

ZA4534

Flash Eurobarometer 186
Business attitudes towards cross-border sales and
consumer protection

Country Specific Questionnaire
Poland

FL186

Final Questionnaire for Flash Eurobarometer 2006: B2C Cross Border Trade

INTRODUCTION / RESPONDENT SELECTION / SCHEDULING

Witam/Dzień dobry/Dobry wieczor, nazywam się i dzwonię z Instytutu Gallupa. Na zlecenie Komisji Europejskiej prowadzimy badanie opinii publicznej wśród osób decyzyjnych w firmach. Badanie trwa około 10 minut.

ANKIETER: JEŚLI W POLU "DOSTARCZONE PRZEZ FIRMĘ" ZNAJDUJE SIĘ NAZWISKO, NALEŻY GO UŻYĆ, W PRZECIWNYM RAZIE PROSIMY WYBRAĆ WŁAŚCIWE NAZWISKO PODANE W POLU NAZWISK W "ORYGINALNEJ PRÓBIE".

Czy mogę rozmawiać z(NAZWISKO)?

JEŚLI NIE MA W PRÓBIE PODANEGO NAZWISKA, ANKIETER ODCZYTUJE:

Czy mógłbym(mogłabym) rozmawiać z osobą decyzyjną w Państwa firmie, która odpowiada za sprzedaż lub decyzje marketingowe, włączając aspekty prawne?

ANKIETER: JEŚLI W PRÓBIE NIE MA OSOBY KONTAKTOWEJ, SPRÓBUJ SKONTAKTOWAĆ SIĘ Z GŁÓWNYM DECYDENTEM! SĄ NIMI: DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY, DYREKTOR MARKETINGU LUB INNY LIDER ODPOWIEDZIALNY ZA SPRZEDAŻ WŁĄCZAJĄC ASPEKTY PRAWNE)..

- | | |
|---|----------|
| 00 - Właściwy respondent przy telefonie | SKIP SC1 |
| 01 - Osoba decyzyjna jest dostępna | SKIP SC1 |

TELEFON PONOWNY: -----

02 - Ustal czas ponownego telefonu (Użyj tego kodu w każdym przypadku, kiedy nie możesz skontaktować się z osobą decyzyjną, np. kiedy kontaktujesz się tylko z recepcjonistką, sekretarką, współpracownikiem, lub kiedy nie można ustalić dostępności/kompetencji osoby.)

03 - Respondent niedostępny ani obecnie, ani później, inny właściwy respondent dostępny

04 - Osoba nie jest kompetentna

05 - Odmowa ze strony sekretariatu, operatora. - Miękka odmowa

NIE TELEFONOWAĆ POWTÓRNIE: -----

06 - Osoba jest niedostępna w trakcie całego badania, nikt inny nie jest dostępny

07 - Odmowa ze strony respondenta - Twarda odmowa

08 - bariera językowa

09 - Nie można otrzymać nazwiska, adresu osoby decyzyjnej

10 - Firma jest w trakcie likwidacji

IF SC0=1

ODCZYTAJ. KIEDY DOJDZIESZ DO OSOBY DECYZYJNEJ, JEŚLI JEST TO OSOBA INNA NIŻ PIERWSZA OSOBA, Z KTÓRĄ SIĘ SKONTAKTOWAŁE(A)Ś.:

Witam/Dzień dobry/Dobry wieczor, nazywam się i dzwonię z Instytutu Gallupa. Na zlecenie Komisji Europejskiej prowadzimy badanie opinii publicznej wśród osób decyzyjnych w firmach. Badanie trwa około 10 minut.

(ODCZYTAĆ WSZYSTKIM)

SC1. To badanie jest częścią projektu obejmującego Unię Europejską, zbierającego opinie osób decyzyjnych w firmach na temat transgranicznych działań handlu detalicznego wobec konsumentów, a dokładniej na temat prawodawstwa odnośnie umów konsumenckich i ich roli w transgranicznym handlu detalicznym. Badanie zajmie około 10 minut czasu. Poufność Pana(i) odpowiedzi zostanie zachowana. Czy mógł(a)by Pan(i) mi pomóc udzielając swoich odpowiedzi?

- 01 - Zgadza się, rozpoczęcie ankiety w tym momencie
- 02 - Zgadza się, rozpoczęcie wywiadu w innym terminie

TELEFON PONOWNY:-----

03 - Respondent niedostępny ani obecnie, ani później, inny właściwy respondent dostępny (WYŚWIETLONE NAZWISKO)

04 - Osoba nie jest kompetentna w tych zagadnieniach (WYŚWIETLONE NAZWISKO)

NIE TELEFONOWAĆ POWTÓRNIE:-----

04 - Osoba jest niedostępna w trakcie całego badania, nikt inny nie jest dostępny

05 - Odmowa ze strony respondenta

06 - bariera językowa

07 - Nie można otrzymać nazwiska, adresu osoby decyzyjnej

08 - Firma jest w trakcie likwidacji

SC3. Jakie jest Pana(i) stanowisko w tej firmie?

- 1 - dyrektor zarządzający, dyrektor generalny, itp
- 2 - Dyrektor marketingu
- 3 - Główny radca prawny
- 4 - inna osoba decyzyjna odpowiedzialna za sprzedaż

Harmonogram Jeśli jest kontakt z właściwym respondentem

Czy może Pan(i) podać mi numer telefonu, pod który chciał(a)by Pan(i), abym zadzwonił(a)?

Liczba: _____

Czy mógłby(mogłaby) Pan(i) podać mi swoje nazwisko?: _____

A Pana(i) stanowisko to..?: _____

Kiedy wolał(a)by Pan(i), abym ponownie zadzwonił(a)? (RRMMDDGGMM)

Bardzo dziękuję Panu(i) za pomoc, skontaktujemy się ponownie z Panem(ią) tak, jak to zostało uzgodnione.

INTRO FOR THE NEXT CALL BACK

Witam/Dzień dobry/Dobry wieczór, nazywam się i dzwonię z Instytutu Gallupa. Ostatnim razem, kiedy dzwonił(a)m, sugerował(a) Pan(i), abym ponownie zadzwonił(a) o tej porze, aby przeprowadzić badanie opinii publicznej dla Komisji Europejskiej wśród osób decyzyjnych. Czy możemy zacząć ankietę?

1 - tak

2- wyznaczyć inny termin wywiadu

Harmonogram JEŚLI NIE MA KONTAKTU Z WŁAŚCIWYM RESPONDENTEM

Czy mógłby (mogłaby) Pan(i) podać mi nazwisko właściwej osoby?: _____

a jej (jego) tytuł brzmi _____

Czy mógłby(mogłaby) Pan(i) podać mi numer telefonu, pod którym mogę się z tą osobą skontaktować?

Liczba: _____

O której godzinie powinienem(powinnam) zadzwonić, aby móc rozmawiać z osobą podejmującą decyzje? (RRMMDDGGMM)

METRYCZKA/SCREENERY

- D1. Proszę pozwolić mi zacząć od kilku podstawowych pytań dotyczących Pana(i) firmy. Ilu pracowników ma Pan(i) w swojej firmie?

- Mniej niż 10 0
- 10-49 1
- 50-249 2
- 250-499 3
- 500 lub więcej 4
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

JEŚLI MNIEJ NIŻ 10 PODZIĘKOWAĆ I ZAKOŃCZYĆ

- D2. Czy Pana(i) firma sprzedaje bezpośrednio końcowemu konsumentowi, to znaczy ogółowi społeczeństwa?

- tak 1
- nie 2
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

JEŚLI NIE "TAK" PODZIĘKOWAĆ I ZAKOŃCZYĆ

- D3. Pana(i) firma jest....

(ODCZYTAĆ – TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- firmą niezależną 1
- firmą matką międzynarodowej grupy firm 2
- członkiem międzynarodowej grupy firm, której firma matka udzieliła pozwolenia na sprzedaż konsumentom w innych krajach Unii Europejskiej 3
- członkiem międzynarodowej grupy firm, której firma matka NIE udzieliła pozwolenia na sprzedaż konsumentom w innych krajach Unii Europejskiej 4
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

JEŚLI Q1=4, PODZIĘKOWAĆ I ZAKOŃCZYĆ

- D4. Włączając Polskę, w ilu krajach Unii Europejskiej macie Państwo oddziały lub punkty sprzedaży?

- WPISAĆ: kraje (1 - 25)
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 99

- D5. NIE PYTAĆ, ZAKODOWAĆ Z BAZY DANYCH
Kod NACE głównej działalności firmy

- D6. NIE PYTAĆ, ZAKODOWAĆ Z BAZY DANYCH
WOJEWÓDZTWO firmy (NUTS poziom 2)

ANKIETA GŁÓWNA

Q1. Czy korzysta Pan(i) z jakiegokolwiek z następujących kanałów sprzedaży dla handlu detalicznego?

(MOŻLIWOŚĆ KILKU ODPOWIEDZI)

- tak 1
- nie 2
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

- a) handel elektroniczny / Internet..... 1 2 9
- b) zamówienia pocztowe 1 2 9
- c) tele-sprzedaż / call-center..... 1 2 9
- d) sprzedaż poprzez przedstawicieli odwiedzających konsumentów w ich domach1 2 9
- e) bezpośrednia sprzedaż detaliczna (np. sklepy)..... 1 2 9

- NEW, 3 QU –

Q2. Włączając Polskę, do ilu krajów Unii Europejskiej Pan(i) aktywnie prowadzi sprzedaż/reklamę do końcowego konsumenta?

(ODCZYTAĆ– TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- WPISAĆ kraje (1 - 25)
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 99

- 1 QU –

Q3. Czy mógłby(mogłaby) Pan(i) ocenić, jaki procent Pana(i) całkowitego budżetu marketingowego i reklamowego jest przeznaczony na zachęcanie konsumentów z innych krajów Unii Europejskiej do kupowania od Pana(i)? W tym przypadku "kupowanie" może odbywać się przez telefon, pocztę, handel elektroniczny, wizyty w domu lub nawet przyjazd do pana(i) kraju.

JEŚLI D4>0

Czy mógłby(mogłaby) Pan(i) ocenić, jaki procent Pana(i) całkowitego budżetu marketingowego i reklamowego jest przeznaczony na zachęcanie konsumentów z krajów Unii Europejskiej, w których nie ma Pan(i) punktów sprzedaży do tego, aby kupować od Pana(i)? W tym przypadku "kupowanie" może odbywać się przez telefon, pocztę, handel elektroniczny, wizyty w domu lub nawet przyjazd do pana(i) kraju.

-%
- [Nie dotyczy]..... 998
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 999

- 1 QU –

ZAPYTAĆ JEŚLI Q1 e)=1

Q4. Spośród Pana(i) SPRZEDAŻY DETALICZNEJ W SKLEPACH, czy mógłby(mogłaby) Pan(i) ocenić, jaki procent sprzedaży pochodzi od konsumentów mieszkających w innych krajach Europejskich, którzy są na wczasach lub w trakcie "wycieczki zakupowej"?

-%
- [NIE DOTYCZY - brak handlu detalicznego w sklepach]..... 998
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 999

- 1 QU –

Q5. W ilu językach jest Pan(i) obecnie przygotowany(a) do prowadzenia transakcji z konsumentami?

(ODCZYTAĆ– TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- tylko w języku polskim 01
- WPISAC:języku (językach) (02 -98)
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 99

- 1 QU -

I sprzedaż transgraniczna

W naszej definicji, sprzedaż transgraniczna jest sprzedażą poprzez telefon, pocztę, handel elektroniczny lub wizytę w domu końcowego konsumenta, zamieszkałego w innym kraju Unii Europejskiej niż kraj firmy sprzedającej. Pochodzenie produktu sprzedawanego nie jest istotne. Istotne jest natomiast to, że końcowy konsument mieszka w momencie transakcji w innym kraju Unii Europejskiej, niż sprzedawca. Sprzedaż w sklepach osobom z innych krajów Unii Europejskiej, którzy są na wakacjach lub na "wyjeździe zakupowym" nie kwalifikuje się jako sprzedaż transgraniczna.

- 0,5 QU -

Q6. Do ilu krajów Unii Europejskiej realizuje Pan(i) obecnie sprzedaż transgraniczną do końcowego konsumenta?

(ODCZYTAĆ– TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- Sprzedaję tylko konsumentom w Polsce 00
- WPISAC: kraje (01 - 24)
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 99

- 1 QU -

Q7. Czy powiedział(a)by Pan(i), że Internet i handel elektroniczny uczyniły sprzedaż transgraniczną do końcowego konsumenta bardziej interesującą dla Pana(i) firmy?

- tak, dużo bardziej interesującą 1
- tak, w pewnym stopniu bardziej interesującą 2
- nie ma wpływu 3
- nie, uczyniły ją mniej interesującą 4
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

- 1 QU -

ROTOWAĆ Q8-Q11

ZAPYTAĆ JEŚLI Q1A=1 ORAZ (Q6>0 I Q6<99).

Q8. Biorąc pod uwagę Pana(i) cały handel elektroniczny/sprzedaż Internetową, czy mógłby(mogłaby) Pan(i) ocenić procent, jaki stanowi sprzedaż konsumentom mieszkającym w innych krajach Unii Europejskiej?

-%
- [NIE DOTYCZY - nie ma sprzedaży internetowej] 998
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 999

- 1 QU -

ZAPYTAĆ JEŚLI Q1 B) LUB C)=1 ORAZ (Q6>0 I q6,99)

Q9. Biorąc pod uwagę Pana całą SPRZEDAŻ PRZEZ TELEFON LUB W DRODZE ZAMÓWIEŃ POCZTOWYCH, proszę ocenić, jaki procent tej sprzedaży pochodzi od konsumentów mieszkających w innych krajach Unii Europejskiej?

-%
- [NIE DOTYCZY - nie ma sprzedaży przez telefon lub pocztę]998
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 999

- 1 QU -

ZAPYTAĆ JEŚLI Q1D=1 ORAZ (Q6>0 I Q6<99)

Q10. Biorąc pod uwagę całą Pana(i) sprzedaż POPRZEZ PRZEDSTAWICIELI odwiedzających konsumentów w ich domach, proszę ocenić jaki procent tej sprzedaży stanowi sprzedaż poprzez Pana(i) przedstawicieli odwiedzających konsumentów w innych krajach Unii Europejskiej?

-%

- [NIE DOTYCZY - nie ma sprzedaży poprzez przedstawicieli] 998

- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 999

- 1 QU –

ZAPYTAĆ JEŚLI Q1 A) LUB B) LUB C) LUB D) = 1 ORAZ (Q6>0 I Q6<99)

Q11. A teraz posumowując, czy mógłby(mogłaby) Pan(i) ocenić jaki procent Pana(i) ogólnej sprzedaży do końcowych konsumentów poprzez telefon, pocztę, handel elektroniczny oraz wizyty w domu stanowi sprzedaż transgraniczna do krajów Unii Europejskiej?

-%

- [NIE DOTYCZY - nie ma sprzedaży dla końcowego klienta w innych krajach]

..... 998

- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 999

- 1 QU –

ZAPYTAĆ JEŚLI Q1 A) LUB B) LUB C) LUB D)=1

Q12. A czy mógłby(mogłaby) Pan(i) ocenić jaki procent Pana(i) całej sprzedaży dla końcowego klienta poprzez telefon, pocztę, e-handel oraz wizyty w domu stanowi sprzedaż transgraniczna do krajów nienależących do Unii Europejskiej?

-%

- [NIE DOTYCZY - brak sprzedaży do konsumentów poza Unią Europejską] 998

- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 999

- 1 QU –

II. PRZESZKODY W HANDLU TRANSGRANICZNYM B2C

Q13.

[JEŚLI Q6=0 ODCZYTAĆ]

Powiedział(a) Pan(i) wcześniej, że sprzedaje Pan(i) tylko polskim klientom. Chciał(a)bym się teraz zapytać o Pana(i) opinię na temat problemów, jakie Pan(i) jako przedsiębiorca mógłby(mogłaby) mieć w związku z marketingiem lub sprzedażą transgraniczną.

[JEŚLI Q6>1 I Q6<99 ODCZYTAĆ]

Na bazie Pana(i) doświadczeń w sprzedaży i marketingu transgranicznego chciał(a)bym poznać Pana(i) opinię na temat ważności niektórych prawnych różnic dotyczących ochrony konsumenta w Unii Europejskiej.

[ODCZYTAĆ WSZYSTKIM]

Jeśli sprzedaje Pan(i) konsumentom mieszkającym w innym kraju Unii Europejskiej poprzez telefon, pocztę, handel elektroniczny lub wizyty w domu, musi Pan(i) stosować się do pewnych klauzul prawnych regulujących transakcje z konsumentami w kraju konsumenta. Te klauzule mogą różnić się od prawa polskiego i mogą spowodować dodatkowe koszty związane z dostosowaniem się, włączając w to koszty uzyskania porady prawnej, zmiany materiałów marketingowych czy kontraktów lub w przypadku niezgodności możliwe koszty procesu sądowego.

Teraz przedstawię Panu(i) niektóre z tych prawnych różnic. Na ile uważa Pan(i), że są one ważne jako przeszkody w sprzedaży transgranicznej? W celu uniknięcia nieporozumień, przedstawię krótkie wyjaśnienia dla każdego z czynników.

(ODCZYTAĆ– TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ – ROTOWAĆ A-G)

- bardzo ważna przeszkoda1
- dosyć ważna przeszkoda2
- niezbyt ważna przeszkoda3
- w ogóle nie jest to przeszkoda4
- [w ogóle brak zainteresowania sprzedażą transgraniczną] 8
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA]9

A – Różnice w długości okresów zwrotu towaru

..... 1 2 3 4 9

Kiedy sprzedawane są dobra konsumentom przez telefon, pocztę, handel elektroniczny lub w domu, konsument jest uprawniony do tego, aby zmienić swoje zdanie i wycofać się z umowy w określonym czasie. Konsument z niektórych krajów mają dłuższy czas na zwrot dóbr Panu(i), niż konsument z innych krajów, waha się to od siedmiu (7) dni roboczych do czternastu (14) dni kalendarzowych.

B – Różnice w informacji, która ma być przekazana konsumentom

..... 1 2 3 4 9

Kiedy prowadzi się sprzedaż dla konsumentów poprzez telefon, pocztę, handel elektroniczny lub w domu, musi Pan(i) dostarczyć konsumentowi pewnych informacji przed lub w trakcie zawierania kontraktu. Zawartość (np. przekazywanie zawsze swojego adresu), czas i format informacji być może będzie musiał być zmieniony przez Pana(ią) w zależności od kraju konsumenta.

C – Różnice w przypadku zaniechania przekazania informacji

..... 1 2 3 4 9

Konsekwencje, z jakimi musi się Pan(i) zmierzyć za niespełnienie wymogów przekazania informacji, są regulowane inaczej w różnych krajach Unii

Europejskiej. W niektórych krajach konsument może dysponować środkami zaradczymi (np. może mieć prawo do zakończenia umowy z Panem(ią)) podczas, gdy konsumenci z innych krajów mogą nie mieć takich praw.

D – Różnice w sposobie, w jaki konsumenci mogą skorzystać ze swoich praw lub wycofywać się z umowy

..... 1 2 3 4 9

W niektórych krajach, konsumenci mogą wybrać sposób powiadomienia Pana(i) (np. wysyłając email, lub po prostu zwracając dobro) podczas, gdy w innych krajach są oni zobowiązani do stosowania pewnych procedur takich jak przesyłka pocztowa polecona.

E – Różnice w traktowaniu kosztów zwrotu

..... 1 2 3 4 9

Zależnie od kraju, wolno Panu(i) wymagać od konsumenta, aby zapłacił pewną kwotę w wypadku odstąpienia (np. kosztu zwrotu dóbr), podczas, gdy w innych krajach nie może Pan(i) tego wymagać.

F – Różnice w definicji dostawy

..... 1 2 3 4 9

Zależnie od kraju, dobro jest uznawane za dostarczone do konsumenta w różnych momentach (np. kiedy konsument fizycznie dostał do ręki towary lub gdy są one oddane do jego dyspozycji w placówce Pana(i) firmy. Te różnice mogą mieć konsekwencje dla Pana(i) przy określaniu kto jest odpowiedzialny za zniszczenie lub obniżenie wartości dóbr.

G – Różnice pomiędzy krajami członkowskimi w ich ustawodawstwie dotyczącym dóbr w niezgodności z umową konsumencką

..... 1 2 3 4 9

Na przykład, konsumenci w niektórych krajach Unii Europejskiej mają więcej czasu niż w innych krajach na to, aby zażądać od Pana(i) naprawy, wymiany lub też obniżenia ceny dobra, które nie jest zgodne z umową

- 3.5 QU + 7 X 0,5 QU for the explanations: 8 QU –

Q14. Ogólnie, jak Pan(i) ocenia możliwe dodatkowe koszty dostosowawcze związane z handlem transgranicznym, wynikające z różnic w ustawodawstwie narodowym, regulujących transakcje z konsumentami w innych krajach Unii Europejskiej?

(ODCZYTAĆ– TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- Bardzo wysokie 4
- Raczej wysokie 3
- Raczej niskie 2
- Nieistotne 1
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

- 1 QU -

Q15.

[JEŚLI Q6=0

A teraz chciał(a)bym zapytać o Pana(i) opinię na temat innych przeszkód jakie Pan(i), jako przedsiębiorca, może napotkać w trakcie marketingu lub sprzedaży transgranicznej w Unii Europejskiej.]

[JEŚLI Q6>=1

Na podstawie Pana(i) doświadczeń w sprzedaży lub marketingu transgranicznym, chciał(a)bym zapytać się o Pana(i) opinię na temat wagi niektórych innych praktycznych przeszkód

Proszę powiedzieć mi, na ile ważne są Pana(i) zdaniem te przeszkody w sprzedaży transgranicznej

(ODCZYTAĆ– JEDNA ODPOWIEDŹ DLA JEDNEGO WIERSZA)

- bardzo ważne.....1
- raczej ważne2
- raczej nieważne3
- w ogóle nieważne4
- [w ogóle brak zainteresowania sprzedażą transgraniczną] 8
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA]9

a) dodatkowe koszty związane z dostosowaniem się do różnych przepisów

fiskalnych w danym kraju (przepisy VAT, itp)..... 1 2 3 4 9

b) dodatkowe koszty związane z dostosowaniem się do krajowych

przepisów prawnych regulujących transakcje z konsumentem 1 2 3 4 9

c) dodatkowe koszty związane z dostawami transgranicznymi 1 2 3 4 9

d) większa trudność w rozwiązywaniu skarg i konfliktów 1 2 3 4 9

e) większe ryzyko fałszerstw i braku zapłaty w sprzedaży transgranicznej.. 1 2 3 4 9

f) większa trudność w zapewnieniu efektywnej obsługi posprzedażnej..... 1 2 3 4 9

g) zwiększone koszty z tytułu innych języków 1 2 3 4 9

- 4 QU -

III. ŚRODKI UŁATWIAJĄCE TRANSGRANICZNY HANDEL B2C

Q16 Jeśli klauzule prawne regulujące transakcje z konsumentem byłyby takie same w 25 krajach członkowskich Unii Europejskiej, to czy myśli Pan(i), że...

(ODCZYTAĆ– JEDNA ODPOWIEDŹ DLA WIERSZA)

- znacznie zwiększyłyby się 4
- nieznacznie zwiększyłyby się 3
- nieznacznie zmniejszyłyby się 2
- znacznie zmniejszyłyby się 1
- [nie zmieniłyby się] 8
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

A. proporcje Pana(i) sprzedaży transgranicznej..... 1 2 3 4 9

B. proporcje Pana(i) sprzedaży przez Internet ... 1 2 3 4 9

C. proporcje Pana(i) budżetu marketingowego na sprzedaż transgraniczną... 1 2 3 4 9

- 2 QU -

Q17 Do ilu krajów Unii Europejskiej jest Pan(i) przygotowany(a) do robienia sprzedaży transgranicznej końcowemu konsumentowi?

(ODCZYTAĆ– TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- żadnego, jestem przygotowany(a) tylko na sprzedaż konsumentom w Polsce..... 1
- jednego kraju..... 2
- dwóm lub trzem krajom Unii Europejskiej..... 3
- od 4 do 10 krajów Unii Europejskiej 4
- więcej niż 10 krajów Unii Europejskiej..... 5
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

- 1 QU -

Q18 Czy wie Pan(i), gdzie może znaleźć istotne informacje na temat przepisów dotyczących ochrony konsumenta w innych krajach Unii Europejskiej?

(ODCZYTAĆ – TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- tak 1
- nie 2
- [Europejskie Centrum Konsumenta]..... 7
- [Centrum Euro Info]..... 8
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

- 1 QU -

Q19 A teraz zapytam się Pana(i) o spory z konsumentami w Polsce, niezależnie od tego, czy jest to sprzedaż transgraniczna, czy też normalna sprzedaż. Czy korzystał(a) Pan(i) już z mechanizmów Alternatywnego Rozwiązywania Sporów (ADR) (np. arbitrażu, instytucji ochrony praw obywatelskich, ciał pojednawczych, innych nie-sądowych ciał rozwiązań polubownych), aby rozwiązać spór z konsumentami?

(ODCZYTAĆ – TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- Nie, i nie znam żadnego z tych mechanizmów..... 1

- Nie, ale znam niektóre mechanizmy rozwiązywania
sporów poprzez organa niesądowe 2
- Tak, korzystałem z niesądowych mechanizmów rozwiązywania sporów
..... 3
- Tak, regularnie korzystam z tych mechanizmów 4
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

- 1QU -