceny kupowanych produktów nikotynowych

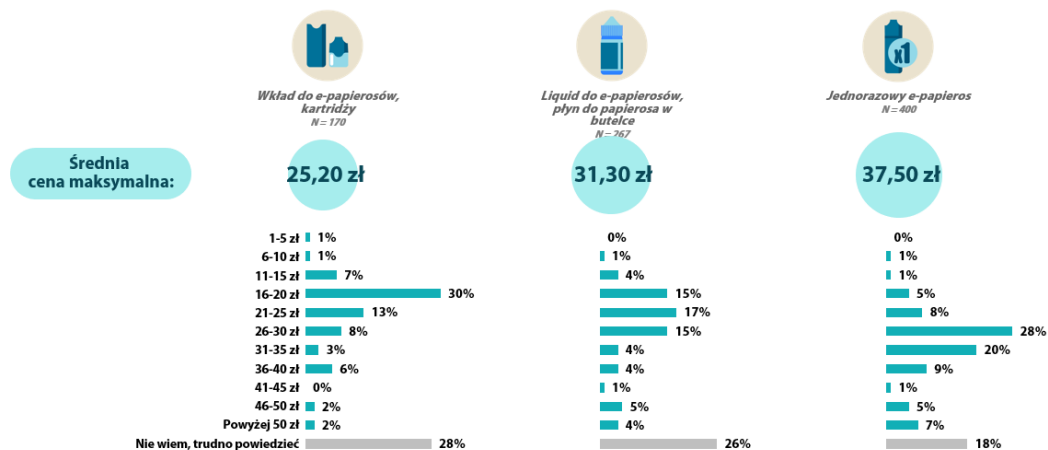
Shopperzy e-papierosów średnio na wkłady wydają ok. 21 zł, na liquidy 27 zł, a na „jednorazówki” – 32 zł.



Wykres 12. Po jakiej cenie za sztukę zazwyczaj kupuje Pan/i...? Podstawa: Kupujący kategorię w ciągu ostatnich 12 miesięcy / Pytanie otwarte.

Maksymalna akceptowalna cena nikotynowych

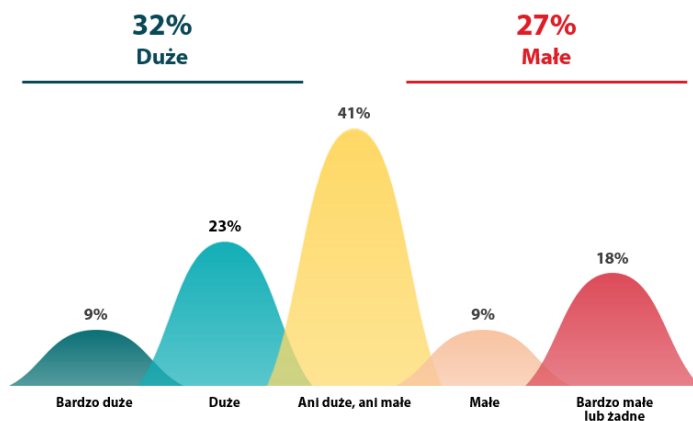
Biorąc pod uwagę średnie wydatki na poszczególne kategorie e-papierosów, shopperzy byliby skłonni płacić maksymalnie około 5 zł więcej za każdy z produktów. W przypadku wkładów to ok. 25 zł (vs 21 zł obecnie), w przypadku liquidów – 31 zł (vs 27 zł), a w przypadku „jednorazówek” aż 38 zł (vs 32 zł). Warto zauważyć, że w każdej z grup shopperów co najmniej kilkanaście procent badanych byłoby skłonnych zapłacić za te produkty więcej.



Wykres 13. Jaka jest maksymalna cena za sztukę... jaką jest Pan/i w stanie zaakceptować? Podstawa: Kupujący kategorię w ciągu ostatnich 12 miesięcy / Pytanie otwarte.

Znaczenie uczciwego płacenia podatków przez dostawców liquidów do e-papierosów dla decyzji zakupowej

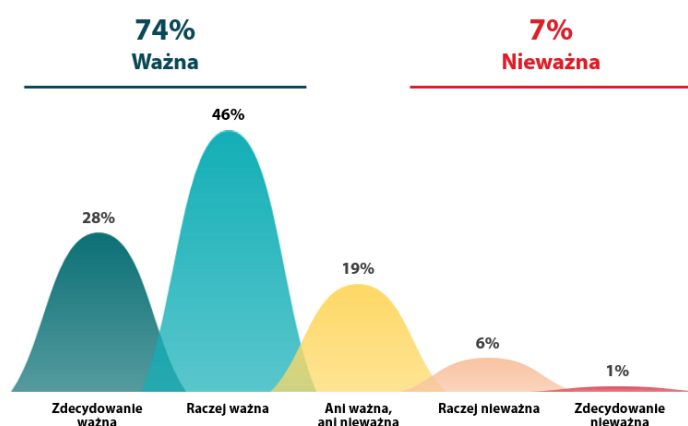
Postawy młodych dorosłych użytkowników e-papierosów wobec płacenia podatków przez producentów produktów nikotynowych są mocno ambiwalentne. Podobne wielkościowo grupy wskazują, że uczciwe płacenie podatków ma dla nich duże i małe znaczenie. Jednocześnie największa grupa, to osoby, którym trudno określić swój stosunek do tego tematu (41%).



Wykres 14. Jak duże znaczenie dla decyzji zakupowej ma dla Pana/i fakt, że dany dostawca liquidów do e-papierosów uczciwie płaci podatki? Podstawa: Wszyscy badani.

Znaczenie wysokiej jakości wkładów do e-papierosów

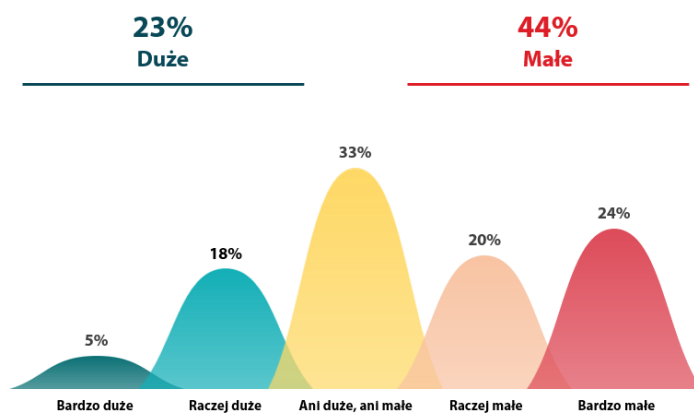
Wśród młodych dorosłych kupujących e-papierosy zdecydowana większość – 3/4 badanych – deklaruje, że jakość wkładów jest dla nich ważna.



Wykres 15. Czy wysoka jakość wkładów do e-papierosów jest dla Pana/i ważna? Podstawa: Wszyscy badani.

Znaczenie „vapowania” przez znajomych z pracy dla decyzji o używaniu e-papierosów

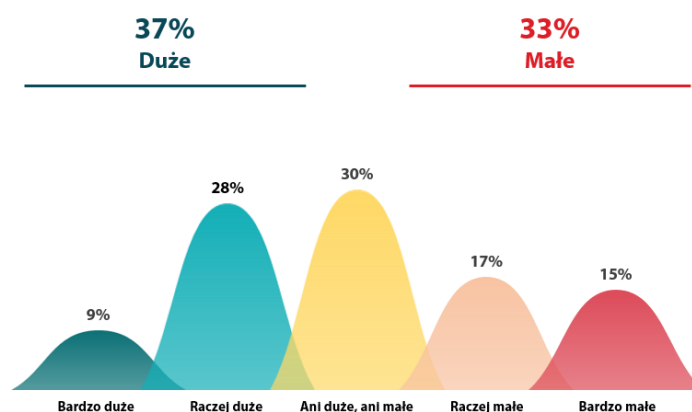
"Vapowanie" przez znajomych z pracy nie ma dużego wpływu na używanie e-papierosów przez respondentów. Tylko 23% badanych uznaje to za istotny czynnik wpływu (z czego 5% za bardzo istotny).



Wykres 16. Jak duże znaczenie ma "vapowanie" przez znajomych lub kolegów z pracy dla Pana/i decyzji o używaniu e-papierosów? Podstawa: Wszyscy badani.

Znaczenie odczuwania zapotrzebowania na nikotynę dla decyzji o używaniu e-papierosów

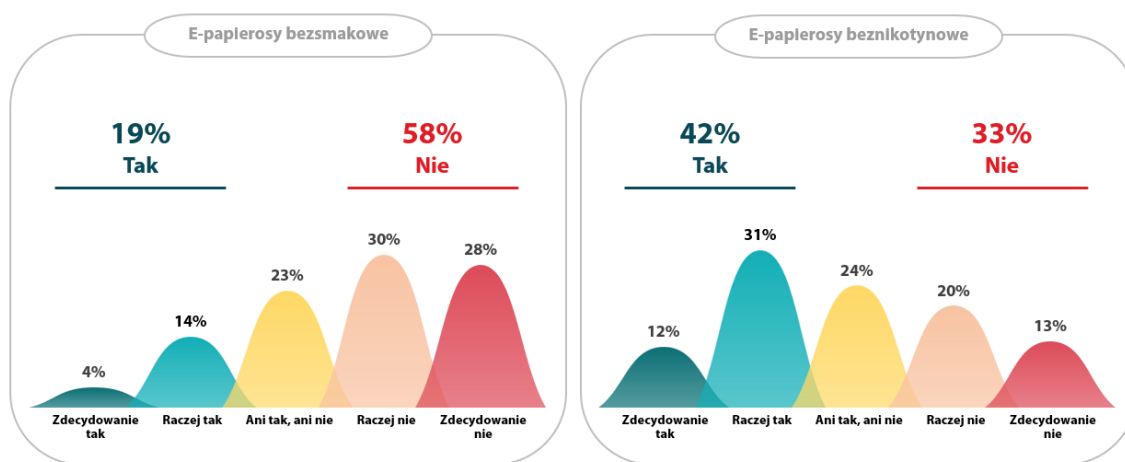
Zapotrzebowanie na nikotynę różnie wpływa na decyzję o używaniu e-papierosów wśród respondentów. Dla 37% badanych ma to duże znaczenie, dla 30% jest neutralne, a dla 33% ma małe znaczenie.



Wykres 17. Jak duże znaczenie ma odczuwanie zapotrzebowania na nikotynę dla Pana/i decyzji o używaniu e-papierosów? Podstawa: Wszyscy badani.

Zachowania konsumentów w razie dostępu wyłącznie do e-papierosów bezsmakowych lub beznikotynowych

Ponad połowa użytkowników (58%) nie kupowałaby e-papierosów, gdyby były one oferowane wyłącznie w wersji bezsmakowej (zbliżonej do tradycyjnego papierosa), co może wynikać z preferencji dotyczących smaku. Jednocześnie, ponad 4 na 10 respondentów (42%) zdecydowałoby się na zakup e-papierosów, gdyby były one oferowane wyłącznie w wersji beznikotynowej.

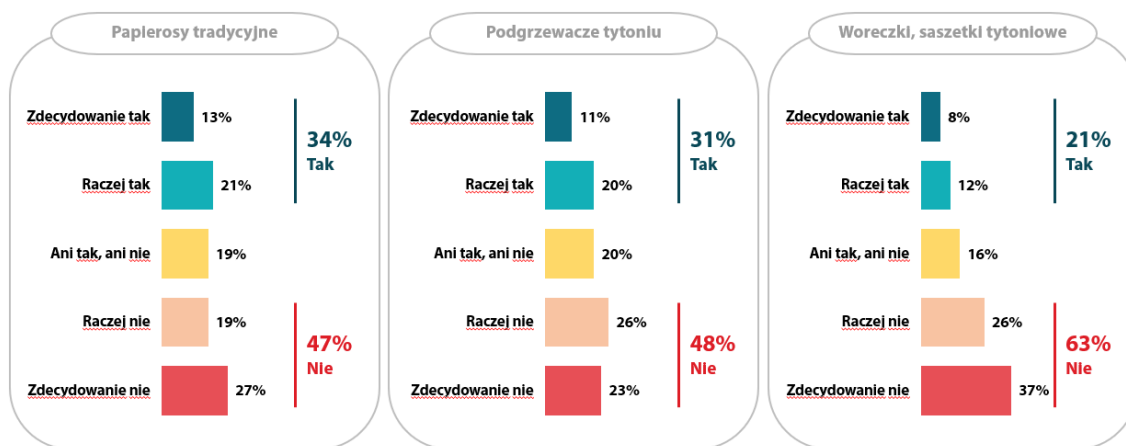


Wykres 18. Czy kupowałby/ałaby Pan/i e-papierosy, gdyby były oferowane wyłącznie w wersji smakowej zbliżonej do tradycyjnego? Podstawa: Wszyscy badani. Wykres 19. Czy kupowałby/ałaby Pan/i e-papierosy, gdyby były oferowane wyłącznie w wersji beznikotynowej? Podstawa: Wszyscy badani.

Rozważanie używania alternatywnych wobec e-papierosów produktów nikotynowych

Blisko połowa badanych (47%) nigdy nie rozważała użycia tradycyjnych papierosów jako zamienników dla e-papierosów. Podobny odsetek osób, bo 48% nie myślało o

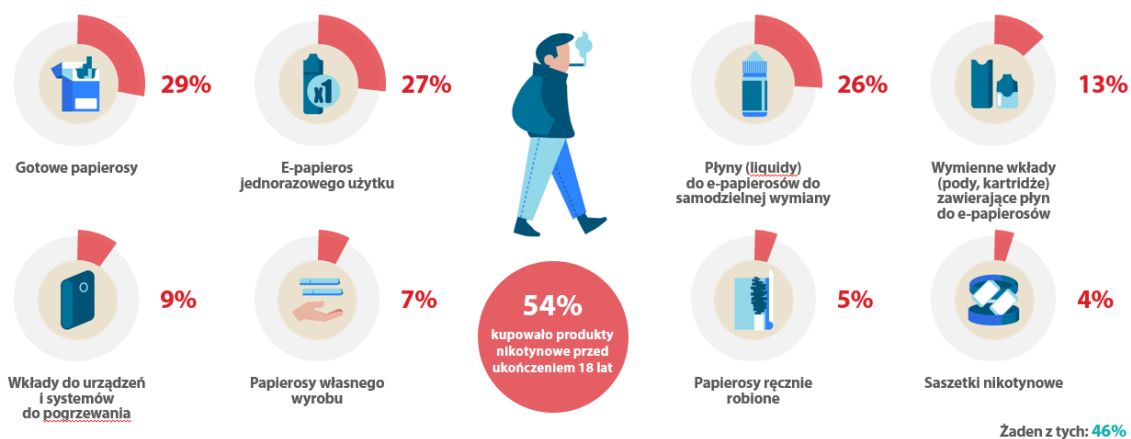
zamianie e-papierosów na nowatorskie wyroby, takie jak podgrzewacze tytoniu. Ponadto, około 2/3 respondentów (63%), co stanowi najwyższy wynik, nie brało pod uwagę używania innych wyrobów nikotynowych, takich jak woreczki tytoniowe (saszetki tytoniowe, „snusy”), jako alternatywy dla e-papierosów.



Wykres 20. Czy rozważał/a Pan/i kiedykolwiek używanie tradycyjnych papierosów zamiast e-papierosów? Podstawa: Wszyscy badani. Wykres 21. Czy kiedykolwiek rozważał/a Pan/i używanie wyrobów nowatorskich, takich jak podgrzewacze tytoniu, zamiast e-papierosów? Podstawa: Wszyscy badani. Wykres 22. Czy kiedykolwiek rozważał/a Pan/i używanie innych wyrobów nikotynowych, takich jak woreczki tytoniowe (saszetki tytoniowe, „snusy”), zamiast e-papierosów? Podstawa: Wszyscy badani.

Zakup produktów nikotynowych przed ukończeniem 18 lat

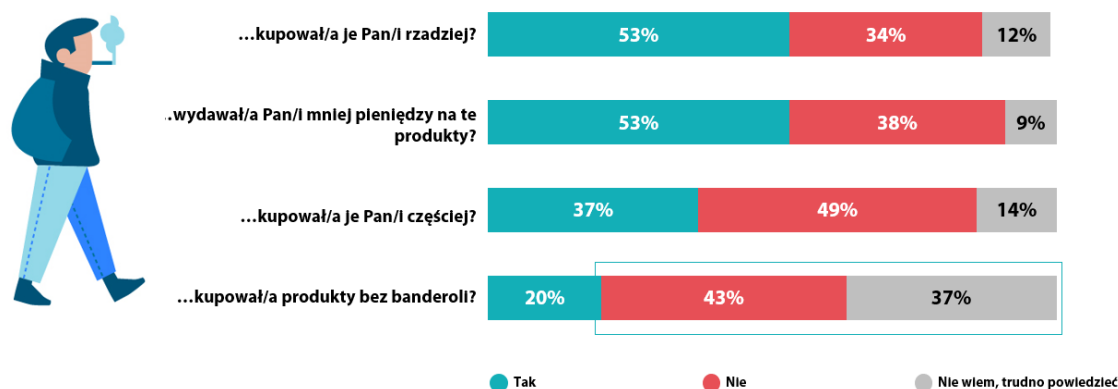
Do zakupu wyrobów tytoniowych przed 18. rokiem życia przyznaje się ponad połowa młodszej grupy badanych (18-21 lat). Wśród nich 29% przyznało, że przed ukończeniem 18 lat kupiło gotowe papierosy, 27% zakupiło jednorazowe e-papierosy, a 26% nabyło płyny (liquidy) do samodzielnej wymiany w e-papierosach.



Wykres 23. Czy przed ukończeniem 18 lat kupował/a Pan/i któryś z tych produktów? Podstawa: Osoby w wieku 18-21 lat (N=168) / Wiele możliwych odpowiedzi.

Nawyki zakupowe produktów nikotynowych przed ukończeniem 18 lat

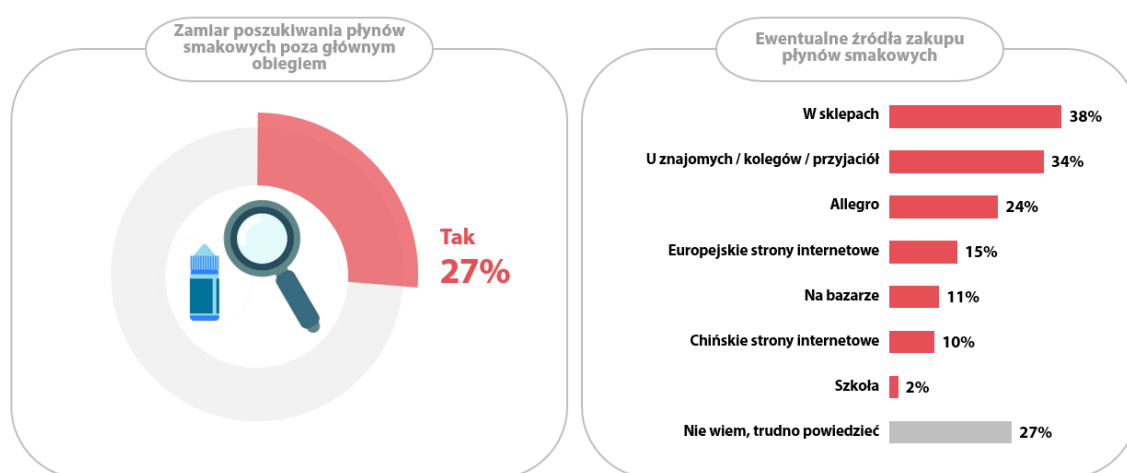
Taki sam odsetek badanych (53%) deklaruje, że przed ukończeniem 18. roku życia kupował produkty nikotynowe rzadziej i wydawał na nie mniej pieniędzy. Z kolei blisko połowa respondentów (49%) przyznaje, że częściej nabywała produkty nikotynowe przed osiągnięciem pełnoletności. Interesujący jest fakt, że spośród osób w wieku 18-21 lat, 43% deklaruje, iż zakupione przez nich produkty nikotynowe były bez banderoli, a dodatkowo ponad 1/3 (37%) nie pamięta dokładnie, czy nabywane przez nich produkty były opatrzone banderolą, czy nie.



Wykres 24. Czy przed ukończeniem 18 roku życia kupował/a Pan/i produkty nikotynowe w podobny sposób, jak obecnie? Czy...
| Podstawa: Osoby w wieku 18-21 lat, deklarujące zakupy produktów nikotynowych przed ukończeniem 18 lat (N=90) / Wiele możliwych odpowiedzi.

Poszukiwanie płynów smakowych poza głównym obiegiem w przypadku zakazu ich sprzedaży

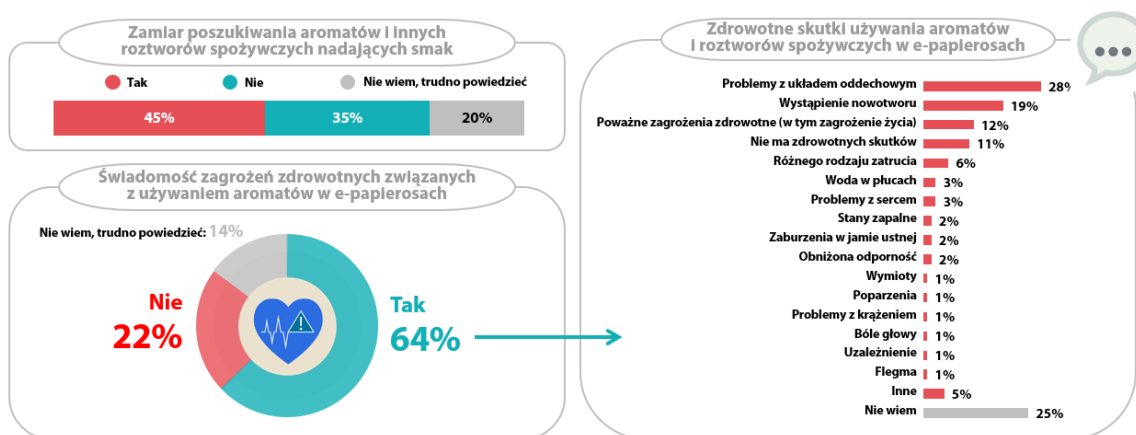
Prawie 3 na 10 badanych (27%) poszukiwałoby smakowych płynów poza głównym obiegiem, gdyby sprzedaż płynów smakowych do e-papierosów została zakazana. Młodzi dorośli użytkownicy e-papierosów zapytani o miejsca, w których szukaliby takich produktów, najczęściej wskazują: sklepy (38%), znajomych/przyjaciół (34%) oraz platformę Allegro (24%). Badani wskazując potencjalne źródło zakupu średnio podawali 1,3 kanały zakupu.



Wykres 25. Czy w przypadku zakazu sprzedaży płynów smakowych do e-papierosów, poszukiwał/a/by Pan/i smakowych płynów poza głównym obiegiem? Podstawa: Wszyscy badani. Wykres 26. Gdzie szukał/a/by Pan/i płynów smakowych? Podstawa: Wszyscy badani / Wiele możliwych odpowiedzi.

Używanie aromatów i innych roztworów spożywczych jako płynu do e-papierosów i świadomość związanych z tym zagrożeń zdrowotnych

Spośród 27% badanych, którzy poszukiwaliby smakowych płynów poza głównym obiegiem blisko połowa z nich (45%) w przypadku zakazu sprzedaży płynów smakowych do e-papierosów poszukiwałaby na polskim rynku aromatów spożywczych i innych roztworów nadających smak – i to pomimo ogólnej świadomości zagrożeń zdrowotnych związanych z wykorzystywaniem takich aromatów w e-papierosach (64%). Według badanych, najczęstsze skutki zdrowotne używania aromatów w e-papierosach to problemy z układem oddechowym, zwłaszcza z płucami, oraz ryzyko rozwoju nowotworów.



Wykres 27. A czy w takiej sytuacji szukał/a/by Pan/i na polskim rynku aromatów spożywczych i innych roztworów nadających smak? Podstawa: Osoby deklarujące zamiar poszukiwania płynów smakowych poza głównym obiegiem w przypadku zakazu ich sprzedaży (N=166). Wykres 28. Czy wie Pan/i jakie zagrożenie zdrowotne powoduje użycie roztworów nadających smak innym cieczom, a nie nadającym się do użycia w e-papierosie? Podstawa: Osoby deklarujące zamiar poszukiwania aromatów spożywczych i innych roztworów nadających smak w przypadku zakazu sprzedaży płynów smakowych (N=166). Wykres 29. A wg Pana/i wiedzy, jakie są zdrowotne skutki używania w e-papierosach tego typu płynów, nie nadających się do użycia w e-papierosie? Podstawa: Osoby deklarujące świadomość zagrożeń zdrowotnych wynikających z używania roztworów nadających smak, a nie nadających się do użycia w e-papierosie (N=104) / Pytanie otwarte.

Załącznik 2

Wykaz aktów wykonawczych do Dyrektywy Tytoniowej:

1. **Decyzja wykonawcza Komisji (UE) 2015/2183 z dnia 24 listopada 2015 r. ustanawiająca wspólny format zgłaszania papierosów elektronicznych i pojemników zapasowych;**
2. Decyzja wykonawcza Komisji (UE) 2015/2186 z dnia 25 listopada 2015 r. ustanawiająca format przekazywania i udostępniania informacji o wyrobach tytoniowych;
3. Decyzja wykonawcza Komisji (UE) 2015/1842 z dnia 9 października 2015 r. w sprawie specyfikacji technicznych dotyczących układu, wyglądu i kształtu mieszanych ostrzeżeń zdrowotnych dla wyrobów tytoniowych do palenia;
4. Decyzja wykonawcza Komisji (UE) 2015/1735 z dnia 24 września 2015 r. w sprawie dokładnego umiejscowienia ostrzeżenia ogólnego i wiadomości informacyjnej na torebkach z tytoniem do samodzielnego skręcania papierosów;
5. **Decyzja wykonawcza Komisji (UE) 2016/586 z dnia 14 kwietnia 2016 r. w sprawie norm technicznych mechanizmu ponownego napełniania papierosów elektronicznych;**
6. Decyzja wykonawcza Komisji (UE) 2016/786 z dnia 18 maja 2016 r. określająca procedury dotyczące ustanowienia i działania niezależnego panelu doradczego wspierającego państwa członkowskie i Komisję przy ustalaniu, czy wyroby tytoniowe mają aromat charakterystyczny;
7. Decyzja wykonawcza Komisji (UE) 2016/787 z dnia 18 maja 2016 r. ustanawiająca wykaz priorytetowy podlegających zwiększonym obowiązkom sprawozdawczym dodatków zawartych w papierosach i tytoniu do samodzielnego skręcania papierosów;
8. Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2016/779 z dnia 18 maja 2016 r. ustanawiające jednolite zasady dotyczące procedur ustalania, czy dany wyrób tytoniowy ma aromat charakterystyczny;

9. Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2018/574 z dnia 15 grudnia 2017 r. w sprawie norm technicznych dotyczących ustanowienia i funkcjonowania systemu identyfikowalności wyrobów tytoniowych;
10. Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2018/573 z dnia 15 grudnia 2017 r. w sprawie głównych elementów umów w sprawie przechowywania danych zawieranych w ramach systemu identyfikowalności wyrobów tytoniowych;
11. Decyzja wykonawcza Komisji (UE) 2018/576 z dnia 15 grudnia 2017 r. w sprawie norm technicznych dotyczących zabezpieczeń umieszczanych na wyrobach tytoniowych;
12. Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2023/448 z dnia 1 marca 2023 r. zmieniające rozporządzenie wykonawcze (UE) 2018/574 w sprawie norm technicznych dotyczących ustanowienia i funkcjonowania systemu identyfikowalności wyrobów tytoniowych.

Załącznik 3

Dodatkowe tabele i wykresy związane z analizą regresji logistycznej. Pominięto zmienne nieistotne statystycznie.

Deklarowane oszukiwanie w przypadku ograniczeń

Tabela 1. Deklarowane oszukiwanie w przypadku ograniczeń a płeć respondentów

Płeć	Deklarowane oszukiwanie w przypadku ograniczeń
kobieta	246 67,96%
mężczyzna	116 32,04%
N	362

Pierwszy wiersz zawiera częstotliwości; drugi wiersz zawiera wartości procentowe.

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 2. Deklarowane oszukiwanie w przypadku ograniczeń a regularne kupowanie e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany

Regularne kupowanie e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany (0=nie, 1=tak)	Deklarowane oszukiwanie w przypadku ograniczeń
1	1
0	162

1	44,75%
	200
	55,25%
N	362

Pierwszy wiersz zawiera częstotliwości; drugi wiersz zawiera wartości procentowe.
Źródło: Opracowanie własne

Tabela 3. Deklarowane oszukiwanie w przypadku ograniczeń a regularne kupowanie e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi katridżami

Regularne kupowanie e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi katridżami (0=nie, 1=tak)	Deklarowane oszukiwanie w przypadku ograniczeń
	1
0	24 66,30%
1	122 33,70%
N	362

Pierwszy wiersz zawiera częstotliwości; drugi wiersz zawiera wartości procentowe.
Źródło: Opracowanie własne

Rozważanie niestandardowych zakupów

Tabela 4. Rozważanie niestandardowych zakupów a wiek respondentów

wiek	Rozważanie niestandardowych zakupów

	1
16	1
	0,26%
18	12
	3,11%
19	20
	5,18%
20	34
	8,81%
21	50
	12,95%
22	40
	10,36%
23	43
	11,14%
24	80
	20,73%
25	42
	10,88%
26	64
	16,58%
N	386

Pierwszy wiersz zawiera częstotliwości; drugi wiersz zawiera wartości procentowe.
 Źródło: Opracowanie własne

Tabela 5. Rozważanie niestandardowych zakupów a regularne kupowanie e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany

Regularne kupowanie e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany (0=nie, 1=tak)	Rozważanie niestandardowych zakupów
	1
0	180 46,63%
1	206 53,37%
N	386

Pierwszy wiersz zawiera częstotliwości; drugi wiersz zawiera wartości procentowe.

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 6. Rozważanie niestandardowych zakupów a regularne kupowanie e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami

Regularne kupowanie e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi kartridżami (0=nie, 1=tak)	Rozważanie niestandardowych zakupów
	1
0	253 65,54%
1	133 34,46%
Total	386

Pierwszy wiersz zawiera częstotliwości; drugi wiersz zawiera wartości procentowe.

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 7. Rozważanie niestandardowych zakupów a wykształcenie respondentów

wykształcenie	Rozważanie niestandardowych zakupów
	1
Podstawowe/gimnazjalne	23 5,96%
Zawodowe	21 5,44%
Średnie	204 52,85%
Wyższe (tytuł licencjata, magistra lub wyższy)	138 35,75%
N	386

Pierwszy wiersz zawiera częstotliwości; drugi wiersz zawiera wartości procentowe.
Źródło: Opracowanie własne

Tabela 8. Rozważanie niestandardowych zakupów a średni miesięczny dochód

Średni miesięczny dochód netto w gospodarstwie domowym	Rozważanie niestandardowych zakupów
	1
Poniżej 2000 zł	9 2,76%
2001 – 4000 zł	57 17,48%
4001 – 6000 zł	73 22,39%
6001 – 8000 zł	59 18,10%
8001 – 10 000zł	64

	19,63%
Powyżej 10 000zł	64
	19,63%
N	326

Pierwszy wiersz zawiera częstotliwości; drugi wiersz zawiera wartości procentowe.
Źródło: Opracowanie własne

Tabela 9. Szerokie ujęcie bycia „oszustem” a płeć respondenta

płeć	Szerokie ujęcie bycia “oszustem”
	1
kobieta	155
	66,52%
mężczyzna	78
	33,48%
N	233

Pierwszy wiersz zawiera częstotliwości; drugi wiersz zawiera wartości procentowe.
Źródło: Opracowanie własne

Tabela 10. Szerokie ujęcie bycia „oszustem” a regularne kupowanie e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany

Regularne kupowanie e-papierosów z płynem (liquidem) do samodzielnej wymiany (0=nie, 1=tak)	Szerokie ujęcie bycia “oszustem”
	1
0	106
	45,49%
1	127

	54,51%
N	233

Pierwszy wiersz zawiera częstotliwości; drugi wiersz zawiera wartości procentowe.
Źródło: Opracowanie własne

Tabela 11. Szerokie ujęcie bycia „oszustem” a regularne kupowanie e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi katridżami

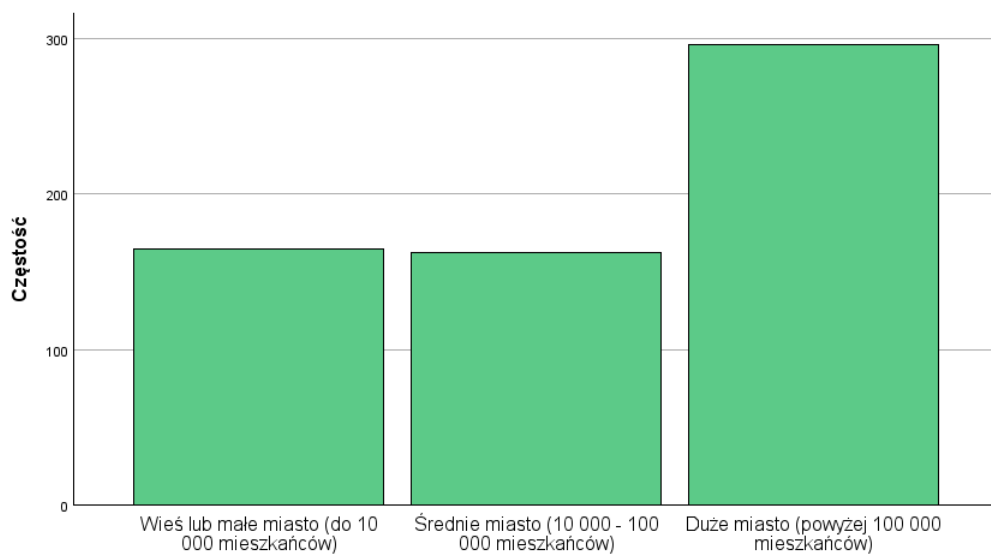
Regularne kupowanie e-papierosów z baterią wielokrotnego ładowania oraz jednorazowymi katridżami (0=nie, 1=tak)	Szerokie ujęcie bycia „oszustem”
	1
0	157 67,38%
1	76 32,62%
N	233

Pierwszy wiersz zawiera częstotliwości; drugi wiersz zawiera wartości procentowe.
Źródło: Opracowanie własne

Wykresy

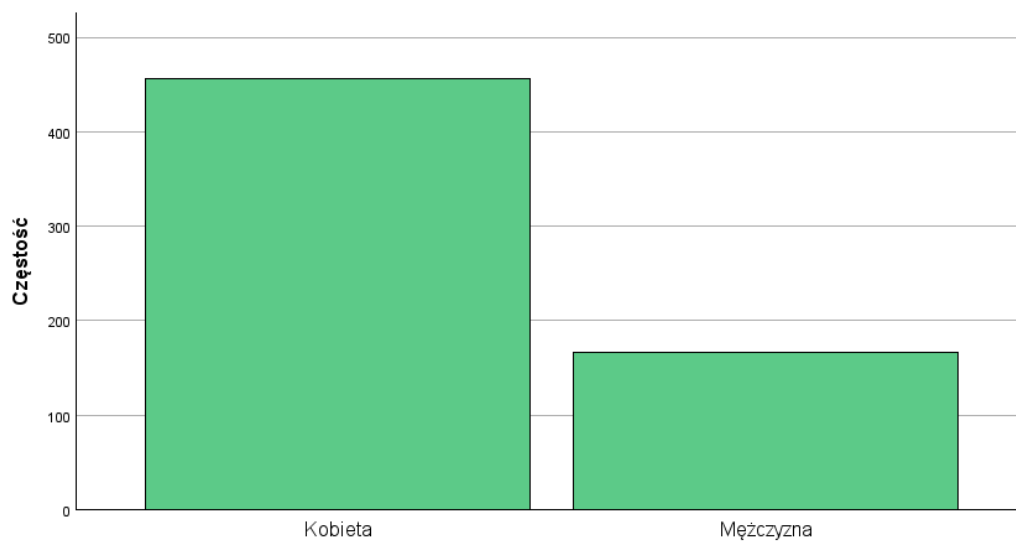
Charakterystyka respondentów.

Wykres 1. Wielkość miejsca zamieszkania respondentów



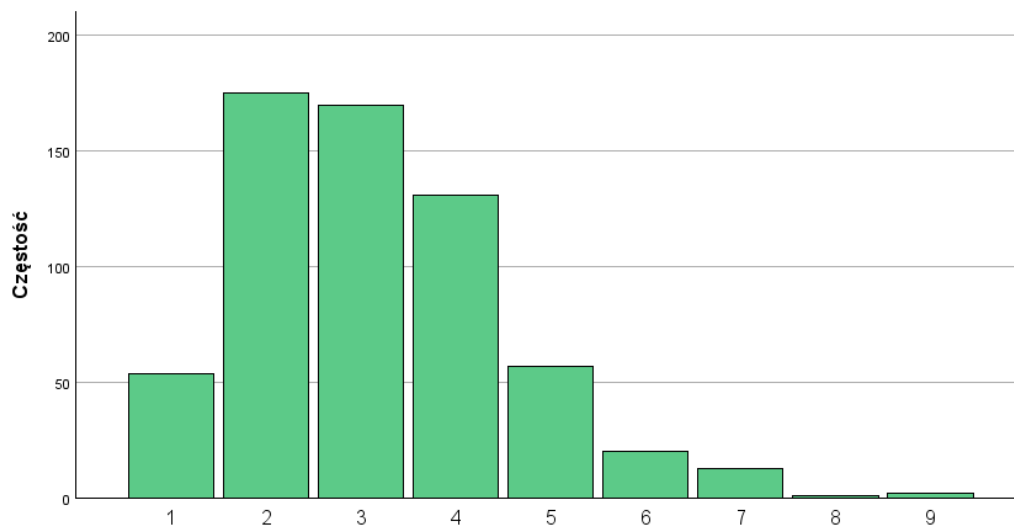
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 2. Płeć respondentów



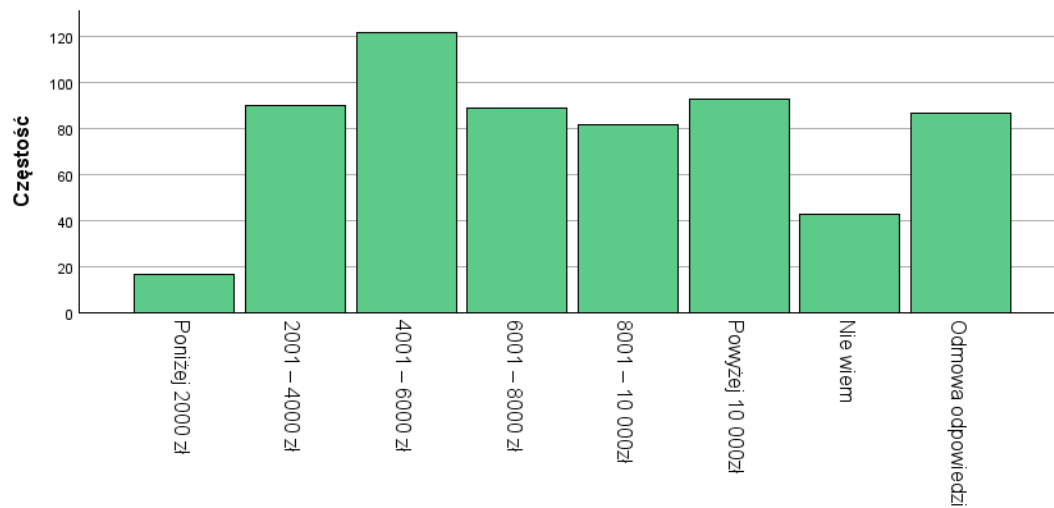
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 3. Wielkość gospodarstwa domowego



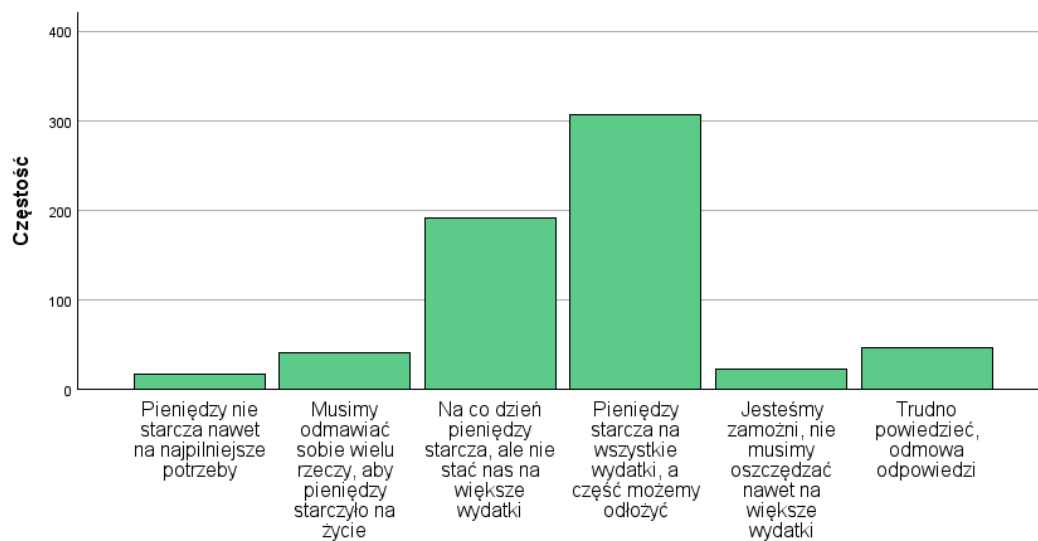
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 4. Średni miesięczny dochód netto w gospodarstwie domowym respondenta



Źródło: Opracowanie własne

Wykres 5. Subiektywna ocena osobistej sytuacji finansowej respondenta

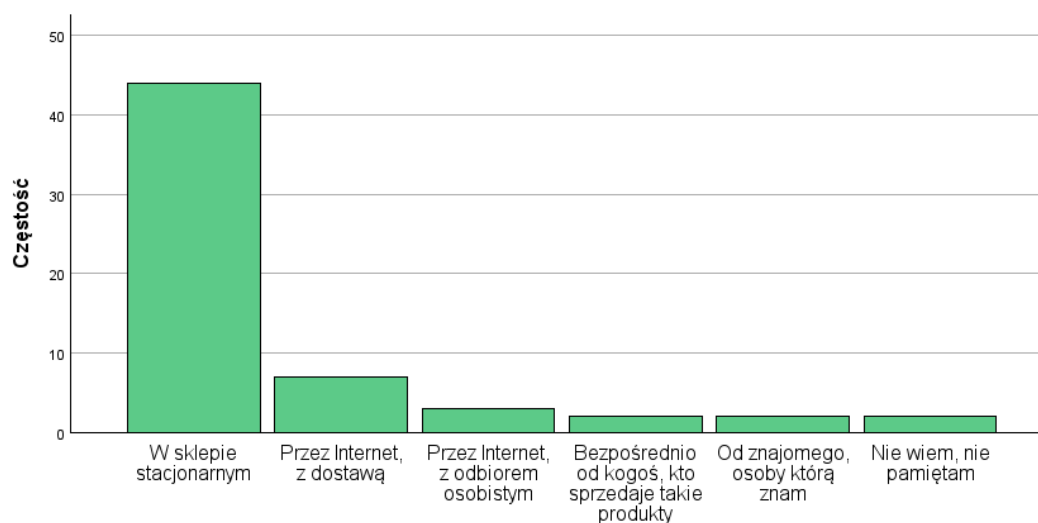


Źródło: Opracowanie własne

Dodatkowe wykresy

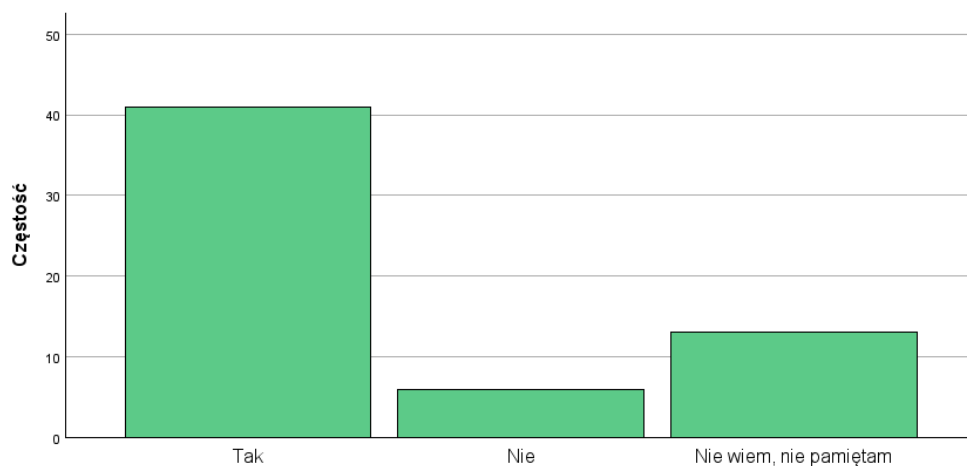
Ostatnie miejsce zakupu e-papierosów oraz deklaracja, czy produkt ten miał baderolę

Wykres 6. Ostatnie miejsce zakupu wymiennych wkładów (podów, katridżów) zawierających płyn do e-papierosów



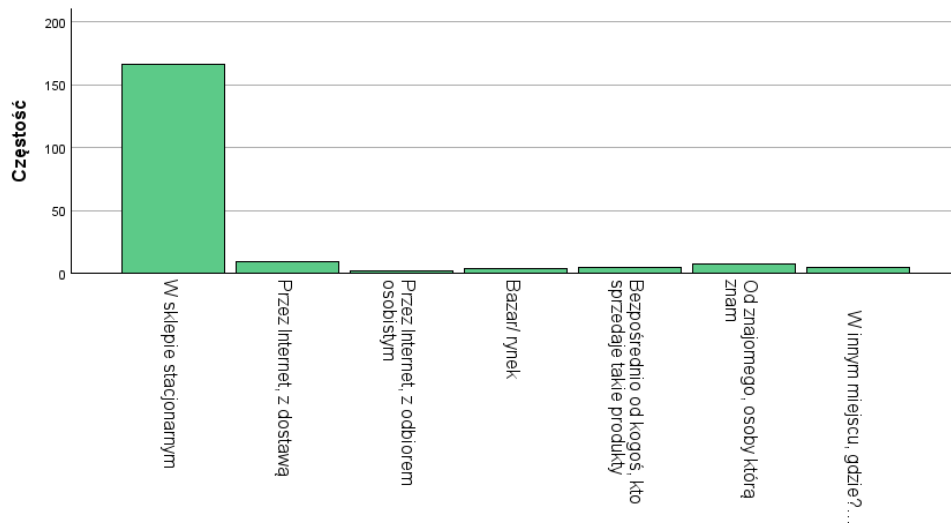
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 7. Odpowiedź na pytanie, czy ostatnio kupiony wymienny wkład (pod, katridż) zawierający płyn do e-papierosów miał banderolę



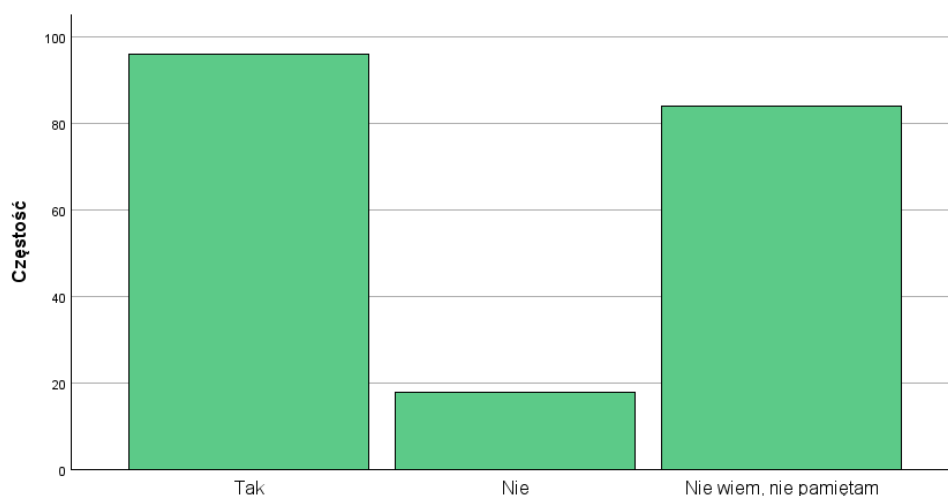
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 8. Ostatnie miejsce zakupu e-papierosów jednorazowego użytku



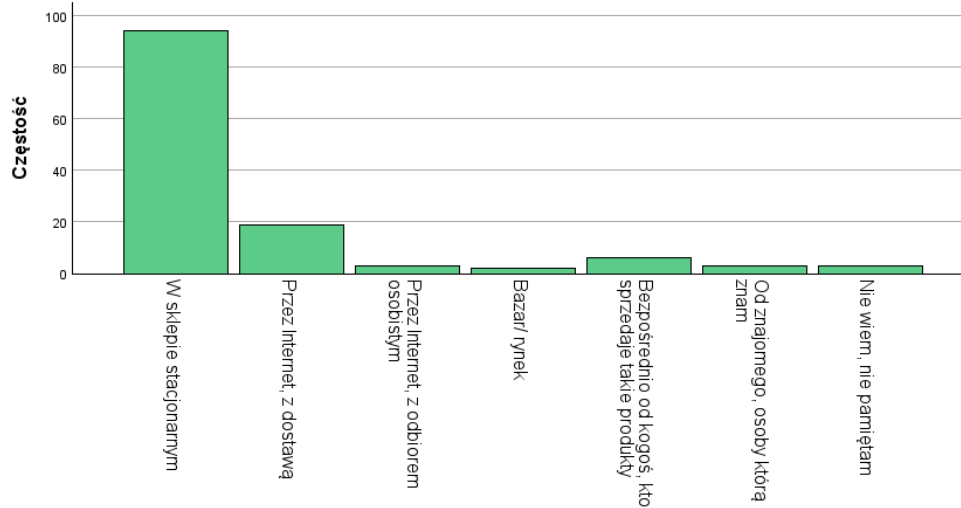
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 9. Odpowiedź na pytanie, czy ostatnio kupiony e-papieros jednorazowego użytku miał banderolę



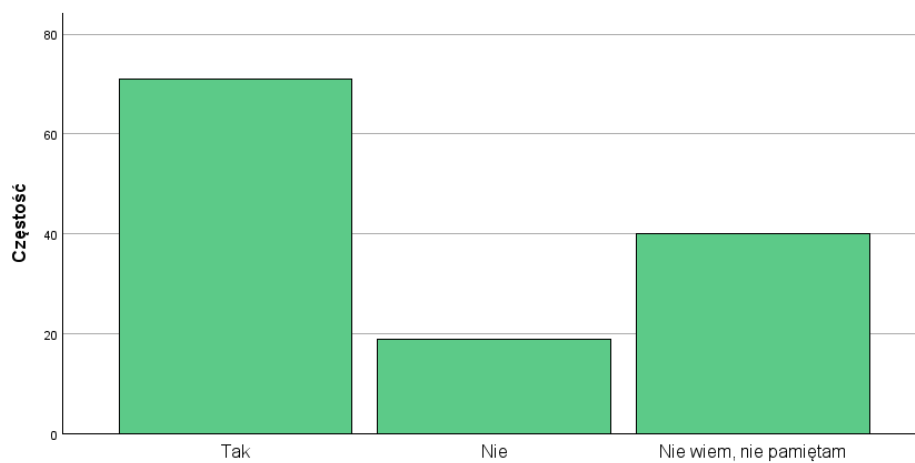
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 10. Ostatnie miejsce zakupu płynów (liquidów) do e-papierosów do samodzielnej wymiany



Źródło: Opracowanie własne

Wykres 11. Odpowiedź na pytanie, czy ostatnio kupiony płyn (liquid) do e-papierosów do samodzielnej wymiany miał banderolę



Źródło: Opracowanie własne

Autorzy

Opracowanie zostało sporządzone przez zespół ekspertów Instytutu Finansów Publicznych oraz Instytutu Odpowiedzialnych Finansów.

Głównymi autorami opracowania i obliczeń szacunku rozmiaru szarej strefy na rynku elektronicznych papierosów, sporządzonego w oparciu o badanie ankietowe: zwyczaje zakupowe i konsumpcyjne młodych dorosłych w kategorii e-papierosów zrealizowane metodą CAWI przez firmę OpinionWay, są:

Prof. dr hab. Janusz Kudła jest pracownikiem Wydziału Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego. Jego zainteresowania naukowe obejmują ekonomię opodatkowania (w szczególności: teorię uchylania się od opodatkowania, międzynarodową konkurencję podatkową oraz opodatkowanie rodzin i spadków) oraz badania empiryczne dotyczące zastosowań instrumentów finansowych w gospodarce oraz wpływu polityki podatkowej na zjawiska gospodarcze. Jest autorem kilkudziesięciu książek i artykułów naukowych polskich i zagranicznych dotyczących ekonomii opodatkowania.

Barbara Błaszczak jest doktorantką w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego w dyscyplinie nauki prawne. Absolwentka Finance, International Investment and Accounting na Wydziale Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego oraz prawa na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Ukończyła również Szkołę Prawa Niemieckiego i Europejskiego na Wydziale Prawa i Administracji UW oraz na Wydziale Nauk o Państwie i Prawie Reńskiego Uniwersytetu Fryderyka Wilhelma w Bonn. Wielokrotna stypendystka i laureatka nagród związanych z jej aktywnością badawczą. Jest autorką kilkunastu publikacji naukowych. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół tematyki podatków, ekonomii opodatkowania, prawa podatkowego, publicznego prawa finansowego oraz ekonomicznej analizy prawa.



Instytut Finansów Publicznych jest niezależnym ośrodkiem ekspercko-analitycznym działającym na rzecz pożytku publicznego, a w ramach prowadzonej działalności zajmuje się m.in. opracowaniem analiz ekonomicznych, w szczególności w zakresie skutków regulacji publicznoprawnych. Instytut reprezentuje interes społeczeństwa i obywateli oraz aktywnie uczestniczy w debacie publicznej. Nasze główne cele to m.in. monitoring stanu finansów publicznych, fact-checking i przeciwdziałanie populizmowi w życiu publicznym oraz wspieranie demokracji, praworządności i społeczeństwa obywatelskiego.

Raporty, analizy, publikacje oraz wydarzenia Instytutu znajdują się na stronie www.ifp.org.pl.



Misją i głównym celem Instytutu Odpowiedzialnych Finansów jest budowa środowiska, w którym instytucje finansowe służą podnoszeniu poziomu życia współczesnego społeczeństwa bez pomnażania zagrożeń dla przyszłych pokoleń. Naszym dążeniem jest informowanie, inspirowanie i promowanie standardów ograniczających nieodpowiedzialne zachowania oraz propagowanie zasad i reguł odpowiedzialnych finansów w sektorze bankowym, ubezpieczeniowym i inwestycyjnym oraz w sektorze publicznym