

ZA4810

**Flash Eurobarometer 224
(Business Attitudes Towards
Cross-border Sales and Consumer Protection)**

**Country Specific Questionnaire
Sweden**

FL224

Final Questionnaire for Flash Eurobarometer 2008: B2C Cross Border Sales and consumer protection

INTRODUCTION / RESPONDENT SELECTION / SCHEDULING

Hej / God middag / God kväll, jag heter _____ och ringer från [FÖRETAG]. Vi håller på med en opinionsundersökning bland beslutsfattare inom näringslivet för Europeiska kommissionens räkning. Undersökningen tar cirka 10 minuter.

INTERVJUARE: OM NAMNET STÅR I FÄLTET "ANGIVET AV FÖRETAGET" SKA DU ANVÄNDA DETTA NAMN, VÄLJ ANNARS VEDERBÖRANDES NAMN BLAND NAMNEN I FÄLTET "ORIGINALSAMPEL".

Skulle jag kunna få tala med [NAMN], tack?

OM DET INTE GES NÅGOT NAMN I URVALET, LÄSER INTERVJUAREN

Skulle jag kunna få tala med den beslutsfattare på ert företag som är ansvarig för affärsförsäljning eller marknadsbeslut, inklusive de rättsliga delarna.

INTERVJUAREN: OM KONTAKTPERSONEN INTE ANGES I URVALET, FÖRSÖK ATT NÅ DEN HUVUDSAKLIGA BESLUTSFATTAREN! DESSA ÄR: DEN VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN, MARKNADSCHEFEN ELLER ANNAN ANSVARIG CHEF FÖR FÖRSÄLJNING INKLUSIVE JURIDISKA ASPEKTER.

00 - Lämplig respondent i telefonen SKIP SC1

01 - Beslutsfattare tillgänglig SKIP SC1

Ring upp igen: -----

02 - Bestäm tid för återuppringning (använd denna kod i samtliga fall där du inte lyckades nå beslutsfattaren, t.ex. om du bara kom till sekreteraren, receptionen, en kollega etc., eller om du inte kunde fastställa personens tillgänglighet eller kompetens.)

03 - Respondenten är inte tillgänglig nu eller senare, annan lämplig respondent möjlig

04 - personen är inte kompetent

05 - Avvisad av gate-keeper - OTYDLIG VÄGRAN

Ingen återuppringning: -----

06 - Personen är inte tillgänglig under fältarbetet, ingen annan person tillgänglig

07 - Nekad av respondent - DEFINITIV VÄGRAN

08 - Språkbarriär

09 - Kan inte få tag på beslutsfattarens namn och adress

10 - Företaget är under likvidation

LÄS UPP NÄR DU KOMMER TILL BESLUTSFATTAREN OM DET INTE ÄR SAMMA
PERSON SOM DEN DU KONTAKTADE FÖRST.:

Hej / God middag / God kväll, jag heter _____ och ringer från [FÖRETAG]. Vi håller på med en
opinionsundersökning bland beslutsfattare inom näringslivet för Europeiska kommissionens räkning.
Undersökningen tar cirka 10 minuter.

(LÄS UPP FÖR ALLA)

SC1. Denna undersökning är del av en EU-utsträckt studie som samlar företags beslutsfattareshållningar om
gränsöverskridande handelsaktiviteter gentemot konsumenter, och mer specifikt om lagar om
konsumentavtal och deras roll i gränsöverskridande detaljhandel. Undersökningen tar ungefär 10
minuter att slutföra. Dina svar kommer att förbli konfidentiella. Skulle du kunna vara så vänlig att hjälpa
mig med dina svar?

01 - Samtycker till att börja intervjun nu

02 - Samtycker till att börja intervjun vid annan tidpunkt

Ring upp igen:-----

03 - Respondenten är inte tillgänglig nu eller senare, annan lämplig respondent möjlig
(NAMNSIDA)

04 - Personen är inte kompetent i dessa frågor (NAMNSIDA)

Ingen återuppringning:-----

04 - Personen är inte tillgänglig under fältningsperioden, ingen annan person tillgänglig

05 - Nekad av respondent

06 - Språkbarriär

07 - Kan inte få tag på beslutsfattarens namn och adress

08 - Företaget är under likvidation

SC3. Vad har du för befattning på företaget?

1 - verkställande direktör, administrativ chef, etc.

2 - marknadschef

3 - högste juridiske rådgivare

4 - annan beslutsfattare med ansvar för företagets försäljning

BOKNINGSSKÄRM OM KVALIFICERAD RESPONDENT NÅS

Kan du vara så vänlig och ge mig det telefonnummer, till vilket du vill att jag ringer tillbaka?

Telefonnummer: _____

Kan du säga vad du heter?: _____

Och vad har du för titel?: _____

När vill du bli uppringd igen? (ÅÅMMDDTTMM)

Tack för hjälpen, då återkommer vi då.

INTRO FOR THE NEXT CALL BACK

Hej / God middag / God afton. Jag heter _____ och ringer från [FÖRETAG]. Förra gången jag ringde föreslog du att jag skulle ringa dig nu för att besvara vår enkät bland beslutsfattare inom näringslivet, som vi genomför för Europeiska kommissionens räkning. Kan vi börja intervjun nu?

1 - Ja

2- boka ny tid

BOKNINGSSKÄRM OM KVALIFICERAD RESPONDENT INTE NÅS

Kan du ge mig namnet på en lämplig person?: _____

Och hans/hennes titel är _____

Skulle du kunna ge mig det telefonnummer som jag kan nå honom/henne på?

Telefonnummer: _____

Vilken tid bör jag ringa tillbaka för att tala med beslutsfattaren? (ÅÅMMDDTTMM)

DEMOGRAFI/UTVÄRDERARE

D1. Låt mig börja med några få grundläggande frågor angående ditt företag. Hur många anställda har ditt företag?

- Färre än 100
- 10-49.....1
- 50-249.....2
- 250-499.....3
- 500 eller fler4
- [Vet ej/Inget svar].....9

OM FÄRRE ÄN 10 TACKA OCH AVSLUTA

ZIP. Skulle du kunna ge mig postnumret till ditt företag (där ni är belägna)?

D2. Säljer ditt företag direkt till slutkonsumenter, alltså allmänheten?

- ja1
- nej2
- [Vet ej/Inget svar].....9

OM INTE "JA" TACKA OCH AVSLUTA

D4. Förutom Sverige, i hur många EU-länder har ni dotterbolag eller detaljhandelsbutiker?

- FYLL I: land (0 - 26)
- [Vet ej/Inget svar]..... 99

D5. FRÅGA INTE, DOKUMENTATION FRÅN DATABAS:
NACE-kod som anger företagets huvudsakliga aktivitet

D6. FRÅGA INTE, DOKUMENTATION FRÅN DATABAS:
NUTS företagets region (NUTS 2-nivå)

HUVUDINTERVJU

Q1. Använder du någon av följande handelskanaler för detaljhandel?
(ENDAST ETT SVAR PER RAD)

- ja 1
- nej 2
- [Vet ej/Inget svar]..... 9

- a) e-handel / internet 1 2 9
- b) postorder 1 2 9
- c) telefonförsäljning / call-center (förutom e-handel, t.ex. tv-shopping) 1 2 9
- d) försäljning genom att representanter besöker konsumenterna i deras hem 1 2 9
- e) direktdetaljförsäljning (t.ex. butiker) 1 2 9

ASK ALL

Q2. Förutom Sverige, till hur många EU-länder marknadsför/annonserar du aktivt till slutkonsumenter?
(LÄS UPP – ENDA ETT SVAR)

- FYLL I: land (0 - 26)
- [Vet ej/Inget svar]..... 99

FRÅGA OM Q1 e) = 1

Q3. Angående er DETALJHANDEL I BUTIKER, kan du uppskatta värdet i procent av er totala försäljning till konsumenterna boende i andra EU-länder, som är på semester eller en shoppingresa?

-%
- [INTE TILLÄMPLIGT - Ingen försäljning i butiker] 998
- [Vet ej/Inget svar]..... 999

ASK ALL

Q4. På hur många EU-språk är ni för närvarande redo att utföra transaktioner med konsumenterna?
(LÄS UPP – ENDA ETT SVAR)

- endast på svenska] 01
- FYLL I:språk (02 - 98)
- [Vet ej/Inget svar]..... 99

I GRÄNSÖVERSKRIDANDE HANDEL

Q5 Enligt vår definition är gränsöverskridande handel försäljning via telefon, brev eller e-handel eller hembesök till en slutkonsument (d.v.s. allmänheten) som bor i ett annat land i den Europeiska unionen än det land där säljaren bor. De sålda produkternas ursprung är inte relevant. Det betydelsefulla är att slutkonsumenten bor i ett annat EU-land när transaktionen äger rum. Handel i butiker till människor från andra EU-länder, som är på semester eller en shoppingresa räknas inte som gränsöverskridande handel.

. Till hur många EU-länder har ni för närvarande gränsöverskridande handel med till slutkonsumenter?

(LÄS UPP – ENDAST ETT SVAR)

- Jag säljer bara till konsumenter i Sverige..... 00
- FYLL I:land (01 - 26)
- [Vet ej/Inget svar]..... 99

IF Q5 < > 0

D3 Vilken av följande produktkategorier är den största i din gränsöverskridande försäljning?

- Bilar, motorfordon och delar.....01
- Möbler, dekoration.....02
- Hushållsapparater03
- Elektronikprodukter04
- Böcker och audiovisuellt material05
- Kläder och accessoarer.....06
- Hälsö- och skönhetsprodukter07
- Mat och dryck08
- Andra produktkategorier09\
- Inga av ovanstående10
- Säljer inget av ovanstående.....11
- [Vet ej/Inget svar].....99

ROTERA Q6-Q8

FRÅGA OM Q1 a) = 1 & (SVAR PÅ Q5 ÄR MELLAN 01-26).

Q6. Angående det totala värdet på er e-handel/internetförsäljning, kan du uppskatta vilken procent som är TILL konsumenter boende i andra EU-länder?

-%
- INTE TILLÄMPLIGT - Ingen internetförsäljning 998
- [Vet ej/Inget svar]..... 999

FRÅGA OM Q1 b) ELLER c) = 1 & (FRÅGAN I Q5 ÄR MELLAN 01-26)

Q7. Angående det totala värdet på er POSTORDERFÖRSÄLJNING eller TELEFONFÖRSÄLJNING, kan du uppskatta hur många procent som är TILL konsumenter boende i andra EU-länder?

-%

-[INTE TILLÄMPLIGT - Ingen postorder eller telefonförsäljning]..... 998

-[Vet ej/Inget svar]..... 999

FRÅGA OM Q1 d) = 1 & (SVAR I Q5 ÄR MELLAN 01-26)

Q8. Angående det totala värdet på försäljningen som görs av ERA REPRESENTANTER som besöker konsumenter i deras hem, kan du uppskatta vilken procent som görs av era representanter som besöker konsumenter i andra EU-länder?

-%

-[INTE TILLÄMPLIGT - Ingen försäljning av representanter]..... 998

-[Vet ej/Inget svar]..... 999

FRÅGA OM Q1 a) ELLER b) ELLER c) ELLER d) = 1 & (SVAR I Q5 MELLAN 01-26) .

Q9. För att nu sammanfatta, kan du uppskatta vilken procent av er totala handel med slutkonsumenter via telefon, brev, e-handel, eller hembesök som är gränsöverskridande handel med EU-länder?

-%

-[INTE TILLÄMPLIGT - Ingen fjärrhandel till konsumenter som befinner sig i ett annat land]..... 998

-[Vet ej/Inget svar]..... 999

II. HINDER FÖR B2C GRÄNSÖVERSKRIDANDE FÖRSÄLJNING

Q10.

[OM Q5=0 LÄS]

Du sa tidigare att ni bara säljer till svenska konsumenter. Jag skulle nu vilja be om din åsikt om problem som du, som entreprenör, kan råka ut för vid marknadsföring eller gränsöverskridande försäljning

[OM SVAR I Q5 MELLAN 01-26 LÄS:]

På basis av din erfarenhet av gränsöverskridande försäljning eller marknadsföring skulle jag vilja veta din åsikt om betydelsen av vissa juridiska skillnader beträffande konsumentskydd i EU.

[FRÅGA ALLA]

Om du saluför något till konsumenter boende i andra EU-länder via telefon, brev, e-handel eller hembesök, måste du följa vissa juridiska bestämmelser som reglerar konsumenttransaktioner i konsumentens land. Dessa bestämmelser kan skilja sig från svenska lagar och kan leda till extra uppfyllelsekostnader, inklusive kostnader för att skaffa relevant juridisk rådgivning, förändring av marknadsföringsmaterial eller kontrakt, eller i händelse av icke-uppfyllelse, eventuella rättskostnader

Jag kommer nu att presentera några av dessa juridiska skillnader. Hur viktiga, tror du, att de är som hinder för gränsöverskridande handel? För att undvika missförstånd, kommer jag att ge korta förklaringar för varje faktor.

(LÄS UPP – ENDA ETT SVAR PER FRÅGA – VÄXLA A-G)

- Mycket viktigt hinder1

- ganska viktigt hinder2

- Inget viktigt hinder3

- Inget hinder alls4

-[Inget intresse alls av gränsöverskridande handel]
.....8

-[Vet ej/Inget svar].....9

A–Skillnad i längd på ångervecka..... 1 2 3 4 8 9

När man säljer varor till konsumenter via telefon, brev, e-handel eller i hemmet, har konsumenten rätt att ändra sig och säga upp kontraktet inom en viss tid. Konsumenter från vissa länder har längre tid på sig att skicka tillbaka varor till er än andra, från sju (7) arbetsdagar till fjorton (14) kalenderdagar.

B–Skillnader i information som ska tillhandahållas konsumenten 2 3 4 8 9

När man säljer till konsumenter via telefon, brev, e-handel eller i hemmet, måste ni tillhandahålla viss information till konsumenten innan eller vid den tid då kontraktet slutförs. Innehållet, (t.ex. att alltid ange er adress), tidpunkten och informationens upplägg kan behöva ändras av er i enlighet med konsumentens land.

C–Skillnader i händelse av underlåtelse att tillhandahålla information 1 2 3 4 8 9

Konsekvenserna du står inför för underlåtelse att följa informationskraven är olika reglerat inom EU. I vissa länder kan konsumenten få kontraktsgottgörelser (t.ex. de kan ha rätt att säga upp kontraktet med er), medan konsumenter i andra EU-länder har kanske inga sådana rättigheter.

D–Skillnader i sättet som konsumenter

kan utnyttja sin ångerrätt..... 1 2 3 4 8 9

i vissa länder kan konsumenter välja sättet att informera dig (t.ex. genom att skicka ett e-brev eller helt enkelt återlämna varan), medan i andra är de tvungna att följa en särskild procedur såsom rekommenderat brev.

E–Skillnader i behandlingen av returkostnader 1 2 3 4 8 9

Beroende på land, har du rätt att kräva att konsumenter betalar avgifter i händelse av avbeställning (t.ex. kostnaden för att returnera varorna), medan i andra länder har du inte den rätten.

F–Skillnader i definitionen av leverans 1 2 3 4 8 9

Beroende på land, anses varan levererad till konsumenten vid olika tillfällen (t.ex. när varan är fysiskt överlämnad till konsumenten eller när de är satta till dennes förfogande där du gör affärer. Dessa skillnader kan ha konsekvenser för dig att fastställa vem som bär ansvar för försämring eller skada på varorna.

G–Skillnader mellan medlemsstaters lagstiftning rörande varor som inte överensstämmer med konsumentkontraktet 1 23 489

Till exempel har konsumenter i vissa EU-länder mer tid än i andra att kräva att du endera lagar, byter ut eller reducerar priset på en vara som inte överensstämmer

Q11.

[OM Q5=0 LÄS]

jag skulle vilja fråga om din åsikt om andra hinder som du, som
entreprenör, kan stå inför vid gränsöverskridande marknadsföring
eller försäljning i EU.

[OM SVAR I Q5 MELLAN 01-26 LÄS:]

På basis av din erfarenhet av gränsöverskridande marknadsföring eller
försäljning skulle jag vilja veta din åsikt om betydelsen av några
andra praktiska hinder

Var vänlig säg mig hur viktiga dessa hinder är för
gränsöverskridande försäljning

(LÄS UPP – ENDAST ETT SVAR PER RAD)

- Mycket viktigt1
- Ganska viktigt2
- Ganska oviktigt3
- Inte alls viktigt4
- [Inget intresse alls av gränsöverskridande handel]
.....8
- [Vet ej/Inget svar]9

- a) Extra uppfyllelsekostnader med annorlunda
ekonomiska skatteregler (momsregler, etc) ..1 2 3 4 9
- b) Extra uppfyllelsekostnader med annorlunda
nationella lagar som reglerar
konsumenttransaktioner1 2 3 4 9
- c) Högre kostnader som uppkommer av
gränsöverskridande leveranser1 2 3 4 9
- d) Potentiellt högre kostnader för att lösa
klagomål och konflikter över gränser i
jämförelse med inom landet1 2 3 4 9
- e) Potentiellt högre kostnader p.g.a. risken för
bedrägeri och icke-betalningar vid
gränsöverskridande handel i jämförelse med
inhemsk försäljning1 2 3 4 9
- f) Potentiellt högre kostnader för att försäkra
sig om effektiv gränsöverskridande
efterförsäljningsservice i jämförelse med
inhemsk efterförsäljningsservice1 2 3 4 9
- g) Extrakostnader som uppkommer av
språkskillnader1 2 3 4 9

III. ÅTGÄRDER FÖR ATT UNDERLÄTTA B2C GRÄNSÖVERSKRIDANDE HANDEL

Q12 Om föreskrifterna i lagarna som reglerar transaktioner med konsumenter vore samma i alla de 27 medlemsstaterna i EU anser du att nivån på gränsöverskridande försäljning vore...

(LÄS UPP – ENDAST ETT SVAR)

- Öka mycket 4
- Öka lite3
- Minska lite2
- Minska mycket1
- [Skulle inte ändras].....8
- [Vet ej/Inget svar].....9

- Q13 Om föreskrifterna i lagarna som reglerar transaktioner med konsumenter vore samma i alla de 27 medlemsstaterna i EU, med hur många EU-länder skulle du vara intresserad att göra gränsöverskridande försäljning till slutkonsumenter?

(LÄS UPP – ENDA ETT SVAR)

- inga, vi har inget intresse av gränsöverskridande försäljning..... 1
- ett land..... 2
- två eller tre EU-länder 3
- fyra till tio EU-länder 4
- fler än tio EU-länder 5
- [Vet ej/Inget svar]..... 9

- Q14 Vet du var du kan hitta relevant information om regler om konsumentskydd i andra EU-länder?

(LÄS UPP – ENDA ETT SVAR)

- ja 1
- [Ja, nämnde specifikt det Europeiska konsumentcentret]..... 2
- nej 3
- [Vet ej/Inget svar]..... 9

- Q15 För att ändra ämne litegrann, jag har ytterligare fyra korta frågor angående dina uppfattningar om inhemska konsumentskyddsfrågor, innan vi avslutar intervjun,

Hur välinformerad är du om dina juridiska skyldigheter gentemot konsumenter som kommer från ditt lands konsumentskyddslagstiftning?

(LÄS UPP - ENDA ETT SVAR)

- Fullständigt informerad 1
- Välinformerad 2
- Inte välinformerad eller 3
- inte alls informerad?..... 4
- [Vet ej/Inget svar]..... 9

- Q16 Jag kommer nu att fråga dig om tvister med konsumenter i Sverige, och oavsett om det är en gränsöverskridande eller normal försäljningssituation. Har du redan använt mekanismerna i

Alternativt tvistlösningsförfarande (ATF) (d.v.s. skiljedomare, ombudsmän, förlikningsorgan, andra utomrättsliga tvistlösningsorgan) för att lösa tvister med konsumenter?

(LÄS UPP – ENDAST ETT SVAR)

- Nej, och jag känner inte till
någon av dessa mekanismer 1
- Nej, men jag känner till några
utomrättsliga
tvistlösningsmekanismer 2
- Ja, jag har använt utomrättsliga
tvistlösningsmekanismer 3
- Ja, jag använder regelbundet
dessa mekanismer 4
- [Vet ej/Inget svar] 9

Q19. I samband med produktsäkerhet, har något av följande skett i ditt företag de senaste 12 månaderna?

Tänk inte på matprodukter denna gång

- ja 1
- nej 2
- [Vet ej/Inget svar] 9

- a) Du har fått reklamation från kund gällande säkerhet för
någon produkt du sålt 1 2 9
- b) Skerheten för alla produkter du sålt har kontrollerats av
expert / fackman 1 2 9
- c) Alla produkter du sålt var återkallade eller stoppade 1 2 9
- d) Du, som säljare, utförde tester för att säkra att alla
produkter du sålde var säkra 1 2 9
- e) Andra åtgärder (spontant) 1 2 9

Q20. Gällande alla produkter (ej livsmedel) som obehindrat marknadsförs i (SVERIGE), tycker du personligen att...?

- I huvudsak är alla produkter säkra 1

- En liten del av produkterna är osäkra,
eller 2
- Ett markant antal produkter är osäkra? 3
- [Vet ej/Inget svar] 9