

ZA4534

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

**Country Specific Questionnaire
Czech Republic**

FL186

Final Questionnaire for Flash Eurobarometer 2006: B2C Cross Border Trade

INTRODUCTION / RESPONDENT SELECTION / SCHEDULING

Dobrý den, dobré odpoledne, jmenuji se a jsem z agentury Provádíme pro Evropskou komisi výzkum veřejného mínění mezi představiteli firem s rozhodovací pravomocí. Výzkum bude trvat zhruba 10 minut.

TAZATELI: JE-LI JMÉNO UVEDENO V POLI "POSKYTNUTO FIRMOU", POUŽÍVEJTE TOTO JMÉNO. V OSTATNÍCH PŘÍPADECH VYBERTE VHODNÉ JMÉNO ZE JMEN UVEDENÝCH V POLI "PŮVODNÍ VZOREK".

Mohu prosím mluvit s [JMÉNO]?

POKUD VE VÝBĚROVÉM SOUBORU NENÍ UVEDENO JMÉNO, TAZATELI ČTĚTE

Mohu prosím mluvit s tou odpovědnou osobou z Vaší firmy, která zodpovídá za firemní prodeje nebo za marketingová rozhodnutí včetně jejich právních aspektů?

TAZATELI: POKUD VE VÝBĚROVÉM SOUBORU NENÍ UVEDENA KONTAKTNÍ OSOBA, ZKUSTE SE SPOJIT S HLAVNÍ OSOBOU ZODPOVĚDNOU ZA ROZHODOVÁNÍ! JSOU TO: VÝKONNÝ ŘEDITEL, MARKETINGOVÝ ŘEDITEL NEBO JINÁ VEDOUcí OSOBA ZODPOVĚDNÁ ZA PRODEJ (VČETNĚ PRÁVNÍCH ASPEKTŮ)..

00 - U telefonu je vhodný respondent SKIP SC1
01 - Odpovědná osoba dostupná SKIP SC1

Opakované volání: -----

02 - Domluvte čas pro opětovné volání (používejte tento kód vždy, když se vám nepodaří zastihnout odpovědnou osobu (například jste hovořili pouze se sekretářkou, recepční, kolegou a podobně), nebo nemůžete zjistit dosažitelnost a(nebo) kompetenci osoby)

03 - Respondent není k dispozici ani teď, ani později, je možné oslovit jiného vhodného respondenta

04 - Osoba není kompetentní

05 - Odmítnutí nekompetentní osobou - VLÍDNĚ ODMÍTNUTÍ

Bez opakovaného volání: -----

06 - Osoba není v průběhu konání průzkumu dostupná a není k dispozici nikdo jiný

07 - Respondent odmítl - STRIKTNÍ ODMÍTNUTÍ

08 - Jazyková bariéra

09 - Nelze získat jméno a adresu odpovědné osoby

10 - Společnost je v likvidaci

IF SC0=1

PŘEČTĚ V PŘÍPADĚ, ŽE ZODPOVĚDNOU OSOBOU, S NÍŽ HOVOŘÍTE, NENÍ ČLOVĚK, KTERÉHO JSTE KONTAKTOVAL/A JAKO PRVNÍHO.:

Dobrý den, dobré odpoledne, jmenuji se a jsem z agentury Provádíme pro Evropskou komisi výzkum veřejného mínění mezi představiteli firem s rozhodovací pravomocí. Výzkum bude trvat zhruba 10 minut.

(ČTĚTE VŠEM)

SC1. Tento průzkum je součástí studie v celé EU, shromažďující názory osob zodpovědných za rozhodování na mezinárodní maloobchodní aktivity vůči spotřebitelům a, ještě konkrétněji, na zákony týkající se smluv se spotřebiteli a jejich roli v mezinárodním maloobchodě. Průzkum trvá zhruba 10 minut. Bude zachována důvěrnost vašich odpovědí. Můžete mi prosím věnovat svůj čas a odpovědět na otázky tohoto průzkumu?

01 - Souhlasí, rozhovor začne nyní

02 - Souhlasí, interview začnete později

Opakované volání:-----

03 - Respondent není k dispozici ani teď, ani později, je možné oslovit jiného vhodného respondenta

(OBRAZOVKA SE JMÉNY)

04 - Osoba není kompetentní v těchto záležitostech. (OBRAZOVKA SE JMÉNY)

Bez opakovaného volání:-----

04 - Osoba není v průběhu konání průzkumu dostupná a není k dispozici nikdo jiný

05 - Respondent odmítl

06 - Jazyková bariéra

07 - Nelze získat jméno a adresu odpovědné osoby

08 - Společnost je v likvidaci

SC3. Jaká je vaše pozice ve firmě?

1 - ředitel / vedoucí, generální ředitel a podobně

2 - marketingový manažer

3 - hlavní právní poradce

4 - jiná osoba pověřená rozhodováním v oblasti prodeje

PLÁNOVÁNÍ ROZHOVORU POKUD BYL KONTAKTOVÁN VHODNÝ RESPONDENT

Můžete mi prosím sdělit telefonní číslo, kam bych vám mohl znovu zavolat?

telefonní číslo: _____

Můžete mi prosím říci své jméno?: _____

A Váš titul je...?: _____

Můžete mi prosím říci, kdy bychom Vám mohli opět zavolat? (RRMMDDHHMM)

Mnohokrát Vám děkujeme za ochotu, opět Vám zavoláme tak, jak jsme se domluvili.

INTRO FOR THE NEXT CALL BACK

Dobrý den, dobré odpoledne, jmenuji se a jsem z agentury Když jsme Vám dříve volali, požádal/a jste, abychom Vám opět zavolali nyní. Provádíme pro Evropskou komisi výzkum veřejného mínění mezi představiteli firem s rozhodovací pravomocí. Můžeme nyní začít rozhovor?

1 - ano

2- znovu naplánovat

PLÁNOVÁNÍ ROZHOVORU POKUD NEBYL KONTAKTOVÁN VHODNÝ RESPONDENT

Můžete mi prosím říci jméno vhodné osoby?: _____

A jeho/její titul je...? _____

Můžete mi prosím říci telefonní číslo, kam bych mu/jí mohla zavolat?

telefonní číslo: _____

V kolik hodin mohu znovu zavolat, abych zastihl osobu zodpovědnou za rozhodování?
(RRMMDDHHMM)

DEMOGRAFIE / SCREENING

D1. Začal/a bych několika základními otázkami týkajícími se vaší společnosti. Kolik zaměstnanců má vaše společnost?

- Méně než 10 0
- 10-49 1
- 50-249 2
- 250-499 3
- 500 a více 4
- [Neví/odmítl odpovědět] 9

POKUD MÉNĚ NEŽ 10, PODĚKUJTE A ROZHOVOR UKONČETE

D2. Prodává vaše společnost přímo koncovým zákazníkům, tedy široké veřejnosti?

- ano 1
- ne 2
- [Neví/odmítl odpovědět] 9

POKUD ODPOVĚĎ NENÍ „ANO“, PODĚKUJTE A UKONČETE ROZHOVOR

D3. Vaše společnost je : ...

(ČTĚTE – MOŽNOST POUZE JEDNÉ ODPOVĚDI)

- Nezávislá společnost 1
- Mateřská společnost nadnárodní firmy 2
- Člen nadnárodní firmy, který má od mateřské společnosti povolení prodávat spotřebitelům žijícím v jiných zemích EU 3
- Člen nadnárodní firmy, který NEMÁ od mateřské společnosti svolení prodávat zákazníkům žijícím v jiných zemích EU 4
- [Neví/odmítl odpovědět] 9

POKUD Q1 = 4, PODĚKUJTE A UKONČETE ROZHOVOR

D4. V kolika zemích EU včetně České republiky má vaše společnost pobočky nebo maloobchodní prodejny?

- VYPIŠTE: země (1 - 25)
- [Neví/odmítl odpovědět] 99

D5. NEPTEJTE SE, ZÁZNAM Z DATABÁZE
Kód OKEČ (NACE) hlavního předmětu činnosti společnosti

D6. NEPTEJTE SE, ZÁZNAM Z DATABÁZE
Oblast NUTS společnosti (úroveň NUTS 2)

HLAVNÍ ČÁST ROZHOVORU

Q1. Využíváte k maloobchodnímu prodeji některé z následujících prodejních kanálů?

(MOŽNOST VÍCE ODPOVĚDÍ)

- ano 1
- ne 2
- [Neví/odmítl odpovědět] 9

- a) elektronické obchodování (e-commerce) / Internet..... 1 2 9
- b) zásilková služba 1 2 9
- c) prodej přes telefon / call-centra..... 1 2 9
- d) prodej prostřednictvím obchodních zástupců navštěvujících spotřebitele v domácnostech 1 2 9
- e) přímý maloobchodní prodej (tj. obchody) 1 2 9

- NEW, 3 QU –

Q2. V kolika zemích včetně České republiky provozujete aktivní prodej/propagaci pro koncové spotřebitele?

(ČTĚTE– MOŽNOST POUZE JEDNÉ ODPOVĚDI)

- VYPIŠTE země (1 - 25)
- [Neví/odmítl odpovědět] 99

- 1 QU –

Q3. Můžete odhadnout, kolik procent z celkového rozpočtu na marketing a reklamu je věnováno na povzbuzení zákazníků z ostatních zemí EU, aby u vás nakupovali? Slovem „nakupovali“ rozumíme telefonické objednávání, poštovní služby, e-obchodování, návštěvy v domácnostech nebo dokonce příjezd do vaší země.

PTEJTE SE, POKUD D4 > 0

Můžete odhadnout, kolik procent z celkového rozpočtu na marketing a reklamu je věnováno na povzbuzení spotřebitelů z ostatních zemí EU, v nichž nemáte maloobchodní prodejny, aby u vás nakupovali? Slovem „nakupovali“ rozumíme telefonické objednávání, poštovní služby, e-obchodování, návštěvy v domácnostech nebo dokonce příjezd do vaší země.

-%
- [NELZE POUŽÍT] 998
- [Neví/odmítl odpovědět] 999

- 1 QU –

PTEJTE SE, POKUD Q1 e) = 1

Q4. Můžete odhadnout procentuální podíl nákupů spotřebitelů z jiných zemí EU, kteří jsou ve vaší zemi na dovolené nebo cestě za nákupy na vašem MALOOBCHODNÍM PRODEJI?

-%
- [NELZE POUŽÍT - žádný maloobchodní prodej v obchodech]998
- [Neví/odmítl odpovědět] 999

- 1 QU –

Q5. V kolika jazycích zemí EU jste v současnosti schopni realizovat transakce se spotřebiteli?

(ČTĚTE– MOŽNOST POUZE JEDNÉ ODPOVĚDI)

- pouze čeština	01
- VYPIŠTE: jazyky (02 -98)	
- [Neví/odmítl odpovědět]	99

- 1 QU -

I MEZINÁRODNÍ OBCHOD

Podle naší definice je mezinárodním prodejem prodej zprostředkovaný telefonicky, poštou, e-obchodováním nebo návštěvou v domácnosti koncového spotřebitele (tedy široké veřejnosti) žijícího v jiné zemi EU, než je země prodejce. Nezáleží na původu prodáváného zboží. Záleží však na tom, aby koncový spotřebitel byl v době uskutečnění transakce obyvatelem jiné země EU než prodejce. Prodej v obchodech osobám z jiné země EU, které jsou na dovolené nebo výletě za nákupy, není kvalifikován jako mezinárodní prodej.

- 0,5 QU -

Q6. V kolika zemích EU v současné době realizujete mezinárodní prodej koncovým spotřebitelům?

(ČTĚTE– MOŽNOST POUZE JEDNÉ ODPOVĚDI)

- Prodávám pouze zákazníkům v České republice..... 00
- VYPIŠTE: země (01 - 24)
- [Neví/odmítl odpovědět] 99

- 1 QU -

Q7. Řekl/a byste, že díky internetovému prodeji a e-obchodování je mezinárodní prodej koncovým spotřebitelům pro vaši společnost zajímavější?

- ano, mnohem zajímavější 1
- ano, o něco zajímavější..... 2
- nemá žádný vliv 3
- ne, je kvůli tomu méně zajímavý 4
- [Neví/odmítl odpovědět] 9

- 1 QU -

OTÁZKY Q8-Q11 STRÍDEJTE

PTEJTE SE, POKUD Q1 a) = 1

A ZÁROVEŇ (Q6 > 0 & Q6 < 99).

Q8. Můžete odhadnout procento zákazníků vašeho ELEKTRONICKÉHO OBCHODOVÁNÍ (E-COMMERCE) / INTERNETOVÉHO PRODEJE, kteří žijí v jiných zemích EU?

-%
- [NELZE POUŽÍT - Žádný internetový prodej] 998
- [Neví/odmítl odpovědět] 999

- 1 QU -

PTEJTE SE, POKUD Q1 b) NEBO c) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q9. Můžete odhadnout procento realizované u spotřebitelů z jiných zemí EU u celkového PRODEJE POMOCÍ ZÁSILKOVÉ SLUŽBY nebo TELEFONICKÉHO PRODEJE?

-%
- [NELZE POUŽÍT - Nerealizuje se poštovní objednávání ani telefonický prodej] 998
- [Neví/odmítl odpovědět] 999

- 1 QU -

PTEJTE SE, POKUD Q1 d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q10. Můžete odhadnout, jaké procento celkového prodeje realizovaného vašimi ZÁSTUPCI navštěvujícími spotřebitele v domácnostech, je realizováno při návštěvách vašich zástupců v jiných zemích EU?

-%
- [NELZE POUŽÍT - Prodej se nerealizuje prostřednictvím zástupců] 998
- [Neví/odmítl odpovědět] 999

- 1 QU -

PTEJTE SE, POKUD Q1 a) NEBO b) NEBO c) NEBO d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q11. Když to všechno sečtete, můžete odhadnout, jaké procento vašeho celkového prodeje koncovým spotřebitelům po telefonu, formou poštovních zásilek, e-obchodování nebo návštěv v domácnosti představuje mezinárodní prodej do zemí EU?

-%

- [NELZE POUŽÍT - Neexistuje dálkový prodej zákazníkům sídlícím v jiné zemi]

..... 998

- [Neví/odmítl odpovědět] 999

- 1 QU -

PTEJTE SE, POKUD Q1 a) NEBO b) NEBO c) NEBO d) = 1

Q12. A můžete odhadnout, jaké procento vašeho celkového prodeje koncovým spotřebitelům po telefonu, formou poštovních zásilek, e-obchodování nebo návštěv v domácnosti představuje mezinárodní prodej do zemí, které nejsou členy EU?

-%

- [NELZE POUŽÍT - Žádný dálkový prodej spotřebitelům mimo země EU] 998

- [Neví/odmítl odpovědět] 999

- 1 QU -

II. PŘEKÁŽKY MEZINÁRODNÍHO OBCHODOVÁNÍ B2C

Q13.

[POKUD Q6=0 ČTĚTE]

Dříve jste uvedl/a, že prodáváte pouze českým zákazníkům. Nyní bych se vás chtěl/a zeptat na váš názor na problémy, s nimiž byste se mohl/a jako podnikatel setkat při marketingu nebo prodeji přes hranice.

[POKUD Q6>1 & Q6< 99, ČTĚTE]

Na základě vaší zkušenosti se zahraničním prodejem nebo marketingem bych rád/a znal/a váš názor na důležitost některých právních rozdílů týkajících se ochrany spotřebitelů v EU.

[ČTĚTE VŠE]

Pokud obchodujete se spotřebiteli, kteří žijí v jiných zemích EU telefonicky, prostřednictvím poštovních zásilek, e-obchodování nebo návštěv v domácnostech, musíte jednat v souladu s určitými právními předpisy, které regulují zákaznické transakce v zemi spotřebitele. Tyto předpisy se mohou lišit od českých zákonů a mohou vyvolat další náklady na dodržování předpisů včetně nákladů na zajištění příslušného právního poradenství, změny marketingových materiálů nebo smluv nebo v případě nedodržení předpisů možných nákladů na soudní proces.

Nyní vám představím některé z těchto právních rozdílů. Do jaké míry jsou tyto rozdíly podle vás překážkami mezinárodního prodeje? Aby nedošlo k nedorozumění, poskytnu vám krátké vysvětlení jednotlivých faktorů.

(ČTĚTE– MOŽNOST POUZE JEDNÉ ODPOVĚDI – STRÍDEJTE A-G)

- Velmi důležitá překážka 1
- Spíše důležitá překážka 2
- Nedůležitá překážka 3
- Není to vůbec překážka 4
- [Mezinárodní prodej nás vůbec nezajímá] ..8
- [Neví/odmítl odpovědět] 9

A – Rozdíly v délce období klidu (cooling off)

..... 1 2 3 4 9

Při prodeji zboží zákazníkům prostřednictvím telefonu, poštovních zásilek, e-obchodu nebo v domácnosti si to může zákazník rozmyslet a do určité doby odstoupit od smlouvy. Zákazníci z některých zemí mají na vrácení zboží delší čas než zákazníci z jiných zemí. Tato doba se pohybuje v rozmezí od sedmi (7) pracovních dní do čtrnácti (14) kalendářních dní.

B – Rozdíly v informacích, které mají být zákazníkovi poskytnuty

..... 1 2 3 4 9

Při prodeji zákazníkům prostřednictvím telefonu, poštovních zásilek, e-obchodování nebo v domácnostech musíte zákazníkovi poskytnout nějaké informace ještě před uzavřením smlouvy nebo při jejím uzavírání. Obsah (například to, že vždy uvedete svoji adresu), časové rozvržení a formát informací můžete změnit v závislosti na zemi zákazníka.

C – Rozdíly v případě neposkytnutí informací

..... 1 2 3 4 9

Důsledky, kterým budete čelit za nedodržení požadavků o poskytnutí informací, jsou v různých zemích EU určeny různě. V některých zemích má spotřebitel právo na opravu smlouvy (například

právo smlouvu s vámi vypovědět), zatímco
zákazníci z jiných zemí EU taková práva mít
nemusí.

D – Rozdíly ve způsobu, jakým mohou zákazníci uplatnit své právo

na odstoupení od smlouvy

..... 1 2 3 4 9

V některých zemích si mohou zákazníci vybrat
způsob, jakým vás upozorní (například odesláním
e-mailu nebo pouhým vrácením zboží), kdežto v
jiných mají povinnost použít určitý postup, například
doporučenou poštu.

E – Rozdíly ve zpracování nákladů na vrácení

..... 1 2 3 4 9

V závislosti na zemi máte v případě odstoupení od
smlouvy svolení po zákaznících požadovat
zaplacení určitých poplatků (například nákladů na
vrácení zboží), kdežto v jiných ne.

F – Rozdíly v definici doručení

..... 1 2 3 4 9

V závislosti na zemi se zboží považuje za doručeno
zákazníkovi v rozdílných situacích (například při
fyzickém předání zboží zákazníkovi nebo když je
zboží v místě vašeho podnikání předáno
zákazníkovi). Tyto rozdíly pro vás mohou mít
následky při určování zodpovědnosti za rozbití
nebo poškození zboží.

G – Rozdíly mezi legislativou členských států týkající se
zboží, které neodpovídá smlouvě se zákazníkem

..... 1 2 3 4 9

Zákazníci v některých členských státech EU mají
například delší lhůtu na požadování opravy,
výměny nebo snížení ceny za nevyhovující zboží.

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

Q14. Jak celkově hodnotíte možné další náklady na mezinárodní prodej, které vyplývají z dodržování shody mezi odlišnými zákony, které regulují transakce se zákazníky v jiných zemích EU?

(ČTĚTE– MOŽNOST POUZE JEDNÉ ODPOVĚDI)

- Velmi vysoko 4
- Spíše vysoko 3
- Spíše nízko 2
- Zanedbatelné 1
- [Neví/odmítl odpovědět] 9

- 1 QU -

Q15.

[POKUD Q6=0

Nyní bych se vás rád/a zeptal/a na další překážky, s nimiž se můžete jako podnikatel setkat při mezinárodním nabízení nebo prodeji zboží v EU.]

[POKUD Q6>=1

Můžete mi prosím říci svůj názor na důležitost některých praktických překážek na základě vaší zkušenosti s mezinárodním prodejem zboží nebo marketingem?

Řekněte mi prosím, jak jsou podle vás tyto překážky důležité pro mezinárodní prodej.

(ČTĚTE– POUZE JEDNA ODPOVĚĎ NA ŘÁDEK)

- Velmi důležité 1
- Spíše důležité 2
- Spíše nedůležité 3
- Zcela nedůležité 4
- [Mezinárodní prodej nás vůbec nezajímá] 8
- [Neví/odmítl odpovědět] 9

- a) Zvláštní náklady na dodržování shody s různými národními finančními regulacemi (pravidla pro DPH atd.) 1 2 3 4 9
- b) Zvláštní náklady na dodržování shody s různými národními zákony regulujícími zákaznické transakce 1 2 3 4 9
- c) Zvláštní náklady vyplývající z mezinárodních dodávek 1 2 3 4 9
- d) Vyšší obtížnost při řešení mezinárodních stížností a konfliktů 1 2 3 4 9
- e) Vyšší riziko zpronevěry a nesplácení při zahraničním prodeji 1 2 3 4 9
- f) Vyšší obtížnost při zajištění efektivního poprodejního servisu 1 2 3 4 9
- g) Náklady plynoucí z jazykových rozdílů 1 2 3 4 9

- 4 QU -

III. MĚŘÍTKA PRO USNADNĚNÍ MEZINÁRODNÍHO OBCHODOVÁNÍ B2C

Q16 Kdyby zákonná ustanovení regulující transakce se zákazníky byla stejná ve všech 25 členských státech, myslíte si, že ...

(ČTĚTE– POUZE JEDNA ODPOVĚĎ NA ŘÁDEK)

- se velmi zvýšil 4
- se částečně zvýšil3
- se částečně snížil.....2
- se velmi snížil..... 1
- [se nezměnil].....8
- [Neví/odmítl odpovědět]9

A. podíl vašeho mezinárodního prodeje by 1 2 3 4 9

B. podíl vašeho internetového prodeje by 1 2 3 4 9

C. podíl vašeho marketingového rozpočtu pro mezinárodní prodej by 1 2 3 4 9

- 2 QU -

Q17 Do kolika zemí EU jste připraveni realizovat mezinárodní prodej koncovým zákazníkům?

(ČTĚTE– MOŽNOST POUZE JEDNÉ ODPOVĚDI)

- do žádné, jsem připravený/á prodávat pouze
zákazníkům v České republice 1
- do jedné země..... 2
- do dvou až tří zemí EU..... 3
- do čtyř až desíti zemí EU 4
- do více než desíti zemí EU..... 5
- [Neví/odmítl odpovědět] 9

- 1 QU -

Q18 Víte, kde můžete najít relevantní informace o regulaci ochrany spotřebitelů v ostatních zemích EU?

(ČTĚTE – MOŽNOST POUZE JEDNÉ ODPOVĚDI)

- ano 1
- ne 2
- [Evropské centrum spotřebitelů (ECC)] 7
- [Evropské informační centrum (EIC)] 8
- [Neví/odmítl odpovědět] 9

- 1QU -

Q19 Zeptám se vás na spory se zákazníky v České republice, a to bez ohledu na skutečnost, zda se jedná o mezinárodní nebo normální prodejní situaci. Využili jste již mechanismů alternativního řešení sporů (tj. rozhodčí soudy, ombudsman, smírčí rady, další mimosoudní smírčí rady) k vyřešení sporů se spotřebiteli?

(ČTĚTE – MOŽNOST POUZE JEDNÉ ODPOVĚDI)

- Ne, a žádný z těchto mechanismů neznám..... 1
- Ne, ale znám některé mimosoudní mechanismy
řešení sporů..... 2

- Ano, využil/a jsem mimosoudní mechanismy řešení sporů 3
- Ano, tyto mechanismy využívám pravidelně 4
- [Neví/odmítl odpovědět] 9

- 1QU -