



## Souhrnná teritoriální informace: Spojené státy americké



Velvyslanectví České republiky ve Washingtonu 31. 5. 2021 20:33

Spojené státy americké, zkráceně Spojené státy nebo USA, jsou federální prezidentskou republikou, hraničící na severu s Kanadou a na jihu s Mexikem. Nacházejí se mezi dvěma oceány – Atlantickým na východě a Tichým na západě. Díky exklávě státu Aljaška sahá území USA až k břehům Severního ledového oceánu a dále zahrnuje i tichomořský ostrov Havaj. USA se skládají z 50 amerických států, z District of Columbia (D.C.), což je samosprávné federální území s hlavním městem podléhající Kongresu, a dalších závislých území. Spojené státy americké jsou třetí největší zemí planety jak rozlohou, tak počtem obyvatel. Politickým zřízením jsou USA federativní prezidentskou republikou. Na federální úrovni státní správa dělí pravomoci mezi moc výkonnou, která je v rukou prezidenta, na zákonodárnou, vykonávanou Kongresem, a soudní, reprezentovanou Nejvyšším soudem. Americká ústava také definuje vztah mezi federální vládou a vládami jednotlivých států. Spojené státy americké jsou nejsilnější ekonomikou světa. Na výkonu americké ekonomiky mají více než dvouřetinový podíl (zhruba 70 % HDP) spotřebitelské výdaje. Za rok 2020 došlo v souvislosti s pandemií onemocnění COVID-19 k poklesu HDP o 3,5 %. Pro zmírnění dopadů koronavirové krize navrhla americká vláda řadu iniciativ, včetně přijetí „záchranného plánu pro Ameriku“, který byl schválen v březnu 2021 a počítá s injekcí do ekonomiky ve výši 1,9 bilionu amerických dolarů. S pozvolným útlumem pandemie, úspěšnou a rychle postupující vakcinací, souvisejícím otevíráním provozoven a pumpováním státních dolarů do ekonomiky dochází k pozvolné ekonomické obnově. Problémem nicméně zůstává vysoká dluhová zátěž USA. Předpokládá se, že reálné HDP se vrátí na úroveň před pandemií kolem poloviny roku 2021. V 1. čtvrtletí 2021 zaznamenala ekonomika USA meziroční růst o 6,4 %. USA jsou pro ČR hned za Velkou Británií nejvýznamnějším exportním partnerem mimo EU a také jednou z nejdůležitějších exportních destinací z pohledu přidané hodnoty exportovaného zboží (letecké motory, zdravotnické zařízení, mikroskopy, atp.). Trend růstu jak exportu, tak celkového objemu obchodní výměny s USA je zřetelný od počátku existence ČR. K výkyvu došlo jen v letech globální ekonomické krize (2008-09) a částečně v letech 2016-17. Export zboží z ČR do USA v roce 2019 dosáhl hodnoty 106,4 mld. Kč (meziroční nárůst o 17 %).

Základní údaje	
Hlavní město	Washington
Počet obyvatel	328,24
Jazyk	angličtina (úřední jazyk), rozšířená španělština
Náboženství	protestanti (největší skupina)
Státní zřízení	parlamentní demokracie
Hlava státu	Joe Biden - prezident
Hlava vlády	Joe Biden
Název měny	americký dolar (USD)
Cestování	
Časový posun	-6 hodin
Kontakty ZÚ	
Velvyslanec	PaedDr. Hynek Kmoníček
Ekonomický úsek	Ing. Jiří Janíček
Konzulární úsek	JUDr. Ivo Svoboda
Czechtrade	Mgr. Jan Kubata
Czechinvest	Ing. Matěj Zahradník
Ekonomika	
Nominální HDP (mld. USD)	22 139,0
Hospodářský růst (%)	4,5
Inflace (%)	1,9
Nezaměstnanost (%)	5,8



# Kapitoly a podkapitoly:

## 1 Základní informace o teritoriu

- 1.1 Systém vládnutí a politické tendence v zemi
- 1.2 Zahraniční politika země
- 1.3 Obyvatelstvo

## 2 Ekonomika

- 2.1 Základní údaje
- 2.2 Veřejné finance a státní rozpočet
- 2.3 Bankovní systém
- 2.4 Daňový systém

## 3 Obchodní vztahy s EU a ČR

- 3.1 Obchodní vztahy
- 3.2 FTA a smlouvy
- 3.3 Rozvojová spolupráce
- 3.4 Perspektivní obory (MOP)

## 4 Kulturní a obchodní jednání

- 4.1 Úvod
- 4.2 Oslovení
- 4.3 Obchodní schůzka
- 4.4 Komunikace
- 4.5 Doporučení
- 4.6 Státní svátky

## 5 Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu

- 5.1 Vstup na trh
- 5.2 Formy a podmínky působení na trhu
- 5.3 Marketing a komunikace
- 5.4 Problematika ochrany duševního vlastnictví
- 5.5 Trh veřejných zakázek
- 5.6 Platební podmínky, platební morálka a řešení obchodních sporů
- 5.7 Víza, poplatky, specifické podmínky cestování do teritoria
- 5.8 Zaměstnávání občanů z ČR
- 5.9 Veletrhy a akce

## 6 Kontakty

- 6.1 Kontakty na zastupitelské úřady ČR v teritoriu
- 6.2 Praktická telefonní čísla (záchrana, policie, požárníci, infolinky, apod.)
- 6.3 Důležité internetové odkazy a kontakty



# 1 Základní informace o teritoriu

Podkapitoly:

- 1.1 Systém vládnutí a politické tendence v zemi
- 1.2 Zahraniční politika země
- 1.3 Obyvatelstvo

## 1.1 Systém vládnutí a politické tendence v zemi

Spojené státy americké jsou federální prezidentskou republikou. Jejich vláda funguje na systému oddělených mocí.

V čele federální výkonné moci stojí prezident, který je také vrchním velitelem ozbrojených sil. Volba prezidenta USA probíhá vždy v úterý po prvním pondělí v listopadu. Funkční období trvá čtyři roky a může se opakovat maximálně dvě volební období. Od ledna 2021 je prezidentem USA Demokrat Joe Biden.

Vykonavatelem zákonodárné moci je dvoukomorový Kongres, skládající se ze Sněmovny reprezentantů a Senátu. Sněmovna reprezentantů má 435 členů, kteří jsou voleni přímo občany amerických států, a volby probíhají každé dva roky. Počet zástupců každého státu se odvíjí od počtu jeho obyvatel. Senát má 100 členů, každý stát reprezentují dva Senátoři voleni každých šest let.

Na špičce pyramidy soudní moci v USA stojí Nejvyšší soud, následuje soustava nižších federálních soudů. Devítičlenný Nejvyšší soud zaujímá důležitou roli v otázkách právních ale i politických a je založen přímo Ústavou USA. Soudce jmenuje prezident USA a nominace prochází schvalovacím procesem Senátu. Výkon funkce je na neomezenou dobu. Nejvyšší soud je nejvyšší soudní instancí USA, proti jeho rozhodnutí se nelze odvolat. Ústava USA ukládá vytvořit federální soudy nižší instance – v USA funguje 94 okresních soudů, daňový soud, odvolací soudy atd. USA jsou učebnicovým příkladem dvoustranného systému, v němž se u moci střídají dvě hlavní politické strany (Demokraté a Republikáni).

Poslední prezidentské a kongresové volby se konaly dne 3. listopadu 2020, kdy se 46. prezidentem USA stal demokratický kandidát Joe Biden. Ve stejný den, kdy se konala volba prezidenta, volili občané USA také nové federální členy Sněmovny reprezentantů a senátory. Převahu v obou komorách Kongresu získala Demokratická strana. Členy kabinetu („Cabinet“) prezidenta Joe Bidena jsou viceprezidentka Kamala Harris a 15 níže uvedených ministrů („Secretaries“). Ministři jsou nominováni prezidentem, funkcí se však mohou ujmout až po schválení Senátem Kongresu USA (prostou většinou přítomných senátorů).

Složení vlády (2021):

ministr zahraničních věcí (Secretary of State) – Anthony Blinken

ministr financí (Secretary of the Treasury) – Janet Yellen

ministr obrany (Secretary of Defense) – Lloyd Austin

ministr spravedlnosti (Attorney General) – Merrick Garland

ministr vnitra (Secretary of Interior) – Deb Haaland

ministr zemědělství (Secretary of Agriculture) – Tom Vilsack

ministr obchodu (Secretary of Commerce) – Gina Raimondo

ministr práce (Secretary of Labor) – Marty Walsh

ministr zdravotnictví (Secretary of Health and Human Services) - Xavier Becerra

ministr bydlení a územního rozvoje (Secretary of Housing and Urban Development) – Marcia Fudge

ministr dopravy (Secretary of Transportation) – Pete Buttigieg

ministr energetiky (Secretary of Energy) - Jennifer Granholm

ministr pro záležitosti veteránů (Secretary of Veteran Affairs) – Denis McDonough



ministr vnitřní bezpečnosti (Secretary of Homeland Security) - Alejandro Mayorkas

ministr školství (Secretary of Education) - Miguel Cardona

## 1.2 Zahraniční politika země

Americká zahraniční politika má globální charakter. Spojené státy americké zůstávají jedinou světovou supervelmocí s nezpochybnitelným vlivem v oblasti mezinárodněpolitické, vojenské a ekonomické. Ekonomická síla USA je bezprecedentní, hospodářství země produkuje bezmála čtvrtinu světového bohatství a americký dolar je oficiální světová rezervní měna. Vojensky zůstávají USA jedinou supervelmocí na světě. Americké výdaje na obranu představují zhruba třetinu všech světových výdajů v této oblasti. USA mají největší námořní flotu na světě. Rozsah amerického námořnictva umožňuje mít vojenskou přítomnost kdekoli na světě. USA jsou členy nejvýznamnějších světových organizací – například zakládajícím členem OSN a jedním z pěti stálých členů Rady bezpečnosti OSN, členem G8, G-20, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj či členem Severoatlantické aliance (NATO).

Co se týče aktuálního dění ve vztahu k zahraniční obchodní a ekonomické politice nové americké administrativy vůči EU, očekává se, že nová americká administrativa bude klást větší důraz na transatlantickou vazbu. Velmi pravděpodobně pomine riziko uvalení ochranných tarifů na dovoz automobilů z Evropy. Na druhou stranu jednání o odstranění tarifů, které na sebe EU a USA vzájemně uvalily kvůli nepovoleným subvencím firem Airbus, respektive Boeing, může být složitější. Stejně tak není ani zdaleka jisté, že prezident Biden zruší tarify uvalené na dovoz evropského hliníku a oceli. Ty mají ve Spojených státech řadu příznivců. I mezi EU a USA existuje řada strukturálních neshod a navzdory vzájemné vůli bude jejich řešení složité. Mezi ty nejznámější patří evropská ochrana zemědělského sektoru a na americké straně uplatňování principu Buy American u veřejných zakázek. Ochota k ústupkům na obou stranách zůstane podle všeho minimální, a i proto je v řešení dlouhodobých rozporů a sjednání ambiciózních obchodních dohod nepravděpodobné. Transatlantické ekonomické vztahy je však třeba vnímat v širším kontextu. Vzájemnému obchodu mezi EU a USA se v posledních letech dařilo relativně dobře. V roce 2018 se EU stala největším obchodním partnerem Ameriky a vystřídala tak Čínu. Tento trend pokračuje a EU držela prvenství i na konci roku 2020. Je přitom odbytštěm pro čtvrtinu veškerého spotřebního zboží vyrobeného v Americe.

## 1.3 Obyvatelstvo

Sčítání lidu probíhá v USA jednou za deset let. Poslední se konalo v roce 2020 a zatím nebyly zveřejněny jeho výsledky. Níže uvedené údaje proto vychází z dílčích publikací a hlavně z odhadů. Počet obyvatel Spojených států amerických dle Úřadu pro sčítání lidu je 331 449 281 (údaj za rok 2020). USA jsou třetím nejlidnatějším státem světa a tvoří přibližně 4,25 % z celkového počtu obyvatel světa. Hustota osídlení USA je zhruba 36 obyvatel na kilometr čtvereční. Pro srovnání v ČR žije 136 obyvatel na kilometr čtvereční. Odhady Úřadu pro sčítání lidu za rok 2019 uvádějí tuto strukturu amerického obyvatelstva: podle věku je nejpočetnější skupinou mezi Američany mládež do 18 let (28,3 %), v produktivním věku (18–64 let) je 55,2 % a obyvatelstvo starší 65 let tvoří 16,5 % (odhady z roku 2019). Populace USA je rozmanitá, převažují běloši se zhruba 76 %, Afroameričané tvoří 13,4 %, Asiaté 5,9 %, Indiáni 1,3 %. Tyto údaje zahrnují také 18,5 % obyvatel, kteří se považují za jednu z těchto skupin a zároveň za Hispánce nebo Latinoameričany (obyvatelstvo hispánského původu se hlásí k jakékoli rase, otázka rasy je od hispánského původu oddělena). Nejrychleji rostoucí skupinou jsou Hispánci a Asiaté. Náboženství hraje v USA důležitou roli, převládá křesťanství, k němuž se dle různých zdrojů hlásí 65–70 % populace, v rámci křesťanství dominují protestanté. Nejrozšířenějším jazykem je angličtina (78 %), následovaná španělštinou (13 %), v USA není na federální úrovni oficiální jazyk.



## 2 Ekonomie

Podkapitoly:

- 2.1 Základní údaje
- 2.2 Veřejné finance a státní rozpočet
- 2.3 Bankovní systém
- 2.4 Daňový systém

### 2.1 Základní údaje

Ve druhém čtvrtletí 2020, s nástupem pandemie koronaviru, americká ekonomika kvůli dopadům jeho šíření meziročně rekordně klesla, a to o 31,4 procenta. Vzhledem k tomu, že už v prvním čtvrtletí 2020 klesla americká ekonomika o 5 procent, vstoupily USA do recese, která se definuje jako dvě čtvrtletí poklesu hrubého domácího produktu (HDP) po sobě. Skončila tak rekordní konjunktura, která trvala 11 let. Celkově však byla americká ekonomika vůči pandemii odolnější než většina zemí OECD a reálný pokles HDP v roce 2020 představoval 3,5 procenta ve srovnání se 7 procenty v eurozóně. Vláda prezidenta Bidena dává boji proti koronaviru a podpoře ekonomiky v roce 2021 jasnou prioritu. Kongres schválil v polovině března 2021 návrh záchranného ekonomického balíčku v hodnotě 1,9 bilionu dolarů, který zvýší příjmy domácností a urychlí ekonomické oživení. Je odhadováno, že se na úroveň před koronavirem vrátí reálný HDP ve druhé polovině roku 2021, existující ekonomická nerovnost mezi obyvatelstvem a vysoká nezaměstnanost však představují pro tento cíl určitá rizika. Chronickým problémem americké ekonomiky je zvyšující se deficit zahraničního obchodu, hluboký deficit státního rozpočtu a celková výše státního dluhu USA, který již překonal výši ročního HDP. Vyhledky koronavirovou pandemií devastované americké ekonomiky se však průběžně zlepšují, mimo jiné díky rychlé aplikaci vakcíny proti koronaviru. Zatímco v roce 2020 představoval reálný pokles HDP 3,5 procenta, v roce 2021 se předpokládá růst reálného HDP o 4,5%. Míra nezaměstnanosti v květnu 2021 představovala 6,2 procenta, což je nejnižší míra od rekordního maxima 14,8 procenta v dubnu 2020. Inflace se pohybovala v květnu 2021 v USA na úrovni 1,7 %. Americká ekonomika, stále ještě největší ekonomika světa, je poháněna především spotřebitelskými výdaji, které představují až 70 procent reálného HDP.

Rozpočtový deficit Spojených států se v první polovině fiskálního roku 2020/2021 vyšplhal na rekordních 1,7 bilionu dolarů, což představuje zhruba dvojnásobek ve srovnání s předchozím rekordem. Vyplyvá to z údajů amerického ministerstva financí. Za růstem deficitu stojí rozsáhlé výdaje související s koronavirovou krizí. Fiskální rok ve Spojených státech začíná v říjnu a končí v září. V první polovině loňského fiskálního roku činil rozpočtový deficit 743,5 miliardy dolarů. USA vykazují enormní dluhovou zátěž, když veřejný dluh na konci roku 2020 dosáhl úrovně 107,6 procent HDP a dá se jen tušit, do jakých výšin se dostane v roce 2021. Ekonomika Spojených států je postavena na službách, důležitá jsou však také odvětví jako IT, automobilový a letecký průmysl a řada dalších oborů. Významné jsou pro ekonomiku, kromě jiného, také tržby z těžby ropy a zemního plynu. Spojené státy získaly před několika lety prvenství jak v těžbě ropy, tak v těžbě zemního plynu.

Tabulka z MOP + navíc platební bilance, zadluženost/HDP.

Ukazatel	2018	2019	2020	2021	2022
Růst HDP (%)	3,0	2,2	-3,5	4,5	3,0
HDP/obyv. (USD/PPP)	63 014,7	65 133,7	63 240,4	66 500,0	69 690,0
Inflace (%)	2,4	1,8	1,3	1,9	2,1
Nezaměstnanost (%)	3,9	3,7	8,1	5,8	5,2
Export zboží (mld. USD)	1 677,0	1 652,4	1 454,3	1 688,9	1 905,9
Import zboží (mld. USD)	2 557,3	2 516,8	2 305,0	2 673,0	2 943,0
Saldo obchodní bilance (mld. USD)	-880,3	-864,3	-851,1	-983,7	-1 037,0
Průmyslová produkce (% změna)	4,0	0,9	-6,6	6,0	5,7
Populace (mil.)	327,1	329,1	331,0	332,9	334,8
Konkurenceschopnost	1/140	2/141	N/A	N/A	N/A
Exportní riziko OECD	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Zdroj: EIU, OECD, WEF



## 2.2 Veřejné finance a státní rozpočet

S pozvolným útlumem koronavirové pandemie, úspěšnou vakcinací, souvisejícím otevíráním řady provozoven a pumpováním státních dolarů do ekonomiky dochází k pozvolné ekonomické obnově. Nový balíček na podporu (mj.) zaměstnanosti, infrastruktury a klimatu, který navrhl prezident Joe Biden v závěru března (na který má posléze navázat jeho další část zaměřená více na zdravotní a sociální péči) může oživení dále podpořit a druhé čtvrtletí by mohlo přinést nejprudší hospodářský růst USA od konce druhé světové války. Problém vysoké dluhové zátěže Spojených států bude nicméně zřejmě dále eskalovat, a to právě v souvislosti s iniciativami na podporu ekonomiky zasažené koronavirovou krizí, které byly předloženy či schváleny v roce 2020 a v prvním čtvrtletí roku 2021. Aktuálně již dluh přesáhl 28 bilionů amerických dolarů, což znamená v přepočtu přibližně 85 tisíc dolarů na každého Američana.

Veřejné finance	
Saldo státního rozpočtu (% HDP)	-10,0
Veřejný dluh (% HDP)	101,0
Bilance běžného účtu (mld. USD)	-624,8
Daně	
PO	N/A
FO	N/A
DPH	N/A

Oproti předchozímu roku rozpočtový deficit fiskálního roku 2019/2020 více než ztrojnásobil. A zatímco aktuální dluhová služba dosud stála USA cca 1,4 procent jejich hrubého národního produktu, vyšší inflace toto procento zřejmě zvýší. Rozpočtový deficit Spojených států se v první polovině fiskálního roku (který končí v březnu) vyšplhal na 1,7 bilionu dolarů, což je nejvíce v historii, a více než dvojnásobek dřívější nejvyšší hodnoty.

Spojené státy budou investovat více peněz do vědy a vzdělání, zapomínat ale nebudou ani na vojenskou přítomnost v Pacifiku, kde soupeří s Čínou. Vyplývá to z návrhu rozpočtu na příští rok, který představil dne 28. května prezident Joe Biden. Plánuje v něm výdaje ve výši šesti bilionů dolarů (přes 125 bilionů korun). Ústředním bodem jsou investice do obnovy infrastruktury, o kterých mluvil už dříve. Celkově má v průběhu osmi let na infrastrukturu jít 2,3 bilionu dolarů, díky kterým mají být opraveny silnice, ale také rozšířeno vysokorychlostní připojení k internetu nebo síť nabíjecích stanic pro elektromobily. Představený návrh rozpočtu zahrnuje jeho dva historické plány - American Jobs Plan and the American Families Plan - a rovněž investice do vzdělávání, výzkumu a veřejného zdraví.

## 2.3 Bankovní systém

Bankovní soustavu USA tvoří centrální banka (Federal Reserve System – Fed) a rozvinutá síť komerčních bank a spořitelen. Fed plní funkci centrální banky a řídí měnovou politiku. Má právo a povinnost určovat rezervy komerčních bank pro jištění osobních a obchodních kont, určuje diskontní sazbu či výši a trvání úvěru podloženého cennými papíry. Rada guvernérů Fed kontroluje všechny rezervní banky a jejich aktivity. Další důležitou roli hraje Fed při oddělení bankovního a komerčního sektoru ekonomiky, kontroluje koupě akcií bankami a reguluje tok informací o bankovních aktivitách vůči klientům. Fed má dvojí charakter – je to de facto „banka bank“, kdy každá banka musí být povinně vlastníkem akcií příslušné regionální pobočky Fedu a současně jako většina centrálních bank na světě Fed sehrává důležitou roli v hospodářské politice státu: realizace monetární politiky zaměřené na plnění jednotlivých hospodářských cílů (růst ekonomiky, inflace, plná zaměstnanost apod.), dále pak provádění bankovního dohledu a poskytování finančních služeb americké vládě.

Dle National Information Center – Federal Reserve System je 5 největších bank v USA podle výše aktiv k 1. 1. 2021: JP Morgan Chase New York, Bank of America Charlotte, Wells Fargo San Francisco, Citigroup New York, U.S. Bancorp Minneapolis.

Tak jako jsou USA finančním světovým centrem, platí to i v oblasti pojišťovnictví. České firmy obchodující a podnikající v USA si musí uvědomit důležitost, jaká je zde věnována pojištění (téměř) veškerých aspektů podnikání. Zahraničním firmám se v první instanci vyplatí oslovit pojišťovacího brokera, v ideálním případě se zkušeností s obchodníky z Evropy. Doporučujeme zvážit angažování právního či pojišťovacího experta i v případě, že americký partner již příslušná ustanovení do smlouvy „automaticky“ zařadil, ve většině případů jsou diskutovatelná (avšak z pohledu české firmy ne bez pomoci místního experta, stojícího na naší straně).

Užitečné weby: [www.naic.org](http://www.naic.org); [www.acli.org](http://www.acli.org); [www.dfs.ny.gov](http://www.dfs.ny.gov)

## 2.4 Daňový systém

Daně jsou přímé a nepřímé. Většina nepřímých daní má složku federální a státní. Federální vláda také určuje některé položky daně z příjmu. Většina daní je v kompetenci státních orgánů. Míra zdanění je v různých oblastech USA odlišná.

Přímé daně:



- Daň ze zisku firem (corporate income tax – CIT) - je vybírána na všech správních úrovních (federální, státní, místní).
- Sociální pojištění (social security tax) a zdravotní pojištění (medicare tax) - platí je zaměstnavatel i zaměstnanec ze svého hrubého příjmu.
- Daň z příjmu fyzických osob (individual personal income tax) - vybírána také na všech správních úrovních (federální, státní, místní). Termín pro zaplacení je 15. dubna. Některé státy tuto daň nevybírají (Aljaška, Florida, Nevada, Jižní Dakota, Texas, Washington, Wyoming a nově od roku 2021 i Tennessee). New Hampshire vybírá daň z příjmu pouze z dividend a příjmů z úroků. Některé státy mají pouze jednu sazbu daně z příjmu. Většina států v USA má progresivní daň z příjmu. Nejnižší sazba nejvyššího tarifu státní daně z příjmu se vybírá ve státě Severní Dakota (2,9 %), nejvyšší v Kalifornii (13,3 %). Cizinec neplatí daň z příjmu v USA, pokud zde v kalendářním roce stráví méně než 183 dní a mzdu mu platí nepřetržitě jeho zahraniční zaměstnavatel. Další kritéria mohou být založena na tzv. kumulativním testu, který se vypočítává z počtu dnů strávených v USA za poslední tři roky.
- Federální daň z příjmu osob v USA má 7 daňových pásem. Zákon o snížení daní a o pracovních místech z 20. prosince 2017 (The Tax Cuts and Jobs Act of 2017), jinak známý jako daňová reforma, snížil výši daňových pásem a sazby. Daňová sazba se dále liší podle toho, zda je osoba v manželském svazku či nikoliv. Přehled daňových sazeb pro rok 2021 na [taxfoundation.org](https://www.taxfoundation.org)

Nepřímé daně jsou prodejní daň (sales tax), letecké a letištní daně (airport tax), telekomunikační daň (telecommunications tax), spotřební daň (excise tax).





## 3 Obchodní vztahy s EU a ČR

Podkapitoly:

- 3.1 Obchodní vztahy
- 3.2 FTA a smlouvy
- 3.3 Rozvojová spolupráce
- 3.4 Perspektivní obory (MOP)

### 3.1 Obchodní vztahy

#### Obchodní vztahy s EU

EU a USA jsou si navzájem největšími obchodními partnery a investory. Za pozitivní lze v současných EU – US obchodních vztazích považovat ochotu US spolupracovat na WTO reformě, stažení výhrad u GPA u zdravotnictví, pozastavení cel v případě Airbus, nový pohled na řešení digitální daně v rámci OECD a možnost spolupráce v oblasti obchodu a technologií. Za negativní lze považovat, že se US zatím nevzdaly cel podle Sekce 232 a jednání o pozastavení uvalených tarifů příliš nepostupují. Obecně platí, že export z EU do USA je trvale výrazně vyšší než export opačným směrem.

Obchodní výměna s EU (mil. EUR)

	2018	2019	2020	2021	2022
Export z EU (mil. EUR)	351 201,6	384 383,5	352 910,8	N/A	N/A
Import do EU (mil. EUR)	214 677,7	232 619,8	202 619,0	N/A	N/A
Saldo s EU (mil. EUR)	-136 524,0	-151 764,0	-150 292,0	N/A	N/A

Zdroj: Evropská komise

#### Obchodní vztahy s ČR

USA jsou již několik let naším nejvýznamnějším exportním partnerem mimo EU a také jednou z našich nejdůležitějších exportních destinací z pohledu přidané hodnoty exportovaného zboží (letecké motory, zdravotnické zařízení, mikroskopy, atp.). Trend růstu jak exportu, tak celkového objemu obchodní výměny s USA, je zřetelný od počátku existence ČR. Celkově je americký vývoz složen z položek s větší přidanou hodnotou, než je tomu u vývozu z ČR do USA. Pozitivní vývoj české ekonomiky se odráží i v proměnách struktury a hlavních položek našeho exportu do USA.

Obchodní výměna s ČR (mil. EUR)

	2018	2019	2020	2021	2022
Export z ČR (mld. CZK)	90,9	106,5	104,3	N/A	N/A
Import do ČR (mld. CZK)	101,4	107,7	99,8	N/A	N/A
Saldo s ČR (mld. CZK)	10,4	1,3	-4,5	N/A	N/A

Zdroj: ČSÚ

### 3.2 FTA a smlouvy

#### Smlouvy s EU

Mezi EU a USA v současné době není uzavřena dohoda o volném obchodu. EU jednalo po řadu let se Spojenými státy o obchodní a investiční dohodě, tedy o transatlantickém obchodním a investičním partnerství, TTIP. Dohody však nakonec dosaženo nebylo.





## Smlouvy s ČR

Ministerstvo zahraničních věcí ČR registruje celkem 65 smluvních dokumentů s USA. Mezi nejdůležitější smlouvy a dohody patří:

Dohoda mezi Českou a Slovenskou Federativní Republikou a Spojenými státy americkými o vzájemné podpoře a ochraně investic (1991)

Smlouva mezi Českou republikou a Spojenými státy americkými o zamezení dvojího zdanění a zabránění daňovému úniku v oboru daní z příjmu a majetku (1993)

Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Spojených států amerických o letecké dopravě (1996)

Dohoda mezi Českou republikou a Spojenými státy americkými o vědeckotechnické spolupráci (2008)

Smlouva o sociálním zabezpečení mezi Českou republikou a Spojenými státy americkými (2007)

Dohoda mezi Ministerstvem průmyslu a obchodu České republiky a Ministerstvem energetiky Spojených států amerických týkající se spolupráce v oblasti zabránění šíření jaderných materiálů a technologií, Praha (2007)

Dohoda mezi Ministerstvem obrany České republiky a Ministerstvem obrany Spojených států amerických o výměně inženýrů a výzkumných a vědeckých pracovníků (2009)

Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Spojených států amerických o vzájemném pořizování materiálu a služeb pro účely obrany (2012)

Dohoda mezi Ministerstvem průmyslu a obchodu České republiky a Ministerstvem energetiky Spojených států amerických o spolupráci na civilním výzkumu a vývoji v oblasti jaderné energetiky (2014)

## 3.3 Rozvojová spolupráce

Spojeným Státům americkým není poskytována žádná rozvojová pomoc. Určitou formu pomoci od ostatních zemí USA přijaly v souvislosti s odstraňováním dopadů ničivého hurikánu Katrina v roce 2005 a následných záplav ve státech Texas, Louisiana, Mississippi a Alabama. V této souvislosti oficiální pomoc poskytla i ČR. Zahraniční země poskytují USA humanitární pomoc v případě přírodních katastrof.

Hlavní federální institucí poskytující zahraniční rozvojovou a humanitární pomoc je agentura USAID (US Agency for International Development), která je samostatnou součástí ministerstva zahraničních věcí USA. Vedle USAID Kongres USA každoročně přiděluje rozpočtové prostředky na poskytování oficiální rozvojové pomoci i (ODA) řadě ostatních ministerstev (např. obchodu, obrany, vnitřní bezpečnost, vzdělávání, spravedlnost apod.), vládních agentur (NIH, CDC, NOAA apod.) a vládních nezávislých agentur (EPA, Peace Corps, Ex-Im Bank, NSF apod.). Americké statistiky pracují s pojmem 'US Economic and Military Assistance'. Hlavními zeměmi-příjemci zahraniční pomoci jsou např. Izrael, Afghánistán či Egypt.

Američané jsou jako jednotlivci velice velkorysý národ, dávat a vybírat peníze na charitu a další projekty včetně těch zahraničních patří k naprosto automatické aktivitě mnoha bohatých lidí a celebrit. Nejvíce se angažují osobnosti jako Bill Gates, Warren Buffet, Angelina Jolie a mnoho dalších. Prostředky takto vybrané dosahují mnoha miliard dolarů ročně a směřují do všech částí světa na široké pole programů, především zdravotních a vzdělávacích.

Česká republika také poskytla několikamilionovou pomoc obci West ve státě Texas, kde v roce 2013 vybuchl skladovaný dusičnan amonný. Při výbuchu zahynulo 15 lidí včetně několika Čechů z početné české komunity, která tam žije.

## 3.4 Perspektivní obory (MOP)

### ► Perspektivní obor 1

Navzdory významným dopadům koronavirové krize na americkou ekonomiku jsou masivní investice do infrastruktury pro novou americkou administrativu jednou z hlavních priorit. Kromě dopravních investic do infrastruktury, které mají řešit přetížené dopravní koridory, se také očekává rozvoj nových technologií, které mají aspekt ekonomický, ekologický a bezpečnostní. Právě tato oblast by mohla být šancí pro uplatnění českých firem na zdejšímu trhu. V příštím desetiletí by na bezpečné a udržitelné silnice, mosty a letiště měla být vynaložena přinejmenším stejná částka, jako na boj s pandemií. Důležitá je přestavba rozpadajících se silnic a mostů, podpora stárnoucí vodní infrastruktury a rozšiřování širokopásmového připojení ve venkovských oblastech.

### ► Perspektivní obor 2



Energetický průmysl v USA nezůstal dopadů koronavirové krize ušetřen. Výrazný byl propad poptávky po ropě, což vedlo k poklesu cen i výroby. S pozvolným předpokládaným hospodářským ožívováním, zejména od 2. čtvrtletí 2021, by se měla situace v tomto smyslu zlepšovat, jakkoliv stále nelze vyloučit nižší než obvyklou poptávku po ropných produktech. V únoru 2021 navíc došlo k energetické krizi a četným výpadkům proudu na deregulovaném trhu v Texasu, v důsledku vlny chladného počasí. Kromě krize je výrazným faktorem nástup nové administrativy, jejíž pohled na energetiku se dramaticky liší od vlády Donalda Trumpa, jakkoliv trend postupného přechodu k čisté energetice probíhal do jisté míry již v uplynulých letech. Hospodářské oživení i nové cíle v oblasti energetiky vytvářejí zajímavý mix příležitostí, jakkoliv stále zřetelnější je akcent na posilování domácí průmyslové základny v souladu s principem „Buy American“. Od 19. února jsou USA opět stranou Pařížské klimatické dohody, nová vláda zmrazila nové kontakty na těžbu ropy a zemního plynu a výrazně akcentuje vytváření nových pracovních míst v čisté energetice (pochopitelně ovšem primárně na území USA). Prezident Joe Biden stanovil cíl dosažení uhlíkové neutrality v USA v roce 2050.

#### ► Perspektivní obor 3

Spojené státy jsou i nadále druhým největším světovým trhem se strojírenskými produkty a zároveň druhým největším průmyslovým výrobcem po Číně. Již před pandemií se americká administrativa snažila kombinací daňových, obchodních a regulatorních opatření vytvořit podnikatelské prostředí vstřícné pro návrat a další expanzi výrobních společností na území Spojených států. V postkovidovém období lze očekávat schválení dalších administrativních kroků s cílem zmírnit enormní závislost na importech mimo jiné průmyslových výrobků a strojních zařízení především z Číny. Lze také očekávat, že produkty vybraných průmyslových sektorů budou označeny za strategickou nezbytnost, což napomůže částečné renesanci amerického průmyslu. Podíl průmyslové výroby na HDP poklesl na současných zhruba 11 procent v roce 2019 z 15 procent v roce 2005. Poptávku po strojních zařízeních a technologiích pokrývají z 60 procent dovozy. Poptávka po strojních zařízeních bude závislá na vývojových trendech v jednotlivých výrobních sektorech. Trendem v postkovidovém období bude snaha o přiblížení výroby místnímu zákazníkovi (lokalizace výroby) ať již z důvodu hrozby výpadků v rámci subdavatelských řetězců, či z důvodu obavy z eskalace obchodních válek a s tím souvisejícím zaváděním dovozních tarifů.

#### ► Perspektivní obor 4

Zatímco koronavirová pandemie je pro převážnou část zábavního průmyslu v USA zcela devastující, její herní branže se stává ekonomickým gigantem a jedním z nejrychleji se rozvíjejících oborů v zemi. Tento obor zaznamenal rekordní zisky i výdaje a videohry byly jednou z nejstabilnějších kategorií růstu co do oblíbenosti a investic. Videohry jsou víc než jen zábavní průmysl, během pandemie přetvářejí způsob interakce se světem. Celkové spotřebitelské výdaje do herního průmyslu v roce 2020 dosáhly 57 miliard USD (dle každoroční zprávy NPD), což je o 27 procent více oproti roku 2019. Analýza americké společnosti Research and Markets pod názvem United States Video Game by Category uvádí, že Spojené státy mají také nejrozsáhlejší zastoupení v tomto oboru co do počtu zaměstnanců. Pozici lídrů videoherního průmyslu zaujímají dlouhodobě tři společnosti - Sony, Nintendo a Microsoft. Tyto tři herní značky jsou v USA nejnámější, přičemž Nintendo je nejoblíbenější a nejhranější. Největším tahounem se v poslední době stávají mobilní hry. Rostoucí trend herního průmyslu může být ale také odrazem vývoje, který začal již před samotnou pandemií, která jej dále akcelerovala.

#### ► Perspektivní obor 5

Pandemie posunula už tak robustní zdravotnický a farmaceutický průmysl ještě více do centra pozornosti. Dostatek ochranných prostředků a úspěšnost výzkumu, resp. výroby týkající se léků či vakcín proti covid-19 se stala kritériem pro úspěšnost záchrany velkého segmentu populace i pro včasnost opuštění restriktivních opatření dusících ekonomiku. Dominantním tématem závěru roku 2020 bylo zahájení rozsáhlé očkovací kampaně v USA, která pokračuje relativně rychle a úspěšně, a přispěla tak k pozitivnímu obratu situace v USA po druhé podzimní vlně koronaviru. Při první vlně trpěly USA podobně jako jiné země nedostatkem ochranných zdravotnických pomůcek (rukavic, respirátorů, ochranných obleků apod.). I ve světle tohoto nedostatku Joe Biden podepsal v únoru 2021 exekutivní příkaz, jehož cílem je učinit dodavatelské řetězce pro kritické produkty ve Spojených státech odolnější a bezpečnější. Zdravotnictví je jedním z šesti sektorů, kde bude probíhat hloubková analýza celé průmyslové základny. Je tedy třeba počítat s velkým akcentem na soběstačnost USA, ovšem zároveň možná i s příležitostmi pro dodavatele ze „spřátelených“ zemí.

#### ► Perspektivní obor 6

Pandemie COVID-19 v USA (podobně jako v dalších částech světa) zásadně akcelerovala růst segmentů zdravé výživy a potravinových doplňků. Hnací silou je poptávka spotřebitelů po zdravějším způsobu života a stravování. Mezi zásadní důvody patří kromě koronaviru dlouhodobě i neúspěšný boj s obezitou nebo kardiovaskulární choroby a další civilizační neduhy. Když k tomu přičteme ještě relativně nákladný systém zdravotní péče, jsou Američané donuceni nejen trendem, ale i z praktického hlediska k většímu důrazu na prevenci. Ze segmentu zdravé výživy je tak vhodné zmínit výrobky čisté na bázi rostlinných surovin (tzv. plant-based), tedy rostlinné alternativy např. masných či mléčných produktů. Na růst poptávky již reagovala řada globálních výrobců masivními investicemi do vývoje a zlepšování chuťových a nutričních vlastností, což svědčí o zjevném potenciálu. Pokud jde o potravinové doplňky, poptávka roste nejen po klasických sportovních doplňcích (vitamíny, minerály, proteiny), ale i po produktech s avizovaným pozitivním dopadem na imunitu.



# 4 Kulturní a obchodní jednání

Podkapitoly:

- 4.1 Úvod
- 4.2 Oslovení
- 4.3 Obchodní schůzka
- 4.4 Komunikace
- 4.5 Doporučení
- 4.6 Státní svátky

## 4.1 Úvod

Tři sta dvacet osm miliónů konzumně orientovaných spotřebitelů. Tak by se dal charakterizovat vnitřní trh Spojených států. Navzdory globalizaci, kdy se řada kontaktních prvků a prostředků unifikuje, české exportní firmy by neměly zapomínat na kulturní specifika jednotlivých zemí. Obchodní partneři, se kterými se setkáváme a jednáme na zahraničních trzích, se mohou lišit svým chováním a jednáním. Nejde jen o otázku etikety, ale odlišnosti se vyskytují ve stylu jednání, způsobu vyjadřování a myšlení, přípravy na jednání apod. Od „globálního“ manažera i jednatele se vyžaduje, aby byl „kulturně vnímavý“, aby tyto odlišnosti předvídal, snažil se je poznat a tolerovat, ale především pochopit a v rámci možnosti se jim přizpůsobit.

## 4.2 Oslovení

Jak oslovit obchodní partnery?

Při setkání s kolegou nebo klientem je zdvořilé stát a nabídnout krátké a pevné podání ruky s očním kontaktem a úsměvem. Používání křestních jmen je běžné i přes několik pater firemní hierarchie, v kontaktu s cizinci však někteří zkušenější američtí vyjednavací používají formálnější oslovení (Mr., Mrs. s uvedením příjmení partnera), a to s vědomím kulturních rozdílů v používání křestních jmen v obchodním styku. Evropské obchodníky se mohou přizpůsobit podle aktuální situace a na oslovení křestním jménem ze strany svého partnera zareagovat stejným způsobem.

## 4.3 Obchodní schůzka

Jak sjednat obchodní schůzku a jak probíhá (lokace a čas schůzky /kancelář, restaurace; oběd, večeře/, vizitky, dárky atd.)?

Jednání může probíhat kromě kanceláře i v rámci pracovní snídaň nebo oběda. Pokud se schůzka koná během oběda nebo večeře, očekává se, že konverzace o podnikání začne téměř okamžitě, nebo jakmile si každý objedná jídlo. Může být dobré zdůraznit vaše úspěchy a zkušenosti. Američané obecně důvěřují obchodním partnerům na základě jejich prověřením a úspěchu. Často začínají vyjednávat tím, že od samého začátku jasně zaujmou svůj postoj. Očekává se, že ostatní budou ve svém postoji stejně transparentní. Při hovoru, a to ani při té nejvášnivější debatě, neskáčou Američané svému partnerovi nikdy do řeči. Často se ptají cizinců na jejich dojmy z pobytu. Nedoporučuje se, abychom USA kritizovali. Samozřejmě, že každý rád slyší, když návštěvník jeho zemi chválí. To ovšem neznamená, že nemůžeme být zdvořile kritičtí. V průběhu diskuse je dobré vyvarovat se nevhodným tématům. Úcta k formálním autoritám, jako jsou církev, policie, armáda, hasiči je v USA velká a žertovat na tato témata je krajně nevhodné. Český smysl pro humor není Američanům příliš blízký a není doporučováno pokoušet se uspět s vtipy z českého prostředí. Zároveň však, ale není důvod se za odlišnosti ve způsobu zábavy stydět, jen je potřeba vyhnout se snaze rozesmát a pobavit Američany za každou cenu. Drahými dárky Američany přivedete do rozpaků, od určité výše se hodnotné dary musí uvádět v daňovém priznání jako příjem a odvádět z nich daň. Doporučují se menší dárky.

Načasování jednání

Američané mají v porovnání s Evropany daleko méně dní dovolené, a proto se snaží maximálně využít státních svátků a dnů pracovního volna jako jsou Memorial Day (květen), Independence Day (4. červenec), Labor Day (září), Thanksgiving (listopad) či Vánoce. Je tedy velice



nevhodné chtít se během těchto svátků s Američany sejit, protože primárně svůj volný čas hodlají věnovat vlastní rodině a svým velmi blízkým. Budou však existovat výjimky a bude také záležet na konkrétních okolnostech či naléhavosti.

Co českého obchodníka při jednání nejvíce překvapí?

Americká kultura klade velký důraz na to, dělat věci co nejrychleji a nejefektivněji. Díky přístupu orientovanému na výsledek mají úspěchy a dosažené cíle přednost před budováním vztahů. Pro českého obchodníka může být překvapením, že jeho americký protějšek tráví málo času před i během vyjednávacího procesu tím, že ho poznává. Je potřeba si uvědomit, že Američané se snaží budovat důvěru, ale tato důvěra je obvykle vkládána do podmínek následné smlouvy na rozdíl od vztahů.

Jací jsou Američané obchodníci?

V osobním styku jsou Američané velice zdvořilí a slušní, na středoevropské poměry někdy až příliš. Spojením „I'm sorry...“, „Excuse me please...“ začínají mnoho vět v běžné komunikaci. Tuto zdvořilost však nelze zaměňovat se slabostí. Američané i nepříjemné věci říkají velice zdvořile ve snaze vyhnout se přímé konfrontaci a dovést přitom záležitost do konce. Průvodním znakem americké obchodní kultury je snaha o jednoduchost a přímost. Při prezentaci a jednáních je proto lepší používat krátká a jasná stanoviska bez přílišného vysvětlování a popisování složitých souvislostí. Riziko je součást podnikání a neúspěch v podnikání není ostudou, ale běžný konec mnoha podnikatelských projektů a v žádném případě nevypovídá nic negativního o daném člověku. Neúspěch a začít znovu je normální.

Je vyjednávání s místními obchodníky jiné, ztěžují ho kulturní/náboženské/etnické odlišnosti?

V Americe existuje mnoho kulturních citlivostí týkajících se menšinových ras a etnických skupin. Je vždy potřeba pokud jde o jednání s místními obchodníky vzít v úvahu kulturní, náboženské odlišnosti.

Jak nakládají američtí obchodníci s časem v rámci obchodního jednání?

Při jednáních Američané nemají rádi neupřímnost a doslova nesnášejí pomalost. Naopak dobrý dojem udělá pozitivní přístup a snaha vše řešit okamžitě. Američané jsou nesmírně rychlí a velmi přímočaří, mají rádi jasnou strukturu nabídky a následných dohod. Nemají v oblíbenosti lidi, pro které něco není možné, a otálejí s řešením problému. Firmy, které chtějí zabodovat, by měly pamatovat na to, že očekávají možné okamžitě, nemožné do tří dnů.

Jak nakládají američtí obchodníci s emocemi v rámci obchodního jednání?

Ve Spojených státech je kulturně přijatelné, dokonce chvályhodné, projevit v obchodním prostředí nadšení za předpokladu, že je to pro danou situaci vhodné. Američané mají rádi kolegy, kteří jsou vstřícní a přátelští a mají tendenci se usmívat více než jiné kultury. Ale jako „bezkontaktní kulturu“ Američané také dávají přednost „bublině“ osobního prostoru. Při mluvení nestůjte příliš blízko a minimalizujte fyzický kontakt. Dotyk se zřídka provádí mimo potřesení rukou a gesta jako objímání se obecně považují za nevhodná.

Existují nějaké teritoriální rozdíly v obchodních jednáních uvnitř země?

Regionální rozdíly v tak velké zemi jako jsou USA samozřejmě také existují. Oblast severovýchodu USA (přibližně od státu Maryland či Pensylvánie na sever), je rychlá a dynamická. New York, Washington a Boston jsou americká centra obchodu, politiky a vzdělanosti. Na jihovýchodě se setkáte s vřelými a pohostinnými lidmi (Georgia), spíše konzervativního zaměření. Životní tempo je tam pomalejší, Miami je centrem „Latinské Ameriky v USA“. Hispánská komunita silně ovlivňuje život v jižní státech Unie a/nebo v jednotlivých lokalitách celých USA bez ohledu na jejich umístění. Středozápad (Midwest) je považován za místo pravé Ameriky (srdce), lidé zde mají praktický přístup k věci a tvrdě pracují, velice často jsou silně nábožensky a rodinně zaměřeni. Západní část USA může být vnímána obecně pomaleji, než východ země. Kulturním fenoménem je zde především Kalifornie, která velice ochotně přijímá nové podněty a mnoho kulturních i technologických inovací (Silicon Valley) přišlo z tohoto nejlidnatějšího státu Unie. Při obchodním jednání se v západní části USA musíme připravit především na mnohonárodnostní a multikulturní společnost. Je třeba respektovat značný hispánský vliv, neboť hispánská komunita silně ovlivňuje život v západní části USA.

Je vhodné resp. obvyklé nabízet při obchodních jednáních alkohol?

Alkohol na jednání nepatří, normální ale může být sklenička v nějakém blízkém baru po úspěšném ukončení jednání. Kouření je společensky neslušné, kanceláře a restaurace jsou nekuřácké prostory. V kancelářích, barech a restauracích se většinou chodí kouřit na ulici.

Jak se obléci na pracovní jednání?

Oblečení na obchodní jednání je konzervativní. V Americe většina států stále vyžaduje formální šaty jako oblek a kravatu – ale není tomu tak vždy. Čím dále na Západ, tím větší je pravděpodobnost, že se při obchodním setkání potkáte s neformálním oděvem. V restauracích vyšší kategorie se neklade důraz na společenský oděv (kravatu, oblek nebo večerní šaty). Personál se ve styku s hosty často chová velmi přátelsky, vstřícně, ležérně a ani většina hostů příliš nedbá na etiketu.

## 4.4 Komunikace



Je důležité vzít si s sebou tlumočníka?

Mít tlumočníka na obchodní schůzce se může ukázat jako výhoda, když obchodujete s mezinárodními klienty a máte vážný zájem o uzavření obchodu. Tlumočníci pomáhají zmírnit jakékoliv nedorozumění a pomůžou zefektivnit způsob komunikace. Důležitý je přitom výběr profesionálního tlumočníka s praxí v oboru. Oční kontakt s klientem je klíčový, chcete-li, aby měl pocit, že s ním mluvíte přímo, i když v místnosti je někdo, kdo tlumočí vaše slova do jeho jazyka. Pokud máte v plánu přednést projev, dejte tlumočnickovi kopii, aby se mohl seznámit s obsahem a klíčovými body. To mu pomůže interpretovat vaše slova s přesvědčením a porozuměním. Pokud pořádáte schůzku se zúčastněným tlumočnickem, musíte počítat s tím, že na schůzku budete potřebovat dvakrát tolik času než obvykle. Snažte se vyhnout humoru, protože se obvykle nepřekládá dobře a místo smíchu může vést ke zmatku. Pamatujte, že mluvíte prostřednictvím tlumočníka, takže udržujte svého klienta neustále v obraze.

Jak je to s jazykovou vybaveností?

Spojené státy jsou jednou z mála zemí, kde lze fakt, že mluvíte s cizím přízvukem, proměnit ve výhodu. Američané jsou národem smíšeným a kromě Indiánů jsou všichni přistěhovalci, což si také uvědomují. Jsou velmi komunikativní a snaží se rozumět a pochopit, co říkáte, i když se třeba na porozumění vašemu přízvuku musí více soustředit. Pokud zpomalíte řeč a budete se snažit co nejlépe vyslovovat, pravděpodobně se vám stane, že díky vašemu přízvuku se rozpoutá konverzace, odkud pocházíte, což krásně prolomí ledy a vašeho partnera vtáhne do hovoru. Zatímco v mluveném projevu v USA nevádí cizí akcent, tiskové materiály musí být obsahově srozumitelné, jasné a v perfektní angličtině.

Existují nějaká komunikační tabu?

Dokud obchodního partnera dobře neznáte, vyhýbejte se diskusím o náboženství, politice nebo jiných kontroverzních tématech (potraty, rasismus, sexismus atd.). Vyhýbejte se také všem rasovým, genderovým, etnickým nebo náboženským vtipům. Američané většinou nemají sklon se dotýkat, objímat nebo líbat při pozdravu nebo při obchodních rozhovorech a sociálních situacích. I když je běžné ukazovat prstem, je neslušné ukazovat na jinou osobu. Neptejte se žen, zda jsou vdané. Pokud žena tyto informace dobrovolně nabídne, můžete položit několik zdvořilých otázek ohledně jejího manžela nebo dětí. Kouření není tak běžné a podléhá omezením na většině veřejných míst. I tam, kde je kouření povoleno, se vždy zeptejte, jestli těm, se kterými jste, bude vadit, když kouříte.

Jak nejlépe komunikovat (osobně, e-mail, telefon atd.)?

Písemný styk je založen především na e-mailech, které by ideálně měly být zodpovězeny do 24 hodin. E-mailová a telefonická komunikace by vůbec měla být základem udržování obchodních vztahů. Dlouhé odmlky v komunikaci Američané nechápu. Nemalé potíže způsobuje 6 – 9 hodinový časový posun mezi východním, respektive západním pobřežím USA a ČR. Lze jen doporučit využít možnosti telefonického spojení po dobu americké pracovní doby, tj. do našich pozdních večerních hodin. Američané chtějí věci řešit rychle a ihned. Nemožnost okamžitého spojení s obchodními partnery je pak může značně frustrovat. Navíc, ne všichni si časové posuny s jinými částmi světa mohou okamžitě uvědomit.

## 4.5 Doporučení

Co byste doporučili podnikatelům, kteří se do USA chystají?

Spojené státy jsou sice skvělé, ale zároveň také extrémně náročné teritorium, protože na něm neplatí žádná zvláštní privilegia, na která jsou podnikatelé zvyklí z EU. Prosadit se znamená mít zdravé sebevědomí, trpělivost a určitou obchodní drzost. Američané se jako zákazníci nespokojí s málem, takže produkty, které míří za oceán, musí být něčím výjimečné. V pronikání na americký trh může určitě pomoci i kvalitní lokální partner. Nemusí jít přímo o prodejce, stačí kdokoliv, kdo je dobře znalý prostředí, například i z české ambasády či konzulátů, CzechTradu nebo CzechInvestu.

## 4.6 Státní svátky

Seznam státních svátků a případný stručný komentář u těch nejvýznamnějších.

**Nový rok - 1. ledna**

**Výročí narození Martina Luthera Kinga Jr. - třetí pondělí v lednu** - Martin Luther King Jr. byl baptistický kazatel a jeden z největších bojovníků za lidská práva Afroameričanů na světě.

**Inaugurační den - 20. ledna každý čtvrtý rok** (ten, který následuje po prezidentských volbách). V rámci Inauguračního dne nově zvolený prezident USA stvrzuje přísahu Spojeným státům americkým.



**Výročí narození George Washingtona - třetí pondělí v únoru.** V den tohoto státního svátku si Američané připomínají narození jejich historicky prvního prezidenta, George Washingtona.

**Den obětí války - poslední pondělí v květnu Memorial Day** se slaví od roku 1866, kdy byl znám ještě jako Den padlých.

**Den nezávislosti - 4. července - Independence Day** připomíná 4. červenec 1776, kdy byla přijata Deklarace nezávislosti Spojených států na Velké Británii.

**Svátek práce - první pondělí v září - I** Američané mají svůj svátek práce nazývaný Labor Day.

**Columbův den - druhé pondělí v říjnu - Columbus Day** má vznik v roce 1792, kdy se poprvé slavilo výročí objevení Ameriky Kryštofem Columbem.

**Den veteránů - 11. listopadu - Veterans Day - Váleční veteráni** jsou v Americe brány za hrdiny, a tak není divu, že mají svůj sváteční den.

**Den děkování - čtvrtý čtvrtek v listopadu - Thanksgiving Day** je svátek z dlouholetou tradicí, jímž se dříve symbolicky děkovalo za podzimní úrodu. Také večere je v tento sváteční den tradiční – pečený krocan!

**První svátek vánoční - 25. prosinec**





# 5 Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu

Podkapitoly:

- 5.1 Vstup na trh
- 5.2 Formy a podmínky působení na trhu
- 5.3 Marketing a komunikace
- 5.4 Problematika ochrany duševního vlastnictví
- 5.5 Trh veřejných zakázek
- 5.6 Platební podmínky, platební morálka a řešení obchodních sporů
- 5.7 Víza, poplatky, specifické podmínky cestování do teritoria
- 5.8 Zaměstnávání občanů z ČR
- 5.9 Veletrhy a akce

## 5.1 Vstup na trh

České výrobky a služby mají šanci se prosadit na americkém trhu s 330 miliony potenciálními spotřebiteli za předpokladu, že jsou dostatečně originální, kvalitní, inovativní, cenově konkurenceschopné a také pokud si američtí zákazníci budou jisti, že jim bude garantován minimálně takový standart poprodejních služeb, na jaký jsou v místě zvyklí. Ne nadarmo se říká, že trh USA je vůbec nejvíce konkurenčním trhem světa. Pokud česká firma není schopna garantovat kvalitní a včasné poprodejní služby, rychle ztrácí na trhu USA důvěru a věrnost zákazníků.

V širším smyslu slova neexistují právní bariéry, které by přímo omezovaly dovoz zboží do USA, pokud nepodléhá zvláštní regulaci. Nicméně administrativě – technických bariér existuje stále celá řada a jejich překonání (různé formy certifikací a registrací dle povahy dováženého zboží) vyžaduje nemalé náklady na straně potenciálních exportérů. Každý z potenciálních exportů do USA si musí důkladně zvážit, zda se vyplatí investice do technické úpravy produktů, aby vyhověly předpisům v USA s přihlédnutím k objemu prodaného množství.

Náklady vstupu na trh USA jsou vysoké a měly by tak činit firmy nejen ekonomicky stabilní s dlouhodobou vizí, ale také již s nemalou exportní zkušeností např. z trhů EU právě s ohledem na řadu specifík trhu USA. Ač se jedná o trh velmi otevřený, s výrazným omezením přístupu v oblasti veřejných zakázek a dodávek bezpečnostním složkám, vyžaduje perfektní připravenost exportéra, důkladné zmapování konkrétních obchodních příležitostí a také schopnost orientovat se v místních ať již právních, či certifikačních procedurách.

S ohledem na enormní velikost trhu USA je třeba mít jasnou představu, na který stát či státy USA se zaměřit, kde si zřídit obchodní/výrobní zastoupení, jak trh USA obchodně obsluhovat. Je třeba si uvědomit, že jednotlivé státy mají i nadále vlastní jurisdikci v řadě oblastí, které jsou z pohledu rozhodování, do kterého státu USA vstoupit, určující (např. výše daní, úprava záruk na prodávané zboží a samozřejmě ceny nemovitostí/personálu, distribuční síť aj.).

V USA je rozšířené využívání externích poradců, kteří firmám pomáhají s rozběhem podnikání a jednotlivými aspekty vstupu na trh (prodej a marketing, právo, účetnictví, certifikáty,...). Až na výjimky nejsou tito poradci ochotni pracovat na procentní bázi, ale v naprosté většině případů trvají na pevné platbě za přesně stanovený a dosažený cíl (uzavření smlouvy s distributorem aj.).

### Celní systém a dovozní podmínky

Dovozní režim do USA upravuje zákon „Tariff Act“ z roku 1930, který obsahuje základní podmínky zahraničního obchodu a pravidla výpočtu dovozních tarifů. Konkrétní výši dovozního tarifu upravuje Harmonizovaný celní sazebník USA, jenž je primárním zdrojem pro určení sazebního zařazení zboží dováženého do USA dle jednotlivých HTS kódů. Nižle naleznete aktuální verzi Harmonizovaného celní sazebníku s kapitolami dle HTS kódů: Harmonized Tariff Schedule PDFs ([usitc.gov](http://usitc.gov))

Průměrná výše celních tarifů při dovozu zboží do USA dosahuje necelých 3% v případě dovozu z ČR (EU), není tudíž zásadní překážkou dovozu do USA. Z pohledu exportéra z ČR představují mnohem větší výzvu netarifní či regulatorní překážky. Nutno dodat, že ty jsou v případě USA poměrně rozšířeny a vztahují se na mnohé kategorie dováženého zboží. Tyto překážky přímo nebrání dovozu zboží do USA, ale jejich plnění (dovozní licence, technická osvědčení, hygienické normy dle FDA a řady dalších federálních agentur) představují výraznou administrativní a finanční zátěž pro exportéry i s ohledem na skutečnost potřeby najmout si místní expertní poradce, kteří znají do detailu místní právní a administrativní procedury.





Netarifní překážky vyplývají z regulačních předpisů upravujících např. bezpečnostní otázky či ochranu spotřebitele. Příkladem jsou pravidla stanovená US Food and Drug Administration pokrývající dovozní licence při dovozu potravin, nealkoholických nápojů či léků a Bureau of Alcohol, Tobacco, Firearms and Explosives regulující dovoz alkoholu, zbraní, cigaret. Tyto předpisy je třeba si v dostatečném předstihu zmapovat a opět se doporučuje využít místní specializované firmy.

Při samotném dovozu zboží pak americké státní orgány (především US Customs and Border Control) vždy zajímá, kdo je dovozce. Dovozece jediný je zodpovědný za soulad dováženého zboží s legislativou USA a v případě problémů je také jediným subjektem, se kterým budou US úřady dále jednat. Dovozece musí být vždy firma se sídlem v USA („importer of record“).

## 5.2 Formy a podmínky působení na trhu

Firma si vybere pro vstup na trh USA jednu z forem svého působení:

- a) Přímý export je vhodný pro vývoz výrobků s nižší přidanou hodnotou či menšího množství a také v momentě, kdy si koncový americký partner zajistí distribuci a další potřebné záležitosti. Existuje řada menších exportérů, kteří nabízejí zboží např. prostřednictvím Amazonu či se jedná o ad hoc vývozy. Obrovskou nevýhodou exportu bez amerického prostředníka je komplexnost amerického trhu a nulová šance marketingové podpory.
- b) Nepřímý export je exportem prostřednictvím místního distributora/obchodního zástupce, který kupuje zboží od exportéra za velkoobchodní cenu a dále prodává prostřednictvím svých prodejních kanálů. Takový distributor se stará o podporu výrobku a s tím související služby (pojištění, marketing aj.). Distributor většinou disponuje skladem a personálem. Dokáže dobře odhadnout místní poptávku, a proto má také na skladě výrobky v dostatečném množství, aby nezávisel na dodávkách z ČR. Nicméně koncový americký spotřebitel kupuje až v retailu, tudíž řetězením vzrůstá cena a konkurenční cena výrobku, která byla na počátku výhodou, se postupně může zvýšit na úroveň ostatní konkurence. Distributory mohou být jak americké soukromé nebo právnické osoby, tak i zahraniční, tj. i české subjekty zaregistrované v USA.
- Formu nepřímého exportu do USA představuje také místní obchodní zástupce, který zboží přímo nekupuje, ale pouze jej propaguje a dále nabízí na trhu USA potenciálním zákazníkům. Zástupci zastupují firmu na základě smlouvy a zastoupení, z které plyne zástupci podíl na zisku z prodeje. Nicméně odpovědnost za rizika (např. za vady, škodu aj.) nese i nadále společnost v ČR.
- Obecně se považuje forma místního obchodního zastoupení/distributora na trhu USA za nevhodnější formu zastoupení na trhu USA s ohledem na náklady. Nicméně vždy záleží, jak schopné zástupce se firmě podaří najít a jak si s nimi smluvně nastaví podmínky při zastupování.
- c) Firma také může založit v USA obchodní či výrobní pobočku, nicméně v tomto případě lze počítat s poměrně vysokým vstupním kapitálem, a proto je vhodné jen pro kapitálově silné firmy s exportní minulostí na trhu USA.
- d) Prodej z konsignačního skladu je další možností prodeje zboží v USA. Konsignační sklad je obvykle zřízován u výhradního prodejního zástupce v USA. Zboží zůstává ve vlastnictví dodavatele (vývozce) až do doby, než místní zákazník odebere zboží a zaplatí kupní cenu.

V případě zřízení pobočky většina firem volí formu Limited Liability Company (LLC). Její založení v USA je rychlé a její následné řízení a organizace je flexibilní. Americká LLC je oblíbená pro svou prestiž a dobrou reputaci u obchodních partnerů.

## 5.3 Marketing a komunikace

V USA je marketingový trh vysoce rozvinutý, jsou zde tisíce reklamních agentur a firem, jejichž služeb lze využít. Dochází k překotnému přesunu reklamy na internet a sociální sítě a objem peněz utracených za mobilní komunikaci a související technologie každým rokem roste a tento trend bude i nadále pokračovat.

Nelze doporučit konkrétní marketingové agentury, protože vždy bude záležet na konkrétním produktu a kde má být produkt primárně nabízen. Teprve na tomto základě lze doporučit marketingovou agenturu s produktovou specializací a geografickým zaměřením na trh USA – většina firem působí pouze ve vybraných státech USA. Náklady spojené s marketingovou kampaní na spotřební zboží mohou lehce přesáhnout miliony dolarů, v případě reklamy na produkty v některých celoamerických řetězcích typu CVS Pharmacy, Walgreens aj. lehce i desítky milionů dolarů.

Pro české exportéry je v prvních fázích vstupu na trh USA důležitější než marketing nalezení nejvhodnějších místních dovozců či distributorů a nastavit si s nimi takový smluvní vztah, aby velkou část podpory produktu dělali na trhu oni. Pro úvodní propagaci za účelem vyhledání svého obchodního partnera je tak vhodné se zaměřit na odborné mezinárodní veletrhy a výstavy, komerční výstavy a konference, vlastní firemní prezentace při akvizičních cestách, publikační činnost a případně inzerci v odborném tisku.

Propagace pomocí vlastních webových stránek nebo využitím reklamního prostoru na internetu je nejrychleji se rozvíjejícím reklamním



prostředkem. Existence vlastní firemní internetové stránky v bezchybném anglickém jazyce (navíc v americké mutaci) je prakticky základním předpokladem existence firmy v USA. Firmy, které s USA obchodují nebo zde investují, by měly zvážit založení webu s doménou „.com“ která by primárně sloužila pouze pro americký trh. Perfektní angličtina s použitím ustálených odborných termínů se předpokládá.

V dnešní době už je strategie mobilní komunikace nutnou součástí marketingu firem. Prakticky každá větší firma již dnes nabízí mobilní aplikaci, s jejíž pomocí si zákazníci mohou koupit zboží se slevou nebo jiným benefitem. Při budování zákaznické věrnosti by tuto možnost neměly opomenout ani ty české firmy, které míří přímo na americké spotřebitele. Mobilní aplikace lze vhodně doplnit inzercí na FB, Instagramu a případně na dalších sociálních sítích.

Obchodní časopisy, oborové magazíny a technické publikace jsou stále užitečnou a dostupnou formou pro propagaci průmyslových zařízení, strojů a materiálů. V USA existuje velké množství odborných časopisů dle jednotlivých specializovaných oborů. V těchto časopisech lze inzerovat za relativně výhodných podmínek. Inzerce v hlavních denících a jejich elektronických mutacích využívají pouze velké americké a nadnárodní společnosti, banky, pojišťovny, telekomunikační firmy apod.

Televizní reklama je využívána velkými výrobci spotřebního zboží a firmami poskytujícími finanční služby. V USA existují celonárodní televizní společnosti a mnoho lokálních televizních stanic. U národních stanic dosahuje pokrytí asi 20 milionů domácností. Lokálních stanic je téměř 2000 a cena reklamy se odvíjí od počtu a finanční síly zasažených diváků.

Stále poměrně rozšířenou formou je poštovní letáková forma reklamy, tzv. „Direct Mailing“, která je velmi efektivní, pokud je správně a cíleně zaměřená. Často se touto formou do domácností roznáší slevové poukázky („coupons“).

## 5.4 Problematika ochrany duševního vlastnictví

Mezi hlavní typy ochrany duševního vlastnictví (IPR) patří v USA patenty, obchodní známky, autorská práva či ochrana designu. I v USA se dělí typy IP na ty, které je nutné registrovat u příslušného úřadu, a na ty, které takovou registraci přímo nevyžadují. USA jako člen WTO aplikují mezinárodní normy ochrany IPR a zároveň přistoupily k řadě mezinárodních úmluv v oblasti IPR - konkrétně k Pařížské úmluvě, Bernské úmluvě, Madridskému protokolu či Smlouvě o patentové spolupráci. USA však stále nejsou signatářskou zemí Haagské úmluvy (ochrana designu).

Ochrana některých typů IP je v USA automatická. Co se týče patentů, k získání patentové ochrany je nutné vynález registrovat u US Patent and Trademark Office (USPTO) vždy v úzké spolupráci s patentovým právníkem. V případě obchodní známky platí pravidlo, že subjekt, který použije obchodní známku v obchodním styku jako první, ten ji také vlastní. Neexistuje zde právní požadavek na registraci, nicméně z důvodu větší ochrany se doporučuje. Registrace pro USA proběhne u úřadu USPTO za asistence právního experta. Registrace ochrany autorských práv se taktéž nevyžaduje, ale pouze doporučuje. V případě ochrany autorských práv je pak příslušný US Copyright Office.

S rostoucím počtem českých firem na trhu USA se množí otázky ochrany českého duševního vlastnictví v USA. Každá česká firma, která v USA hodlá dlouhodobě podnikat a produkuje výrobky s vysokou přidanou hodnotou, by měla ochranu IPR jednoznačně zahrnout do své strategie pro USA a vyčlenit na ni adekvátní rozpočet. Je třeba si uvědomit, že ochrana IPR je vždy primární odpovědností firmy, přičemž vládní úřady jsou zde především od toho, aby zabránily či zastavily jejich porušování. Každá firma musí aktivně monitorovat trh, a pokud má podezření z nelegálního zneužití IP, musí konzultovat s právním expertem další procesní kroky. Možnost podání soudní žaloby je vždy až poslední způsob s ohledem na komplikovanost a komplexnost IP legislativy v USA a také s ohledem na ceny právního poradenství. V případě, že IPR porušuje neamerický subjekt, lze využít federální soud či US International Trade Commission (USITC).

Podrobněji na stránkách: [www.uspto.gov](http://www.uspto.gov), [www.copyright.gov](http://www.copyright.gov), [www.stopfakes.gov](http://www.stopfakes.gov)

## 5.5 Trh veřejných zakázek

### Veřejné zakázky na federální a státní úrovni

Veřejné zakázky vyhlašuje v USA jak federální vláda, tak agentury na státní, regionální či lokální úrovni. Nejpodrobněji je zadávání veřejných zakázek upraveno na federální úrovni, státní a lokální právní úpravy z federální úpravy vychází, ale zároveň obsahují celou řadu modifikací a výjimek.

Základním předpisem upravujícím zadávání federálních veřejných zakázek je The Federal Acquisition Regulation č. 48 ([www.acquisition.gov/far](http://www.acquisition.gov/far)). Toto nařízení se aplikuje při zadávání veřejných zakázek všech ústředních orgánů státní správy USA. Dalšími základními předpisy, které upravují problematiku zadávání federálních veřejných zakázek v USA jsou Federal Property and Administrative Services Act of 1949 (41 U.S.C.) a Armed Services Procurement Act of 1949 (10 U.S.C.).

V USA se každoročně vypisují veřejné zakázky za více než 2 bil. USD (2019). Zatímco federální vláda vypisuje veřejné zakázky za zhruba 600



mld. dolarů, státní a lokální veřejné zakázky je doplňují o dalších zhruba 1,5 bil. dolarů. Jednoznačně největším zadavatelem veřejných zakázek je ministerstvo obrany s téměř 400 mld. dolarovým každoročním rozpočtem.

### Výhody pro ČR plynoucí z členství ve WTO

Federální systém zadávání veřejných zakázek modifikují mezinárodní závazky vyplývající z přistoupení USA k Dohodě o veřejných zakázkách v rámci WTO (GPA). Vstupem ČR do EU se ČR stala smluvní stranou Dohody GPA a na jejím základě USA přiznaly firmám z ČR stejné podmínky v přístupu k vybraným veřejným zakázkám vyhlášeným na úrovni federálních institucí a států jako ostatním smluvním stranám WTO.

Na základě Dohody GPA je pro federální a státní zakázky udělována výjimka z omezení nákupů amerického zboží nebo služeb na základě „Buy American Act“ (BAA). Dohoda GPA však fakticky platí pouze v 37 státech USA (Arizona, Arkansas, California, Colorado, Connecticut, Delaware, Florida, Hawaii, Idaho, Illinois, Iowa, Kansas, Kentucky, Louisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, Mississippi, Missouri, Montana, New York, Nebraska, New Hampshire, Oklahoma, Oregon, Pennsylvania, Rhode Island, South Dakota, Tennessee, Texas, Utah, Vermont, Washington, Wisconsin a Wyoming), nepokrývá 24 velkých amerických měst (New York a Los Angeles) a lokální úroveň veřejných zakázek. Dohoda GPA také nezahrnuje všechna odvětví hospodářství (např. infrastrukturní dopravní projekty) a vztahuje se pouze na veřejné zakázky vyšší než 175 tis. dolarů.

Co se týče veřejných zakázek v obranném, bezpečnostním a záchranářském průmyslu, existují zde reciproční dohody garantující nediskriminační přístup na trh USA mimo jiné i pro ČR (2012) kodifikované v Defense Federal Acquisition Regulation Supplement (DFARS).

Přes výše uvedené existuje celá řada překážek, které přístup zahraničních firem k veřejným federálním zakázkám značně omezují. Veřejné zakázky v USA omezuje především zákon Buy American / Buy America. Zákon „Buy American“ (BAA) z roku 1933 upřednostňuje domácí dodavatele a výrobce v přístupu k veřejným zakázkám. Avšak zákon BAA obsahuje také řadu výjimek – nemusí být např. aplikován v případě rozhodnutí relevantní instituce, že nabídka místního dodavatele je minimálně o 25% vyšší než nabídka zahraničního dodavatele či pokud předmětné zboží / službu není schopen dodat místní dodavatel v dostatečném množství a kvalitě nebo ve veřejném zájmu. Zákon BAA v mnoha případech doplňují další státní a lokální předpisy prakticky vylučující dodávky ze zahraničí (požadavek místního materiálu, požadavek obsahu místní vězeňské práce, preference středních nebo malých podniků, preference národnostních menšin, původního obyvatelstva apod.). U řady zakázek je nutná registrace nebo předkvalifikace („Qualified Supplier“), předložení místních, tj. amerických referencí apod. Avšak vzhledem k tomu, že ČR je smluvní stranou Dohody o veřejných zakázkách v rámci WTO (GPA), omezující zákon BAA se na firmy z ČR nevztahuje.

Zákon „Buy America“ se vztahuje pouze na veřejné zakázky vyšší než 100 000 USD při stavbě infrastrukturních dopravních projektů. To vše za předpokladu, že tyto veřejné zakázky administruje jedna z následujících federálních agentur Federal Transit Authority nebo Federal Highway Administration. Podobná omezení se vztahují na veřejné zakázky výstavby pro leteckou dopravu pod agenturou Federal Aviation Administration. Veškerý stavební materiál musí být minimálně z 60% amerického původu.

Ani po nástupu administrativy prezidenta Bidena nevidíme zatím reálné dosažení výrazné změny u citlivé otázky zadávání veřejných zakázek v USA. Případná účast české firmy na veřejných zakázkách v USA tak vyžaduje minimálně zřízení pobočky na území USA a perfektní znalost právního prostředí v místě zakázky. Nelze se proto obejít bez odborného právního poradenství. Podrobnější informace o veřejných zakázkách v USA lze najít na těchto adresách:

www.ustr.gov („USTR-U.S. Trade Representative“), www.bidnet.com („Bidnet.com“), www.onvia.com Bid Line, www.vsc.gsa.gov („Vendor Support Center“), www.governmentbids.com („Government Bid Source“), www.bidmain.com („Business to Government Market“), www.govliquidation.com („Government Liquidation“), www.acq.osd.mil/dpap/index.html („Defense Procurement and Acquisition Policy“)

Celkový přehled všech vypsanych veřejných zakázek federálních úřadů USA včetně jejich podrobného popisu lze dohledat na stránkách americké vlády. Veřejné zakázky je zde možno hledat na základě různých kritérií, např. dle sektorů, jednotlivých států USA, kde jsou vyhlášovány, data vyhlášení či také jen dle klíčových slov na [www.beta.SAM.gov](http://www.beta.SAM.gov)

## 5.6 Platební podmínky, platební morálka a řešení obchodních sporů

V USA jako právním státě s vysokou mírou individualismu a osobní iniciativy probíhá relativně vysoké množství právních sporů, jejichž vedení či hrozba jimi patří mezi poměrně běžnou součást podnikání. Konzultace amerického právníka či právníka se znalostí amerického práva je v takové situaci doporučená, jakkoliv často drahá. Právníci posuzují nezájma nejen čistě obchodní stránku věci, ale zapojují se do obchodních jednání. Levnější a efektivnější řešení zejména menších sporů, v porovnání s řízením u soudu, je obecně prostřednictvím arbitráže. K soudnímu sporu většinou reálně nedojde, pro cizince ovšem může být již jen hrozba zneklidňující a může tak být nakloněn mimosoudnímu vyrovnání.

Při podepisování smluv je nutné věnovat pozornost mnohdy velmi detailním ustanovením, která oproti některým zvyklostem v ČR pamatují na často i velmi hypotetické situace (např. v obchodních či nájemních smlouvách). Při menších transakcích nedochází k podpisu písemně



smlouvy. V takovém případě nelze vyloučit možnost nedodání zboží či služby. Doporučujeme proto sjednat prodejní smlouvu, zahrnující Všeobecné prodejní podmínky, tzv. „General Terms of Sale“ („GTS“) včetně stanovení právního řádu a arbitrážní doložky (zásadní pro efektivní řešení případných sporů).

Velká většina podnikatelských subjektů v USA jedná poctivě, ovšem rizikem mohou být např. řízení o ochraně před věřiteli, které není na vysoce konkurenčním trhu v USA nic výjimečného. Základní formy platby jsou akreditiv a úvěr. Americký dovozce většinou nesouhlasí s platbou neodvolatelným akreditivem.

## 5.7 Víza, poplatky, specifické podmínky cestování do teritoria

Pro cestování do USA je třeba sledovat pandemickou situaci ohledně covid-19, zejména v relaci ČR (EU) - USA. Pro detaily je možné kontaktovat např. Velvyslanectví USA v Praze či sledovat webové stránky MZV. Všechny následující informace je tedy nutno vnímat v kontextu aktuální situace, a přihlídnout k případným omezením.

Postup pro udělení některého z níže popsaných pracovních druhů víz je podrobněji popsán na webových stránkách Velvyslanectví USA v Praze: [http://www.ustraveldocs.com/cz\\_cz/cz-niv-typework.asp](http://www.ustraveldocs.com/cz_cz/cz-niv-typework.asp).

### I. Víza pro obchodní nebo pracovní činnost

#### B-1 Visa (Business Visitor)

Vízum se vydává na dobu omezenou za účelem jednání (zpravidla do 30 dnů), žadatel musí mít trvalé bydliště a rodinné vazby mimo USA, čímž se zajišťuje jeho návrat. Doporučuje se dopis amerického obchodního partnera na originálním hlavičkovém papíře, jehož smyslem je potvrdit pozvání k obchodním jednáním do USA, specifikovat jejich délku a případně potvrdit záměr podílet se na finanční úhradě cesty. Držitelům víza B-1 není umožněno v USA pracovat nad rámec obchodních jednání uvedených v žádosti.

#### H-1B Visa (Specialty Worker / Professional)

Musí být doložena americká firma jako zaměstnavatel, který sponzoruje daného pracovníka, vydává se obvykle na 3 roky, je možno pak o další 3 roky prodloužit, po 6 letech pobytu v USA musí pracovník strávit 1 rok mimo území USA, poté může žádat o nové vízum. Americký zaměstnavatel musí doložit důvod zaměstnání daného zahraničního pracovníka, musí se jednat o vysoce profesionální pozici, pracovník musí doložit, že je odborně schopen danou práci vykonávat (vyžaduje se např. středoškolské vzdělání, nebo v některých případech vysokoškolské vzdělání).

#### L-1 Visa (Intra Company Transferee)

Vyžaduje U.S. firmu jako sponzora, vízum se vydává na dobu 1-3 let (na dobu 1 roku se vydá v případě, že se jedná o nově založenou firmu), vízum je možno prodloužit maximálně na 5 až 7 let. Pro pracovníky, kteří pracují ve firmě mimo území USA, firma musí mít pobočku nebo svoji kancelář v USA, mateřská firma je v ČR. Zahraniční pracovník musí být řídicím pracovníkem, musí pro zahraniční firmu pracovat minimálně 1 rok během posledních 3 let v řídicí funkci.

#### E-1 & E-2 Visa (Treaty Traders and Investors)

Obě tyto vízové kategorie vyžadují smlouvu mezi USA a příslušnou zemí, vydávají se na dobu 1 až 5 let, každý žadatel dostává nejprve povolení na 12 měsíců, poté je možno prodloužit, nutno doložit výsledky hospodaření firmy v USA.

- E-1 - dohoda o volném obchodu a navigace nebyla s ČR podepsána, a proto nemohou čeští občané o toto vízum žádat
- E-2 - se vydává pro pracovníky nově vzniklých zahraničních firem (investorů). Více než 50 % U.S. firmy musí být vlastněno zahraničním partnerem, vlastní investice nesmí být financována úvěrem, ale z vlastních prostředků firmy

#### Green Card

Tzv. zelenou kartu tj. povolení k trvalému pobytu spojené s právem pracovat, je možné získat zpravidla jen s podporou amerického zaměstnavatele – sponzora. Možnost získat trvalý pobyt nebo pracovní povolení z politických nebo humanitárních důvodů nepřichází v případě českých občanů v úvahu. Pro podnikatele přicházejí v úvahu typy B-1 určené pro obchodníky nebo E-2 pro investory (v souladu s bilaterální dohodou o podpoře a ochraně investic). Vízum B-1 je vhodné pro krátkodobý nebo příležitostný obchodní pobyt. Ani B-1 vízum však není formální záležitostí. Žadatelům se doporučuje přijít na ústní pohovor dokonale připraveni a vybaveni dokumenty dokládajícími solventnost firmy i žadatele, úzký vztah s partnerem v USA a pevnou vazbu na ČR.

Každým rokem vláda USA organizuje tzv. "Green Card Lotery", do které se mohou přihlásit cizí státní příslušníci, kterým je 18 let a více a mají



ukončené středoškolské vzdělání (podrobněji na [www.dvlottery.state.gov](http://www.dvlottery.state.gov)).

K poskytování oficiálních informací o platných podmínkách pro vstup a pobyt českých občanů na území USA je kompetentní konzulární úsek Velvyslanectví USA v Praze.

## II. pracovní víza:

Občané ČR, kteří mají zájem legálně pracovat v USA, mohou využít několik vízových režimů. Záleží na druhu vykonávané práce, na pracovněprávním vztahu vůči americkému zaměstnavateli a na zemi původu žadatele. Jedná se zejména o možnost pracovat na dočasná pracovní víza (temporary work visas), mezi která patří především sezónní pracovní víza (seasonal work visas), víza určená pro vysoce kvalifikované zaměstnance či speciální vízová schémata určená pro české zaměstnance amerických firem a investory a obchodníky z ČR. Většina druhů dočasných pracovních víz vyžaduje, aby budoucí zaměstnavatel nebo agent předložil žádost (petition) a tu následně schválila imigrační služba USA (USCIS) ještě před podáním žádosti o pracovní vízum.

Občané ČR mohou žádat o tato pracovní víza:

### II.A. Dočasná pracovní víza

Občanům ČR jsou dostupné dva základní typy dočasných pracovních víz.

Prvním typem je vízum **H-2A** (sezónní zaměstnání v sektoru zemědělství), druhým typem pak vízum **H-2B** (dočasná víza pro nezemědělské pracovníky), na jehož základě lze provádět práce krátkodobé nebo sezónní povahy. Typ víza **H-2B** se tak nejčastěji využívá pro zaměstnávání v hotelích, lyžařských a přímořských resortech či v zábavních parcích. Jedná se o sezónní pracovní místa, u kterých US zaměstnavatelé nejsou schopni zajistit krátkodobé potřeby z pracovního trhu USA.

Více informací k dočasným vízům lze nalézt na:

<https://www.uscis.gov/working-united-states/temporary-workers/h-2a-temporary-agricultural-workers>

<https://www.uscis.gov/working-united-states/temporary-workers/h-2b-temporary-non-agricultural-workers>.

Dalším typem je vízum **H-1B** (povolání s odbornou specializací) pro vysoce kvalifikované vzdělané uchazeče pracující v kvalifikovaných pracovních pozicích.

Tento druh víza umožňuje občanům ČR pracovat pro konkrétního amerického zaměstnavatele. Pro podání žádosti zde musí existovat pracovněprávní vztah mezi zaměstnancem a zaměstnavatelem a musí se jednat o práci konkrétní speciálně poptávanou pracovní činnost se mzdou, která je nad úrovní běžné mzdy za danou práci. I na tento druh je v současné době aplikován přísný roční limit ve výši 65 000 vydaných víz. Pro tento případ je nutno žádat o vízum, kde musí být doložena americká firma jako zaměstnavatel, který sponzoruje daného pracovníka. Vydává se obvykle na 3 roky s možností prodloužení o další 3 roky a po 6 letech pobytu v USA musí pracovník strávit 1 rok mimo území USA, než je mu umožněno žádat o nové vízum. Americký zaměstnavatel musí doložit důvod zaměstnání daného zahraničního pracovníka. Musí se jednat o vysoce profesionální pozici, pracovník musí doložit, že je odborně schopen danou práci vykonávat.

Více informací:

<https://www.uscis.gov/working-united-states/temporary-workers/h-1b-specialty-occupations-dod-cooperative-research-and-development-project-workers-and-fashion-models>.

### II.B. Speciální typy víz umožňující práci v USA

Občané ČR, kteří pracují ve firmě mající vazbu na americkou společnost (např. ve formě mateřská organizace – česká pobočka) mohou žádat o vydání víza typu **L-1** (viz též výše).

Tento typ víza se aplikuje na manažery, statutární zástupce či na zaměstnance se specializovanou znalostí, kteří jsou přiděleni na jednu z těchto pozicí v US společnosti (nemusí se tedy nutně jednat o stejnou pracovní pozici jako v ČR). Podmínkou je skutečnost, že zaměstnanec je během posledních třech let zaměstnán souvisle alespoň po dobu jednoho roku u takové společnosti. Další podmínkou je prokázání, že žadatel disponuje dostatečným prostorem (kanceláře) na vykonávání hlavní činnosti podnikání. Používá se také v případech, že česká firma vyšle do USA svého zaměstnance, jehož úkolem je v USA založit novou pobočku české mateřské firmy. O vízum L-1 lze vždy žádat teprve v momentě, kdy americká společnost nebo pobočka obdrží od USCIS schválení (blanket či individuální schválení).

Obchodníci či investoři mohou zvážit podání žádosti o víza typu E-1 (treaty trader visa) či E-2 (treaty investor) (viz též výše).

Tento typ víz se vztahuje i na občany ČR vzhledem k tomu, že ČR má od roku 1993 podepsanou s USA bilaterální obchodní dohodu, která vydání tohoto typu víz umožňuje. Podmínkou vydání těchto víz je nezbytnost prokázat, že minimálně z 50 % americké společnosti je ve vlastnictví občana/ů ČR, který nejprve o zařazení do schématu E-1 či E-2 žádá a následně o vydání víza. Tento vízový režim se vztahuje jak na investory, tak na jejich zaměstnance. Pro registraci do schématu E-1 či E-2 stačí prokázat investici v řádu několika desítek tisíc dolarů (požadavek na investici v minimální výši 500 000 dolarů a požadavek na zaměstnávání občanů USA se zde neaplikuje, ten se vztahuje pouze pro typ víza EB-5, který není určen občanům ČR). Pokud se podaří zaregistrovat obchodní aktivity v USA v rámci schématu E-2 či E-1 víza,





potom lze i víza typu E-2 a E-1 lze obdržet nejen rychleji, ale také levněji než visa typu L-1 či H-1B popsaná výše.

### III. Krátkodobé obchodní cesty a turistické návštěvy

Pro krátkodobé obchodní cesty a turistické návštěvy není ode dne 17.11. 2008 požadováno do USA vízum. Pro cestu je nutné použít cestovní pas s elektronickým čipem (tzv. e-pas, v ČR vydáván od 1.9. 2006) a před cestou je nutné si zajistit elektronický souhlas v rámci programu ESTA. Pas musí být podobu pobytu platný. Pobyt nesmí přesáhnout 90 kalendářních dnů. Od 21.1.2016 platí změněné podmínky pro cestování v rámci bezvízového styku tzv. Visa Waiver Program. Pokud občan ČR cestoval kdykoliv po 1.3. 2011 do Iráku, Íránu, Jemenu, Libye, Somálska, Sýrie a Súdánu, nemůže k cestě do USA využít Visa Waiver Program resp. ESTA, ale musí na Velvyslanectví USA požádat o vízum (např. obchodní B1 nebo turistické B2). Stejně omezení se týká i občanů ČR, kteří jsou zároveň občanem Iráku, Sýrie, Súdánu nebo Íránu. Výše uvedené omezení se netýká zaměstnanců státní správy ČR a příslušníků Armády, pracovníků humanitárních organizací a osob, které do uvedených zemí cestovaly za prokazatelně obchodním účelem.

Cestovat je také nadále možné i na vízum, které lze obdržet na velvyslanectví či konzulátu USA v cizině. Doporučujeme vyřídit si vízum v dostatečném předstihu na Velvyslanectví USA v Praze.

Z hlediska délky pobytu zákon rozeznává 2 základní skupiny víz: pro krátkodobý pobyt – tzv. neimigrační vízum, a k trvalému pobytu – tzv. přistěhovačské vízum, nebo-li zelenou kartu (Green Card). Neimigrační víza se člení do 14 kategorií označených písmeny a číslicí k rozlišení účelu pobytu a postavení osoby, které je vízum uděleno. Vízum lze získat po ústním pohovoru na základě řádně zdůvodněného účelu. Pohovor se sjednává výhradně elektronickou cestou. Nevratný poplatek za podání žádosti o vízum je 160 dolarů. Při pohovoru se odebírají žadateli otisky prstů. Jejich biometrický záznam do vystaveného víza je pak kontrolován na hraničních přechodech při příjezdu do USA prostřednictvím opakovaného odebrání otisků prstů a fotografie obličeje. Udělené vízum se zasílá kurýrem. Víza schvaluje Ministerstvo zahraničí resp. Ministerstvo pro vnitřní bezpečnost a vydává je Velvyslanectví USA v Praze.

### IV. Specifické podmínky cestování do teritoria:

Podmínky cestování v USA (např. pokrytí městskou hromadnou dopravou či podmínky pro pěší chůzi) jsou různé v jednotlivých oblastech USA. Nejlevnější je obecně autobus; dražší, ale pohodlnější, je vlak. Nejrozšířenější dopravní prostředek je automobil, který pro dopravu v americkém prostředí ještě zásadnější roli než v Evropě. Zapůjčení vozu je možné na kreditní kartu. Na řadě míst se platí mýtné (např. tunely, dálnice). V USA je v elektrické síti rozdílné napájecí napětí - 110/60 Hz oproti českým ČR 220/50 Hz, a též zásuvky a zástrčky elektrických spotřebičů jsou odlišné od evropských. Problém lze vyřešit nákupem speciálního nástavce. Ne všechny evropské přístroje ale budou v USA fungovat, jakkoliv pro tento účel je možné si zakoupit transformátor. Je vhodné si funkčnost přístrojů v USA ověřit podle možností předem. Bezpečnostní situace je často až dramaticky odlišná v různých oblastech, nejvyšší zločinnost bývá ve velkoměstech, kde je vhodné si předem zjistit, jaké lokality jsou bezpečné. Policie bývá nekompromisní a nelze doporučit ji na místě odporovat.

## 5.8 Zaměstnávání občanů z ČR

Problematika zaměstnávání Čechů a Češek je provázána s vydáváním víz. Občané ČR, kteří mají zájem legálně pracovat v USA, mohou využít několik vízových režimů (podrobněji viz kapitola 5.7).

Federální minimální mzda v USA činí již od roku 2009 7,25 USD za hodinu, ovšem většina států má svoji vlastní, vyšší minimální mzdu.

V oblasti zdravotní péče obecně platí, že má v USA má vysokou odbornou úroveň a současně patří ve světovém srovnání k nejdražším. Dobré zdravotní pojištění u renomované zdravotní pojišťovny vyjde zhruba na 400 dolarů na osobu měsíčně (kolem 1000 USD pro čtyřčlennou rodinu). Státní nemocnice, případně nemocnice v chudších čtvrtích, obvykle účtují za stejné úkony několikanásobně nižší sazby než v soukromých nemocnicích v bohatších oblastech. Vyšší poplatky často platí nepojištěné osoby. Ve Spojených státech není lékařům a nemocnicím dovoleno odmítnout pacienta ve vážném zdravotním stavu nebo v ohrožení života, ovšem po propuštění po něm budou vymáhat náklady, a to i do ciziny. Při cestách do USA je nejlepší prevencí vysokých výdajů pojištění s dostatečně vysokými limity. Je vhodné vzít si s sebou na cestu kontakt na partnerskou pojišťovnu v USA. V případě zaměstnávání občanů ČR v USA na základě některého z vízových režimů popsaných v kapitole 5. 7 se situace liší podle zaměstnavatele. Některé firmy poskytují kompenzaci zdravotního pojištění ve výši 100%, jiné platí pouze část této kompenzace v rozmezí 50% až 80% v závislosti na výši příjmu zaměstnance. Určitou sumu nákladů na zdravotnictví si tedy zaměstnanci většinou platí sami. Vedle toho si platí každý zaměstnanec ještě povinné pojistné federálnímu a státnímu systému, které může využít, když dosáhne 65 let nebo když ztratí veškerý příjem a majetek nebo bude trvale zdravotně postižený. Sociální a zdravotní pojištění platí zaměstnavatel i zaměstnanec ze svého hrubého příjmu. Zaměstnavatel odvádí na sociální pojištění (Social Security) 6,2% a na povinné zdravotní pojištění federálnímu a státnímu systému (Medicare) 1,45% z objemu mezd svých zaměstnanců. Zaměstnanec odvádí to samé ze své mzdy. Dohromady tedy zaměstnavatel odvede za své zaměstnance 15,3% z objemu mezd. Pokud jde o samoplátce, ten zaplatí 12,4% z objemu mzdy a 3,08% na zdravotním pojištění (Medicare). Zaměstnancům s platem nad 200.000 USD ročně má zaměstnavatel povinnost strhnout dodatečných 0,9 % na Medicare. Další změna se promítla v dani ze sociálního zabezpečení, která jako jediná má ohraničený mzdový limit, ten se pro rok 2020 zvýšil ze 132 900,- USD na 137 700,- USD a pro rok 2021 na 142 800- USD.

V USA existuje řada konzultantských a právních kanceláří, které se úzce specializují na imigrační a komerční právo. Poplatky za jejich právní pomoc jsou však poměrně vysoké. Kontakt na tyto firmy je k dispozici na internetových stránkách zastupitelských úřadů, které působí v USA.



Vybrané internetové stránky, vztahující se k této problematice imigračního a komerčního práva:

American Association of Immigration Lawyers - [aila.org](http://aila.org)

American Bar Association - [americanbar.org](http://americanbar.org)

Legal Information Institute - [law.cornell.edu](http://law.cornell.edu)

Nezávislá informační stránka pro přistěhovalce - [foreignborn.com](http://foreignborn.com).

Irena Juras, právní služby / imigrační otázky, Arizona, - [juraslaw.com](http://juraslaw.com)

Bohunka Goldstein, právní služby/ imigrační otázky, New York - [goldstein@att.net](mailto:goldstein@att.net) / [bohunkagoldstein.com](http://bohunkagoldstein.com).

## 5.9 Veletrhy a akce

Mezi nejvýznamnější výstavní města v USA patří New York, Chicago, Las Vegas, Atlanta, San Francisco, Orlando a Boston. Konání výstav a veletrhů v USA nebo v jiných zemích je možno zjistit na následujících internetových stránkách: [globalsources.com](http://globalsources.com), [tsea.org](http://tsea.org), [tradeshowweek.com](http://tradeshowweek.com), [expocentral.com](http://expocentral.com), [tsnn.com](http://tsnn.com).

### Vybrané výstavy a veletrhy v USA:

ICFF 2021 (International Contemporary Furniture Fair): nábytek, bytový design. New York City, New York. 14.-18. 5. 2021 (datum na 2022 ještě nestanoveno)

BIO International Convention 2021: Biotechnologie, 10. – 11. 6., 14.-18. 6. 2021. Online.

Summer (USA)NAMM 2021: Hudební nástroje. 15.-16. 7. 2021. Nashville, Tennessee.

IWF 2021 (International Woodworking Fair - USA): Dřevoobráběcí stroje, 21 – 24. 7. 2021. Las Vegas, Nevada.

EEA AirVenture Oshkosh 2021: malá sportovní letadla. 26. 7. až 31. 7. 2021. Oshkosh, Wisconsin.

TechCrunch Disrupt 2021, spotřební elektronika, startupy, ICT. 21.-23. 9. 2021. Online.

INTEROP 2021: informační technologie. 21. 9. – 24. 9. 2020. Austin, Texas.

AUSA 2021 - Association of the United States Army: armádní technika a dodávky, 11 – 13. 10. 2021, Washington, D.C.

(USA)NBAA 2021 (National Business Aviation Association Annual Meeting and Convention): letecká technika, 12. – 14. 10. 2021. Las Vegas, Nevada.

AWEA Offshore WINDPOWER Conference and Exhibition 2021 - American Wind Energy Association: Energetika / energie z větru. 13.-15. 10. 2021. Boston, Massachusetts.

APTA Expo 2020 (International Public Transport Show): veřejná, městská doprava, 7. - 10. 11. 2021. Orlando, Florida.

CLEANPOWER 2021: Energetika. 7. – 10. 6. 2021 (Online Education & Matchmaking) a 7.-8. 12. 2021, Salt Lake City, Utah (Tradeshow & Business Development).

CES Las Vegas 2022: spotřební elektronika. 5.-8. 1. 2022. Las Vegas, Nevada.

Mezinárodní veletrh domácích spotřebičů a vybavení - The Inspired Home Show 2022: Domácí potřeby, bytové doplňky a vybavení, 5.-8. 3. 2022. Chicago, Illinois.

Veletrh WCX SAE World Congress Experience 2022: autonomní auta a elektrifikace. 5.-7. 4. 2022. Detroit, Michigan.

NRA SHOW 2022: Produkty pro hotelnictví, restaurátorství, gastronomie, 21. - 24. 5. 2022. Chicago, Illinois.

Craft Brewers Conference: suroviny a technologie pro pivovarnictví, 2. - 5. 5. 2022, Minneapolis, Minnesota

Vinexpo: víno a lihoviny, 9. - 10. 3. 2022, New York





# 6 Kontakty

Podkapitoly:

- 6.1 Kontakty na zastupitelské úřady ČR v teritoriu
- 6.2 Praktická telefonní čísla (záchranka, policie, požárníci, infolinky, apod.)
- 6.3 Důležité internetové odkazy a kontakty

## 6.1 Kontakty na zastupitelské úřady ČR v teritoriu

Velvyslanectví ČR v USA:

Embassy of the Czech Republic 3900 Spring of Freedom Lane, NW Washington, DC 20008, USA Tel: +1 202.274.9100 Fax: +1 202.966.8540  
Web: [www.mzv.cz/washington](http://www.mzv.cz/washington)

Sekretariát velvyslance a zástupce velvyslance (DCM): [amb\\_washington@embassy.mzv.cz](mailto:amb_washington@embassy.mzv.cz)

Ekonomický úsek: [eco\\_washington@embassy.mzv.cz](mailto:eco_washington@embassy.mzv.cz) Politický úsek: [pol\\_washington@embassy.mzv.cz](mailto:pol_washington@embassy.mzv.cz) Konzulární úsek:  
[con\\_washington@embassy.mzv.cz](mailto:con_washington@embassy.mzv.cz) Kulturní úsek: [cul\\_washington@embassy.mzv.cz](mailto:cul_washington@embassy.mzv.cz)

Generální konzulát ČR v Chicagu: Consulate General of the Czech Republic 205 N Michigan Avenue, Suite 1680 Chicago, IL 60601, USA Tel:  
+1 312.861.1037 Fax: +1 312.861.1944 E-mail: [chicago@embassy.mzv.cz](mailto:chicago@embassy.mzv.cz) Web: [www.mzv.cz/chicago](http://www.mzv.cz/chicago)

Generální konzulát ČR v Los Angeles: Consulate General of the Czech Republic 10990 Wilshire Blvd., Suite 1100 (11 patro) Los Angeles, CA  
90024, USA Tel: +1 310.473.0889 Fax: +1 310.473.9813 E-mail: [losangeles@embassy.mzv.cz](mailto:losangeles@embassy.mzv.cz) Web: [www.mzv.cz/losangeles](http://www.mzv.cz/losangeles)

Generální konzulát ČR v New Yorku: Consulate General of the Czech Republic 321 E 73rd St, New York, NY 10021, USA Tel: +1 646.422.3344  
Fax: +1 646.422.3311 E-mail: [newyork@embassy.mzv.cz](mailto:newyork@embassy.mzv.cz) Web: [www.mzv.cz/newyork](http://www.mzv.cz/newyork)

CzechTrade - Chicago Office 200 S. Wacker Dr., Suite 3210, Chicago, IL 60606, Tel: +1 312.612.5894-6, Mobil: +1 312.282.5437, Fax: +1  
312.612.5897 Web: <http://www.czechtrade-usa.us/contact/>

CzechInvest - U. S. Operations East 321 East 73rd Street, New York, NY 10021, Tel: +1 347.789.0570, E-mail:  
[matej.zahradnik@czechinvest.org](mailto:matej.zahradnik@czechinvest.org)

CzechInvest - U. S. Operations West 44 Tehama Street San Francisco 94105 CA United States of America, Mobil: +1 831 313 6295, E-mail:  
[anna.hight@czechinvest.org](mailto:anna.hight@czechinvest.org) Web: [www.czechinvest.org](http://www.czechinvest.org)

## 6.2 Praktická telefonní čísla (záchranka, policie, požárníci, infolinky, apod.)

911 je hlavní číslo pro volání v nesnázích, částečně odpovídající integrovanému systému, ze kterého je následně podle charakteru problému řízená asistence.

Místa asistence se nazývají PSAP, Public Safety Answering Point. Na číslo 911 lze volat v případě dopravní nehody, zranění, ohrožení života nebo majetku či požáru.

Podle systému „N11“ existuje několik dalších trojmístných telefonních čísel '11' režimu: 311 – běžné služby místních úřadů 411 – rady s orientací na cestách (1411 v Texasu) 511 – dopravní informace

## 6.3 Důležité internetové odkazy a kontakty



Webové stránky a kontakty na všechna ministerstva, vládu, prezidenta, místní hospodářské komory a dále na zvažení dle země (např. hlavní média, centrální banka, ekonomické analýzy, daňová správa...)

Vládní instituce USA: Kancelář prezidenta – [www.whitehouse.gov](http://www.whitehouse.gov)

Ministerstvo zahraničních věcí – [www.state.gov](http://www.state.gov)

Ministerstvo obrany – [www.defense.gov](http://www.defense.gov)

Ministerstvo financí – [www.treasury.gov](http://www.treasury.gov)

Ministerstvo vnitra – [www.doi.gov](http://www.doi.gov)

Ministerstvo spravedlnosti – [www.justice.gov](http://www.justice.gov)

Ministerstvo zemědělství – [www.usda.gov](http://www.usda.gov)

Ministerstvo obchodu – [www.commerce.gov](http://www.commerce.gov)

Ministerstvo práce – [www.dol.gov](http://www.dol.gov)

Ministerstvo bydlení a územního rozvoje – [www.hud.gov](http://www.hud.gov)

Ministerstvo dopravy – [www.dot.gov](http://www.dot.gov)

Ministerstvo energetiky – [www.energy.gov](http://www.energy.gov)

Ministerstvo školství – [www.ed.gov](http://www.ed.gov)

Ministerstvo zdravotnictví – [www.hhs.gov](http://www.hhs.gov)

Ministerstvo pro záležitosti vysloužilců – [www.va.gov](http://www.va.gov)

Ministerstvo vnitřní bezpečnosti – [www.dhs.gov](http://www.dhs.gov)

Ekonomické informace:

Americká centrální banka - <https://www.federalreserve.gov/>

Council of Economic Advisers - [www.whitehouse.gov/administration/eop/cea](http://www.whitehouse.gov/administration/eop/cea)

The National Bureau of Economic Research – [www.nber.org](http://www.nber.org)

Statistický úřad – [www.census.gov](http://www.census.gov)

Úřad daňové správy (Internal Revenue Service) – [www.irs.gov](http://www.irs.gov)

Údaje o pracovním trhu a změnách cen (U.S. Bureau of Labor Statistics) – [www.bls.gov](http://www.bls.gov)

Kancelář ekonomických analýz – [www.bea.gov](http://www.bea.gov)

Hlavní média

CNN – [www.cnn.com](http://www.cnn.com)

New York Times – [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)

Washington Post – [www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com)

Chicago Tribune - <http://www.chicagotribune.com/>

Miami Herald – [www.miamiherald.com](http://www.miamiherald.com)

Los Angeles Times – [www.latimes.com](http://www.latimes.com)

Počasí – [www.weather.com](http://www.weather.com)