

Raport z badania ankietowego przeprowadzonego przez Federację Konsumentów, dotyczącego wiedzy i opinii konsumentów na temat e-papierosów

Copyright© 2014 Federacja Konsumentów

Raport Federacji Konsumentów dotyczący e-papierosów

Palenie papierosów jest jednym z najpowszechniejszych nałogów. Pomimo że liczne badania od wielu lat jednoznacznie potwierdzają szkodliwość tego rodzaju używek, nadal jeszcze miliony ludzi na całym świecie codziennie sięgają po produkty tytoniowe. Warto jednak podkreślić, że obecnie problem palenia nie ogranicza się jedynie do korzystania z papierosów konwencjonalnych. Od kilku lat coraz większą popularność zyskują bowiem tzw. e-papierosy. Urządzenia te zgodnie z zamysłem ich producentów mają stanowić rozwiązanie alternatywne względem tradycyjnych wyrobów tytoniowych.

Podstawowym elementem tego rodzaju produktów jest tzw. liquid – płyn zawierający między innymi glikol, glicerynę i w wielu wypadkach nikotynę. Substancje te są podgrzewane wewnątrz e-papierosa do temperatury, która zmienia ich stan skupienia na lotny. Palacz wdycha więc parę zawierającą substancje wchodzące w skład liquidu.

Tego typu urządzenia od kilku lat zyskują na popularności. Pomimo że e-papierosy stały się powszechnie dostępne, do tej pory w ustawodawstwie krajowym nie stworzono satysfakcjonujących ram legislacyjnych regulujących kwestie dotyczące elektronicznych papierosów. W aktualnym stanie prawnym brakuje m.in. rozwiązań kontrolnych, wyznaczenia ogólnych norm bezpieczeństwa, regulacji dotyczących składu liquidów, informacji na opakowaniu, a także sankcji zabezpieczających przestrzeganie standardów produkcyjnych. Co więcej, w polskim porządku prawnym dotychczas nie uregulowano również powszechnie obowiązujących przepisów określających kwestie korzystania z tego rodzaju produktów przez osoby nieletnie, a także wyznaczających ogólne standardy używania e-papierosów w przestrzeni publicznej. Kontrola ogranicza się do obowiązku przedstawienia przez sprzedawcę karty charakterystyki produktu, czyli w zasadzie instrukcji obsługi.

Mając świadomość wszystkich powyższych faktów, Federacja Konsumentów przeprowadziła badanie ankietowe związane z użytkowaniem e-papierosów **ukierunkowane na poznanie stanu wiedzy i przekonań konsumentów**. Badanie ankietowe przeprowadziły wszystkie oddziały FK w całej Polsce. Anonimowa ankieta została wręczona 1500 osobom, wypełniło ją 1165 osób.

Badanie opinii społecznej dotyczyło trzech głównych obszarów problemowych:

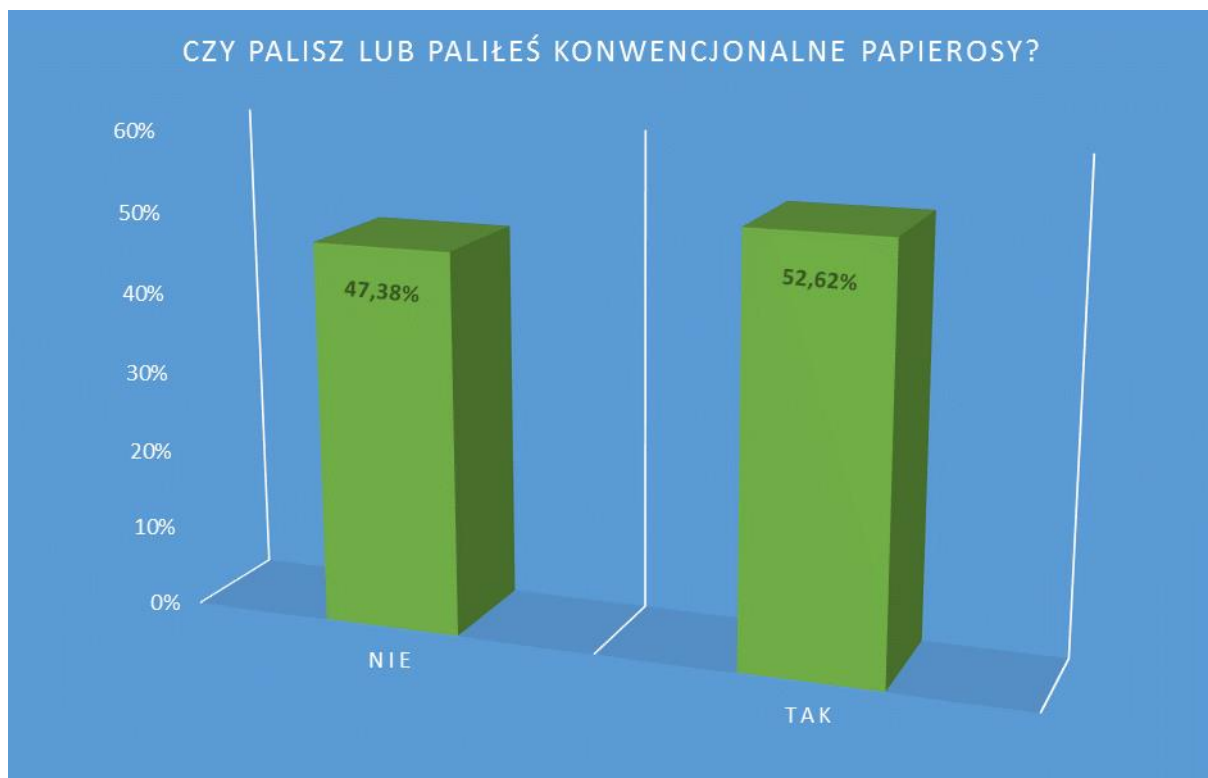
- a) roli e-papierosów w procesie ograniczania negatywnych skutków palenia tytoniu,
- b) poziomu wiedzy konsumentów na temat tego typu produktów,
- c) oczekiwanego przez konsumentów sposobu prawnego uregulowania zasad, na jakich funkcjonować powinny e-papierosy.

Przeprowadzona ankieta może być przyczynkiem do rozpoczęcia szerszej debaty na temat legislacyjnego uregulowania kwestii związanych z e-papierosami. Uzyskane wyniki mogą również okazać się użytecznym narzędziem w procesie identyfikacji głównych obszarów wymagających uregulowania prawnego, wzmocnionych działań informacyjnych i edukacyjnych skierowanych do konsumentów.

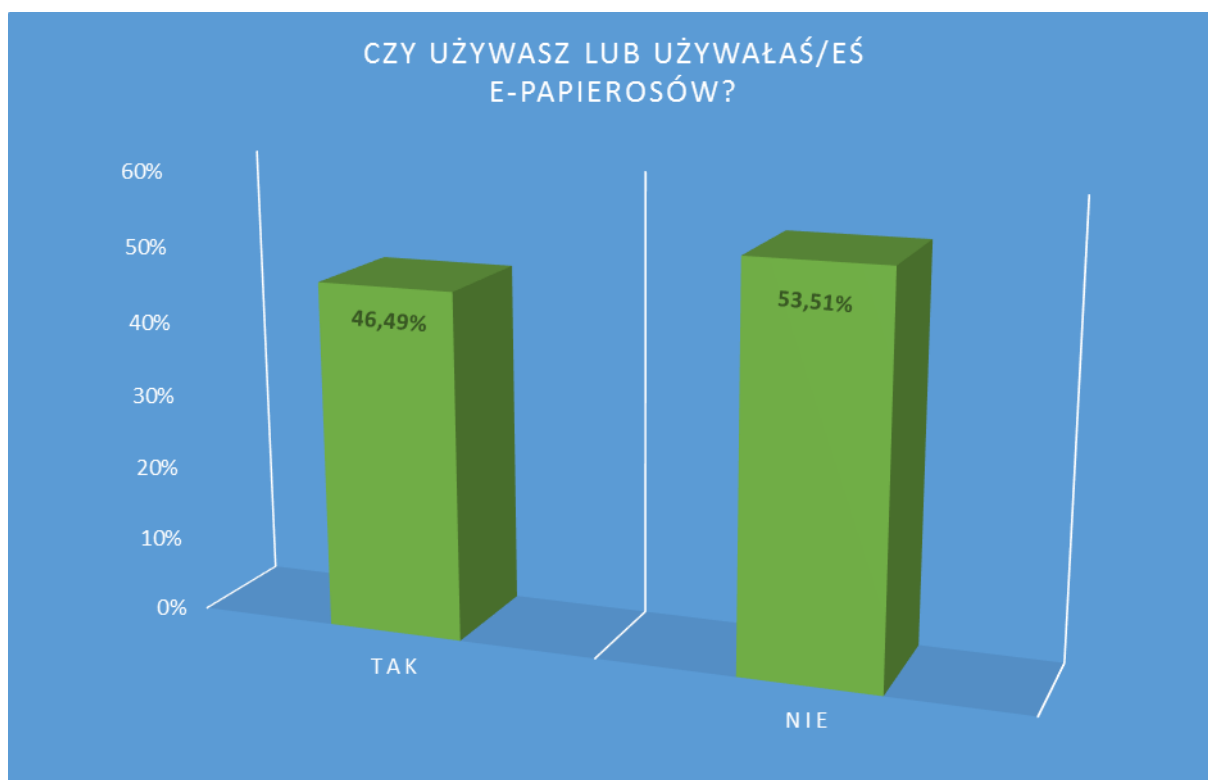
Poszczególne obszary badawcze zostały omówione zgodnie z chronologią przyjętą w badaniu ankietowym.

1. E-papierosy jako element polityki ograniczania negatywnych skutków palenia tytoniu

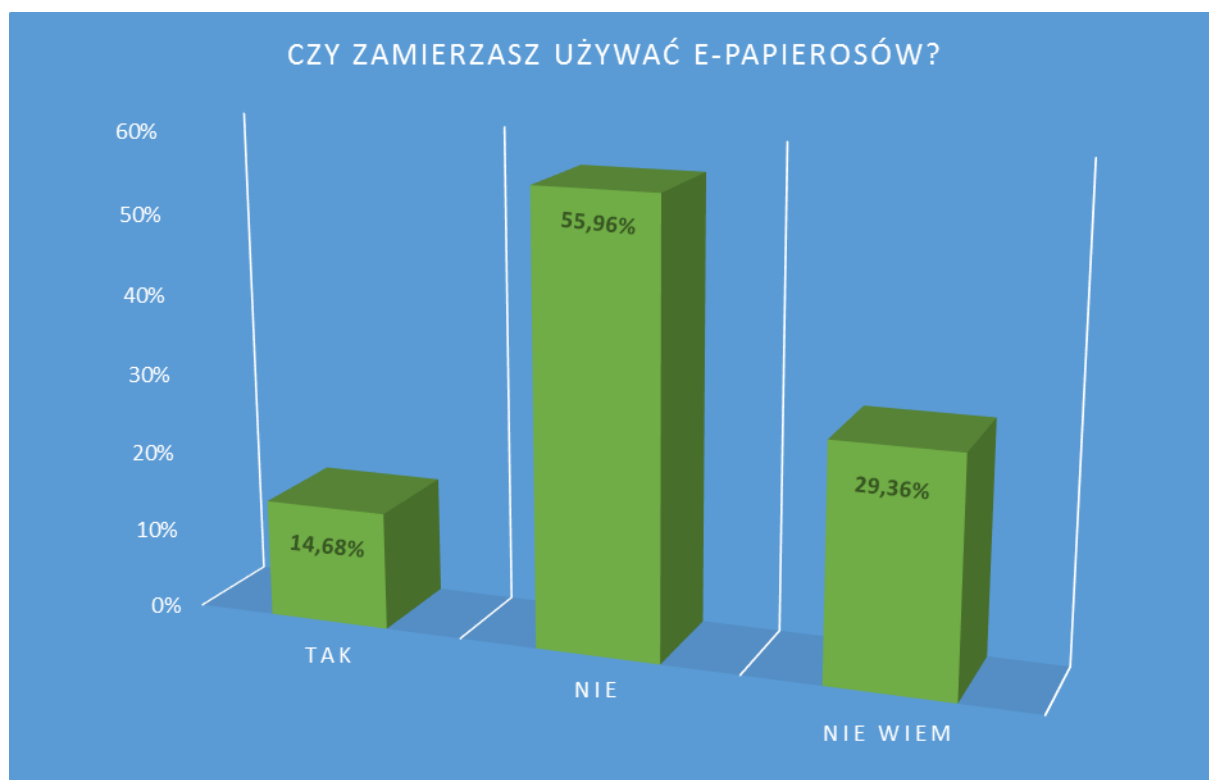
Badaniem ankietowym objęto zarówno osoby palące papierosy konwencjonalne, jak i konsumentów, którzy nie korzystali dotychczas z produktów tytoniowych. Wśród respondentów znalazło się odpowiednio 52,62% palaczy i 47,38% osób niepalących. Dobrana w ten sposób grupa badawcza pozwoliła uzyskać obiektywne spojrzenie konsumentów na problem funkcjonowania i uregulowania problematyki e-papierosów, niezależnie od ich dotychczasowych doświadczeń z produktami tytoniowymi.



Wśród ankietowanych 53,51% respondentów nie używało do tej pory e-papierosów (46,49% używało).



Na podstawie powyższych wyników wyodrębniona została grupa respondentów, która korzystała dotychczas z tradycyjnych wyrobów tytoniowych, jednak nie miała styczności z e-papierosami. Osoby te zostały poddane dodatkowemu badaniu ukierunkowanemu na poznanie ich opinii dotyczącej potencjalnej możliwości rozpoczęcia używania tego rodzaju urządzeń. Odpowiedzi respondentów zostały przedstawione w formie zamieszczonego poniżej wykresu.



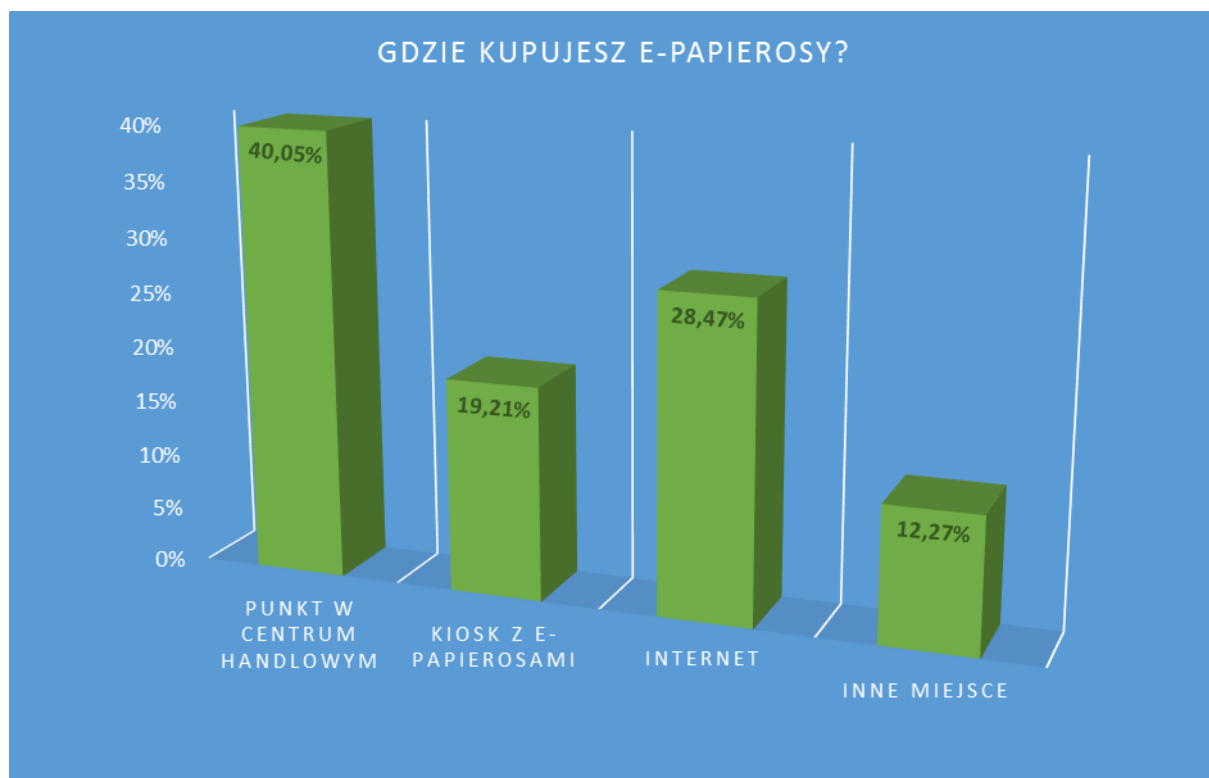
Ponad połowa ankietowanych, obecnie lub w przeszłości palących tradycyjne papierosy, zadeklarowała, że nie zamierza rozpocząć używania e-papierosów (prawie 56%). Dane te wskazują, że wśród użytkowników tradycyjnych wyrobów tytoniowych nie występuje znaczne zainteresowanie tego rodzaju produktami. Wyniki dalszej części badania mogą sugerować brak wiedzy konsumentów o e-papierosach. Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, iż istotna statystycznie grupa respondentów (blisko 30% ankietowanych) nie udzieliła w tym przypadku jednoznacznej odpowiedzi. Na podstawie tych wyników możemy domniemywać, że w przyszłości przekonania konsumentów w tym zakresie mogą ulec zmianie.

Dodatkowemu badaniu została również poddana grupa konsumentów, która korzysta lub korzystała z e-papierosów. Respondenci ci odpowiedzieli na pytania ukierunkowane na poznanie ich preferencji i zwyczajów nabywczych dotyczących tego rodzaju produktów. Pierwsze z badanych w tym kontekście zagadnień dotyczyło sprecyzowania marek e-papierosów, z jakich korzystają lub korzystali ankieterzy. Uzyskane wyniki zostały zobrazowane na zamieszczonym poniżej wykresie.

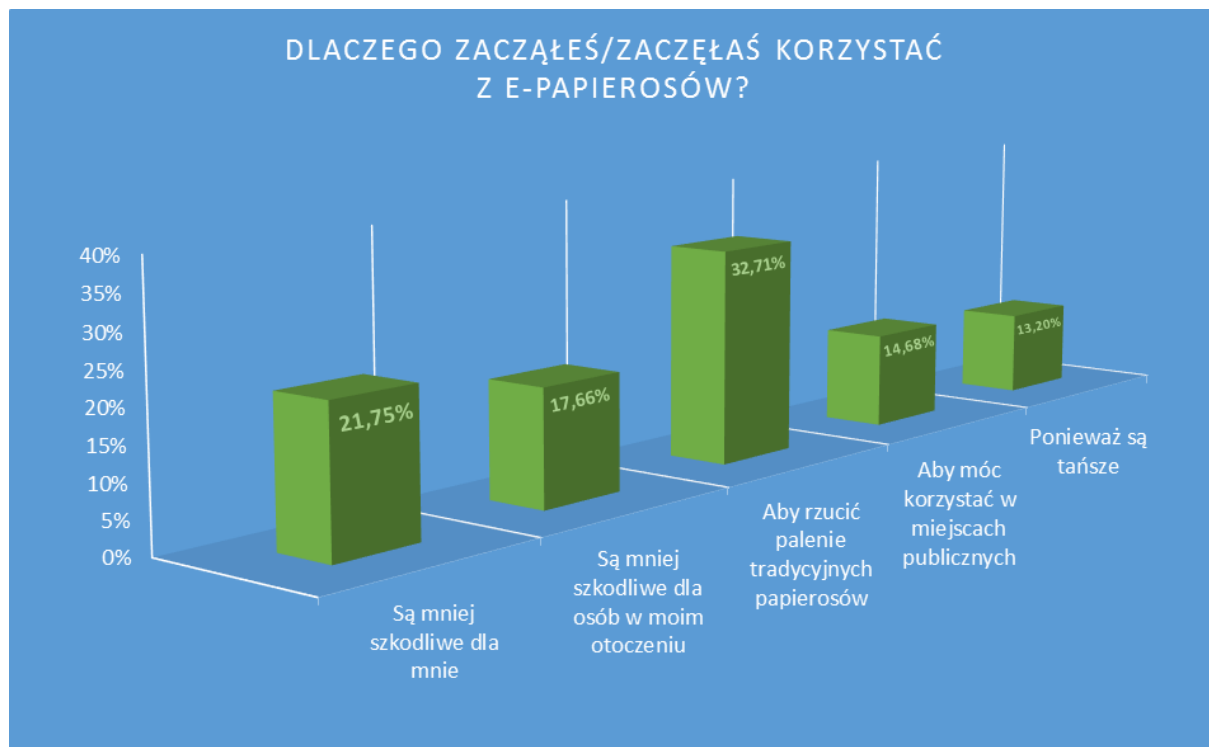


Jak wynika z powyższego zestawienia zdecydowana większość respondentów (prawie 72%) nie była w stanie wskazać marki e-papierosów, z jakich korzysta lub korzystała. Dane te pokazują, że konsumenci nie przywiązują dużej wagi do tej kwestii. Fakt ten może wskazywać m.in. na niską skuteczność działań marketingowych prowadzonych przez producentów i sprzedawców tego rodzaju produktów. W świetle powyższych danych uzasadnione wydaje się stwierdzenie, że konsumenci traktują e-papierosy jako pewnego rodzaju zbiorczą kategorię towarów, a nie produkty charakteryzujące się indywidualną specyfiką i cechami wyróżniającymi. Co więcej, na podstawie uzyskanych wyników uzasadnione wydaje się również stwierdzenie, że wśród użytkowników e-papierosów marginalne znaczenie będzie odgrywać zjawisko lojalności konsumenta względem określonej marki produktów (charakterystyczne dla wielu użytkowników tradycyjnych produktów tytoniowych). Co istotne, zjawisko takie potwierdza również fakt, że aż 7% ankieterów zadeklarowało, że korzysta z produktów różnych producentów.

Badaniem ukierunkowanym na poznanie preferencji nabywczych konsumentów zostało również objęte zagadnienie miejsca, w jakim ankietowani kupowali e-papierosy. Zgodnie z uzyskanymi przez Federację Konsumentów wynikami 40% respondentów tego typu produkty kupuje w wyspecjalizowanych punktach znajdujących się na terenach centrów handlowych. Istotny udział w rynku ma również dystrybucja prowadzona za pośrednictwem Internetu (28,47% odpowiedzi) i kiosków z e-papierosami poza centrami handlowymi (19,21% odpowiedzi). Wyniki te wskazują na fakt, że konsumenci preferują dokonywanie zakupów tego rodzaju produktów w wyspecjalizowanych sklepach. Co za tym idzie, należy stwierdzić, że funkcjonująca obecnie sieć dystrybucji ma charakter wąskiej specjalizacji.



Grupa konsumentów, która korzystała już z e-papierosów została również poddana dodatkowemu badaniu ukierunkowanemu na poznanie powodów, dla których ankietowani rozpoczęli korzystanie z e-papierosów. Uzyskane wyniki zostały przedstawione w formie zamieszczonego poniżej wykresu.



Chęć rzucenia tradycyjnych papierosów była dominującym powodem wskazanym przez badanych – prawie 33%. Wynik ten wskazuje, że większość ankietowanych postrzega e-papierosy jako środek, który ma wspomagać proces wyjścia z nałogu. Co szczególnie istotne, prawie 22% ankietowanych jako główny powód wskazało mniejszą szkodliwość dla siebie, natomiast blisko 18% brało pod uwagę wpływ papierosów na otoczenie. Mniejsza szkodliwość dla otoczenia jest przez konsumentów rozumiana jako brak efektu biernego palenia w przypadku e-papierosów. Warto zatem podkreślić, że ponad 72% respondentów, rozpoczynając używanie e-papierosów, kierowało się powodami związanymi z szeroko rozumianą ochroną zdrowia. Co istotne, statystycznie zdecydowanie mniejsze znaczenie miały względy finansowe, a także brak ograniczeń charakterystycznych dla tradycyjnych papierosów – możliwość korzystania z e-papierosów w miejscach publicznych wskazało niecałe 15% respondentów.

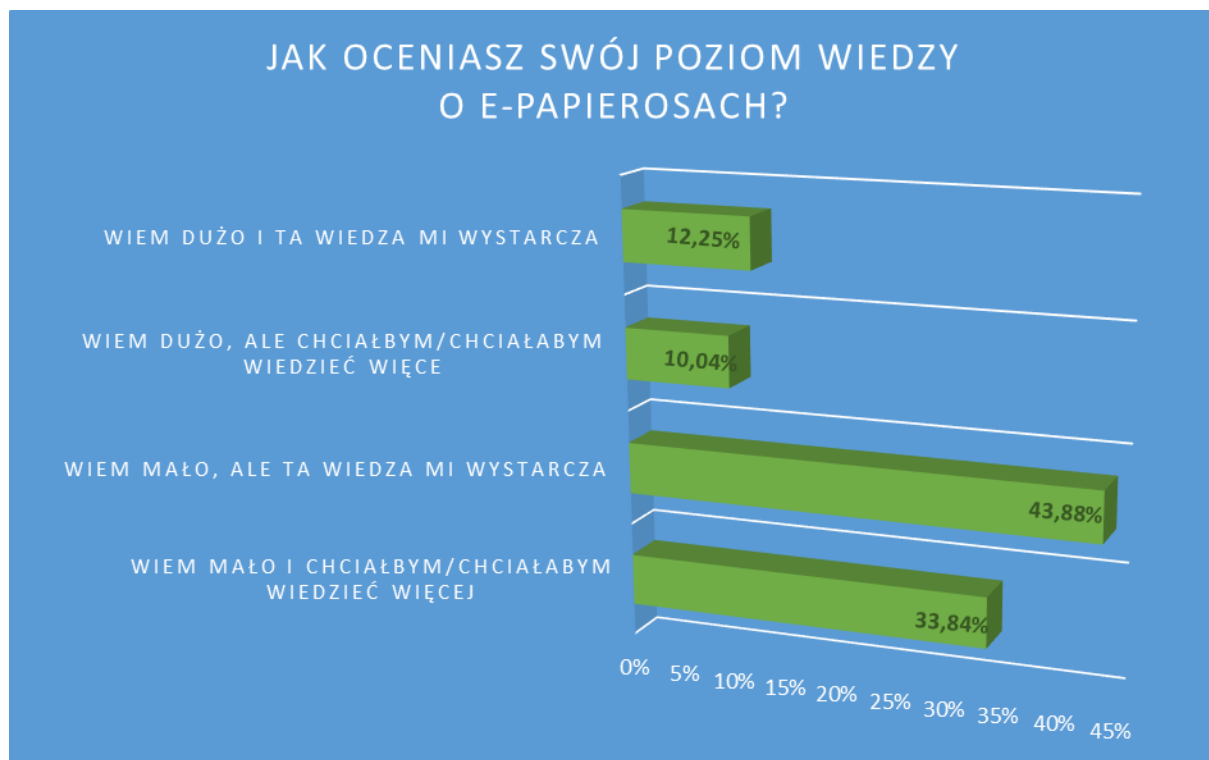
Przedmiotem prezentowanego badania był również wpływ e-papierosów na korzystanie z tradycyjnych produktów tytoniowych. Uzyskane wyniki wskazują, że 39,29% ankietowanych ograniczyło używanie tradycyjnych papierosów, natomiast 26,65% całkowicie przestało je palić. Rezultaty te wskazują, że e-papierosy mogą wspomagać stopniowe odchodzenie od korzystania z tradycyjnych papierosów. Jednak, jak pokazuje badanie ankietowe, nie zawsze, bo aż 17,58% ankietowanych wskazało, że e-papierosy w żadnym zakresie nie wpłynęły na częstotliwość korzystania przez nich z tradycyjnych produktów tytoniowych.



W świetle uzyskanych wyników szczególnie niepokojący jest również fakt, iż 16,48% ankietowanych stwierdziło, że przed sięgnięciem po e-papierosy wcześniej nie korzystało z tradycyjnych produktów tytoniowych. Istnieje zatem duża grupa konsumentów, która – pomimo że nie była wcześniej uzależniona od papierosów konwencjonalnych – sięgnęła po e-papierosy. Odrębną kwestią, wymagającą przeprowadzenia pogłębionych badań, jest odpowiedź na pytanie, co wpłynęło na podjęcie przez nich takiej decyzji.

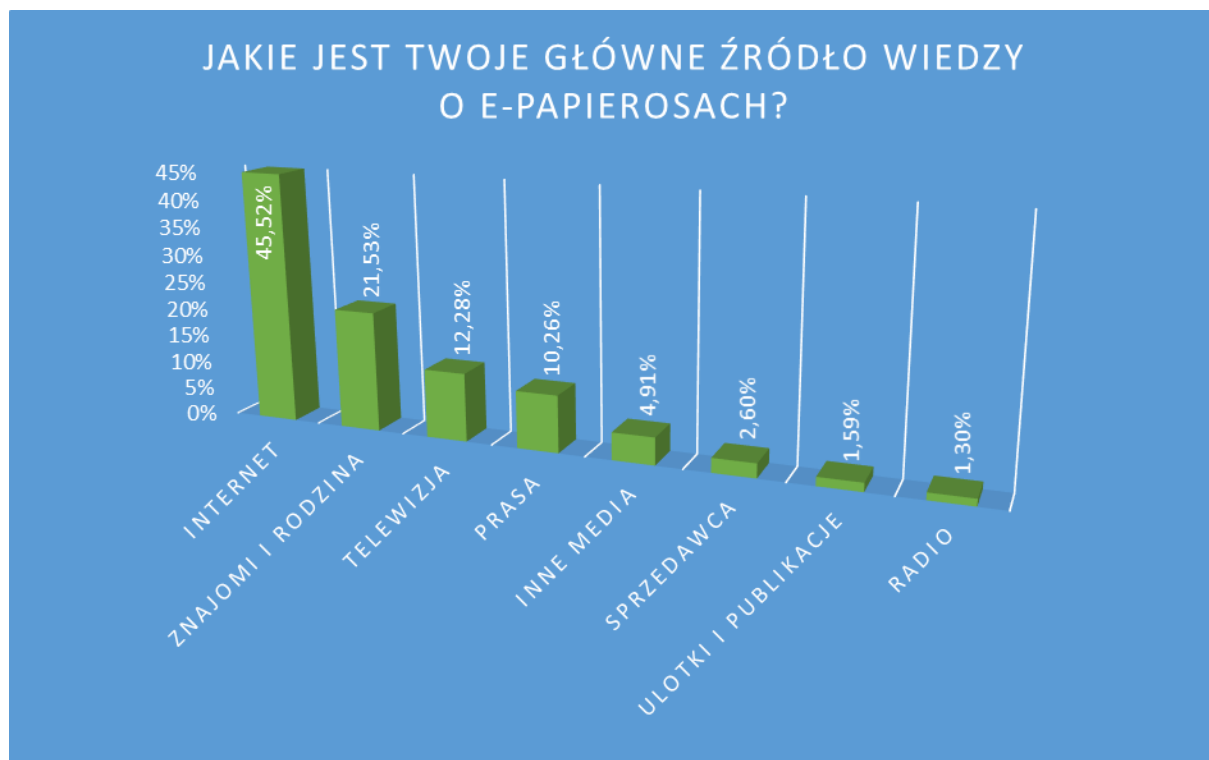
2. Poziom wiedzy konsumentów na temat e-papierosów

Kolejna część przeprowadzonej przez Federację Konsumentów ankiety została poświęcona zagadnieniu poziomu i jakości wiedzy, jaką konsumenci dysponują na temat e-papierosów. Pierwszym elementem poddanym analizie była autoocena respondentów w zakresie wiedzy posiadanej na temat tego rodzaju produktów. Uzyskane wyniki zostały przedstawione w formie zamieszczonego poniżej wykresu.



Sumaryczna analiza przedstawionych powyżej danych wskazuje, że prawie 78% ankietowanych oceniło swój stan wiedzy na temat e-papierosów jako niewysoki. Odpowiedzi te potwierdzają tym samym, że pomimo coraz większej dostępności i popularności tego rodzaju produktów wiedza użytkowników na ich temat utrzymuje się ciągle na niskim poziomie. Niepokojący wydaje się w tym kontekście fakt, że prawie 44 % ankietowanych – pomimo świadomości, że posiadają niewiele informacji na temat e-papierosów – nie wykazuje zainteresowania dalszym poszerzaniem swojej wiedzy w tym obszarze. Co za tym idzie, przełamanie tego rodzaju biernej postawy może okazać się jednym z najpoważniejszych wyzwań związanych z popularyzowaniem wiedzy dotyczącej tych produktów.

Kolejną kwestią poddaną analizie w ramach przeprowadzanego przez Federację Konsumentów badania było zidentyfikowanie najpopularniejszych źródeł informacyjnych wykorzystywanych przez konsumentów w procesie zdobywania wiadomości dotyczących e-papierosów. Uzyskane wyniki zostały przedstawione w formie zamieszczonego poniżej wykresu.



Odpowiedzi ankietowanych wskazują na zdecydowany prymat Internetu jako podstawowego źródła informacji o e-papierosach (prawie 46% wskazań). Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, że niezwykle ważną rolę odgrywa dla badanych także bezpośrednia wymiana wiedzy w kręgach rodzinnych i koleżeńskich (blisko 22%). Zdecydowana dominacja wyżej wymienionych źródeł może jednak budzić pewien niepokój dotyczący jakości uzyskiwanych w ten sposób informacji. Trzeba bowiem zwrócić uwagę na fakt, że w przypadku obu omawianych w tym miejscu form poszerzania wiedzy występuje wysoki stopień ryzyka zniekształcenia informacji, a także przekazywania ich w formie niepełnej lub błędnej. Co za tym idzie, zjawisko to może wpływać na utrzymanie, a nawet pogłębianie niskiego poziomu wiedzy występującego wśród konsumentów. Korzystanie wyłącznie z tego rodzaju źródeł informacyjnych może skutkować utrwalaniem w społeczeństwie błędnych przekonań odnoszących się zarówno do korzyści, jak i niebezpieczeństw związanych z korzystaniem z e-papierosów. Wskazuje to także na konieczność podejmowania działań edukacyjnych skierowanych do konsumentów.

W świetle uzyskanych wyników niepokojący wydaje się również fakt stosunkowo niskiego udziału tradycyjnych mediów w procesie informacyjnym (odpowiednio: telewizja 12,28%, prasa 10,26%, radio 1,30%). Co więcej, znikomy jest również zakres oddziaływania ulotek i publikacji informacyjnych (1,59 %). Dane te wskazują, że w polskiej przestrzeni publicznej brakuje łatwo dostępnych materiałów i kampanii edukacyjnych dotyczących przedstawianej problematyki. Ponadto w świetle danych, które obrazują niski poziom wiedzy konsumentów, zasadny wydaje się wniosek, że temat ten mógłby być częściej podejmowany przez media. Działania takie nie tylko zwiększyłyby poziom wiedzy konsumentów, ale także mogłyby wzmocnić realizację informacyjnej i edukacyjnej misji telewizji, prasy i radia.

Kolejne pytanie, jakie zostało zadane ankietowanym, związane było z funkcjonowaniem popularnych opinii dotyczących e-papierosów. Co istotne, katalog 7 odpowiedzi, jakie zostały przedstawione respondentom, zawierał również stanowiska wzajemnie się wykluczające. Uzyskane wyniki zostały przedstawione w formie zamieszczonego poniżej wykresu.



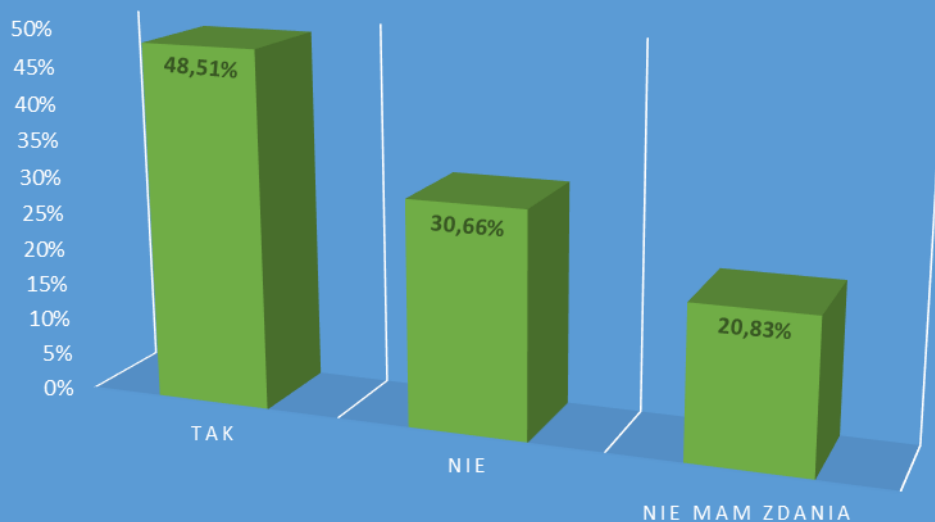
Zdecydowanie najczęstszym stwierdzeniem wskazywanym przez ankietowanych była opinia, że nikotyna powoduje raka. Za stanowiskiem tym opowiedziało się prawie 34% respondentów. Jednocześnie blisko 13% ankietowanych było przeciwnego zdania. Podobne

dysproporcje można zaobserwować również w odniesieniu do opinii konsumentów na temat bezpieczeństwa e-papierosów. Prawie 13% respondentów uważa, że funkcjonujące na polskim rynku produkty nie gwarantują bezpieczeństwa. Przeciwnego zdania jest niecałe 7% badanych. Co wymaga jednak podkreślenia, zdaniem wielu ankietowanych e-papierosy są środkiem bezpieczniejszym niż konwencjonalne produkty tytoniowe (ponad 16% odpowiedzi). Omawiane badanie wskazało również, że znaczna część konsumentów uważa, że produkty te nie powodują biernego palenia (prawie 12% odpowiedzi) – wątpliwości co do ich wpływu na otoczenie wyraziło 6% respondentów.

Na podstawie przedstawionych powyżej wyników można wnioskować, że konsumenci nie mają ugruntowanej wiedzy dotyczącej funkcjonowania i oddziaływania na ludzi e-papierosów. Jedyną odpowiedzią wyraźnie wyróżniającą się w omawianym pytaniu było przekonanie, że nikotyna powoduje raka. Sumaryczne spojrzenie na przedstawiane w tym miejscu odpowiedzi wskazuje jednak również, że respondenci w blisko 53% wyborów wskazywali na odpowiedzi zawierające elementy sugerujące szkodliwość lub brak bezpieczeństwa e-papierosów. Jednocześnie znaczna grupa badanych (ponad 16%) zgodziła się z twierdzeniem, że produkty te są bezpieczniejsze niż papierosy konwencjonalne. Warto jednak podkreślić, że znaczne rozbieżności w udzielanych przez konsumentów odpowiedziach potwierdzają tezę, zgodnie z którą ankietowani nie dysponują ugruntowaną wiedzą na temat rzeczywistego wpływu e-papierosów na zdrowie ich użytkowników.

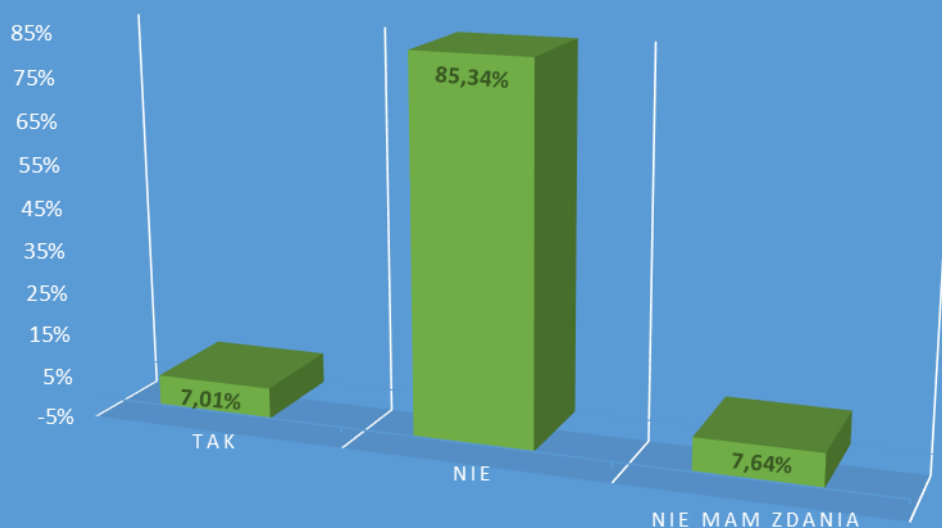
Jak wcześniej wspomniano, uzyskane wyniki wskazują, że wśród ankietowanych występuje wiele rozbieżnych i często wzajemnie wykluczających się opinii dotyczących oceny oddziaływania e-papierosów na organizm człowieka. Wątpliwości te mogłyby być rozstrzygnięte na podstawie przeprowadzonych obiektywnych i wiarygodnych badań klinicznych. Większość ankietowanych (48,51% odpowiedzi) wskazała, że jest zainteresowana poznaniem rezultatów tego rodzaju badań. Jednocześnie trzeba wyraźnie podkreślić, że 30,66% ankietowanych jednoznacznie wskazało, że nie są zainteresowani poznawaniem wyników tego rodzaju badań (prawie 21% respondentów nie miała na ten temat zdania). Prawie połowa ankietowanych chce wiedzieć więcej na temat wyników badań dotyczących wpływu e-papierosów na zdrowie człowieka. Stąd można wyciągnąć wniosek, że badania kliniczne dotyczące problematyki e-papierosów spotkać się mogą z dużym zainteresowaniem społecznym.

CZY JESTEŚ ZAINTERESOWANY WYNIKAMI BADAŃ KLINICZNYCH DOTYCZĄCYCH SKUTKÓW UŻYTKOWANIA E-PAPIEROSÓW?



Za tezę potwierdzającą potrzebę przeprowadzenia stosownych badań medycznych przemawia również fakt, że aż 85,34 % respondentów wskazała, że do tej pory nigdy nie zetknęła się z tego rodzaju wynikami. Jednocześnie odpowiedź potwierdzającą znajomość rezultatów tego rodzaju prac udzieliło jedynie 7% respondentów. W świetle powyższych wyników w pełni uzasadnione wydaje się twierdzenie, zgodnie z którym badania naukowe przeprowadzane w związku z funkcjonowaniem e-papierosów nie są powszechnie znane wśród konsumentów. Fakt ten może zatem przemawiać nie tylko za potrzebą prowadzenia tego typu badań, ale przede wszystkim za rozpropagowaniem uzyskanych wyników.

CZY KIEDYKOLWIEK ZETKNAŁEŚ/ZETKNEŁAŚ SIĘ Z WYNIKAMI BADAŃ KLINICZNYCH DOT. E-PAPIEROSÓW?



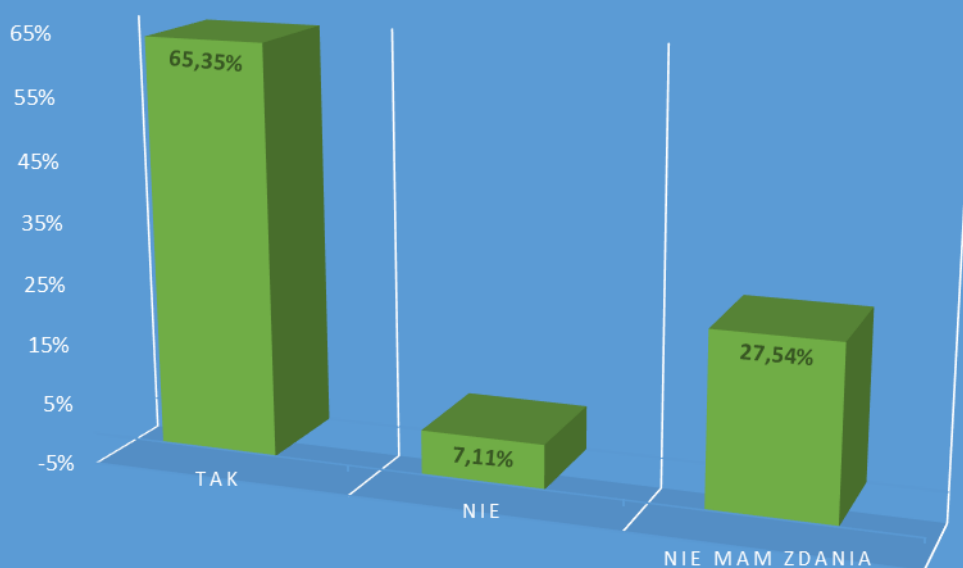
3. Opinia konsumentów na temat regulacji e - papierosów

Ostatni obszar badawczy dotyczył opinii konsumentów na temat regulacji prawnych związanych z rynkiem e-papierosów.

Wstępna grupa pytań, jaka została w tym zakresie skierowana do respondentów, dotyczyła problemu ukształtowania zasad określających bezpieczeństwo tego rodzaju produktów.

Pierwszą kwestią, jaka została poddana ocenie, była opinia konsumentów na temat konieczności wyznaczenia legislacyjnych standardów, jakie powinny spełniać e-papierosy. Uzyskane wyniki wskazują, że 65,35% ankietowanych opowiedziało się za koniecznością wprowadzenia ogólnych norm bezpieczeństwa dla tego rodzaju towarów. Warto podkreślić, że przeciwko takiej propozycji wystąpiło jedynie 7,11% konsumentów. Na podstawie uzyskanych rezultatów należy również stwierdzić, że istotną grupą są respondenci, którzy nie zajęli stanowiska względem omawianego zagadnienia (odpowiedź: „nie mam zdania” wybrało aż 27,54% ankietowanych).

CZY RZĄD POWINIEN WPROWADZIĆ STANDARDY BEZPIECZEŃSTWA PRODUKTU DLA E-PAPIEROSÓW?

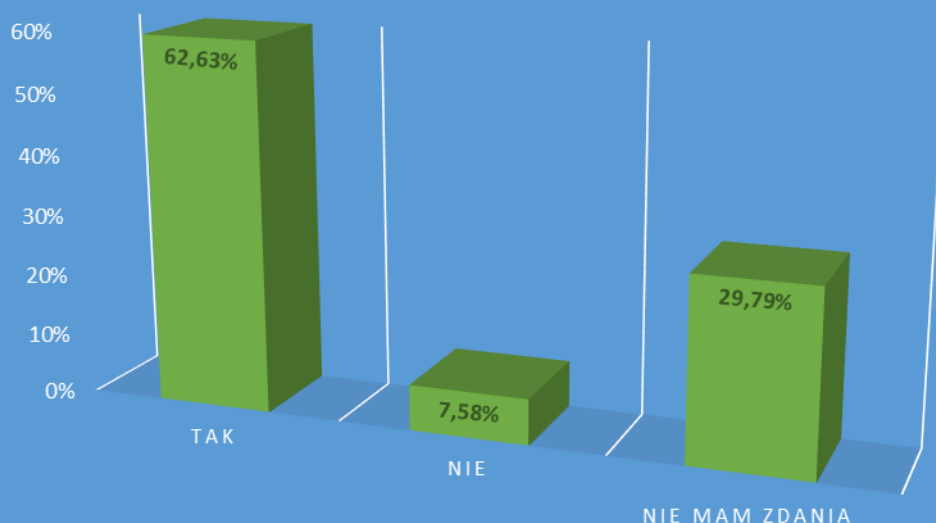


Omawiane wyniki wskazują, że zdecydowana większość konsumentów widzi konieczność wyznaczenia norm bezpieczeństwa dla tego rodzaju produktów i normy te powinny mieć charakter powszechnie obowiązujący.

Jednocześnie konieczne wydaje się zwrócenie uwagi na znaczną grupę osób, które - odpowiadając na to pytanie – nie zajęły stanowiska. Warto jednak podkreślić, że w świetle wcześniej omówionych wyników dotyczących niskiego poziomu wiedzy konsumentów o e-papierosach, rezultaty te mogą być związane z pewną dezorientacją respondentów w zakresie obecnego uregulowania i funkcjonowania tych produktów.

Kolejne pytanie związane z kwestią bezpieczeństwa e-papierosów dotyczyło wyznaczenia norm określających maksymalny poziom składników znajdujących się w liquidach. Uzyskane rezultaty zostały poniżej przedstawione w formie graficznej.

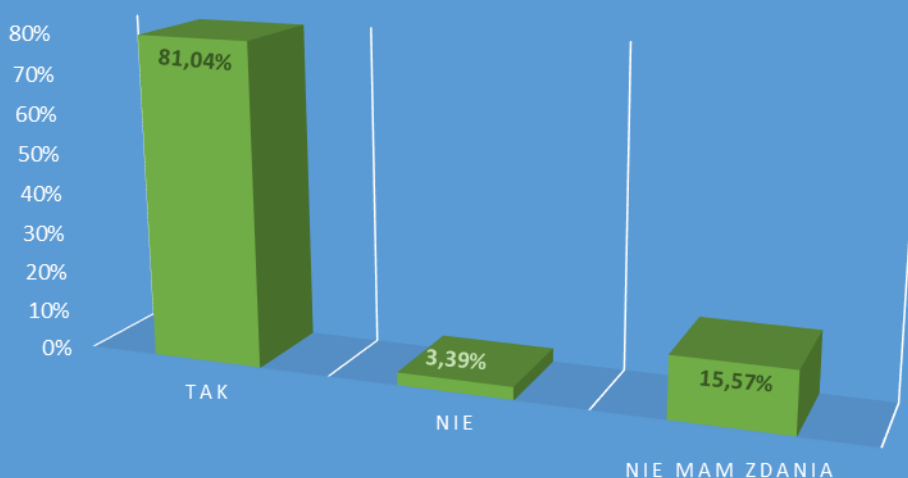
CZY RZĄD POWINIEN OKREŚLIĆ MAKSYMALNE POZIOMY SUBSTANCJI ZAWARTYCH W LIQUIDACH DLA E-PAPIEROSÓW?



Jak wynika z przytoczonego wykresu, zdecydowana większość respondentów opowiedziała się za koniecznością ogólnego, legislacyjnego uregulowania standardów funkcjonowania tego rodzaju produktów. Jednocześnie, podobnie jak w poprzednio omówionym pytaniu, znaczna część ankietowanych uchyliła się od zajęcia jednoznacznego stanowiska w tej sprawie (prawie 30%).

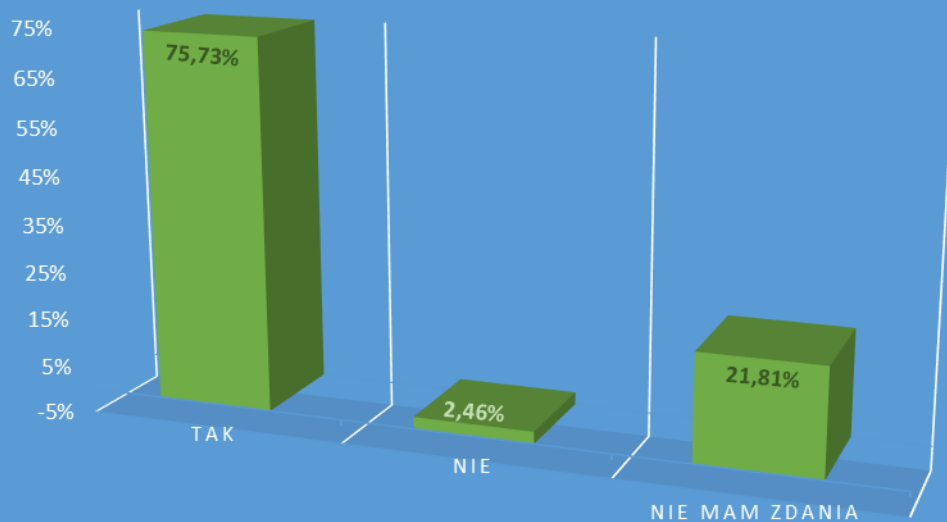
W trakcie badania opinii konsumentów na temat bezpieczeństwa e-papierosów respondenci zostali również zapytani, czy na producentach tego rodzaju towarów powinien spoczywać obowiązek przeprowadzania kontroli ich jakości i dokumentowania procedur produkcyjnych? W odniesieniu do omawianego zagadnienia zdecydowana większość ankietowanych (81%) jednoznacznie poparła konieczność nałożenia na przedsiębiorców takiego obowiązku. Warto również podkreślić, że przeciwko takiemu rozwiązaniu opowiedziało się jedynie 3,39% respondentów. Co za tym idzie, uzasadnione wydaje się stwierdzenie, że wśród konsumentów zdecydowanie dominuje pogląd, zgodnie z którym producenci e-papierosów powinni podejmować działania autokontrolne, a także dokumentować przeprowadzane procedury produkcyjne.

CZY PRODUCENCI E-PAPIEROSÓW POWINNI BYĆ ZOBOWIĄZANI DO WDROŻENIA SYSTEMU KONTROLI JAKOŚCI I DOKUMENTOWANIA PROCESU PRODUKCJI?



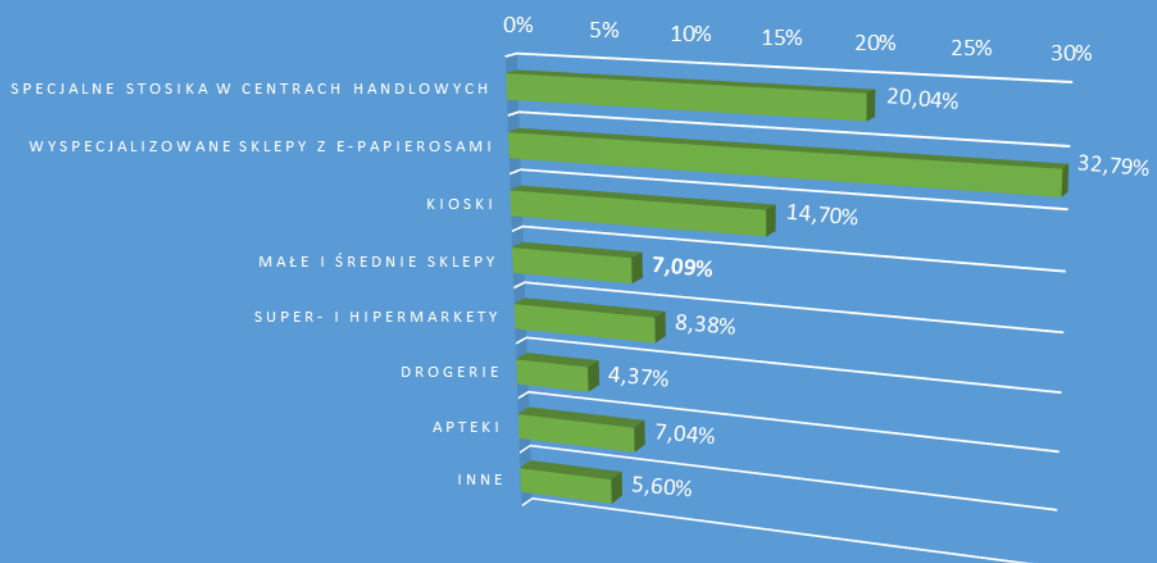
W odniesieniu do kwestii związanych z bezpieczeństwem e-papierosów istotne jest wyczerpujące informowanie konsumentów o składzie liquidów. Uzyskane wyniki wskazują, że 75,73% ankietowanych opowiedziało się za koniecznością umieszczenia stosownej etykiety informacyjnej na opakowaniach tych produktów. Przeciwno takiemu rozwiązaniu było jedynie 2,46 % ankietowanych. W świetle powyższych rezultatów należy stwierdzić, że umieszczanie tego rodzaju danych jest nie tylko akceptowane, ale także oczekiwane przez zdecydowaną większość konsumentów. Co za tym idzie, znaczne poparcie społeczne dla tego typu rozwiązań może być istotną wskazówką w procesie przygotowywania przyszłych ustaleń legislacyjnych dotyczących omawianego zagadnienia.

CZY INFORMACJA O SKŁADNIKACH LIQUIDU POWINNA BYĆ UMIESZCZONA NA OPAKOWANIU E-PAPIEROSÓW?



Analiza oczekiwanego przez konsumentów modelu uregulowania problematyki e-papierosów nie ograniczyła się wyłącznie do bezpieczeństwa tego rodzaju produktów. Kolejne pytanie zadane respondentom dotyczyło miejsc, w jakich powinny być one sprzedawane. Uzyskane wyniki zostały przedstawione w formie graficznej.

W JAKICH MIEJSCACH POWINNY BYĆ DOSTĘPNE/SPRZEDAWANE E-PAPIEROSY?

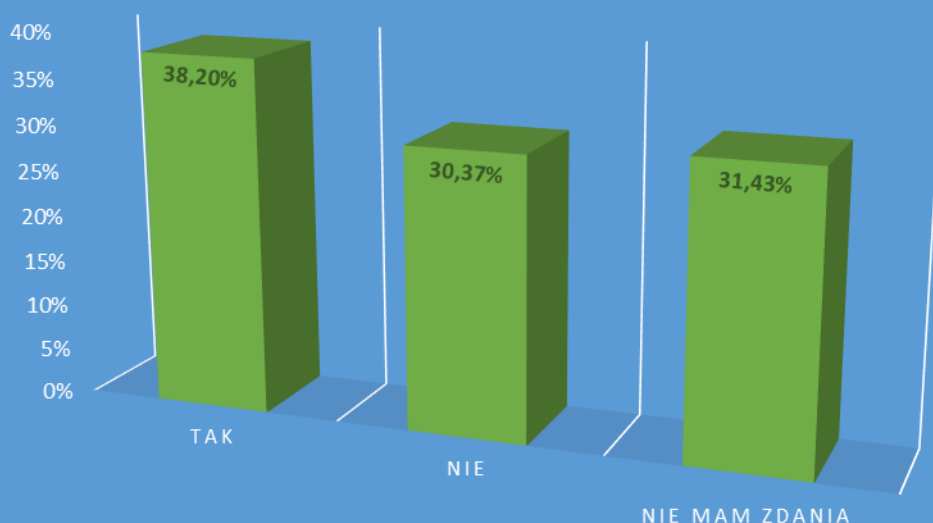


Przytoczone dane wskazują, że w opinii konsumentów sprzedaż e-papierosów powinna odbywać się przede wszystkim za pośrednictwem sklepów branżowych i wyspecjalizowanych stoisk znajdujących się w centrach handlowych. Odpowiedzi udzielone przez respondentów wskazują na tendencję, zgodnie z którą e-papierosy jako specyficzny rodzaj produktów konsumenckich powinny być oferowane w ramach wyspecjalizowanych kanałów dystrybucji (prawie 53% wskazań).

Warto również podkreślić, że na podstawie uzyskanych wyników można zauważyć tendencję do wyraźnego odrębnego postrzegania sieci dystrybucji e-papierosów i tradycyjnych produktów tytoniowych. Zjawisko to jest widoczne w kontekście faktu, że jedynie 14,70 % respondentów opowiedziało się za sprzedażą e-papierosów w kioskach – będących zwyczajowym miejscem nabywania tradycyjnych papierosów. Jednocześnie warto również zwrócić uwagę, że konsumenci – pomimo że uważają e-papierosy za produkty zdrowsze od tradycyjnych wyrobów tytoniowych, a także doceniają możliwość wykorzystania ich w procesie wychodzenia z nałogu – nie postrzegają ich jednocześnie jako środka leczniczego. Świadczyć o tym może fakt, że jedynie 7 % ankietowanych wskazało apteki jako miejsce właściwe do dystrybucji tego rodzaju towarów.

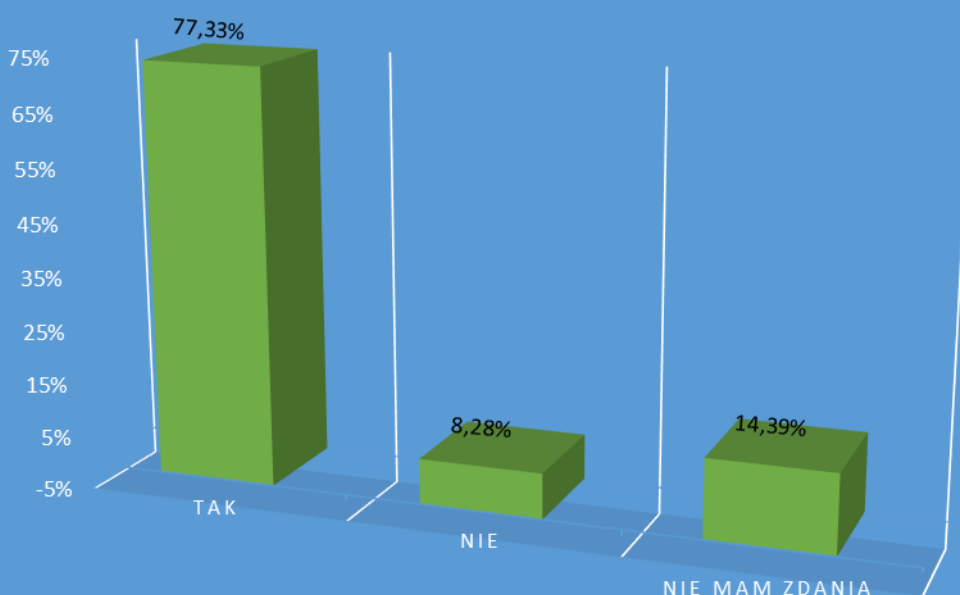
W przeprowadzonym badaniu poruszony został również problem objęcia e-papierosów podatkiem akcyzowym. Koncepcję taką poparło 38,20% ankietowanych. Przeciwnego zdania było 30,37% badanych, natomiast 31,43% respondentów nie miało zdania w tej kwestii. Wyniki te wskazują na fakt, że część konsumentów na płaszczyźnie *stricte* ekonomicznej uznaje e-papierosy za produkty tożsame z tradycyjnymi towarami tytoniowymi. Jednocześnie tendencja ta może świadczyć o fakcie, że cena tego rodzaju produktów nie ma dla ich nabywców decydującego znaczenia.

CZY NA E-PAPIEROSY POWINNA BYĆ NAŁOŻONA AKCYZA JAK NA KONWENCJONALNE WYROBY TYTONIOWE?



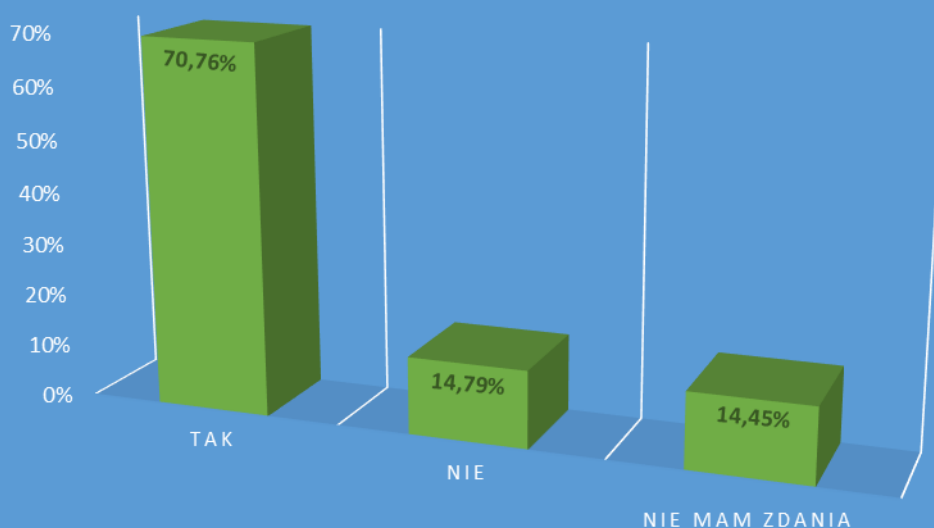
Kolejne pytanie przeprowadzonego badania dotyczyło niezwykle ważnej i budzącej kontrowersje kwestii, jaką jest umożliwienie dostępu do e-papierosów osobom nieletnim. Zdecydowana większość respondentów (77,33%) opowiedziała się za wprowadzeniem całkowitego zakazu sprzedaży tego rodzaju produktów osobom w wieku poniżej 18 roku życia. Przeciwno omawianej koncepcji wystąpiło jedynie 8,28% badanych. Wyniki te wskazują, że przeważająca liczba konsumentów nie chce, aby dzieci i młodzież miały możliwość korzystania z e-papierosów. Fakt ten potwierdza zatem tezę, że respondenci traktują te towary w sposób zbliżony do tradycyjnych produktów tytoniowych. Co istotne, na tak wysoki współczynnik społecznego poparcia zakazu sprzedaży e-papierosów osobom nieletnim może wpływać fakt, iż produkty te zyskują obecnie rosnącą popularność wśród młodzieży. Zjawisko to jest z kolei związane z brakiem uregulowania prawnego określającego te kwestie. Trzeba bowiem wyraźnie podkreślić, że w chwili obecnej młodzież ma łatwiejszy dostęp do e-papierosów niż do tradycyjnych produktów tytoniowych.

CZY RZĄD POWINIEN ZAKAZAĆ SPRZEDAŻY E-PAPIEROSÓW OSOBOM NIELETNIM?

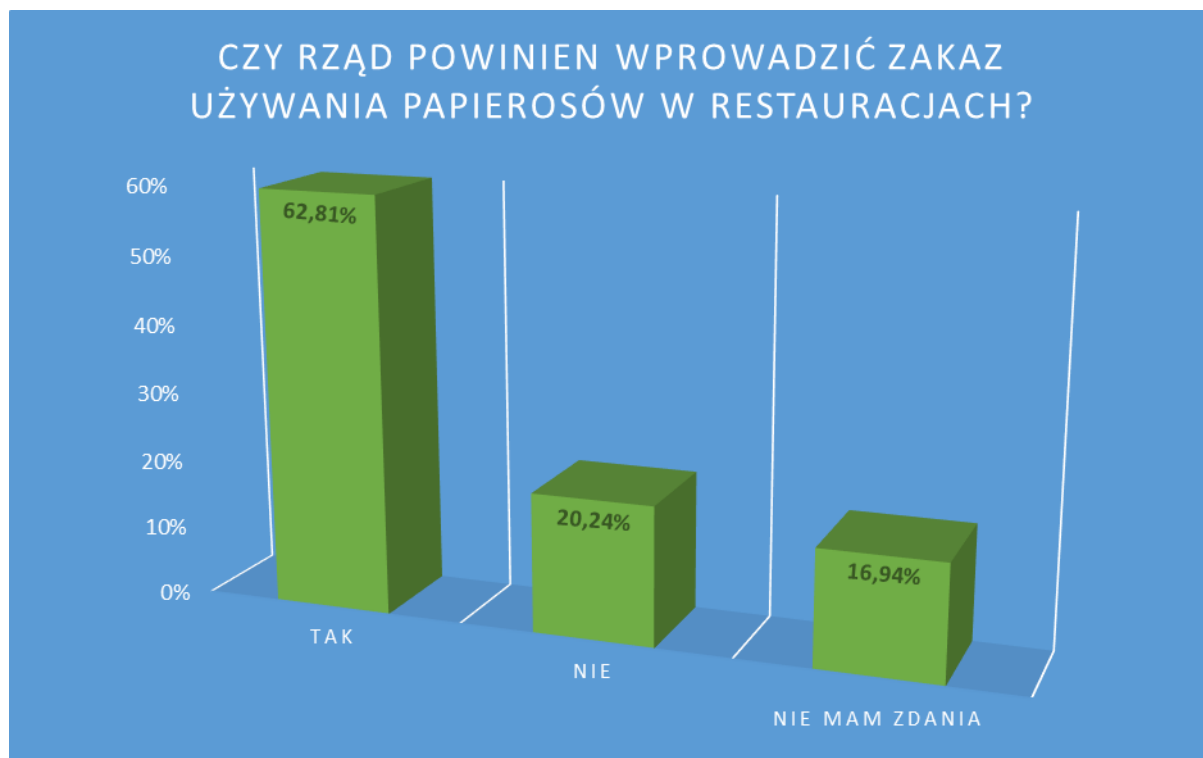


Ostatnie dwa pytania zadane ankietowanym związane były z możliwością wprowadzenia względem e-papierosów rozwiązań funkcjonujących obecnie w odniesieniu do produktów tytoniowych. Respondentom zostały przedstawione propozycje wprowadzenia zakazu używania e-papierosów w środkach transportu miejskiego, a także korzystania z tego rodzaju produktów w restauracjach. W obu przypadkach zaobserwować można wysoki stopień akceptacji ze strony respondentów dla rozszerzania zakresu omawianych ograniczeń.

CZY RZĄD POWINIEN WPROWADZIĆ ZAKAZ UŻYWANIA PAPIEROSÓW W ŚRODKACH TRANSPORTU MIEJSKIEGO?



W przypadku środków transportu publicznego ponad 70,76% ankietowanych poparło wprowadzenie stosownego zakazu. Jednocześnie ponad 14,79% opowiedziało się przeciwko tego rodzaju ograniczeniom, a 14,45% nie zajęło stanowiska w tej sprawie. Nieco mniejsze poparcie wśród ankietowanych znalazła koncepcja wprowadzenia zakazu korzystania z e-papierosów w restauracjach. Rozwiązanie takie poparło 62,81% respondentów, przeciwko było 20,24% ankietowanych, natomiast blisko 16,94% badanych wybrało odpowiedź „nie mam zdania”.



Pomimo występowania istotnej statystycznie grupy przeciwników rozszerzenia tego rodzaju zakazów, uzyskane wyniki jednoznacznie wskazują, iż w opinii konsumentów należy podjąć działania zmierzające do ograniczenia możliwości korzystania z e-papierosów w przestrzeni publicznej. Tendencja ta dodatkowo potwierdza, że zdaniem większości respondentów e-papierosy są produktem w znacznej mierze tożsamym z tradycyjnymi wyrobami tytoniowymi. W świetle wcześniej omówionych rezultatów pogląd ten może wynikać m.in. z faktu licznych wątpliwości konsumentów dotyczących bezpieczeństwa tego typu towarów.

Wnioski:

Przeprowadzone przez Federację Konsumentów badanie miało na celu poznanie wiedzy i opinii konsumentów na temat e-papierosów. Ponadto naszą intencją było także przeanalizowanie społecznych oczekiwań i potrzeb związanych z koniecznością prawnego uregulowania zagadnienia elektronicznych papierosów.

Na podstawie uzyskanych wyników można przedstawić następujące wnioski dotyczące omawianej problematyki:

- konsumenci postrzegają e-papierosy jako produkt zbliżony do tradycyjnych wyrobów tytoniowych,
- w opinii większości respondentów tego rodzaju towary mogą być skutecznym narzędziem pozwalającym na walkę z uzależnieniem od konwencjonalnych papierosów,
- konsumenci dysponują niskim poziomem wiedzy na temat e-papierosów, zdecydowana większość respondentów nie spotkała się również z żadnymi wynikami badań klinicznych dotyczących tego rodzaju produktów,
- wielu ankietowanych miało wątpliwości dotyczące bezpieczeństwa e-papierosów i ich rzeczywistego wpływu na funkcjonowanie ludzkiego organizmu,
- większość ankietowanych widzi potrzebę stworzenia powszechnie obowiązujących norm prawnych, które wyznaczą standardy bezpieczeństwa i zasady korzystania z tego rodzaju produktów,
- w opinii zdecydowanej większości respondentów sprzedaż e-papierosów powinna być zakazana osobom, które nie ukończyły 18 roku życia,
- większość badanych popiera możliwość rozszerzenia zakazów związanych z używaniem tego rodzaju produktów w przestrzeni publicznej.

W świetle powyższych wyników konieczne wydaje się podjęcie działań zmierzających do zweryfikowania i upowszechnienia wiedzy dotyczącej e-papierosów. Cel ten może być osiągnięty m.in. poprzez przeprowadzenie obiektywnych badań klinicznych dotyczących wpływu tego rodzaju produktów na organizm człowieka i spopularyzowanie ich wyników.

Na podstawie aktualnej wiedzy medycznej powinny zostać również podjęte prace prawodawcze ukierunkowane na stworzenie kompleksowych ram prawnych, które wyznaczą zarówno normy bezpieczeństwa, jak i zasady korzystania z e-papierosów. Problem ten w ocenie Federacji Konsumentów wymaga podjęcia pilnych prac legislacyjnych kształtujących podejście do omawianego zagadnienia. **Działania te powinny być jednak poprzedzone szeroką dyskusją społeczną, której początkiem mogą być wyniki zaprezentowane w tym raporcie.**