

Nákup zboží českým zákazníkem v zahraničním e-obchodě B2C

Seminární práce na 4IT325, téma EC_72

Karel Kohout

karel.kohout@centrum.cz

FIS VŠE, 3. ročník

16. dubna 2010

Obsah

1	Úvod, vymezení	3
2	Objednávka	3
2.1	Dopravce	4
2.2	Daně	4
3	Doručení	5
3.1	Cl a DPH	6
4	Servis, další legislativa	6
5	Nákupy	8
5.1	MP3 přehrávač	9
5.2	Kniha	11
5.3	Batoh	12
6	Závěr	14
7	Přílohy	15

Seznam tabulek

1	shipito.cz	4
2	Srovnání MP3 přehrávač	10
3	Srovnání kniha	12
4	Srovnání batoh	13
5	Sazby DPH	15
6	Daň z obratu, USA	16

Seznam obrázků

1	iPod	9
2	Design Patterns, GoF	11
3	AirContact	12

1 Úvod, vymezení

V práci se zaměřuji na problém nákupů českého zákazníka – spotřebitele¹ v zahraničních (EU, USA, a v obecné rovině mimo EU/USA) e-obchodech B2C zejména z pohledu poplatků, doručení zboží a následné podpory (záruka, reklamace, informace, další legislativa). Nezabývám se problémem jazykové komunikace a z ní vzniklých potíží, kompatibilitou zakoupeného zboží (zásuvky, 110 V vs 220 V a podobně), místními kulturními zvyklostmi (specifické pojetí kvality v Číně) ani doručováním zásilek v rámci „poslední míle“ klasickou poštou². Pokud uvádím ceny, používám pro zjednodušení převodní kurzy:

- 1 USD = 19 Kč
- 1 EUR = 25 Kč
- 1 GBP = 29 Kč
- 1 CAD = 19 Kč.

Zaokrouhluji na celá čísla (vzhledem k pohybu kurzů nemají přesné výpočty význam). V případě, že se v práci objevují velmi variabilní částky (například ceny poštovního), uvádím orientační příklady. Kvůli rozsahu práce (zejména části s legislativou), četnosti nákupů v jednotlivých zemích a ceně poštovního rozebírám zejména legislativu a poplatky v EU (společnou) a v USA; ostatní země rozebírám spíše v obecné rovině. Při práci jsem narazil (kromě přebujelých nařízení ohledně cel a daní) hlavně na silnou fragmentaci trhu v EU (podle [15] 51 % prodejců prodává po internetu, ale jen 21 % do jiné členské země), což omezuje vypovídací hodnotu některých testovacích nákupů. U všech citovaných norem je uveden odkaz na plný text ve zdrojích.

Proces samotného nákupu jsem si rozdělil na čtyři fáze: objednávka (výběr dopravce, daně), doručení (doba přepravy, cla), servis (reklamace, záruční lhůta, zákaznická podpora) a „testovací“ nákupy, čemuž odpovídá i členění práce, umožňující uvést společná rizika a zároveň srovnávat výhodnost nákupů v jednotlivých zemích (oblastech).

2 Objednávka

V procesu nákupu představuje objednávka především zadání adresy a všech požadavků ohledně objednávky (v případě variant produktů), určení finální ceny (cena dopravy a všechny daně), určení způsobu úhrady a výběr dopravce. Obecné problémy, které zákazník řeší v každém individuálním obchodě zvlášť, jsou dva. Prvním je adresa – některé obchody nepředpokládají možnost nákupu mimo zemi, ve které sídlí, případně doručování do jiných zemí podporují jen omezeně: někdy jsou v objednávce požadovány údaje, které český zákazník není schopný vyplnit (například stát v rámci USA). Rovněž je častá nefunkční diakritika³, kdy některé systémy zpracovávající objednávku diakritiku nepodporují a v lepším případě dojde k transkripci nebo transliteraci, v horším k uvedení chybných znaků⁴. Druhým problémem je platba za objednávku. Poměrně běžné platby kartou, přes PayPal nebo Google Checkout nemusí být podporovány (české platební karty v některých španělských obchodech⁵) nebo mohou být jen „tolerovány“ (PayPal před oficiálním

¹Nezkoumám tedy specifické problémy (například DPH v rámci EU) při firemních nákupech v malém rozsahu, které mají charakter B2C.

²Z osobní zkušenosti z několika nákupů trvá překonání vzdálenosti z ciziny na místní poštu 2-3 dny, překonání 400 metrů z pošty do schránky další 3 pracovní dny.

³V USA stále populární ASCII/ISO88591 nezachytí české háčky a čárky.

⁴Příklad: adresa autora, zadaná v UTF-8 (Hněvkovského), bude v ISO-8859-1 interpretována jako HnÄ>vkovskÄ@ho.

⁵Například vstupenky na alhambra-tickets.es (7-8/2009). Platba proběhne zdánlivě v pořádku, ale je po několika hodinách odmítnuta přes email připomínající potvrzení úspěšné objednávky.

vstupem na český trh – od začátku bylo možné používat PayPal pro platby s vhodnou platební kartou, ale nebylo možné konto dobíjet (také je sporné, jak by probíhalo vymáhání smluvních podmínek z pohledu zákazníka) S platbou kartou souvisí i bezpečnost – v České republice je minimum e-shopů, které by nepoužívaly platební brány bank, ale například u „softwarově starších“ amerických obchodů zákazník zadává číslo karty (včetně dat platnosti a CVV/CVV2 kódů) přímo obchodu (v takovém případě je jednoznačně bezpečnější prostředník – PayPal a obdobné služby).

2.1 Dopravce

Zajímavější a rozsáhlejší je problematika výběru vhodného dopravce (zásadně ovlivňuje cenu a je často prodejci používána pro umělé navýšení ceny zboží – viz rozesílání po celém světě za pevnou sazbu). Obecné členění je na “klasickou” poštovní přepravu (Royal Mail, Česká pošta, Deutsche Post⁶, USPS a další) a “soukromé” přepravce – kurýrní služby (DHL, DPD, FedEx, UPS, TNT Post a další). Pošta je výrazně levnější a “soukromý” přepravce dražší, ale s výrazně rychlejší přepravou⁷. U poštovní přepravy nejsou obvykle k dispozici sledovací čísla.

Konkrétní ceny a doby doručení zde nemá význam uvádět (liší se výrazně obchod od obchodu a zboží od zboží), určitý přehled lze získat z nákupů v části 5. Častý je poplatek za položku (v řádech desítek korun) a následně poplatek za celou zásilku (v řádech desítek až stovek korun). Někteří dopravci nabízí u vybraných sazeb sledování zásilek (například Amazon.de a Deutsche Post DHL – standardní zásilka je poštovní přeprava, expresní je DHL Express). Při nákupu se vyplatí zkontrolovat, zda stejný obchod není v geograficky blízké zemi (například většinu knížek z Amazon.com jde najít na Amazon.co.uk za obdobnou cenu s levnější přepravou, případně na Amazon.de v sekci „Englische Bücher“).

Zajímavou alternativou v zaslání je možnost použít “virtuální” adresu v USA, na kterou americké e-shopy odešlou zboží, prostředník zboží seskupí do jednoho balíku a odešle naráz. Příkladem prostředníka může být shipito.cz, s náklady bez poštovního (pro dlouhodobé zásilky; při jednorázové je jen poplatek 161.5 Kč za odeslání):

Položka	Cena
Měsíční uložení balíků	190 Kč
Odeslání zásilky	161.5 Kč
Spojení zásilek	38 Kč / zásilka

Tabulka 1: Shipito.cz (Zdroj: <http://www.shipito.cz/zasilaci-sluzby>)

Přes prostředníka lze obejít obchody, prodávající jen v dané zemi; problém nastane při reklamacích. Další obdobné služby: usaservis.cz, cz-ebay.cz, zasilkovasluzba.com. Pro nákupy z jiných zemí jsem vhodného českého prostředníka, zajišťujícího přeposílání pro malé zásilky, nenašel.

2.2 Daně

Z pohledu daní je již vhodné členění na EU, USA a ostatní země.

V rámci EU je zásadní daň z přidané hodnoty (DPH, VAT, ...), členěná do dvou sazeb (snížená minimálně 5 %, standardní minimálně 15 % z ceny zboží), jejíž výběr je koordinován (nikoliv

⁶Deutsche Post DHL, patří tedy do obou skupin.

⁷Například DVD v případě FedEx z USA do ČR za víkend.

harmonizován⁸) v rámci společné legislativy⁹. Kupující daň hradí ve státě, ve kterém nakupuje. Pod zboží se sníženou sazbou, které je často objednáváno v zahraničí, patří například knihy (ale už ne audioknihy), ostatní zboží je většinou zdaněno standardní sazbou¹⁰. Kompletní přehled sazeb DPH uvádím v tabulce 5. Specifický problém nastává v případě služeb (je hrazena sazba ve státě kupujícího, ne prodávajícího) – v případě “virtuálních” statků je poměrně obtížné rozlišit, co je zboží a co služba (týká se zejména pronájmu obsahu s DRM¹¹). Obdobné podmínky platí u spotřebních daní (ze zboží zajímavého pro e-shopy: alkoholické nápoje¹², tabákové výrobky¹³ a některé kosmetické přípravky), které jsou ale obvykle zahrnuty v ceně produktu a nelze se jim vyhnout nákupem mimo EU, kde obvykle dochází k obdobnému (nebo vyššímu – viz víno) zdanění.

Mírně nepřehlednější je situace při nákupech v USA, kde funguje výběr daně z obratu (prodejní daň, sales tax) na místní (město, v řádech jednotek procent), státní (ve smyslu jednotlivých států) a federální úrovni v různých sazbách, které se kombinují do celkové částky. Přehled daní v rámci státu je v tabulce 6. Daň z obratu není uplatňována, pokud není spotřebitel ve stejném státě jako prodejce (respektive fyzicky existující prodejna), proto se daň týká českého zákazníka jen v případě přepravy zboží přes prostředníka (poznámka: některé malé e-shopy daň uplatňují paušálně u všech zákazníků). Často není zboží (na rozdíl od DPH) uváděno včetně daně z obratu a ta je připočítána až při objednávání. Spotřební daně jsou opět různé dle státu¹⁴, oproti EU je mírně vyšší daň v případě vína, opět jsou započítány v ceně. Daň ve stylu DPH na federální úrovni (zatím) není.

V ostatních zemích světa je obvykle uplatňována nějaká forma DPH v jedné nebo více sazbách; pokud má Česká republika s danou¹⁵ zemí smlouvu o zamezení dvojího zdanění, nejsou DPH (a obdobné daně) účtovány, pokud zásilka nepřekročí určitou hodnotu. V případě překročení určité ceny zásilky (viz část 3.1) jsou DPH a spotřební daně dodatečně vyměřeny spolu s clem.

3 Doručení

Po úspěšném objednání a odeslání následují dva možné problémy, se kterými se může zákazník setkat. Jedním z nich je dopravce (není sledovací číslo, zásilka se ztratí, zásilka je „doručena“ jen na překladiště¹⁶, není zřejmý dopravce¹⁷ a podobně, což však není předmětem práce) a druhým z nich jsou cla a dodatečně vyměřená DPH.

⁸http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/gen_info/tax_policy/index_en.htm

⁹2006/112/EC (on the common system of value added tax), viz [17] a opravy

¹⁰Seznam výjimek je poměrně rozsáhlý, obecně pod nižší sazbu DPH spadá zboží a služby poskytované na místní úrovni, u kterých není riziko většího prodeje do zahraničí.

¹¹Digital rights/restrictions management

¹²92/84/EEC (on the approximation of the rates of excise duty on alcohol and alcoholic beverages), viz [18]

¹³Zejména 95/59/EC, 92/79/EEC, 92/80/EEC, úplný přehled rozsáhlé legislativy viz http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/excise_duties/tobacco_products/legislation/index_en.htm

¹⁴Sazby viz <http://www.taxfoundation.org/taxdata/show/245.html>

¹⁵Přehled zemí: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravni-prostredi-celni-problematika/platne-smlouvy-o-zamezeni-dvojiho/1000487/6205/>

¹⁶Například Česká pošta je proslulá „nezvoněním“ – balíky povoží po městě, ale místo doručení a zvonění řidiči jen vypíší na parkovišti před daným domem lístek.

¹⁷Amazon.de a Deutsche Post DHL, některé menší e-shopy (osobně mě překvapilo DVD objednané v pátek odpoledne z USA z rodinného obchodu a doručené v pondělí ráno přes FedEx, protože jsem očekával 7-10 dnů obvyklých u poštovní přepravy).

3.1 Cla a DPH

V rámci EU zboží ve volném oběhu nepodléhá celnímu dohledu (a nedochází tudíž ani ke zdržení zásilek). U zásilek mimo EU, pokud je zřejmé, že jde o zboží¹⁸, se pokusí na celnici určit jeho hodnotu (buď je na balíčku, v přiložené faktuře nebo podle obdobného zboží). Pokud cena nepřekračuje částku 150 EUR, je podle nařízení Evropské komise EC 1186/2009¹⁹ hodnota zboží považována za nepatrnou (obdobné osvobození od cla platí pro zásilky mezi soukromými osobami do výše 45 EUR²⁰). Pokud cena překročí 150 EUR nebo pokud jde o produkty s alkoholem, parfémy, toaletní vody, tabák nebo tabákové výrobky²¹, je vyměřeno clo podle platného sazebníku a DPH (správcem daně se stává Celní úřad). Do ceny zásilky se nezapočítává cena poštovního, pokud je zboží zasláno poštovní přepravou; v případě kurýrních služeb se platba dopravci do ceny zásilky započítává.

Samotná celní kontrola probíhá rentgenem (pro všechny zásilky mimo EU), podezřelé zásilky jsou otevřené zaměstnancem České pošty na požádání pracovníků Celní správy. Pokud není možné z obsahu určit hodnotu zásilky (například podle faktury na obalu nebo uvnitř zásilky nebo pokud je faktura nevěrohodná), je adresát vyzván k dodání příslušných dokladů dopisem (odpověď stačí emailem; za doklad se považuje výpis z účtu, výpis z PayPal a podobně). Osobní přítomnost je nutná jen ve výjimečných případech. Vyměřené clo a DPH je hrazeno doručovateli (v případě DPH se většinou jedná o normální sazbu, tj. 20 %, výše cla je možné zjistit ze systému TARIC²², nezávazná doporučení ohledně sazeb také v EENVS²³).

V další části práce rozebírám obecné zákony a nařízení ohledně procesu nákupu, legislativu ohledně reklamací a zákaznický servis.

4 Servis, další legislativa

Zásadní legislativa týkající se celého procesu nákupu a práv zákazníka, je ochrana osobních údajů. V rámci Evropské unie je vynucena ve směrnici 95/46/EC (viz [21], implementovaná v členských státech, v ČR zákon 101/2000 Sb.), která zaručuje velmi silnou ochranu (pravděpodobně nejtvrďší na světě u osobních údajů). Mimo země EU se úroveň ochrany osobních dat může velmi lišit (od obdobné v USA, Kanadě) po neexistující a nakupující si vždy musí ověřit zákony příslušné země, ve které nakupuje (na druhou stranu u většiny zboží nejsou jméno, adresa nebo email nijak zásadní údaj).

Z pohledu práv spotřebitele je velký rozdíl mezi nákupem v zahraničí v rámci EU a nákupem mimo EU. V rámci EU je vliv spotřebitele velmi silný a jsou mu zaručena značná práva – základním principem je, že v případě nejasného výkladu je právo vždy na straně spotřebitele. Samotné předpisy na ochranu spotřebitelů jsou velmi fragmentované, proto uváděná evropská legislativa vždy představuje jen minimum a zejména ve Velké Británii poskytují zákony výrazně více práv spotřebitelům (například možnost vybrat si při reklamaci mezi opravou a vrácením peněz). Na

¹⁸Při nákupech přes eBay je velmi populární na všechny balíčky uvádět „Gift“.

¹⁹Článek 23, odstavec 2. Nařízení rady ES/EC č. 1186/2009 (setting up a Community system of reliefs from customs duty), viz [19], od 1.1.2010 zpřesňuje (kvůli velkému počtu dodatků a celkovému přehlednějšímu nařízení č. 918/83, viz [20]). Změny spočívají především v odstranění mnoha výjimek a určování množství některých výrobků (tabák, alkohol).

²⁰Výjimky viz články 25 - 27 [19]

²¹Článek 24, [19]

²²http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_cs.htm, <http://www.celnisprava.cz/cz/aplikace/Stranky/taric-cz.aspx>

²³Elektronická evidence nezávazných vyjádření a stanovisek, <http://www.celnisprava.cz/cz/aplikace/Stranky/tis.aspx>; oproti systému TARIC mnohem přehlednější (v TARIC je MP3 přehrávač na 8.-9. úrovni v seznamu kódů).

národní úrovni se některé evropské předpisy rozpadají do několika různých zákonů, jejichž počet se liší dle členské země (rekord jsem našel pro směrnici 2000/31/EC – v České republice je implementována v 28 různých zákonech a přílepcích, v ostatních zemích počet nepřekračuje 6).

Kromě obecných direktiv v oblasti elektronického obchodu (2000/31/EC 'Directive on electronic commerce', viz [8]) a spotřebitelských 93/13/EEC (Unfair Contract Terms, viz [13]), 99/44/EC (Sale of Consumer Goods and associated guarantees, viz [16]) je důležitá zejména 97/7/EC (Distance Selling, viz [11]), která výslovně garantuje následující práva:

- právo na veškeré a podrobné informace o nakupovaném zboží,
- právo na potvrzení objednávky na trvanlivém médiu (například vytištěná faktura),
- právo na zrušení objednávky (odstoupení od smlouvy) a vrácení zboží bez jakéhokoliv postihu a dalších nákladů (mimo poštovního) v délce minimálně 7 pracovních dnů,
- právo získat zpět uhrazenou částku do 30 dnů od odstoupení od smlouvy,
- ochrana před zneužitím platebních karet.
- povinnost prodejce doručit zboží do 30 dnů od objednávky.

(Zdroj: [11], http://ec.europa.eu/consumers/rights/gen_rights_en.htm, <http://www.ukecc.net/sub.asp?itemID=280>, překlad autor; netýká se některých druhů zboží (software, jízdenky, rezervace atd.))

V celé Evropské unii je platná záruční lhůta v délce dvou let²⁴.

Připravuje se novela, která předchází 4 směrnice a nařízení (a vybrané další) shrnuje do jedné jediné (viz Directive on Consumer Rights, http://ec.europa.eu/consumers/rights/cons_acquis_en.htm). Z hlediska právního řádu jednotlivých zemí se nákup řídí vždy zákony země, kde sídlí e-shop (princip "country of origin"). V připravované nové směrnici se objevují návrhy, které by toto měnily na "country of reception/destination", ale není jisté, nakolik bude novela do hlasování (2011) změněna²⁵. Obecný problém u unijního práva je jeho nesmírná rozsáhlost. Není možné předpokládat, že provozovatelé menších obchodů nebo spotřebitelé budou schopni číst kvůli obchodování normu, zabývající se DPH a cly, která zároveň obsahuje sadu výjimek od rybolovu po místní rukodělnou výrobu ([20]).

V USA jsou záruky pro spotřebitele (respektive obecně podmínky pro prodej zboží) definovány v rámci Uniform Commercial Code, části 2 ([22]). Záruka může být implicitní (ze zákona) a explicitně vyjádřená (výrobce, prodejce; často velmi dlouho nad povinnou záruku). Explicitně vyjádřená záruka má obvykle psanou formu a vyjadřuje, že zboží bude po určitou dobu použitelné v určité kvalitě, případně jakou formou bude opraveno (nahrazeno). Za explicitně vyjádřenou záruku se v USA považuje i prohlášení prodejce v reklamě („Výrobek je ze 100 % vyroben z hedvábí“). Implicitní záruka se dělí na dvě skupiny ("implied warranty of merchantability", "of fitness"). První vyjadřuje předpoklad, že nový výrobek bude funkční, pokud bude použit k předpokládanému účelu. Druhá znamená, že pokud byl výrobek zakoupen k jinému účelu, než je určený, po poradě a na doporučení prodejce, bude použitelný i k tomuto jinému účelu (ve většině států platí tato záruka bez omezení, v některých jen po dobu, po kterou platí explicitně

²⁴[16], až na výjimky.

²⁵<http://www.euractiv.com/en/infosociety/ecommerce-market-borders/article-169710> Na začátku psaní práce jsem se domníval, že toto pravidlo již platí – o obdobné směrnici kolovaly pověsti po českém internetu, ale zřejmě jde jen o fámu (nenašel jsem žádný konkrétní právní podklad) a nejspíš za vším stojí zkomolené změny DPH, kde u služeb opravdu neplatí „země původu“ (druhá varianta je, že jsem málo hledal a mám v práci závažnou chybu).

vyjádřená záruka). Implicitní záruka musí být obvykle uplatněna do 4 let od zakoupení výrobku, ale není časově omezena.

Některé zboží je prodáváno “as-is”, čímž se prodejce může vyvázat z implicitní záruky (pokud přesně dodrží zákon, který vyvázání umožňuje). Podrobnosti (například prodloužení záruky o dobu, po kterou je zboží v opravě) se liší stát od státu, na federální úrovni je vynucený jen obecný rámec.

Záruka může být výrobcem nebo prodejcem omezena (“full” vs “limited” warranty). Neomezená (“full”) záruka nijak nelimituje implicitně vyjádřenou záruku, platí i po prodeji předmětu třetí osobě, záruční oprava je zdarma (včetně nákladů na vrácení produktu), spotřebitel si může vybrat, zda chce náhradu produktu nebo vrácení peněz, pokud se po dostatečném počtu pokusů nepodaří produkt opravit; spotřebitelé zároveň nemají žádné povinnosti jako předpoklad vzniku záruky (například registrace). Omezená (“limited”) záruka umožňuje zkrátit implicitně vyjádřenou záruku na pevně daný časový úsek, případně podmínit platnost záruky nějakou akcí (registrace) a podobně. V rámci omezené záruky je oblíbené se zříkat jakékoliv odpovědnosti za škody způsobené používáním výrobku.

Obecně v USA většina záruk platí dle dohody výrobce (prodejce) s kupujícím. V případě nákupu do ČR je problém hlavně doprava při uplatnění záruky (zaslání výrobku zpět, zejména při použití prostředníka, poškození při dopravě). Uplatnění záruky u výrobků zakoupených v USA (nebo v zahraničí obecně) přímo v ČR je problematické, protože výrobci a distributoři si geograficky segmentují trh právě přes dostupnost výrobků a servis a proto uplatnění celosvětové záruky kdekoliv obvykle neumožňují (až na výjimky; záruka je častější v rámci jednoho celku, například EU).

Z pohledu spotřebitele nakupujícího v zahraničí je poměrně racionální předpokládat, že u výrobku nebude schopný uplatit záruční opravu.

Podpora zákazníků probíhá dle dotyčného výrobce nebo prodejce. Některé firmy nabízí celosvětovou podporu jako bonus ke svým výrobkům (je také možné zakoupit různé rozšířené záruky).

Pro digitální zboží (software bez fyzické zásilky, stažená hudba, film a podobně) je situace komplikovanější. Obvykle neexistuje žádná možnost zboží vrátit a uplatnění záruky je také obtížné (často není kupován produkt samotný, ale jen licence k jeho použití, v případě DRM jen po dobu, po kterou existuje distributor). Kvůli autorským právům je provoz obchodů omezený na geografickou lokalitu (Netflix jen v USA a některých závislých teritoriích, iTunes Store,...)

5 Nákupy

Pro referenční nákupy jsem zvolil tři různé statky: jeden povinný (MP3 přehrávač s takovou cenou, aby při normální přepravě nepodléhal clu a při kurýrní ano, tedy 3750 Kč – 150 EUR – 197,4 USD), knihu a batoh jakožto předmět větších rozměrů. Při nakupování jsem často používal Amazon, protože mi existující účet usnadňoval nákup (pominu-li velmi dobré obchodní podmínky), jako doručovací adresa byla Česká republika - Praha. Snažil jsem se vybírat produkty, u kterých je předpoklad, že je získám v USA, v EU a jiných zemích zároveň.

Jakožto racionální spotřebitel kalkuluji s případnou poruchou přístroje a náklady na reklamaci, proto preferuji zboží spotřebního charakteru (které jde „zahodit“, když se pokazí), rovněž preferuji obchod, kde jsem již úspěšně nakoupil. Vždy zkouším e-shopy v Německu (nízké poštovné). Pokud lze, vybírám levnější přepravu; rychlejší přepravu pouze pokud není o více jak 100 Kč dražší než nejpomalejší.

Při použití prostředníka jsem používal službu Shipito.cz, jako adresu jsem uváděl:

Jan Novak

2972 COLUMBIA ST
 TORRANCE, CA 90503-3806
 United States
 Phone: +420123456789

Pokud obchod vyžadoval číslo platební karty (a byl rámcově důvěryhodný a zároveň jsem si byl jistý, že nedojde k objednávce), zadával jsem číslo virtuální platební karty VISA (KB, Gaudeamus 2) nebo VISA Electron (mBank mBusiness konto). Pokud byla nutná registrace (procházel jsem větší množství obchodů), používal jsem jednorázové emaily z 10 Minute Mail²⁶

5.1 MP3 přehrávač



Obrázek 1: Apple iPod (Zdroj: http://www.amazon.com/Apple-touch-Generation-NEWEST-MODEL/dp/B002M3SOBU/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=electronics&qid=1271367628&sr=1-1)

Jako cenově vhodný model jsem zvolil iPod (Apple iPod touch 8 GB (3rd Generation) NEWEST MODEL²⁷). Vzhledem k regionálním omezením se mi v USA ale nepodařilo ani u prodejců se zasíláním do zahraničí pokračovat v objednávce (musel bych nejspíš objednávat z Amazon v Evropě), proto pro USA je nutné použít služeb prostředníka (Shipito, sídlo v Kalifornii).

Cenu dopravy přes prostředníka u MP 3 přehrávače je vhodné rozebrat podrobně. Pro kalkulaci používám rozměry 2.4 x 2.4 x 4.3 palců (odhad velikosti balení), váha 1 libra. Pro určení TARIC kódu (8521900090) jsem použil seznam na <http://www.apple.com/legal/export.html>. Clo při překročení 150 EUR činí 13.9 %, DPH 20 % (výpočet: nejdříve clo, z částky s clem DPH). Cena z objednávky:

Amazon.com CA
 Items: \$179.54
 Shipping & Handling: \$5.58

²⁶<http://10minutemail.com/10MinuteMail>

²⁷http://www.amazon.com/Apple-touch-Generation-NEWEST-MODEL/dp/B002M3SOBU/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=electronics&qid=1271367628&sr=1-1

Total Before Tax: \$185.12 (3515 Kč)

Estimated Tax: \$0.00

Cena za uložení a přeposlání zásilky je 8.50 USD (161,5 Kč). Z dopravy jsem zvolil dvě cenově ekvivalentní služby: USPS Express Mail (5-6 dnů) \$31.07 (589 Kč), FedEx Economy (2-5 dnů; kurýrní služba, cena se započítává do ceny zásilky) \$35.52 (675 Kč). Další nákupy jsem zkoušel v Amazon.de (nelze, regionální omezení), Amazon.co.uk (lze, přestože odesílatel bude Amazon EU S.a.r.L.!) a conrad.de (velmi propracovaný objednávkový formulář).

Obchod (země)	Cena	Doprava	Clo a daně	Celkem
Amazon.com (USA), Shipito, USPS	3515	856	0	4371
Amazon.com (USA), Shipito, FedEx	3515	942	1635	6092
Amazon.co.uk	3570	177	0	3747
Amazon.fr	4750	1075	0	5825
conrad.de	4725	344	0	5069
czechcomputer.cz	5031	120	0	5151

Tabulka 2: Srovnání cen iPod Touch (doprava včetně balného) z různých míst; ceny v Kč.

Z tabulky vyplývá, že se vyplatí nakupovat v UK (rychlou kontrolou obchodů). Podmínky jsou srovnatelné (Amazon i Conrad nabízí velmi dobré zákaznické služby). Amazon.com v USA umožňuje zboží do 30 dnů vrátit v původním balení (a hradí poštovné, pokud je zboží vráceno kvůli chybě Amazonu)²⁸. Nejdražší je obchod, jehož zásilku odchytil Celní správa, za ním obchody s chybně odhadnutým poštovním (Amazon.fr).

²⁸Podrobnosti viz http://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref=hp_navbox_lnret_header?nodeId=901888

5.2 Kniha

Další produkt, který nakupuji, je knížka – učebnice. Kvůli poštovnému jsem vybral poměrně drahou publikaci, a kvůli „realnosti“ objednávky z USA knihu, která nevychází úplně často, ale je populární: Design Patterns: Elements of Reusable Object-Oriented Software (Hardcover) (Gamma, Helm, Johnson, Vlissides)²⁹. Nakupoval jsem na Amazon.de (2 zůzné poštovné pro srovnání; poštovní zásilka ~ 4 dny, DHL Express ~ 1-2 dny), na „tržišti“ a1books.com, na Amazon.com (poštovné z USA) a na alibris.com (náhodný výběr po 15 minutách hledání knihkupectví – včetně několika indických, které není Amazon a které posílá do ČR).



Obrázek 2: Design Patterns (Gang of four) (Zdroj: http://www.amazon.com/Design-Patterns-Elements-Reusable-Object-Oriented/dp/0201633612/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=books&qid=1271373662&sr=1-1)

²⁹http://www.amazon.com/Design-Patterns-Elements-Reusable-Object-Oriented/dp/0201633612/ref=sr_1_1?ie=UTF8&s=books&qid=1271373662&sr=1-1

Obchod (země)	Cena	Doprava	Clo a daně	Celkem
Amazon.de (DHL Express)	1025	550	0	1575
Amazon.de (Deutsche Post DHL)	1025	145	0	1170
Amazon.com	722	152	0	874
alibris.com	1045	247	0	1292
a1books.com (SuperMart)	1026	171	0	1197

Tabulka 3: Srovnání cen Design Patterns (doprava včetně balného) z různých míst; ceny v Kč.

V českém obchodě se mi knihu nepodařilo sehnat. Projevuje se trend levnějších knih v USA; rychlejší doručení z Německa je spíše orientační, rozdíl je v řádu 3 dnů a běžnému spotřebiteli se pravděpodobně nevyplatí.

5.3 Batoh

Původně jsem místo batohu (Deuter Aircontact 60+10 SL³⁰) chtěl zvolit vhodný digitální statek, ale po anabázi s MP 3 přehrávačem si myslím, že bych velmi obtížně hledal zboží, které je možné online³¹ koupit ve světě i v ČR. Proto jsem si vybral jiný typ zboží, který se z osobní zkušenosti vyplatí kupovat v zahraničí (obdobný model zde srovnávaného batohu v roce 2009 kolem 3800 Kč včetně dopravy při vhodném kurzu, v ČR 6500 Kč) a který zároveň má rozměry nevhodné pro běžnou poštovní přepravu. Opět bylo překvapivě obtížné najít e-shop, který batoh zašle do ČR (hodně evropských posílá jen do EU15, Japonska, USA, ale ne do nově připojených zemí).



Obrázek 3: Deuter Aircontact 60+10 SL (Zdroj: http://www.outdoorgb.com/p/aircontact_60_10_sl/)

³⁰http://www.outdoorgb.com/p/aircontact_60_10_sl/

³¹Zbožím myslím hudbu, filmy,... Nepočítám letenky a podobně.

Obchod (země)	Cena	Doprava	Clo a daně	Celkem
outdoorgb.com	2614	380	0	2994
mall.cz	4179	129	0	4308
rockcreek.com	3572	1140	?	4712
powderfin.com	4721	133	?	4854
batohyshop.cz	4209	129	0	4338

Tabulka 4: „Srovnání“ Deuter Aircontact 60+10 SL (doprava včetně balného) z různých míst; ceny v Kč.

Podle očekávání je nejlevnější outdoorgb.com (šel jsem najisto), české obchody jsou řádově o 25 % dražší. Překvapila mě (ne)dostupnost batohu v Evropě – pokoušel jsem se ho koupit v osmi e-shopech, žádný nezasílá do ČR (předpokládám kvůli rozměrům). Zásilka z USA by nejspíš ještě prošla Celní správou, ale nepředpokládám, že by rozumný zákazník platil batoh s přírůžkou minimálně 30 % jen kvůli zpáteční cestě přes oceán (výrobce sídlí v Německu). Záruky jsou problém, vzhledem k velikosti a váze batohu je podle mého názoru reklamace cenově prohibivní (ale vzhledem k pověsti výrobce není vada pravděpodobná).

6 Závěr

Celkově se vyplatí nakupovat v zahraničí, pokud spotřebitel pečlivě vybírá a kontroluje. Nemá smysl kupovat dražší elektroniku, pokud si ji sám načerno neprovezde přes celnici, protože po uplatnění DPH a cla získá mírně levnější zboží s malou šancí uplatnit záruku. Výrazně levnější jsou knihy (a často se dají sehnat jinak zcela nedostupné tituly). Vzhledem k segmentaci trhu v ČR v některých oborech (prodejci, kde můžou, dělí trh na dvě části – nejlevnější zboží nejnížší kvality a průměrné zboží s uměle nadsazenou cenou, často danou výhradním-monopolním distributorem, vydávané za kvalitní a luxusní) je výhodné nakupování v okolních státech (týká se především „outdoor“ zboží, „gadgets“ a produktů, které jsou v ČR zatím ve fázi „jen pro nadšence“). Přes malé bariéry je trh v EU poměrně omezený (viz batoh) a v nejbližší době určitě online nakupování přes hranice nebude stejně časté jako nakupování v rámci státu. Spotřebitel často v arbitráži nebrání legislativa nebo neznalost, ale cena za dopravu (řešením může být seskupování zásilek).

Osobně si myslím, že zlaté období elektroniky z USA už skončilo (Celní správa se naučila hledat v zásilkách zdanitelné zboží) a do budoucna (po dalším sjednocení legislativy v EU) se otevře prostor pro několik dominantních obchodů (Amazon) a velké množství oborově specializovaných, odborně zaměřených e-shopů a cenové rozdíly budou spíše malé (viz trh s ICT v ČR před deseti lety a dnes). Nakupování mimo EU a USA je nejisté (příliš obchodů z těchto zemí s cizinci nepočítá), ale pravděpodobně bude do budoucna růst obchod s Čínou (obejití všech distributorů po cestě), pokud se najde silný hráč, který vyřeší problém s dopravou (pro malé zásilky je velmi nákladná).

7 Přílohy

Member States	Reduced Rate	Standard Rate
Belgium	6 / 12	21
Bulgaria	7	20
Czech Republic	10	20
Denmark	0	25
Germany	7	19
Estonia	9	20
Greece	9	19
Spain	7	16
France	5,5	19,6
Ireland	13,5	21
Italy	10	20
Cyprus	5/8	15
Latvia	10	21
Lithuania	5/9	21
Luxembourg	6 / 12	15
Hungary	5 / 18	25
Malta	5	18
Netherlands	6	19
Austria	10	20
Poland	7	22
Portugal	5 / 12	20
Romania	9	19
Slovenia	8,5	20
Slovakia	10	19
Finland	8 / 12	22
Sweden	6 / 12	25
United Kingdom	5	17,5

Tabulka 5: Sazby DPH v zemích EU k 1/1/2010 (Zdroj: http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf)

Stát	Sazba daně v procentech	Stát	Sazba daně v procentech
ALABAMA	4	NEBRASKA	5.5
ALASKA	0	NEVADA	6.85
ARIZONA	5.6	NEW HAMPSHIRE	0
ARKANSAS	6	NEW JERSEY	7
CALIFORNIA	8.25	NEW MEXICO	5
COLORADO	2.9	NEW YORK	4
CONNECTICUT	6	NORTH CAROLINA	5.75
DELAWARE	0	NORTH DAKOTA	5
FLORIDA	6	OHIO	5.5
GEORGIA	4	OKLAHOMA	4.5
HAWAII	4	OREGON	0
IDAHO	6	PENNSYLVANIA	6
ILLINOIS	6.25	RHODE ISLAND	7
INDIANA	7	SOUTH CAROLINA	6
IOWA	6	SOUTH DAKOTA	4
KANSAS	5.3	TENNESSEE	7
KENTUCKY	6	TEXAS	6.25
LOUISIANA	4	UTAH	4.7
MAINE	5	VERMONT	6
MARYLAND	6	VIRGINIA	5.0
MASSACHUSETTS	6.25	WASHINGTON	6.5
MICHIGAN	6	WEST VIRGINIA	6
MINNESOTA	6.875	WISCONSIN	5
MISSISSIPPI	7	WYOMING	4
MISSOURI	4.225	DIST. OF COLUMBIA	6
MONTANA	0		

Tabulka 6: Sazby daně z obratu (sales tax) v jednotlivých státech (+ DC) k 1/1/2010, bez výjimek, bez sazeb daní pro léky, potraviny (Zdroj: <http://www.taxadmin.org/FTA/rate/sales.html>)

Poznámka: všechny odkazy byly mezi 2.4.2010 a 15.4.2010 funkční (vzhledem k délce psaní práce neuvádím data u každého odkazu zvlášť). Platí i pro odkazy v textu.

Reference

- [1] Sales taxes in the United States (pouze obecný přehled),
http://en.wikipedia.org/wiki/Sales_taxes_in_the_United_States
- [2] Customs legislation,
http://ec.europa.eu/taxation_customs/common/legislation/legislation/customs/index_en.htm
- [3] Daně – obecné informace (EU 15),
http://ec.europa.eu/taxation_customs/common/info_country/eu_15/index_en.htm
- [4] Celní správa - legislativa
<http://www.celnisprava.cz/cz/clo/legislativa/Stranky/legislativa-zakladni-informace.aspx>
- [5] Celní správa - zásilky ze zahraničí,
<http://www.celnisprava.cz/cz/clo/odbavovani-postovnich-zasilek/Stranky/default.aspx>
- [6] Celní správa – platby DPH,
<http://www.celnisprava.cz/cz/dane/dan-z-pridane-hodnoty/Stranky/default.aspx>
- [7] Přehled regulace elektronického obchodování v EU,
http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/index_en.htm
- [8] Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce'),
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0031:EN:NOT>
- [9] Obecné informace o záruce v USA,
http://articles.directory.com/Consumer_Product_Warranty_Rights_FAQ_Louisiana-r935349-Louisiana.html
- [10] Obecné povídání o právech spotřebitele v USA,
<http://consumer-law.lawyers.com/warranty-law/Consumer-Law-Warranty-FAQ.html>
- [11] Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts,
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997L0007:EN:NOT>
- [12] Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending (...) ('Unfair Commercial Practices Directive')
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32005L0029:EN:NOT>

-
- [13] Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31993L0013:EN:HTML>
- [14] Obecné povídání o právech spotřebitele v EU,
http://ec.europa.eu/consumers/index_en.htm
- [15] Report on cross-border e-commerce in the EU, COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT, COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2009
http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/com_staff_wp2009_en.pdf
- [16] Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31999L0044:EN:NOT>
- [17] Council Directive 2006/112/EC of 28 November 2006 on the common system of value added tax
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:347:0001:01:EN:HTML>
- [18] Council Directive 92/84/EEC of 19 October 1992 on the approximation of the rates of excise duty on alcohol and alcoholic beverages
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992L0084:en:HTML>
- [19] Council Regulation (EC) No 1186/2009 of 16 November 2009 setting up a Community system of reliefs from customs duty (codified version)
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:324:0023:01:EN:HTML>
- [20] Council Regulation (EEC) No 918/83 of 28 March 1983 setting up a Community system of reliefs from customs duty
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31983R0918:EN:HTML>
- [21] DIRECTIVE 95/46/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 24 October 1995 on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31995L0046:EN:HTML>
- [22] Uniform Commercial Code
<http://www.law.cornell.edu/ucc/>