ZA4810

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

Country Specific Questionnaire
Poland

FL224

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

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, sektretarką, 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 dzwoniłe(a)m, sugerował(a) Pan(i), abym ponownie zadzwonił(a) o tej porze, aby przeprowadzić badanie opinii publicznej dla Komisji Europejskiej wśród osob 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 mógły(mogłaby) Pan(i) podać mi numer telefonu, pod którym mogę się z tą osoba 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

ZIP. Czy mogę prosić o podanie kodu pocztowego lokalizacji Państwa firmy?

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

D4. Oprócz Polski, w ilu krajach Unii Europejskiej macie Państwo spółki zależne lub punkty sprzedaży detalicznej?

- WPISAĆ: kraje (0 - 26)
- [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?

(JEDNA ODPOWIEDŹ DLA JEDNEGO WIERSZA)

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

a) handel elektroniczny / Internet 1 2 9

b) zamówienia pocztowe (przez pocztę) 1 2 9

c) tele-sprzedaż / call-center (wyłączając e-handel, np sprzedaż na telefon, tv shop) 1 2 9

d) sprzedaż poprzez przedstawicieli odwiedzających konsumentów w ich domach 1 2 9

e) bezpośrednia sprzedaż detaliczna (np. sklepy) 1 2 9

ASK ALL

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

(ODCZYTAĆ – TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- WPISAĆ: ..... kraje (0 - 26)
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 99

ZAPYTAĆ JEŚLI Q1 e)=1

Q3. Spośród Pana(i) SPRZEDAŻY DETALICZNEJ W SKLEPACH, czy mógłby(mogłaby) Pan(i) oszacować, jaki procent całkowitej wartości 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

ASK ALL

Q4. W ilu językach jest Pan(i) obecnie przygotowany(a) do prowadzenia transakcji z konsumentami?

(ODCZYTAĆ – TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

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

I sprzedaż transgraniczna

Q5W 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.

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

(ODCZYTAĆ – TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- Sprzedaję tylko konsumentom w Polsce 00
- WPISAĆ: .....kraje (01 - 26)
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 99

IF Q5<>0

D3 Która z poniższych kategorii produktów jest największa w Pana(i) transgranicznej sprzedaży?

- Samochody, pojazdy motorowe oraz części 01
- Meble, dekoracje 02
- Urządzenia gospodarstwa domowego (AGD) 03
- Dobra elektroniczne.....04
- Książki i materiały audiowizualne.....05
- Ubrania i dodatki 06
- Produkty dla zdrowia i urody 07
- Żywność i napoje 08
- Inne kategorie produktów .....09\
- Żadna z powyższych 10
- Nie sprzedaje się żadnej z powyższych11
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 99

[ANK.: ROTOWAĆ Q6-Q8]

[ANK.: ZAPYTAĆ JEŚLI Q1A=1 ORAZ (odpowiedź Q5 jest pomiędzy 01 a 26)].

Q6. Biorąc pod uwagę Pana(i) całkowitą wartość handlu elektronicznego/sprzedaży Internetowej, czy mógłby(mogłaby) Pan(i) oszacować procent, jaki stanowi sprzedaż konsumentom mieszkającym w innych krajach Unii Europejskiej?

- .....%
- NIE DOTYCZY - nie ma sprzedaży internetowej 998

- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 999

[ANK.: ZAPYTAĆ JEŚLI Q1B LUB C=1 ORAZ (odpowiedź w Q5 jest pomiędzy 01 a 26)]

Q7. Biorąc pod uwagę Pana(i) całą wartość SPRZEDAŻY PRZEZ TELEFON LUB W DRODZE ZAMÓWIEŃ POCZTOWYCH, proszę oszacować, 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

[ANK.: ZAPYTAĆ JEŚLI Q1D=1 ORAZ (odpowiedź Q5 jest pomiędzy 01 a 26)]

Q8. Biorąc pod uwagę całą wartość Pana(i) sprzedaży POPRZEZ PRZEDSTAWICIELI odwiedzających konsumentów w ich domach, proszę oszacować, 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

[ANK.: ZAPYTAĆ JEŚLI Q1A LUB B LUB C LUB D = 1 ORAZ (odpowiedź Q5 jest pomiędzy 01 a 26)].

Q9. A teraz posumowując, czy mógłby(mogłaby) Pan(i) ocenić jaki procent Pana(i) ogólnej sprzedaży do końcowych konsumentów poprzez telefon, pocztę, handel elekroniczny oraz wizyty w domu stanowi sprzedaż transgraniczna do krajów Unii Europejskiej?

- .....%
- [NIE DOTYCZY - nie ma sprzedaży dla kńcowego klienta w innych krajach] 998
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 999

II. PRZESZKODY W TRANSGRANICZNYM HANDLU B2C

Q10.

[[ANK.: JEŚLI Q5=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 Odpowiedź Q5 jest pomiędzy 01 a 26, 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.

[ZAPYTAĆ WSZYSTKICH]

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 – [ANK.: TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ DLA KAŻDEGO PODPUNKTU] – ROTOWAć A-G)

- bardzo ważna przeszkoda 1
- dosyć ważna przeszkoda 2
- niezbyt ważna przeszkoda ..3
- w ogóle nie jest to przeszkoda 4

- [w ogóle brak zainteresowania sprzedażą transgraniczną] 8
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] ..9

A – Różnice w długości okresów zwrotu towaru 1 2 3 4 8 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. Konsumenci z niektórych kajów mają dłuższy czas na zwrot dóbr Panu(i), niż konsumenci 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 8 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 8 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 8 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 to stosowania pewnych procedur takich jak przesyłka pocztowa polecona.

E – Różnice w traktowaniu kosztów zwrotu 1 2 3 4 8 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 8 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 8 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

Q11.

[[ANK.: JEŚLI Q5=0 ODCZYTAĆ]]
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 Odpowiedź Q5 jest pomiędzy 01 a 26, ODCZYTAĆ:]
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 ważne 2
- raczej nieważne 3
- w ogóle nieważne 4
- [w ogóle brak zainteresowania sprzedażą transgraniczną] 8
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] .9

a) dodatkowe koszty związane z dostosowaniem się do różnych przepisów finansowych 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) wyższe koszty związane z dostawami transgranicznymi w porównaniu do kosztów krajowych dostaw 1 2 3 4 9

d) potencjalnie wyższy koszt związany z rozwiązywaniem transgranicznych skarg i konfliktów w porównaniu z krajowymi 1 2 3 4 9

e) potencjalnie wyższe koszty wynikające z ryzyka fałszerstw i braku zapłaty w sprzedaży transgranicznej w porównaniu do sprzedaży krajowej 1 2 3 4 9

f) potencjalnie wyższe koszty wynikające z zapewnienia efektywnej transgranicznej

obsługi posprzedażnej w porównaniu z krajową obsługą posprzedażną ..... 1 2 3 4 .9

g) dodatkowe koszty wynikające z różnic językowych 1 2 3 4 9

III. ŚRODKI UŁATWIAJĄCE TRANSGRANICZNY HANDEL B2C

Q12 Jeśli klauzule prawne regulujące transakcje z konsumentem byłyby takie same we wszystkich 27 krajach członkowskich Unii Europejskiej, to czy myśli Pan(i), że poziom Pana(i) sprzedaży transgranicznej ...

(ODCZYTAĆ – TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- 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

Q13 Jeśli klauzule prawne regulujące transakcje z konsumentem byłyby takie same w 27 krajach członkowskich Unii Europejskiej, to w ilu krajach Unii Europejskiej był(a)by Pan(i) zainteresowany(a) sprzedażą transgraniczną do konsumentów końcowych..

(ODCZYTAĆ – TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- żadnym, nie jesteśmy zainteresowani sprzedażą transgraniczną 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

Q14 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
- [Tak, wyraźnie wspomniane Europejskie Centrum Konsumenckie] 2
- nie 3
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

Q15 Zmieniając nieco temat, przed zakończeniem wywiadu mam jeszcze cztery krótkie pytania dodatkowe na temat Pana(i) opinii o sprawach związanych z ochroną krajowych konsumentów.

Jak dobrze jest Pan(i) poinformowany(a) na temat prawnych zobowiązań wobec konsumentów wynikających z przepisów prawa ochrony krajowych konsumentów?

(ODCZYTAĆ - TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ)

- W pełni poinformowany(a) 1
- Dobrze poinformowany(a) 2

- Niezbyt dobrze poinformowany(a) 3
- W ogóle niepoinformowany 4
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9

Q16 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 Sporu (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

Q19. Odnośnie bezpieczeństwa produktu, czy w Pana(i) firmie w ciągu ostatnich 12 miesięcy zdarzyło się jedno z poniższych...?

Proszę w tym momencie nie brać pod uwagę produktów żywnościowych

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

a)Otrzymał(a) Pan(i) skargi ze strony klientów odnośnie bezpieczeństwa jakiekokolwiek produktu, który Pan(i) sprzedał(a) 1 2 9

b)Bezpieczeństwo jakiegokolwiek produktu, który Pan(i) sprzedaje było sprawdzane przez urząd(urzędy) 1 2 9

c)Jakikolwiek produkt, który Pan(i) sprzedaje był wycofywany lub usunięty..... 1 2 9

d)Pan(i), jako handlowiec detaliczny, wykouje jakiekolwiek testy, aby upewnić się, że każdy produkt, który Pan(i) sprzedaje jest bezpieczny ... 1 2 9

e)..Inne działania (spontanicznie) 1 2 9

Q20. Biorąc pod uwagę wszystkie produkty nieżywnościowe obecnie dostępne na rynku w Polsce, czy myśli Pan(i), że .....?

- zasadniczo wszystkie produkty są bezpieczne, ... 1
- mała liczba produktów nie jest bezpieczna, lub 2
- znacząca liczba produktów nie jest bezpieczna?..... 3
- [NIE WIE/NIE ODPOWIADA] 9