

**ZA4534**

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

**Country Specific Questionnaire  
Slovenia**

# FL186

## Final Questionnaire for Flash Eurobarometer 2006: B2C Cross Border Trade

### INTRODUCTION / RESPONDENT SELECTION / SCHEDULING

Pozdravljeni, sem \_\_\_\_\_ in kličem iz raziskovalne družbe CATI. Za Evropsko Komisijo trenutno izvajamo mnenjsko raziskavo med nosilci odločanja (decision maker-ji) v podjetjih. Anketa vam bo vzela približno 10 minut.

Anketar: če imaš na voljo ime ciljne osebe v polju "dobili od podjetja", uporabi to ime, če ne, izberi primerno ime iz seznama imen, ki so dana v polju "prvoten vzorec".

Bi lahko prosim govoril-a z [ime]?

ČE V VZORCU NI PODANEGA IMENA, ANKETAR PREBERE

Bi lahko prosim govoril-a s tistim nosilcem odločanja v vašem podjetju, ki je v podjetju odgovoren za prodajo ali marketinške odločitve, vključno s pravnimi vidiki?

ANKETAR: ČE KONTAKTNA OSEBA NI PODANA V VZORCU POSKUSITE PRITI DO GLAVNE OSEBE, KI SPREJEMA ODLOČITVE! TO SO: VODILNI DIREKTOR, DIREKTOR MARKETINGA ALI DRUGI ODGOVORNI VODJA, KI JE ODGOVOREN ZA PRODAJO (VKLJUČNO S PRAVNIMI VIDIKI).

00 - Na telefonu je primerni anketiranec ..... SKIP SC1  
01 - Nosilec odločanja je dosegljiv ..... SKIP SC1

Povratni klic: -----

02 - Zmenek - Določitev časa ponovnega klica (uporabi to kodo vsakič, ko ne dobiš na telefon nosilca odločanja; npr.: dobiš le tajništvo, recepcijo, nekoga od kolegov ciljne osebe, ali pa ne moreš določiti dosegljivosti ciljne osebe in / ali kompetentnosti)

03 - Anketiranec trenutno in kasneje ni na voljo, možen je drug primeren anketiranec

04 - Oseba ni kompetentna

05 - Zavrnjeno s strani vratarja ipd. - blaga zavrnitev

Ne kličemo več: -----

06 - Oseba v času anketiranja ni na voljo, nobena druga oseba ni na voljo

07 - Anketiranec je zavrnil - groba zavrnitev

08 - Jezikovne ovire

09 - Ne morem pridobiti informacij o imenu in naslovu nosilca odločanja

10 - Podjetje je v postopku likvidacije

IF SC0=1

Preberi, ko dobiš na telefon nosilca odločanja, če je to druga oseba od te, s katero si ravnokar govoril-a.:

Pozdravljeni, sem \_\_\_\_\_ in kličem iz raziskovalne družbe CATI. Za Evropsko Komisijo trenutno izvajamo mnenjsko raziskavo med nosilci odločanja (decision maker-ji) v podjetjih. Anketa vam bo vzela približno 10 minut.

(Preberi vsem.)

SC1. Ta anketa je del raziskave, ki po celotnem EU-ju zbira mnenja tistih, ki v podjetju sprejemajo odločitve o čezmejnih prodajnih aktivnostih za potrošnike in bolj specifično o zakonih o pogodbah potrošnikov in njihovi vlogi pri čezmejni maloprodaji. Anketa traja približno 10 minut. Zagotovljena je zaupnost vaših odgovorov. Ali mi lahko, prosim, pomagate z vašimi odgovori?

01 - Privoli, začetek ankete

02 - Privoli, anketo začni drugič

Povratni klic:-----

03 - Anketiranec trenutno in kasneje ni na voljo, možen je drug primeren anketiranec (ZASLON Z IMENOM)

04 - Oseba ni kompetentna v teh vprašanjih (ZASLON Z IMENOM)

Ne kličemo več:-----

04 - Oseba v času anketiranja ni na voljo, nobena druga oseba ni na voljo

05 - Anketiranec je zavrnil

06 - Jezikovne ovire

07 - Ne morem pridobiti informacij o imenu in naslovu nosilca odločanja

08 - Podjetje je v postopku likvidacije

SC3. Kakšen je vaš položaj na delovnem mestu v tem podjetju?

1 - glavni direktor, generalni direktor ipd.

2 - vodja marketinga

3 - glavni pravni svetovalec

4 - druga oseba, ki sprejema odločitve, ki je odgovoren za prodajo v podjetju

**Zaslone za določitev časa anketiranja ČE JE PRIMERNA OSEBA NA VOLJO**

Ali mi lahko poveste telefonsko številko na katero želite, da vas pokličemo nazaj?

Številka: \_\_\_\_\_

Mi zaupate vaše ime?: \_\_\_\_\_

Kakšen je vaš naziv (položaj)?: \_\_\_\_\_

Kdaj bi želeli, da vas ponovno pokličemo? (LLMMDDUUMM)

Najlepša hvala zaenkrat. Ponovno Vas bomo poklicali, kakor smo se dogovorili.

INTRO FOR THE NEXT CALL BACK

Pozdravljeni, sem \_\_\_\_\_ in kličem iz raziskovalne družbe CATI. Ko smo vas nazadnje klicali, smo se dogovorili, da vas ponovno pokličemo v zvezi z našo raziskavo med nosilci odločanja (decision maker-ji) v podjetjih, ki jo izvajamo za Evropsko Komisijo. Ali bi lahko zdajle začela razgovor?

1 - da

2- zmenek za drugič

**Zaslon za določitev časa anketiranja če ciljne osebe nismo dobili**

Mi lahko prosim zaupate ime prave osebe?: \_\_\_\_\_

Kakšen pa je njegov / njen naziv (položaj)? \_\_\_\_\_

Mi lahko date še številko, na katero ga / jo lahko pokličemo?

Številka: \_\_\_\_\_

Ob kateri uri naj pokličem nazaj, da lahko govorim s tistim, ki sprejema odločitve?  
(LLMMDDUUMM)

## DEMOGRAFIJA / IZBOR

D1. Začnimo z nekaj osnovnimi vprašanji o vašem podjetju. Koliko zaposlenih imate v vašem podjetju?

- Manj kot 10.....0
- 10-49.....1
- 50-249.....2
- 250-499.....3
- 500 ali več.....4
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA].....9

ČE MANJ KOT 10 SE ZAHVALI IN KONČAJ

D2. Ali vaše podjetje prodaja neposredno končnim potrošnikom, s tem mislimo splošno javnost?

- da.....1
- ne.....2
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA].....9

ČE NI "DA" SE ZAHVALI IN KONČAJ

D3. Vaše podjetje je:..

(PREBERI – SAMO EN ODGOVOR)

- Neodvisno podjetje..... 1
- Materinsko podjetje mednarodne skupine..... 2
- Član mednarodne skupine, ki mu materinsko podjetje dovoli prodajo potrošnikom, ki živijo v drugih državah EU-ja..... 3
- Član mednarodne skupine, ki mu materinsko podjetje NE dovoli prodaje potrošnikom, ki živijo v drugih državah EU-ja..... 4
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 9

ČE JE Q1 = 4 SE ZAHVALI IN KONČAJ

D4. V koliko državah EU-ja, vključno s Slovenijo, imate podružnice ali maloprodajna mesta?

- VPIŠI: ..... državah (1 - 25)
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 99

D5. SE NE SPRAŠUJE, ZAPIŠE SE IZ BAZE PODATKOV  
NACE koda glavne aktivnosti podjetja

D6. SE NE SPRAŠUJE, ZAPIŠE SE IZ BAZE PODATKOV  
NUTS regija podjetja (raven NUTS 2)

## GLAVNA ANKETA

Q1. Ali pri maloprodaji uporabljate katerega od sledečih prodajnih kanalov?

(VEČ ODGOVOROV)

- da ..... 1
- ne ..... 2
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA] ..... 9
  
- a) e-trgovina / internet ..... 1 2 9
- b) naročila po pošti ..... 1 2 9
- c) prodaja po telefonu / klicni center ..... 1 2 9
- d) prodaja preko predstavnikov, ki potrošnike obiskujejo na domu ..... 1 2 9
- e) neposredna maloprodajna prodaja (t.j. trgovine) ..... 1 2 9

- NEW, 3 QU -

Q2. V koliko državah EU-ja, vključno s Slovenijo, aktivno tržite/oglašujete končnim potrošnikom?

(PREBERI- SAMO EN ODGOVOR)

- VPIŠI ..... državah (1 - 25)
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA] ..... 99

- 1 QU -

Q3. Ali lahko ocenite kolikšen procent vašega celotnega proračuna tako za marketing kot za oglaševanje gre za spodbujanje potrošnikov iz drugih držav EU-ja, da bi kupovali od vas? Tokrat je "kupovanje" lahko preko telefona, pošte, e-trgovine, obiskov na domu ali celo v prihodom v vašo državo.

ČE JE D4 > 0

Ali lahko ocenite kolikšen procent vašega celotnega proračuna za marketing in oglaševanje gre za spodbujanje potrošnikov iz drugih držav EU-ja, kjer nimate prodajnih mest, da bi kupovali od vas? Tokrat je "kupovanje" lahko preko telefona, pošte, e-trgovine, obiskov na domu ali celo v prihodom v vašo državo.

- .....%
- [NI PRIMERNO] ..... 998
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA] ..... 999

- 1 QU -

VPRAŠAMO, ČE JE Q1 e) = 1

Q4. Ali lahko ocenite kolikšen procent vašega celotnega MALOPRODAJNEGA prometa V TRGOVINAH opravijo potrošniki, ki živijo v drugih državah EU-ja, ki so na počitnicah ali nakupovalnem izletu?

- .....%
- [NI PRIMERNO - ni maloprodajnega prometa v trgovinah] ... 998
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA] ..... 999

- 1 QU -

Q5. V koliko jezikih EU-ja ste trenutno pripravljeni za izvajanje transakcij s potrošniki?

(PREBERI- SAMO EN ODGOVOR)

- samo v Slovenskem jeziku .....	01
- VPIŠI: ..... jezikov (02 -98)	
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA].....	99

- 1 QU -

## I ČEZMEJNA PRODAJA

Po naši definiciji je čezmejna prodaja prodaja po telefonu, pošti ali e-trgovina ali obiski na domu končnega potrošnika (t.j. splošna javnost), ki je državljan druge države Evropske unije kot pa je država prodajalca. Izvor izdelkov, ki se prodajajo ni pomemben. Kar je pomembno je to, da je v času transakcije končni potrošnik državljan druge države EU-ja, kot pa prodajalec. Prodaja v trgovinah ljudem iz drugih držav EU-ja, ki so na počitnicah ali na nakupovalnem izletu ne šteje kot čezmejna prodaja.

- 0,5 QU -

Q6. V koliko državah EU-ja trenutno čezmejno prodajate končnim potrošnikom?

(PREBERI- SAMO EN ODGOVOR)

- Prodajam samo potrošnikom v Sloveniji..... 00
- VPIŠI: ..... državah (01 - 24)
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 99

- 1 QU -

Q7. Bi rekli, da sta internet in e-trgovina naredila čezmejno prodajo končnim potrošnikom bolj zanimivo za vaše podjetje?

- da, veliko bolj zanimivo ..... 1
- da, nekoliko bolj zanimivo ..... 2
- nima vpliva ..... 3
- ne, naredila sta jo manj zanimivo ..... 4
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 9

- 1 QU -

### ROTIRAJ Q8-Q11

VPRAŠAMO, ČE JE Q1 a) = 1 (Q6>0 & Q6 < 99).

Q8. Ali lahko ocenite kolikšen odstotek vaše celotne E-TRGOVINE/INTERNETNE PRODAJE prodate potrošnikom, ki živijo v drugih državah EU-ja

- .....%
- [NI PRIMERNO - Ni internetne prodaje]..... 998
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 999

- 1 QU -

VPRAŠAMO, ČE JE Q1 b) ALI c) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q9. Ali lahko ocenite kolikšen odstotek vaše celotne PRODAJE PO POŠTI ali PRODAJE PO TELEFONU prodate potrošnikom, ki živijo v drugih državah EU-ja?

- .....%
- [NI PRIMERNO - ni prodaje po pošti ali telefonu]..... 998
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 999

- 1 QU -

VPRAŠAMO, ČE JE Q1 d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q10. Ali lahko ocenite kolikšen odstotek vaše celotne, KI JO OPRAVIJO VAŠI PREDSTAVNIKI z obiskom potrošnikov na njihovih domovih prodate potrošnikom, ki živijo v drugih državah EU-ja?

- .....%

- [NI PRIMERNO - Ni prodaje preko predstavnikov]..... 998
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 999

- 1 QU -

VPRAŠAMO, ČE JE Q1 a) ALI b) ALI c) ALI d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q11. Sedaj, če povzamemo, ali lahko ocenite kolikšen odstotek vaše celotne prodaje preko telefona, pošte, e-trgovine in obiskov na domu končnim potrošnikom je čezmejna prodaja državam EU-ja?

- .....%

- [NI PRIMERNO - Ni oddaljene prodaje potrošnikom, ki se nahajajo v drugi državi]

..... 998

- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 999

- 1 QU -

VPRAŠAMO, ČE JE Q1 a) ALI b) ALI c) ALI d) = 1

Q12. In ali lahko ocenite kolikšen odstotek vaše celotne prodaje preko telefona, pošte, e-trgovine in obiskov na domu končnim potrošnikom je čezmejna prodaja državam, ki NISO v EU-ju?

- .....%

- [NI PRIMERNO - Ni oddaljene prodaje potrošnikom, ki se nahajajo zunaj EU-ja] 998

- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 999

- 1 QU -

## II. OVIRE PRI B2C ČEZMEJNEM TRGOVANJU

Q13.

[PREBERI, ČE JE Q6=0]

Prej ste navedli, da prodajete samo slovenskim potrošnikom. Sedaj me zanima vaše mnenje o težavah s katerimi se vi, kot podjetnik, lahko srečate pri čezmejnem marketingu ali prodaji.

[PREBERI, ČE JE Q6>1 & Q6< 99]

Na podlagi vaših izkušenj pri čezmejni prodaji ali marketingu bi vas rad/a povprašala za mnenje o pomembnosti nekaterih pravnih razlik glede zaščite potrošnikov v EU-ju.

[PREBEREMO VSE]

Če preko telefona, pošte, e-trgovine ali obiskov na domu tržite potrošnikom, ki živijo v drugih državah EU-ja morate upoštevati nekatere pravne predpise države potrošnika, ki regulirajo transakcije potrošnikov. Ti predpisi se lahko razlikujejo od slovenskih zakonov in lahko sprožijo dodatne stroške pri upoštevanju, vključno s stroški pridobitve ustreznih pravnih nasvetov, spreminjanje marketinških materialov ali pogodb ali v primeru neupoštevanja celo stroški pravde.

Sedaj vam bom predstavil/a nekatere pravne razlike. Kako pomembne se vam zdijo, kot ovire pri čezmejnem trgovanju? Da bi se izognili nerazumevanju vam bom ponudil/a kratko razlago za vsakega od teh faktorjev.

(PREBERI – SAMO EN ODGOVOR – ROTIRAJ A-G)

- Zelo pomembna ovira ..... 1
- Dokaj pomembna ovira ..... 2
- Ni pomembna ovira ..... 3
- Sploh ni ovira ..... 4
- [Čezmejna prodaja me sploh ne zanima] ... 8
- [ NE VEM/BREZ ODGOVORA] ..... 9

A – Razlika v dolžini obdobja mirovanja

..... 1 2 3 4 9

Ko potrošnikom prodajate preko telefona, pošte, e-trgovine ali na domu ima potrošnik pravico, da si premisli in se v določenem času umakne iz pogodbe. Potrošniki iz nekaterih držav imajo na voljo več časa, da vam vrnejo blago kot drugi - od sedem (7) delovnih dni so štirinajst (14) koledarskih dni.

B – Razlike v informacijah, ki se jih ponudi potrošniku

..... 1 2 3 4 9

Ko potrošniku prodajate preko telefona, pošte, e-trgovine ali na domu, morate potrošniku zagotoviti določene informacije pred ali v času sklepanja pogodbe. Vsebina (i.e. vedno navedete svoj naslov), tempiranje in format informacij lahko spremeninjate glede na državo potrošnika.

C – Razlike, če informacij ni moč ponuditi

..... 1 2 3 4 9

Posledice s katerimi se soočate, če ne izpolnite zahtev po informacijah se po EU-ju regulirajo drugače. V nekaterih državah ima potrošnik pogodbeno sredstva (i.e. lahko je upravičen do prekinitve pogodbe z vami), medtem ko potrošniki iz drugih držav EU-ja nimajo takih pravic

D – Razlike pri načinu kako potrošniki lahko uresničijo pravico

umika

..... 1 2 3 4 9

V nekaterih državah potrošniki lahko izberejo način kako vas obvestijo (i.e. tako, da vam pošljejo e-mail ali pa da vam preprosto vrnejo blago), medtem ko se morajo drugi poslužiti določenih postopkov kot je priporočena pošta

E– Razlike pri postopkih stroškov vračanja

..... 1 2 3 4 9

Odvisno od države, vam je dovoljeno, da od potrošnikov zahtevate, da plačajo nekaj stroškov v primeru razveljavitve (i.e. stroški vračanja blaga), medtem ko vam to v drugih državah ni dovoljeno

F – Razlike v definiciji dostave

..... 1 2 3 4 9

Odvisno od države, blago je smatrano, da je dostavljeno potrošniku v različnem trenutku (i.e. ko je bilo fizično predano potrošniku ali ko mu je dano na razpolago na vašem delovnem mestu). Te razlike imajo lahko posledice za vas pri tem kdo nosi odgovornost za kvarjenje ali poškodbo blaga

G – Razlike med državami članicami v njihovi

zakonodaji o blagu, ki ni v skladu s potrošnikovo pogodbo.

..... 1 2 3 4 9

Na primer, potrošniki v nekaterih državah EU-ja imajo več časa kot v drugih državah, da od vas zahtevajo popravilo, zamenjavo ali zmanjšanje cene blaga, ki se ne sklada.

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

Q14. Kako bi na splošno ocenili možne dodatne stroške usklajevanja za čezmejno prodajo, ki nastajajo zaradi različnih nacionalnih zakonov, ki regulirajo transakcije s potrošniki v drugih državah EU-ja?

(PREBERI– SAMO EN ODGOVOR)

- Zelo visoki ..... 4
- Dokaj visoki ..... 3
- Dokaj nizki ..... 2
- Zanemarljivi ..... 1
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA] ..... 9

- 1 QU –

Q15.

[ČE JE Q6=0

Sedaj bi vas vprašal/a za mnenje o drugih ovirah s katerimi se vi, kot podjetnik, lahko soočite pri čezmejnem marketingu ali prodaji v EU-ju.]

[ČE JE Q6>=1

Na podlagi vaših izkušenj pri čezmejni prodaji ali marketingu nas zanima vaše mnenje o pomembnosti nekaterih praktičnih ovir

Prosim, povejte mi kako pomembne se vam zdijo te ovire pri čezmejni prodaji.

(PREBERI– EN ODGOVOR NA VRSTICO)

- Zelo pomembno ..... 1
- Dokaj pomembno ..... 2
- Dokaj nepomembno ..... 3
- Sploh ni pomembno ..... 4
- [Čezmejna prodaja me sploh ne zanima] ..8
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA] ..... 9

a) Dodatni stroški usklajevanja z različnimi nacionalnimi finančnimi predpisi

(DDV pravila, itd)..... 1 2 3 4 9

b) Dodatni stroški usklajevanja z različnimi nacionalnimi zakoni, ki urejajo

transakcije potrošnikov ..... 1 2 3 4 9

c) Dodatni stroški, ki nastanejo s čezmejno dostavo ..... 1 2 3 4 9

d) Večja težavnost pri reševanju čezmejnih pritožb in sporov ..... 1 2 3 4 9

e) Večja tveganost prevare in neplačila pri čezmejni prodaji ..... 1 2 3 4 9

f) Večja težavnost pri zagotavljanju učinkovite poprodajne storitve ..... 1 2 3 4 9

g) Stroški, ki nastajajo zaradi razlik v jeziku ..... 1 2 3 4 9

- 4 QU –

### III. UKREPI, KI POMAGAJO PRI B2C ČEZMEJNEM TRGOVANJU

Q16 Če bi bile zakonske odločbe, ki urejajo transakcije s potrošniki enake po vseh 25 državah članicah EU-ja, ali menite, da...

(PREBERI– SAMO EN ODGOVOR NA VRSTICO)

- zelo povečal ..... 4
- nekoliko povečal .....3
- nekoliko zmanjšal.....2
- zelo zmanjšal ..... 1
- [se ne bi spremenil] .....8
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA].....9

A. bi se delež vaše čezmejne prodaje ..... 1 2 3 4 9

B. bi se delež vaše internetne prodaje ..... 1 2 3 4 9

C. bi se delež vašega marketinškega proračuna za čezmejno prodajo..... 1 2 3 4 9

- 2 QU -

Q17 V koliko držav EU-ja ste pripravljeni čezmejno prodajati končnim potrošnikom?

(PREBERI– SAMO EN ODGOVOR)

- nikomur, pripravljen sem prodajati samo potrošnikom v Sloveniji..... 1
- eni državi ..... 2
- dvema ali trem državam EU-ja ..... 3
- štirim do desetim državam EU-ja ..... 4
- več kot desetim državam EU-ja..... 5
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 9

- 1 QU -

Q18 Ali veste kje lahko najdete pomembne informacije o predpisih o varstvu potrošnikov v drugih državah EU-ja?

(PREBERI – SAMO EN ODGOVOR)

- da ..... 1
- ne ..... 2
- [Evropski potrošniški center] ..... 7
- [Evro info center] ..... 8
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 9

- 1 QU -

Q19 Sedaj vam bom postavil/a vprašanje o sporih s potrošniki v Sloveniji, ne glede na to ali gre za čezmejno ali normalno prodajo. Ali ste že uporabili mehanizme Alternativne rešitve sporov (ADR) (t.j. arbitraža, obudsman, sporazumna telesa, druga telesa za reševanje izven sodišča), da bi uredili spor s potrošniki?

(PREBERI – SAMO EN ODGOVOR)

- Ne in ne poznam nobenega od teh mehanizmov ..... 1
- Ne, ampak poznam nekaj mehanizmov za reševanje sporov izven sodišč..... 2

- Da in sem uporabil mehanizem za reševanje sporov izven sodišč 3
- Da in redno uporabljam te mehanizme..... 4
- [NE VEM/BREZ ODGOVORA]..... 9

- 1QU -