



## Souhrnná teritoriální informace:



# Spojené státy americké

Velvyslanectví České republiky ve Washingtonu 24. 5. 2022 15:13

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 dvoutřetinový podíl (zhruba 70 % HDP) spotřebitelské výdaje. Za rok 2020 došlo v souvislosti s pandemií onemocnění COVID-19 k poklesu HDP o 3,5 %, ovšem ekonomika se výrazně vzpamatovala v roce 2021. Pro zmírnění dopadů koronavirové krize navrhla americká vláda řadu iniciativ, včetně přijetí „záchranného plánu pro Ameriku“, který byl schválen v březnu 2021 a obsahoval injekci 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 prudké ekonomické obnově, jakkoliv ta se na počátku roku 2022 do značné míry zastavila. Problémem zůstává vysoká dluhová zátěž USA a v souvislosti s energetickou krizí (která začala ještě před vpádem Ruska na Ukrajinu) též vysoká inflace a problémy s dodavatelskými řetězci. 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, zdravotnická 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 např. v roce 2019 dosáhl meziročního nárůstu o 17% (celkem 106,4 mld. Kč). Trh USA je někdy považován za nejvíce konkurenční trh světa. České výrobky a služby mají šanci se prosadit na americkém trhu za předpokladu, že jsou dostatečně originální, kvalitní, inovativní, cenově konkurenceschopné a také pokud si američtí zákazníci budou jisti, že jim bude garantován přiměřený standard prodejných služeb. Riziko je v USA běžnou součástí podnikání, a občasný neúspěch ničím, co by bylo výjimečné a vylučovalo nový začátek.

Základní údaje	
Hlavní město	Washington, D.C.
Počet obyvatel	332,403 milionů
Jazyk	angličtina (úřední jazyk), rozšířená španělština
Náboženství	protestanti (největší skupina)
Státní zřízení	federativní prezidentská republika
Hlava státu	Joe Biden - prezident
Hlava vlády	Joe Biden - prezident
Název měny	americký dolar (USD)
Cestování	
Časový posun	-6 hod. (východní pobřeží), část roku -5 hod.
Kontakty ZÚ	
Velvyslanec	Hynek Kmoníček
Ekonomický úsek	Jiří Janíček
Konzulární úsek	Ivo Svoboda
CzechTrade	Luboš Matějka
Czechinvest	Matěj Zahradník
Ekonomika 2021	
Nominální HDP (mld. USD)	22 997,50
Hospodářský růst (%)	5,7
Inflace (%)	4,7
Nezaměstnanost (%)	5,4



# 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 Obchod a investice

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

## 4 Kultura obchodního 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 (záchranka, 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. 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 dvoustranického 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, funkci se však mohou ujmout až po schválení Senátem Kongresu USA (prostou většinou přítomných senátorů).

Složení vlády (2022):

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 vysloužilců (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 flotilu 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 americké administrativy J. Bidena vůči EU, očekává se, že nová americká administrativa bude klást větší důraz na transatlantickou vazbu (i s ohledem na současnou krizi na Ukrajině).

### Vztahy EU-USA

Reakce na ruskou invazi na Ukrajinu, která začala dne 24. února 2022 a vyústila v rozsáhlý ozbrojený konflikt, se stala novým rámcem transatlantických vztahů. Mezi EU a USA probíhá úzká koordinace a hledání společného přístupu k řešení bezpečnostní situace v Evropě a zajištění energetické bezpečnosti v souvislosti s nestabilitou na trzích energetických surovin a to především zemního plynu. Zajištění nezávislosti na dodávkách energetických surovin z Ruska se stalo urgentním tématem. USA zakázaly v dubnu 2022 dovoz ropy, zemního plynu a uhlí z Ruské federace. Evropská komise představila plán na snížení energetické závislosti na Rusku o dvě třetiny. EU deklaruje připravenost podporovat úsilí evropských států směrem k diverzifikaci importu energetických surovin, zejména zemního plynu, s cílem ukončit odběr z Ruska, ale paralelně varuje, že zajištění alternativních zdrojů a vybudování nezbytné infrastruktury bude proces trvající několik let. USA a EU v návaznosti na ruskou invazi na Ukrajinu úzce koordinují přijímání protiruských sankcí. Ty omezují například přístup ke kapitálu, míří na energetiku, dopravu, obchod či ruský bankovní sektor.



## 1.3 Obyvatelstvo

Sčítání lidu probíhá v USA jednou za deset let. Poslední se konalo v roce 2020. 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. Úřad pro sčítání lidu za rok 2020 uvádí 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 %.

Analýza výsledků sčítání lidu za rok 2020 ukazuje, že populace USA je více multirasová a rozmanitá, než byla během posledního sčítání lidu v roce 2010. Je to dáno ale také tím, že se stále více Američanů hlásí ke dvěma a více rasám nebo etnikům (počet obyvatel, kteří se hlásí ke dvěma a více rasám nebo etnikům se od posledního sčítání lidu ztrojnásobil, z devíti milionů osob v roce 2010 na 33,8 milionů v roce 2020). Populace USA je tudíž rozmanitá, převažují běloši se zhruba 57 %, Afroameričané tvoří 12,1 %, 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. 4,1 % obyvatel se považuje za příslušníky dvou nebo více ras.

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 čtvrtém čtvrtletí 2021 americká ekonomika v důsledku zotavování se z pandemie koronaviru meziročně stoupala, o 6,9 procenta. Deficit federálního rozpočtu činil v prvních šesti měsících fiskálního roku 2022 (tj. od října 2021 do března 2022) 667 miliard dolarů, odhaduje Kongres Spojených států. Tato částka představuje zhruba 40 procent schodku zaznamenaného ve stejném období v roce 2021 (1 706 miliard USD). Příjmy byly o 418 miliard USD (nebo o 25 procent) vyšší a výdaje o 622 miliard USD (nebo o 18 procent) nižší než ve stejném období před rokem. Růst ekonomiky ve čtvrtém čtvrtletí roku 2021 byl největší expanzí od rekordního růstu o 33,8 % ve 3. čtvrtletí 2020, přičemž největší příspěvek k růstu mají soukromé zásoby (5,32 procentních bodů oproti 4,9 procentním bodům ve druhém odhadu), v čele s prodeji motorových vozidel a velkoobchodem. V dubnu 2022 činil veřejný dluh Spojených států přibližně 30,37 bilionu amerických dolarů, což je přibližně o 2,2 bilionu více než o rok dříve, kdy to bylo přibližně 28,2 bilionu amerických dolarů. Veřejný dluh USA se v posledních letech stal jedním z nejvýznamnějších politických problémů ve Spojených státech. Fiskální politika snížila růst HDP USA o 3 procentní body v prvním čtvrtletí roku 2022. Podle nejnovějšího vládního odhadu HDP v prvním čtvrtletí 2022 meziročně klesalo o 1,4 %. Fiskální brzda hospodářského růstu v prvním čtvrtletí byla z velké části způsobena slábnoucími účinky federálních transferových plateb na HDP, jako je rozšíření dávek v nezaměstnanosti a dotace podnikům související s pandemií, což snížilo růst o 1,7 procentního bodu. Celková inflace nicméně zůstává nadále vysoká a v březnu dosáhla meziročně 8,5 %, což je nadále v rovině hodnot nepoznaných 40 let. V dubnu se inflace snížila na 8,3% a i v souvislosti se zpřísněnou politikou Fedu by se měla dále snižovat. Celkově je americká ekonomika v dobré kondici, když např. nezaměstnanost se v únoru dále propadla na 3,8 % a Fed očekává, že si ekonomika poradí s růstem cen komodit i postupně zpřísněnou monetární politikou. Přetrvávají problémy v dodavatelských řetězcích. Míra nezaměstnanosti v USA meziměsíčně v dubnu 2022 zůstala na 3,6 procenta a je nejnižší od února 2020. Počet nezaměstnaných se snížil o 11 tisíc na 5,941 milionu, zaměstnanost klesla o 353 tisíc na 158,105 milionu.

Ekonomika USA se vyznačuje vysoce rozvinutým a technologicky vyspělým sektorem služeb, který představuje asi 80 % její produkce. Americké ekonomice dominují společnosti orientované na služby v oblastech, jako jsou technologie, finanční služby, zdravotnictví a maloobchod. .

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

Ukazatel	2019	2020	2021	2022	2023
Růst HDP (%)	2,2	-3,5	5,7	3,4	2,1
HDP/obyv. (USD/PPP)	65 133,70	63 122,60	69 070,00	74 230,00	77 180,0
Inflace (%)	1,8	1,3	4,7	5,2	2
Nezaměstnanost (%)	3,7	8,1	5,4	3,8	3,7
Export zboží (mld. USD)	1 643,20	1 432,00	1 748,00	1 971,00	2 069,00
Import zboží (mld. USD)	2 497,53	2 336,60	2 865,00	3 150,60	3 242,10
Saldo obchodní bilance (mld. USD)	-864,3	-922	-1 130,60	-1 194,00	-1 188,4
Průmyslová produkce (% změna)	0,9	-6,6	5,5	4,2	2,5
Populace (mil.)	329,1	331	332,9	334,8	336,7
Konkurenceschopnost	III.63	X.63	X.64	N/A	N/A
Exportní riziko OECD	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Zdroj: EIU, OECD, IMD





## 2.2 Veřejné finance a státní rozpočet

Federální vláda vybírá příjmy z různých zdrojů, včetně daní z příjmu fyzických osob, daní ze mzdy, daní z příjmu právnických osob a spotřebních daní. Vybírá také příjmy ze služeb, jako je vstup do národních parků a cla. V roce 2021 federální vláda utratila o 2,77 bilionu dolarů více, než vybrala, což má za následek prohloubení deficitu. Do konce roku 2021 měla vláda federální dluh ve výši 28,43 bilionu dolarů. Na zaplacení deficitu si federální vláda půjčuje další prostředky, což samozřejmě dále zvyšuje dluh. Míra dalšího zadlužení bude záviset i na úspěchu ambiciózních plánů demokratické administrativy, a to na výdajové i příjmové stránce, a rovněž na výsledku voleb do Kongresu na podzim 2022.

Veřejné finance	2021
Saldo státního rozpočtu (% HDP)	-12,4
Veřejný dluh (% HDP)	99,6
Bilance běžného účtu (mln. USD)	-727,4
Daně	2022
PO	N/A
FO	N/A
DPH	N/A

Očekává se, že devizové rezervy ve Spojených státech budou na konci tohoto čtvrtletí činit 42150,00 milionů USD, podle globálních makro modelů Trading Economics a očekávání analytiků.



## 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 dvojitý 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 Obchod a investice

Podkapitoly:

[3.1 Obchodní vztahy](#)

[3.2 Přímé zahraniční investice](#)

[3.3 FTA a smlouvy](#)

[3.4 Rozvojová spolupráce](#)

[3.5 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. V letech 2011 až 2021 výrazně narostl export do EU i import z EU. Záporná bilance USA vyplývá především z bilance trhu se zbožím naopak kladná bilance existuje u služeb.

	2017	2018	2019	2020	2021
Export z EU (mil. EUR)	324 131,00	351 054,20	384 624,90	353 191,50	399 321,50
Import do EU (mil. EUR)	203 457,90	214 672,80	235 217,90	203 017,40	232 481,90
Saldo s EU (mil. EUR)	-120 673,2	-136 381,4	-149 406,9	-150 174,1	-166 839,6

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.

	2017	2018	2019	2020	2021
Export z ČR (mld. CZK)	93,2	90,9	106,5	104,3	N/A
Import do ČR (mld. CZK)	88	101,4	107,7	99,8	N/A
Saldo s ČR (mld. CZK)	-5,4	10,4	1,3	-4,5	N/A

Zdroj: ČSÚ

#### Obchodní vztahy se zeměmi mimo EU

US jsou druhým největším exportérem zboží na světě. Po EU jsou nevýznamnějším obchodním partnerem USA Čína, Kanada a Mexiko (co se týče zboží). Obří deficit obchodní bilance je hlavně s Čínou.

	2017	2018	2019	2020	2021
Export ze zemí mimo EU (mil. EUR)	990 989,0	1 064 875,8	1 011 755,1	857 973,5	1 086 478,5
Import do zemí mimo EU (mil. EUR)	1 785 195,3	1 941 050,5	1 884 459,4	1 782 575,0	2 202 768,1
Saldo se zeměmi mimo EU (mil. EUR)	-794 206,3	-876 174,7	-872 704,3	-924 601,5	-1 116 289,6

Zdroj: EIU, Eurostat



## 3.2 Přímé zahraniční investice

Přímé zahraniční investice do Spojených států se na konci roku 2020 zvýšily o 187,2 miliardy USD na 4,63 bilionu USD z 4,44 bilionu USD na konci roku 2019. Tento nárůst odrážel především nárůst o 119,2 miliardy USD z Evropy, především Německa.

Sektory biologických věd budou nadále růst, protože pokračuje zaměření na vývoj účinnějších vakcín a léčby Covid-19. Kromě toho by společnosti měly dále investovat do boje s další potenciální pandemií. Předpokládáme, že PZI v biotechnologickém a zdravotnickém sektoru vzrostou v roce 2022 o 15 %, resp. 10 %. Farmacie však zůstanou největším sektorem biologických věd s růstem PZI asi o 7 %. Očekává se, že odvětví, která v roce 2020 nesla hlavní nápor omezení, jako je letecký průmysl, stavebnictví a nemovitosti, volný čas a cestovní ruch, se vrátí k pozitivnímu růstu. Přestože hrozba Covid-19 přetrvává a nedochází k úplnému návratu k „normálu“, regulace umožňují těmto sektorům znovu se otevřít a zájem o investice by se měl zvýšit. Očekává se, že investice do neobnovitelné energie v roce 2022 meziročně mírně klesnou a budou pokračovat v celkově klesajícím trendu. Očekává se, že PZI do obnovitelných zdrojů a alternativní energie dále porostou poté, co bude rok 2021 rekordní pro investice. Elektrifikace a dekarbonizace budou v roce 2022 po listopadovém zasedání COP26 prioritou programu většiny vlád. To by se mělo odrazit v příznivých příležitostech pro společnosti dále investovat do zakládání obnovitelných zdrojů. Otazníkem je ovšem současná nová mezinárodní situace a nejistota zejména na trhu s energiemi a komoditami.



## 3.3 FTA a smlouvy

### Smlouvy s EU

Smlouvy s EU Mezi EU a USA v současné době není uzavřena dohoda o volném obchodu. EU jednala po řadu let se Spojenými státy o obchodní a investiční dohodě, tedy o transatlantickém obchodním a investičním partnerství, TTIP. Dohody však nakonec dosaženo nebylo. Alternativní platformou je nyní tzv. Trade and Technology Council (TTC) založená v červnu 2021, která ale nemá vyústit v závazné smluvní instrumenty.

### Smlouvy s ČR

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)

.



## 3.4 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. Do popředí amerického zájmu se dostává po napadení Ruskem i Ukrajina.

Američané jsou jako jednotlivci velice velkorysí 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 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.





## 3.5 Perspektivní obory (MOP)

### ► Perspektivní obor 1 - Doprava a infrastruktura

Navzdory významným dopadům koronavirové krize a války na Ukrajině 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 zdejším 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 - Energetika

Energetický průmysl v USA nezůstal dopadů koronavirové krize ušetřen. Výrazný byl propad poptávky po ropě, což vedlo k poklesu cen i výroby. S hospodářským oživením v roce 2021 se situace začala zlepšovat, resp. naopak vychylovat opačným směrem, když ani USA nezůstaly ušetřeny globálního růstu cen energií, který má celou řadu příčin. 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 2021 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. Americká vláda jako nízkoemisní zdroj energie podporuje jádro, včetně výzkumu do malých modulárních reaktorů či nových typů reaktorů. Příležitosti lze spatřovat i v oblasti obnovitelných zdrojů energie a plánovaného rozvoje elektromobility, což zahrnuje jako samotné vozy, tak i dobíjecí stanice. Do celého oboru výrazně zasáhla válka na Ukrajině, která zejména u republikánů zesílila volání po intenzivnějším využívání fosilních paliv z domácích zdrojů.

### ► Perspektivní obor 3 - Průmysl a strojírenství

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 administrativní snažila kombinací daňových, obchodních a regulačních 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 subdodavatelských řetězců, či z důvodu obavy z eskalace obchodních válek a s tím souvisejícím zaváděním dovozních tarifů.

### ► Perspektivní obor 4 - Zábavní průmysl – hry

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 - Zdravotnictví a farmaceutický průmysl

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 vakcíny 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 - Zdravá výživa

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.

Více informací k oborovým příležitostem ve světě je možné nalézt zde:

[https://www.export.cz/wp-content/uploads/2021/05/Mapa\\_strategicka\\_2021-2022\\_Business\\_info1.pdf](https://www.export.cz/wp-content/uploads/2021/05/Mapa_strategicka_2021-2022_Business_info1.pdf)



## 4 Kultura obchodního 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

Americká ekonomika nabízí velkou příležitost s relativně vysokými mzdami a nízkými životními náklady. Americký důraz na efektivitu a meritokracii dovedl inovace na nejvyšší možnou úroveň – a působí naprosto osvobozujícím dojmem pro ty, kteří jsou zvyklí tvrdě pracovat. A přesto se krajané pracující ve Spojených státech pohybují v pracovní kultuře, která se zdá být plná rozporů. Pro efektivitu na mezinárodních trzích je nezbytné nejprve poznat svou vlastní podnikatelskou kulturu. Většina obchodníků má tendenci věřit, že život a práce v americkém obchodním prostředí z nich dělá odborníky. Ale není to pravda. Teprve když opustí svoji kulturu a narazí na normy obchodní kultury jiných míst, začnou chápat, co dělá jejich perspektivu odlišnou. 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. Pandemie Covid-19 měla obrovský dopad na obchodní kulturu. Globální omezení volného pohybu osob a zákaz cestování změnilo předpoklady povahy práce a firemních interakcí. Dotýká se to ale především výkonu práce, když lidé získali zkušenost, že lze pracovat z domova se stejnou efektivitou, že většinu věcí a pracovních úkonů mohou dělat na dálku. Obchodní kontakty a jednání o nich je však vhodnější realizovat fyzicky, osobně, online formy jsou vhodné pro realizační fázi již smluvených kontraktů. S oživením po ústupu pandemie ovšem mnohé podniky zvažují, které kulturní změny chtějí zachovat a kterým budou muset i nadále čelit.



## 4.2 Oslovení

Američané se obvykle zdržují pozdravů, které zahrnují objímání a blízký fyzický kontakt. Uděláte dobrý dojem tím, že budete vypadat sebevědomě, otevřeně, přátelsky a přímočaře. 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 vyjednaváci používají formálnější oslovení (Mr., Mrs. s uvedením příjmení partnera), a to s vědomím kulturních rozdílů v používání křestních jmen v obchodním styku. Evropští obchodníci se mohou přizpůsobit podle aktuální situace a na oslovení křestním jménem ze strany svého partnera zareagovat stejným způsobem.



## 4.3 Obchodní schůzka

Globální pandemie způsobená Covid-19 měla obrovský dopad na obchodní jednání a donutila obchodníky, aby se přizpůsobili novým formám komunikace. Některé z těchto změn přinesly větší pohodlí a větší efektivitu, a proto je pravděpodobné, že vydrží i poté, co pandemie ustoupí. Nicméně fyzické jednání zejména v obchodním styku hraje pořád velmi důležitou roli. Jednání může probíhat kromě kanceláře i v rámci pracovní snídaně nebo oběda. Pokud se schůzka koná během oběda nebo večere, očekává se, že konverzace o podnikání začne téměř okamžitě, nebo jakmile si každý objedná jídlo. Drahými dárky Američany přivedete do rozpaků, od určité výše se hodnotné dary musí uvádět v daňovém přiznání jako příjem a odvádět z nich daň. Doporučují se menší dárky. Ve většině situací jsou dárky obvykle okamžitě rozbaleny a ukázány všem. Američané mají v porovnání s Evropany daleko méně dní dovolené, a proto se snaží maximálně využít státních svátků a dnů pracovního volna. Je tedy velice nevhodné chtít se během těchto svátků s Američany sejit, protože primárně svůj volný čas hodlají věnovat vlastní rodině a svým blízkým. Budou však existovat výjimky a bude také záležet na konkrétních okolnostech či naléhavosti. Schůzky obvykle trvají 30 až 60 minut a mají jasný program. Od účastníků se očekává, že budou aktivně naslouchat a účastnit se. Zůstat v klidu nebo používat notebooky nebo telefony může být vykládáno jako nezáměr. Americká kultura klade velký důraz na to, dělat věci co nejrychleji a nejefektivněji. Pro českého obchodníka může být překvapením, že jeho americký protějšek tráví málo času před i během vyjednávacího procesu tím, že ho poznává. Styl komunikace má tendenci být velmi explicitní. Mírně šokovaný český obchodník mi vyprávěl o obchodním jednání, které nedávno absolvoval s jednou americkou společností. "Před schůzkou byli všichni přátelští a žertovali," řekl. "Jakmile začalo obchodní jednání, byli jako žraloci. Chtěli lepší cenu a rychlejší dodací lhůtu, než jsme předpokládali, a chtěli, abychom se hned zavázali. Připadali jsme si, jako by nás převálcovali." "Jakmile schůzka skončila, začali se zase chovat přátelsky a žertovat, jako by se nic nestalo."

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. Právodním znakem americké obchodní kultury je snaha o jednoduchost a přímost. Riziko je součástí podnikání a neúspěch v podnikání není ostudou. Neuspět a začít znovu je normální. 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. Při jednáních Američané nemají rádi neupřímnost a doslova nesnášejí pomalost. Naopak dobrý dojem udělá pozitivní přístup a snaha vše řešit okamžitě. Nemají v oblibě 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. Koncept "čas jsou peníze" je v této obchodní kultuře brán vážně. Ve Spojených státech je kulturně přijatelné, dokonce chvályhodné, projevat 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. 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 jižních 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 jako pomalejší než východ země. Kulturním fenoménem je zde především Kalifornie, která velice ochotně přijímá nové podněty a mnoho kulturních i technologických inovací (Silicon Valley). Při obchodním jednání se v západní části USA je třeba respektovat značný hispánský vliv, neboť hispánská komunita silně ovlivňuje život v západní části USA. Alkohol na jednání nepatří, normální ale může být sklenička v nějakém blízkém baru po úspěšném ukončení jednání. Oblečení na obchodní jednání je konzervativní. V Americe většina států stále vyžaduje formální šaty jako oblek a kravatu – ale není tomu tak vždy. Některá povolání oceňují formalitu více než jiná. Ti, kteří se zabývají financemi, účetnictvím nebo prodejem, mají tendenci se oblékat a mluvit formálněji než ti v akademické sféře, médiích nebo technologiích. Čím dále na Západ, tím větší je pravděpodobnost, že se při obchodním setkání potkáte s neformálním oděvem. Obchodní jednání probíhají zpravidla v týmu, vede jej firemně nejvýše postavený manažer. Mnohdy jednání probíhají mimo kancelář, například při golfu, není vyloučeno ani pozvání na večeři či do domova partnera, je ale výrazem určitého pokroku či hlubšího zájmu o téma jednání.



## 4.4 Komunikace

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.

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.

Dokud obchodního partnera dobře neznáte, vyhýbejte se diskusím o náboženství, politice nebo jiných kontroverzních tématech (potraty, rasismus, sexismus atd.). Diskuse o příjmu, věku, politice a náboženství jsou obecně považovány za tabu na amerických pracovištích. Nejlepší je neptat se kolegů na tato témata nebo vyjadřovat silný názor. Místo toho si vyberte neutrální témata, jako jsou koníčky, zábava, sport nebo jiné volnočasové aktivity. Vyhýbejte se také všem rasovým, genderovým, etnickým nebo náboženským vtipům. 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.

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 nechápou. Nemale 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

Spojené státy jsou sice skvělé, ale zároveň také extrémně náročné teritorium, protože na něm neplatí žádná zvláštní privilegia, na která mohou být někteří 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

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 děkuvzdání – 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

Náklady vstupu na trh USA jsou vysoké a měly by je tak činit jen firmy s nemalou exportní zkušeností a dlouhodobou vizí. Jednotlivé státy USA mají vlastní jurisdikci v řadě oblastí (výše daní, úprava záruk na prodávané zboží, ceny nemovitostí/personálu, distribuční sítě aj.). Je proto vhodné zvážit, na který stát (státy) se zaměřit.

## 5.2 Formy a podmínky působení na trhu

Pro vstup na americký trh si česká firma vybere jednu z forem svého působení. Přímý export je vhodný pro vývoz výrobků s nižší přidanou hodnotou či menšího množství. Nepřímý export je exportem prostřednictvím místního distributora/obchodního zástupce. Firma také může založit v USA obchodní či výrobní pobočku, většina firem volí formu Limited Liability Company. Prodej z konsignačního skladu je další možností prodeje zboží v USA. Konsignační sklad je obvykle zřizován u výhradního prodejního zástupce v USA.

## 5.3 Marketing a komunikace

V USA je marketingový trh vysoce rozvinutý, působí zde řada reklamních agentur a firem, jejichž služeb lze využít. Většina z nich však působí pouze ve vybraných státech USA. Náklady na marketing jsou vysoké, českým exportérům lze v prvních fázích vstupu na trh USA doporučit najít místního dovozce, distributora, který by se podpoře produktu na trhu věnoval. Firmy, které s USA obchodují, by měly zvážit založení webu s doménou „.com“.

## 5.4 Problematika ochrany duševního vlastnictví

USA jako člen WTO aplikují mezinárodní normy ochrany práv duševního vlastnictví (IPR) a zároveň přistoupily k řadě mezinárodních úmluv v předemětné oblasti. Mezi hlavní typy ochrany duševního vlastnictví (IPR) patří patenty, obchodní známky, autorská práva či ochrana designu. Některé typy IPR je nutné v USA registrovat u příslušného úřadu, a některé takovou registraci přímo nevyžadují. K získání patentové ochrany je nutné vynález registrovat u US Patent and Trademark Office vždy v úzké spolupráci s patentovým právníkem. V případě ochrany autorských práv je pak příslušným úřadem US Copyright Office. Každá česká firma, která má záměr v USA dlouhodobě podnikat a produkuje výrobky s vysokou přidanou hodnotou, by měla ochranu IPR zahrnout do své strategie.

## 5.5 Trh veřejných zakázek

Veřejné zakázky vyhlašuje v USA jak federální vláda, tak agentury na státní, regionální či lokální úrovni. Základním předpisem upravujícím zadávání federálních veřejných zakázek je The Federal Acquisition Regulation č. 48 ([www.acquisition.gov/far](http://www.acquisition.gov/far)).

## 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 se na vysoce konkurenčním americkém trhu s 330 miliony potenciálními spotřebiteli mohou prosadit za předpokladu, že jsou kvalitní, inovativní a cenově konkurenceschopné. Pokud česká firma není schopna garantovat kvalitní a včasné poprodejní služby, rychle ztrácí na trhu důvěru a věrnost zákazníků. V širším smyslu slova neexistují právní bariéry, které by přímo omezovaly dovoz zboží do USA, pokud nepodléhá zvláštní regulaci. Nieméně administrativně-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 musí 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 s nemalou exportní zkušeností a dlouhodobou vizí. 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. Jednotlivé státy USA mají vlastní jurisdikci v řadě oblastí (výše daní, úprava záruk na prodávané zboží, ceny nemovitostí/personálu, distribuční sítě aj.). Je proto vhodné zvážit, na který stát (státy) se zaměřit. V USA je rozšířené využívání externích poradců, kteří firmám pomáhají s rozběhem podnikání a jednotlivými aspekty vstupu na trh (prodej a marketing, právo, účetnictví, certifikát). Až na výjimky nejsou tito poradci ochotni pracovat na procentní bázi, ale ve většině případů trvají na pevné platbě za přesně stanovený a dosažený cíl (uzavření smlouvy s distributorem aj.). Někdy trvají i na pravidelných platbách bez pevně určených cílů.

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 určování sazebního zařazení zboží dováženého do USA dle jednotlivých HTS kódů. Níže 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 regulatorních 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 dovozcem. 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.



## 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. 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). 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) nese i nadále společnost v ČR. 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 zřizován u výhradního prodejního zástupce v USA. Zboží zůstává ve vlastnictví dodavatele (vývozce) až do doby, než místní zákazník odebere zboží a zaplatí kupní cenu.



## 5.3 Marketing a komunikace

V USA je marketingový trh vysoce rozvinutý, jsou zde tisíce reklamních agentur a firem, jejichž služeb lze využít. 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 být velmi vysoké, v případě reklamy na produkty v některých celoamerických řetězcích typu CVS Pharmacy, Walgreens aj. přesahují i desítky milionů dolarů. Pro české exportéry je v prvních fázích vstupu na trh USA důležité nalezení vhodných místních dovozců či distributorů a nastavit si s nimi takový smluvní vztah, aby velkou část podpory produktu dělali na trhu oni. Pro úvodní propagaci je vhodné zaměřit se na odborné mezinárodní veletrhy a výstavy, 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 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. Strategie mobilní komunikace je již nutnou součástí marketingu firem. Prakticky každá větší firma dnes nabízí mobilní aplikaci, s jejíž pomocí si zákazníci mohou koupit zboží s nějakým 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. Inzerci 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 efektivní, pokud je správně zacílená. 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 IPR 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. 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. Neexistuje zde právní požadavek na registraci, nicméně z důvodu větší ochrany se doporučuje. 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 práv duševního vlastnictví v USA. Každá česká firma, která v USA plánuje dlouhodobě podnikat a produkuje výrobky s vysokou přidanou hodnotou, by měla ochranu IPR zahrnout do své strategie pro USA a vyčlenit na ni rozpočet. Ochrana IPR je primární odpovědností firmy, přičemž vládní úřady jsou zde především proto, aby zabránily či zastavily jejich porušování. Každá firma musí aktivně monitorovat trh, a pokud má podezření z nelegálního zneužití IPR, musí konzultovat s právním expertem další procesní kroky. Možnost podání soudní žaloby je vždy až poslední způsob s ohledem na komplikovanost a komplexnost 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 vyhláší 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.).



## 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 doporučeníhodná, jakkoliv často drahá. Právníci posuzují nezřídka 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 písemné 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)

H-1B Visa (Specialty Worker / Professional)

L-1 Visa (Intra Company Transferee)

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

Green Card

Tzv. zelenou kartu tj. povolení k trvalému pobytu spojené s právem pracovat, je možné získat zpravidla jen s podporou amerického zaměstnavatele – sponzora.

### II. pracovní víza:

II.A. Dočasná pracovní víza Občanům ČR jsou dostupné dva základní typy dočasných pracovních víz: H-2A (sezónní zaměstnání v sektoru zemědělství), druhým typem pak vízum H-2B (dočasná víza pro nezemědělské pracovníky).

II.B. Speciální typy víz umožňující práci v USA: L-1, E-1 či E-2.

### 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.

### IV. Specifické podmínky cestování do teritoria:

Nejrozšířenější je v USA doprava automobilem. Nejlevnější je obecně autobus; dražší, ale pohodlnější, je vlak. 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. Bezpečnostní situace je často až dramaticky odlišná v různých oblastech, nejvyšší zločinnost bývá ve velkoměstech. Rok 2021 byl ve znamení značného nárůstu zločinnosti, včetně násilné, zejména ve velkoměstech. Fenoménem USA je značné rozšíření střelných zbraní.



## 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 ohraničen 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:

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 City, NY

National Western Rodeo and Stock Show – 7.-22.1.2023 Denver, CO

EAA AirVenture Oshkosh Fly-In – 25.-31.7.2022 Oshkosh, WI

National Farm Machinery Show – 15.-18.2.2023 Louisville, KY

Consumer Electronic Show CES - 5.-8.1.2023 Las Vegas, NE

AAPEX Automotive Aftermarket Products Expo – 1.-3.11.2022 Las Vegas, NE

Miami International Boat Show - 15.-19.2.2023 Miami, FL

The Offshore Technology Conference OTC – 2.-5.5.2022

International Manufacturing Technology Show IMTS – 12.-17.9.2022 Chicago, IL

NAMM International Music Market – 3.-5.6.2022 Anaheim, CA

Atlanta International Gift & Home Furnishings Market – 13.-17.7.2022, Atlanta, GA



# 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

### 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)

<https://www.businessinfo.cz/usa>

