

ZA4534

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

**Country Specific Questionnaire
Latvia (Russian)**

FL186

Final Questionnaire for Flash Eurobarometer 2006: B2C Cross Border Trade

INTRODUCTION / RESPONDENT SELECTION / SCHEDULING

Здравствуйтесь! Добрый день! Добрый вечер! Меня зовут _____ и я работаю в "Latvijas Faktos".
Мы, по заданию Европейского Союза, проводим опрос руководителей предприятий.
Продолжительность интервью, примерно 10 минут

**ИНТЕРВЬЮЕР: ЕСЛИ ИМЯ КОНТАКТНОЙ ПЕРСОНЫ В
ВПИСАНО В ЯЧЕЙКУ "ОБЕСПЕЧИВАЕТ ПРЕДПРИЯТИЕ", ТО
ГОВОРИТЕ С ЭТОЙ ПЕРСОНОЙ, В ПРОТИВНОМ СЛУЧАЕ
ВЫБЕРИТЕ СООТВЕТСТВУЮЩУЮ ПЕРСОНУ ИЗ
"ОРИГИНАЛЬНОЙ ВЫБОРКИ"**

Могу ли я говорить с (ИМЯ)?

**ЕСЛИ В ВЫБОРКЕ НЕ УКАЗАНО ИМЯ, ИНТЕРВЬЮЕР,
ЗАЧИТАЙТЕ**

Могу ли я, пожалуйста, говорить с тем, принимающим решение в Вашей компании, кто отвечает за
решения о продажах и маркетинге, включая их юридические аспекты?

**ИНТЕРВЬЮЕР: ЕСЛИ В ВЫБОРКЕ НЕ УКАЗАНА КОНТАКТНАЯ
ПЕРСОНА, ПОПРОБУЙТЕ ДОСТИЧЬ ГЛАВНОГО
ПРИНИМАЮЩЕГО РЕШЕНИЯ! ЭТО: ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ
ДИРЕКТОР, МЕНЕДЖЕР ПО МАРКЕТИНГУ ИЛИ ДРУГОЙ
РУКОВОДИТЕЛЬ, ОТВЕЧАЮЩИЙ ЗА ПРОДАЖИ, ВКЛЮЧАЯ
ЕЁ ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ.**

00 - Подходящий респондент у телефона SKIP SC1

01 - Принимающий решения доступен для интервью SKIP SC1

Повторный звонок: -----

02 - Договоритесь о времени повторного звонка (этот код отметить во всех случаях,
когда вы не можете достичь принимающего решения, например Вы вышли только на
секретаря, принимающего звонки, коллегу респондента и т.п. или же вы не можете
определить доступность персоны или её компетенцию)

03 - Респондент не доступен ни сейчас, ни позже, есть возможность говорить с другим
подходящим респондентом

04 - Персона не компетентна

05 - Отказ от персоны, которая не является лицом, принимающим решения - ЛЁГКИЙ
ОТКАЗ

Нет повторного звонка: -----

06 - Персона не доступна во время проведения опроса, и другие персоны тоже не
доступны

07 - Отказ респондента - СТРОГИЙ ОТКАЗ

08 - Языковой барьер

09 - Нельзя получить информацию о имени и адресе принимающего решения

10 - Предприятие находится в стадии ликвидации

IF SC0=1

ЗАЧИТАТЬ ТОГДА, КОГДА НАЧНЁТЕ ГОВОРИТЬ С ПРИНИМАЮЩИМ РЕШЕНИЯ, ЕСЛИ ЭТО НЕ ПЕРВАЯ ПЕРСОНА С КОТОРОЙ ВЫ НАЧАЛИ ГОВОРИТЬ:

Здравствуйте! Добрый день! Добрый вечер! Меня зовут _____ и я работаю в "Latvijas Faktos". Мы, по заданию Европейского Союза, проводим опрос руководителей предприятий. Продолжительность интервью, примерно 10 минут

(ЧИТАТЬ ВСЕМ)

SC1. Это исследование - часть исследования по всему ЕС, в рамках которого собираются мнения принимающих решения на предприятии об ориентированной на потребителя активности заграничной розничной торговли и конкретнее о законах о договорах потребителей и их роли в заграничной розничной торговле. Опрос займёт примерно 10 минут. Конфиденциальность Ваших ответов гарантируется. Можете ли Вы помочь нам ответив на вопросы?

01 - Согласен, начать интервью

02 - Согласен начать интервью в другое время

Повторный звонок:-----

03 - Респондент не доступен ни сейчас, ни позже, есть возможность говорить с другим подходящим респондентом

(ОКОШЕЧКО ДЛЯ СЛОВ)

04 - Персона не компетентна в этих вопросах (ОКОШЕЧКО ДЛЯ СЛОВ)

Нет повторного звонка:-----

04 - Персона не доступна во время проведения опроса, и другие персоны тоже не доступны

05 - Отказ респондента

06 - Языковой барьер

07 - Нельзя получить информацию о имени и адресе принимающего решения

08 - Предприятие находится в стадии ликвидации

SC3. Какая у Вас занимаемая должность на предприятии

1 - исполнительный директор, директор, т.п.

2 - Менеджер по маркетингу

3 - главный консультант по юридическим вопросам

4 - Другой принимающий решения, который на предприятии отвечает за продажи

НАЗНАЧИТЬ ВРЕМЯ ИНТЕРВЬЮ ЕСЛИ ПОДХОДЯЩИЙ РЕСПОНДЕНТ ДОСТУПЕН

Можете ли Вы, пожалуйста, дать номер телефона, на который Вы хотели бы, чтобы я Вам перезвонила?

Номер телефона: _____

Можете ли Вы назвать мне своё имя?: _____

И какая занимаемая Вами должность?: _____

В какое время Вам лучше позвонить еще раз? (ГГММДДЧЧММ)

Большое спасибо за Вашу отзывчивость, я позвоню Вам еще раз, как мы договорились

INTRO FOR THE NEXT CALL BACK

Здравствуйте!// Добрый день!// Добрый вечер! Меня зовут _____ и я работаю в "Latvijas Faktos".
Тогда, когда я звонил/-а в предыдущий раз, Вы посоветовали мне позвонить в это время, чтобы
получить интервью в рамках заказанного Европейским Союзом исследования, в ходе которого мы
опрашиваем принимающих решения разных предприятий. Можем ли мы начать интервью?

1 - Да

2- договориться о следующем созвонивании

**НАЗНАЧИТЬ ВРЕМЯ ИНТЕРВЬЮ ЕСЛИ ПОДХОДЯЩИЙ РЕСПОНДЕНТ НЕ
ДОСТУПЕН**

Могли бы Вы назвать мне имя подходящей персоны?: _____

И его/ её должность _____

Могли бы Вы назвать мне номер телефона на который я могу позвонить ему/ ей еще
раз?

Номер телефона: _____

В какое время мне надо будет перезвонить, чтобы поговорить с принимающим
решение? (ГГММДДЧЧММ)

ДЕМОГРАФИЯ/ ОТБОРОЧНЫЕ ВОПРОСЫ

D1. Позвольте мне начать с пары основных вопросов о Вашем предприятии. Сколько работающих занято на Вашем предприятии?

- Меньше 10 0
- 10-49 1
- 50-249 2
- 250-499 3
- 500 и больше 4
- [Не знает/ НО] 9

ЕСЛИ МЕНЬШЕ 10, ПОБЛАГОДАРИТЬ И ПРЕРВАТЬ ИНТЕРВЬЮ

D2. Ваша компания продаёт непосредственно потребителям, имеются ввиду обычные жители?

- Да 1
- Нет 2
- [Не знает/ НО] 9

ЕСЛИ НЕ “ДА”, ПОБЛАГОДАРИТЬ И ПРЕРВАТЬ ИНТЕРВЬЮ

D3. Ваша компания: ...

(ЗАЧИТАТЬ – ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ)

- Независимая компания 1
- Материнское предприятие международной группы 2
- Член международной группы, которой материнская компания разрешила продавать свои продукты потребителям, живущим в других странах ЕС 3
- Член международной группы, которой материнская компания НЕ разрешила продавать свои продукты потребителям, живущим в других странах ЕС 4
- [Не знает/ НО] 9

Если Q1 = 4, ПОБЛАГОДАРИТЬ И ПРЕРВАТЬ ИНТЕРВЬЮ

D4. В скольких странах ЕС, включая Латвию, у Вас есть филиалы или места торговли?

- ЗАПИСАТЬ: страны (1 - 25)
- [Не знает/ НО] 99

D5. НЕ СПРАШИВАТЬ. ОТМЕТИТЬ ИЗ БАЗЫ ДАННЫХ
Код NACE основного вида деятельности предприятия

D6. НЕ СПРАШИВАТЬ. ОТМЕТИТЬ ИЗ БАЗЫ ДАННЫХ
NUTS код региона, в котором зарегистрировано предприятие (2 уровень NUTS)

ОСНОВНОЕ ИНТЕРВЬЮ

Q1. Используйте ли Вы в розничной торговле какие-нибудь из следующих каналов продаж
(ВОЗМОЖНЫ НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ)

- Да..... 1
- Нет..... 2
- [Не знает/ НО]..... 9

- а) е-коммерция / Интернет 1 2 9
- б) заказы по почте..... 1 2 9
- с) телемаркетинг/ продажа по телефону 1 2 9
- д) продажа с использованием торговых представителей, которые посещают потребителей в их
домах 1 2 9
- е) прямая розничная торговля (т.е. магазины) 1 2 9

- NEW, 3 QU –

Q2. В скольких странах ЕС, включая Латвию, Вы активно продаёте/ рекламируете свои продукты
конечным потребителям?

(ЗАЧИТАТЬ– ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ)

- ЗАПИСАТЬ..... страны (1 - 25)
- [Не знает/ НО]..... 99

- 1 QU –

Q3. Можете ли Вы оценить, сколько процентов от Вашего общего маркетингово и рекламного
бюджета тратится на то, чтобы побудить потребителей из других стран ЕС покупать Ваши
продукты? В этом вопросе “покупка” может быть сделана и по телефону, и по почте, в интернете,
домашним визитом или даже приездом в нашу страну.

ЕСЛИ D4 > 0

Можете ли Вы оценить, сколько процентов от Вашего общего маркетингово и рекламного бюджета
тратится на то, чтобы побудить потребителей в других странах ЕС, в которых у Вас нет торговых
мест, покупать Ваши продукты? В этом вопросе “покупка” может быть сделана и по телефону, и
по почте, в интернете, домашним визитом или даже приездом в нашу страну.

-%
- [НЕ ПРИМЕНИМО] 998
- [Не знает/ НО]..... 999

- 1 QU –

СПРОСИТЬ ЕСЛИ Q1 e) = 1

Q4. Можете ли Вы оценить, сколько процентов от продаж в Ваших МАГАЗИНАХ РОЗНИЧНОЙ
ТОРГОВЛИ, делается потребителям, живущим в других странах ЕС, которые появляются в
выходные дни или в поездках с целью покупок

-%
- [НЕ ПРИМЕНИМ - нет розничной торговли в магазине]... 998
- [Не знает/ НО]..... 999

- 1 QU –

Q5. И на скольких языках ЕС Вы готовы реализовать сделки с потребителями?
(ЗАЧИТАТЬ– ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ)

- только на русском языке 01
- ЗАПИСАТЬ: языки (02 -98)
- [Не знает/ НО] 99

- 1 QU –

I ЗАГРАНИЧНЫЕ ПРОДАЖИ

По нашей дефиниции заграничные продажи - это продажи по телефону, по почте или в интернете или же посещая на дому конечного потребителя (обычного жителя), который является жителем другой страны ЕС, нежели продавец. Не важно, какая страна происхождения продукта. Важно то, что в момент, когда происходит сделка, конечный потребитель является жителем другой страны ЕС, нежели продавец. Продажа в магазинах людям из других стран ЕС, которые приехали на выходные или же в поездку с целью покупок не квалифицируется как заграничная продажа.

- 0,5 QU -

Q6. В скольких странах ЕС Вы совершаете заграничные продажи конечным потребителям?

(ЗАЧИТАТЬ – ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ)

- Мы продаём только потребителям из Латвии 00
- ЗАПИСАТЬ: страны (01 - 24)
- [Не знает/ НО] 99

- 1 QU –

Q7. Могли бы Вы сказать, что интернет и е-комерция делают заграничные продажи конечным потребителям более интересными для Вашего предприятия?

- Да, гораздо интереснее 1
- Да, в известной мере интереснее 2
- не влияют 3
- Нет, сделали их менее интересными 4
- [Не знает/ НО] 9

- 1 QU -

МЕНЯТЬ ПОРЯДОК Q8-Q11

СПРАШИВАТЬ ЕСЛИ Q1 a) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99).

Q8. Можете ли Вы назвать, сколько процентов, от Ваших общих Е-КОМЕРЦИЙ/ИНТЕРНЕТ ПРОДАЖ, делается потребителям, живущим в других странах ЕС?

-%
- [НЕ ПРИМЕНИМ - Нет интернет продаж] 998
- [Не знает/ НО] 999

- 1 QU –

СПРАШИВАТЬ ЕСЛИ Q1 b) ИЛИ c) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q9. Можете ли Вы назвать, сколько процентов, от Ваших общих ПРОДАЖ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЗАКАЗОВ ПО ПОЧТЕ или ПРОДАЖ ПО ТЕЛЕФОНУ делается для потребителей, живущих в других странах ЕС

-%
- [НЕ ПРИМЕНИМ - Нет заказов по почте или продаж по телефону] 998
- [Не знает/ НО] 999

- 1 QU –

СПРАШИВАТЬ ЕСЛИ Q1 d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q10. Из Ваших общих продаж, сделанных ВАШИМИ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ, которые приходят к потребителям домой, можете ли Вы назвать, сколько процентов приходится на потребителей, живущих в других странах ЕС?

-%

- [НЕ ПРИМЕНИМ - Нет продаж с использованием торговых представителей] 998

- [Не знает/ НО] 999

- 1 QU –

СПРАШИВАТЬ ЕСЛИ Q1 a) ИЛИ b) ИЛИ c) ИЛИ d) = 1 & (Q6 > 0 & Q6 < 99)

Q11. Теперь суммируя всё, можете ли Вы сказать сколько процентов от Ваших общих продаж конечному потребителю по телефону, по почте, в е-коммерции и при домашних посещениях, являются заграничными продажами в странах ЕС?

-%

- [НЕ ПРИМЕНИМ - Нет, издалека руководимых, продаж потребителям, живущим в других странах]

..... 998

- [Не знает/ НО] 999

- 1 QU –

СПРАШИВАТЬ ЕСЛИ Q1 a) ИЛИ b) ИЛИ c) ИЛИ d) = 1

Q12. И можете ли Вы сказать, сколько процентов от Ваших общих продаж конечному потребителю по телефону, по почте, в е-коммерции и при домашних посещениях, являются заграничными продажами НЕ в странах ЕС?

-%

- [НЕ ПРИМЕНИМ - Нет издалека руководимых продаж потребителям, живущим вне ЕС] 998

- [Не знает/ НО] 999

- 1 QU –

II. ПРЕПЯТСТВИЯ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА ЗАРУБЕЖНУЮ ТОРГОВЛЮ КОНЕЧНОМУ ПОТРЕБИТЕЛЮ

Q13.

[ЕСЛИ Q6=0 ЗАЧИТАТЬ]

Вы перед этим сказали, что продаёте свои продукты только Латвийским потребителям. Теперь я хотела бы узнать Ваше мнение о проблемах, с которыми Вы, как предприниматель, можете столкнуться в заграничном маркетинге или в продажах.

[ЕСЛИ Q6>1 & Q6< 99 ЗАЧИТАТЬ]

Базируясь на Ваш опыт в заграничных продажах или маркетинге, я хотел бы узнать ваше мнение о том, насколько важны, по Вашему мнению, некоторые юридические различия касающиеся защиты потребителя в ЕС.

[ЗАЧИТАТЬ ВСЕМ]

Если вы продаёте потребителям, живущим в других странах ЕС по телефону, по почте, е-комерции или посещая на дому, Вам надо соблюдать определённые юридическими нормы, регулирующие сделки с потребителями в этой стране. Эти нормы могут отличаться от законов Латвии и могут вызвать дополнительные расходы на согласование, включая расходы для получения соответствующей юридической консультации, изменения маркетинговых материалов или договоров, или возможные судебные затраты в случае несоответствия.

Я сейчас зачитаю Вам несколько из этих юридических различий. Насколько важны они, по Вашему мнению, как препятствия заграничной продаже? Чтобы избежать недоразумения я дам краткое пояснение для каждого из факторов.

(ЗАЧИТАТЬ– ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ – МЕНЯТЬ ПОРЯДОК ЧТЕНИЯ А-G)

- Очень важное препятствие1
- Довольно важное препятствие.....2
- Не важное препятствие3
- Совсем не препятствие4
- [Совсем нет никакого интереса к заграничной продаже] 8
- [Не знает/ НО].....9

A – Разница в длительности периода обдумывания покупки

..... 1 2 3 4 9

Когда потребителю продаётся товар по телефону, по почте, используя е-комерцию или посещая на дому, потребитель имеет право определённое время обдумать и аннулировать договор. Потребителям в некоторых странах даётся больше времени чтобы вернуть Вам товар чем в других, продолжительность время возврата колеблется от 7 рабочих дней и до 14 календарных дней.

B – Различия в информации предоставляемой потребителю

..... 1 2 3 4 9

Когда происходит продажа по телефону, почте, е-комерции или посещая на дому, перед или во время заключения договора Вы должны предоставить потребителю определённую информацию. Содержание информации (напр., всегда указать свой адрес) время и формат возможно необходимо изменить в зависимости от страны потребителя.

C – Различия в случае, если вы не можете обеспечить информацией

..... 1 2 3 4 9

Последствия с которыми вы столкнётесь в случае если не сможете выполнить информационных требований, регулируются по разному в разных странах ЕС. В некоторых странах потребителю в договоре может быть предусмотрена правовая защита (напр., у него может быть право прервать договор с вами), напротив у потребителей в других странах ЕС может не быть такого права

D – Различия в виде, как потребитель может использовать своё право отказа от покупки

..... 1 2 3 4 9

В некоторых странах потребители могут выбрать вид, как они могут известить Вас (напр. высылают e-маил или просто возвращают товар). В других странах, наоборот, они вынуждены соблюдать определённые процедуры, например выслать товар с заказным письмом

E– Различие в процедуре оплаты возвращения товара

..... 1 2 3 4 9

В зависимости от страны, в случае анулирования заказа Вам разрешено попросить потребителя оплатить некоторые расходы(напр.. оплатить издержки за возврат товара), хотя другим не надо этого делать.

F – Различия в формулировки доставки

..... 1 2 3 4 9

В зависимости от страны, товар считают доставленным покупателю в разные моменты (напр. в одном случае товар физически сдан покупателю, а в другом случае за доставку товара считается момент, когда потребитель извещается, что товар передан в его распоряжение, но он ещё находится в месте бизнеса). Эта разница может вызвать у Вас трудности определить, кто в действительности несёт ответственность за изношенность или повреждение товара.

G – Разница между странами участницами в их законодательстве относительно товаров, которые не отвечают заключенному с потребителем договору.

..... 1 2 3 4 9

Например, в некоторых ЕС странах у потребителей больше времени чем у других потребовать, чтобы Вы починили, заменили несоответствующий товар или снизили его цену.

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

Q14. Как бы Вы в целом оценили возможные дополнительные расходы для заграничных продаж, которые возникают потому, что существуют различные национальные законы, регулирующие сделки с потребителями в других странах ЕС?

(ЗАЧИТАТЬ– ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ)

- Очень высокие 4
- Довольно высокие 3
- Довольно низкие..... 2
- Незначительные 1
- [Не знает/ НО] 9

- 1 QU –

Q15.

[ЕСЛИ Q6=0

Теперь я попрошу Ваше мнение о разных препятствиях, с которыми Вы, как предприниматель, могли сталкиваться в заграничном маркетинге или продажах в рамках ЕС]

[ЕСЛИ Q6>=1

Опираясь на Ваш опыт заграничных продаж или маркетинга я хотела бы узнать Ваше мнение о том, насколько важны разные другие практические препятствия

Скажите мне, пожалуйста, насколько важны, по Вашему мнению, эти преграды в заграничной продаже.

(ЗАЧИТАТЬ– ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ В КАЖДОЙ СТРОКЕ)

- Очень важно1
- Довольно важно2
- Довольно не важно3
- Совсем не важно4
- [Совсем нет никакого интереса к заграничной продаже] 8
- [Не знает/ НО].....9

- a) Дополнительные платежи, чтобы приспособиться к различным национальным фискальным регулирующим нормам (условиям НДС и т.п) 1 2 3 4 9
- b) Дополнительные платежи, чтобы приспособиться к различным национальным законам, регулирующим сделки с потребителями.. 1 2 3 4 9
- c) Дополнительные платежи, которые возникают в связи с заграничной доставкой 1 2 3 4 9
- d) Большие трудности в разрешении жалоб и конфликтов при заграничных продажах..... 1 2 3 4 9
- e) Выше риск обмана и неплатежей при заграничных продажах 1 2 3 4 9
- f) Большие сложности в обеспечении качественного послепродажного сервиса 1 2 3 4 9
- g) Расходы, которые возникают из-за различия языков..... 1 2 3 4 9

- 4 QU –

III. МЕРОПРИЯТИЯ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА ОБЛЕГЧЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОЙ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЮ

Q16 Если бы у всех 25 стран было бы одно и то же законодательство, которое регулирует сделки с потребителями, думаете ли Вы, что ...

(ЗАЧИТАТЬ– ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ В КАЖДОМ РЯДУ)

- На много выросла бы..... 4
- Немного выросла бы.....3
- Немного уменьшилась бы2
- На много уменьшилась бы 1
- [Не изменилась бы]8
- [Не знает/ НО].....9

A. Ваша часть зарубежных продаж..... 1 2 3 4 9

B. Ваша часть интернет продаж..... 1 2 3 4 9

C. Ваша часть маркетингового бюджета, которая посвящена
зарубежной продаже..... 1 2 3 4 9

- 2 QU -

Q17 Во сколько стран ЕС Вы готовы делать заграничные продажи конечным потребителям?

(ЗАЧИТАТЬ– ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ)

- Ни в одну, мы готовы к продаже конечному
потребителю только в Латвии 1
- в одну страну 2
- в 2 или 3 страны ЕС 3
- от 4 до 10 стран ЕС 4
- больше чем в 10 стран ЕС..... 5
- [Не знает/ НО] 9

- 1 QU -

Q18 Знаете ли Вы, где Вы можете найти соответствующую информацию о нормативах, которые регулируют защиту потребителей в других странах ЕС?

(ЗАЧИТАТЬ – ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ)

- Да..... 1
- Нет..... 2
- [В Европейском центре потребителей] 7
- [В Европейском Информационном Центре] 8
- [Не знает/ НО] 9

- 1QU -

Q19 Теперь я спрошу Вас о спорах с потребителями в Латвии, и не важно за границей это или нормальная ситуация с продажей. Использовали ли Вы уже механизм Альтернативного Разрешения Спор (АРС) (напр. третейские суды, посредники, институции примирения, другие внесудебные институции разрешения споров) чтобы разрешить споры с потребителями?

(ЗАЧИТАТЬ – ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ)

- Нет, и я не знаю ни один из таких механизмов 1

- Нет, но я знаю несколько механизмов
внесудебного разрешения споров 2
- Да, мы использовали механизм внесудебного разрешения споров
..... 3
- Да, мы регулярно используем этот механизм 4
- [Не знает/ НО] 9

- 1QU -