



Souhrnná teritoriální informace:



Spojené státy americké

Zastupitelský úřad 29. 5. 2026 18:32

Základní shrnutí pro obecnou představu o zemi tedy: kdo má výkonnou moc a ve stručnosti popis státního zřízení, zákonodárství (stručně), ekonomika a příležitosti pro české firmy, případně problémy při vstupu na trh, pokud jsou. Pokud je specifická kultura podnikání tak maximálně ve dvou větách popsat. Přidat výhled do budoucna.

Základní údaje	
Hlavní město	Washington, D.C.
Počet obyvatel	341,58 mil.
Jazyk	oficiální jazyk angličtina, rozšířená španělština
Náboženství	protestanti (největší skupina)
Státní zřízení	federativní prezidentská republika
Hlava státu	Donald Trump
Hlava vlády	Donald Trump
Název měny	americký dolar (USD)
Cestování	
Časový posun	-6 hodin (východní pobřeží), část roku -5
Kontakty ZÚ	
Velvyslanec	Ing. Miloslav Stašek



Ekonomický úsek	Mgr. Jan Hladík
Konzulární úsek	Ing. Dagmar Minaříková
CzechTrade	Pavel Eichner
Czechinvest	Jiří Maňák
Ekonomika	2025
Nominální HDP (mld. USD)	30778,98
Hospodářský růst (%)	2,15
Inflace (%)	2,69
Nezaměstnanost (%)	4,28



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. Funkční období trvá čtyři roky a můžou se po sobě opakovat maximálně dvě volební období. Od ledna 2025 je prezidentem USA republikán Donald Trump. 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 špici 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 volby se konaly dne 5. listopadu 2024, ve kterých zvítězil republikánský kandidát Donald Trump. Ve stejný den volili občané USA také členy federální Sněmovny reprezentantů a senátory. Převahu v obou komorách Kongresu v roce 2024 získala Republikánská strana. Nová administrativa se snaží hospodářskou politiku USA ovlivňovat deregulací a podporou domácího průmyslu na úkor dovozů ze zahraničí. Vývoj zůstává citlivý zejména na rozhodnutí Fedu (Federal Reserve System) ohledně úrokových sazeb, na vývoj inflace a na další kroky současné vlády. Další prezidentské volby se uskuteční 7. listopadu 2028. Členy kabinetu („Cabinet“) prezidenta Donalda Trumpa jsou viceprezident James David Vance a 15 níže uvedených ministrů („Secretaries“). Ministři jsou nominováni prezidentem, funkci se však mohou ujmout až po schválení Senátem Kongresu USA. Aktuální seznam členů kabinetu je [na stránkách Bílého domu](#).

Složení vlády (2025):

ministr zahraničních věcí – Marco Rubio
ministr financí – Scott Bessent
ministr obrany – Pete Hegseth
ministryně spravedlnosti – Todd Blanche (pověřený řízením)
ministr vnitra – Doug Burgum
ministr zemědělství – Brooke Rollins
ministr obchodu – Howard Lutnick
ministryně práce – Lori Chavez-DeRemer
ministr zdravotnictví – Robert F. Kennedy Jr.
ministr bytové výstavby a územního rozvoje – Scott Turner
ministr dopravy – Sean Duffy
ministr energetiky – Chris Wright
ministr pro záležitosti vysloužilců – Doug Collins
ministryně vnitřní bezpečnosti – Markwayne Mullin
ministryně školství – Linda McMahon



1.2 Zahraniční politika země

Americká zahraniční politika má globální charakter, USA zastávají klíčovou roli v řadě mezinárodních otázek. Spojené státy americké zůstávají hlavní světovou supervelmocí s nezpochybnitelným vlivem v oblasti mezinárodněpolitické, vojenské a ekonomické. Ekonomika USA produkuje bezmála čtvrtinu světového bohatství a americký dolar je oficiální světová rezervní měna. Vojensky zůstávají USA jedinou supervelmocí na světě. 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 Organizace spojených národů (OSN) a jedním z pěti stálých členů Rady bezpečnosti OSN, členem G7, G-20, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD), členem Severoatlantické aliance (NATO) či Mezinárodního měnového fondu. Členství v těchto organizacích napomáhá USA prosazovat zahraničně politické zájmy a spolupracovat s ostatními mezinárodními aktéry při řešení globálních otázek. V lednu 2026 USA pod současnou administrativou prezidenta Donalda Trumpa odstoupily od Pařížské dohody o klimatu a ze Světové zdravotnické organizace (WHO). Tento odklon od multilateralismu pokračuje důrazem na národní zájmy a politiku America First. USA zároveň prosazují protekcionistické politiky (mj. cla) s cílem snížit závislost na vnějších partnerech a posílit domácí výrobu.

Současná americká zahraniční politika reaguje na dynamicky se měnící mezinárodní prostředí, které po období jasného unipolárního systému charakterizuje nově i vzestup dalších mocností, jako je zejména Čína. Díky tomu se americká diplomacie stále více orientuje na region Indo-Pacifiku. Současná administrativa rovněž klade důraz na prosazování obchodních zájmů USA, přičemž klíčovým prvkem je dosažení přebytku v obchodní bilanci, což vedlo k zavedení cel vůči Číně a dalším obchodním partnerům. V polovině roku 2026 začne renegociace obchodní dohody USA s Kanadou a Mexikem (USMCA). V oblasti migrace se USA zaměřují na přísnější ochranu hranic a vyhošťování nelegálních migrantů s kriminální historií. Kromě toho americká vláda snižuje výdaje na rozvojovou pomoc. Vztahy s Evropou v rámci EU i NATO se vyznačují zvýšeným tlakem USA na větší finanční a vojenské zapojení evropských partnerů do společné obrany. Po vojenské operaci ve Venezuele v lednu 2026 i útoku USA na Írán ve snaze zamezit jeho jadernému programu se zvýšila regionální nestabilita a zvýšily ceny ropy, což má dopad na inflaci i vyhlídky ekonomického růstu světové ekonomiky.



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, podle odhadů je obyvatel v roce 2026 již přibližně 342,4 milionu). USA jsou třetím nejlidnatějším státem světa a tvoří přibližně 4,20 % z celkového počtu obyvatel světa. Hustota osídlení USA je zhruba 35 obyvatel na kilometr čtvereční. Pro srovnání v ČR žije 133 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 (22,1 %), v produktivním věku (18–64 let) je 62,9 % a obyvatelstvo starší 65 let tvoří 16,8 %. Analýza výsledků sčítání lidu za rok 2020 ukazuje, že populace USA je multietnická a více 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 61,6 %, Afroameričané tvoří 12,4 %, Asiaté 6 %, Indiáni 1,1 %. Tyto údaje zahrnují také 18,7 % obyvatel, kteří se považují za jednu z těchto skupin a zároveň za Hispánce nebo Latinoameričany. Nejrychleji rostoucí skupinou jsou Hispánci a Asiaté. 4,3 % 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 %). Dne 1. března 2025 vydal prezident Trump exekutivní příkaz, který angličtinu vyhláší oficiálním jazykem Spojených států.



2 Ekonomika

Podkapitoly:

[2.1 Základní údaje](#)

[2.2 Veřejné finance a státní rozpočet](#)

[2.3 Bankovní systém](#)

[2.4 Daňový systém](#)



2.1 Základní údaje

1. odstavec: Výhled a stav HDP, zadluženost, fiskální stabilita, šoky, případné přehřátí ekonomiky, kapitál, regionální srovnání, inflace a nezaměstnanost.

2. odstavec: Stručný popis struktury ekonomiky (jaká je její hlavní přidaná hodnota, co vyrábí, co dováží atd.)

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

Ukazatel	2023	2024	2025	2026	2027
Růst HDP (%)	2,93	2,79	2,15	2,35	2,18
HDP/obyv. (USD/PPP)	80970,41	84816,94	88612,05	92835,28	96505,01
Inflace (%)	4,12	2,95	2,69	3,22	2,75
Nezaměstnanost (%)	3,620	4,020	4,28	4,65	4,45
Export zboží (mld. USD)	2020,48	2061,69	2185,22	2237,62	2370,84
Import zboží (mld. USD)	3076,8	3266,41	3415,73	3441,94	3666,89
Saldo obchodní bilance (mld. USD)	-1057,500	-1215,4	-1223,24	-1247,7	-1262,42
Průmyslová produkce (% změna)	-0,22	-0,65	1,3	0,91	2,01
Populace (mil.)	343,48	345,43	347,28	349,04	350,73
Konkurenceschopnost	91,14	83,48	84,27	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

1. odstavec: Současný stav + výhled. (informace převážně z EIU)

2 odstavec.: Platební bilance, devizové rezervy, popis údajů v tabulce v části veřejné finance (tedy deficit státního rozpočtu/HDP, veřejný dluh/HDP), zahraniční zadluženost, dluhová služba

Veřejné finance	2025
Saldo státního rozpočtu (% HDP)	-5,91
Veřejný dluh (% HDP)	97,52
Bilance běžného účtu (mld. USD)	-1147,45
Daně	2026
PO	N/A
FO	N/A
DPH	N/A



2.3 Bankovní systém

Bankovní soustavu USA tvoří centrální banka (Fed) a rozvinutá síť komerčních bank, spořitelen, družstevních a investičních bank. 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. V posledních letech Fed také upravuje výši úrokových sazeb jako součást své měnové politiky v reakci na aktuální inflační vývoj, což může mít významný dopad na podmínky financování. Fed 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. Třemi největšími komerčními banky v USA k 1. 1. 2026: JP Morgan Chase, Bank of America, Citigroup.

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). Standardní vklady v bankách jsou podle pravidel FDIC pojištěny do výše 250 tisíc USD.



2.4 Daňový systém

Daňový systém v USA se dělí na federální a státní. Federální daňový systém platí pro všechny, jednotlivé státy USA si ale určují své vlastní daně. 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 zaměstnavatel i zaměstnanec ze svého hrubého příjmu. Daň z příjmu fyzických osob (individual personal income tax) je vybírána také na všech správních úrovních (federální, státní, místní). Termín pro zaplacení je 15. dubna. Federální daň z příjmů se odvíjí od výše příjmu a může se pohybovat na škále od 10 % do 37 %. Některé státy tuto daň nevybírají (Aljaška, Florida, Nevada, Jižní Dakota, Texas, Washington, Wyoming a nově od roku 2021 i Tennessee). K 1. lednu 2025 se k nim připojil i New Hampshire, který zrušil i dřívější zdanění dividend a úroků. Některé státy mají pouze jednu sazbu daně z příjmu. Většina států v USA má progresivní daň z příjmu. Nejnížší 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. Daňová reforma z roku 2017 (Tax Cuts a Jobs Act - TCJA) byla novou legislativou přijatou v roce 2025 zachována a rozšířena. Tato úprava, neformálně označovaná jako "One Big Beautiful Bill", učinila nižší daňové sazby trvalými a zavedla další úlevy, například pro spropitné.

Daňová sazba se dále liší podle toho, zda je osoba v manželském svazku či nikoliv. Nepřímé daně jsou prodejní daň (sales tax), letecké a letištní daně (airport tax), telekomunikační daň (telecommunications tax), spotřební daň (excise tax). Přehled daňových sazeb pro rok 2026 je na webu Tax Foundation. Další údaje o placení daní v USA na stránkách [Internal Revenue Service](https://www.irs.gov/).



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 ČR

Komentář k číslům v tabulce, důvody kladného či záporného salda, porovnání s EU a čím jsou rozdíly dané.

	2021	2022	2023	2024	2025
Import z ČR (mld. CZK)	116,66	143,66	134,06	166,03	171,88
Export do ČR (mld. CZK)	113	144,17	145,21	149,26	143,52
Saldo s ČR (mld. CZK)	3,67	-0,51	-11,15	16,76	28,36

Zdroj: ČSÚ

TOP 5 položek importu z ČR

SITC 3	Název zboží	Hodnota (mil. CZK)	Podíl z celku (%)
752	Zařízení k automat. zpracování dat, jednotky periferní	13309	7,7 %
714	Stroje, motory neelektrické (ne turbíny, motory píst.)	12560	7,3 %
764	Zařízení telekomunikační, příslušenství přístrojů pro záznam, reprodukci zvuku, obrazu	11998	7,0 %
772	Přístr. elek. ke spínání ap. obvodů elek., odpory aj.	11690	6,8 %
776	Elektronky, rentgenky, diody, tranzistory ap., díly	6839	4,0 %

Zdroj: ČSÚ

TOP 5 položek exportu do ČR

SITC 3	Název zboží	Hodnota (mil. CZK)	Podíl z celku (%)
714	Stroje, motory neelektrické (ne turbíny, motory píst.)	14569	10,4 %
792	Letadla a zařízení související, lodě kosmické, rakety	8907	6,4 %
781	Automobily osobní aj. vozidla pro dopravu osob	8694	6,2 %
542	Léčiva (vč. léčiv veterinárních)	8366	6,0 %
752	Zařízení k automat. zpracování dat, jednotky periferní	6172	4,4 %

Zdroj: ČSÚ

Obchodní vztahy s EU

(jen pro země mimo EU) Obecný komentář k obchodováním se zeměmi EU, komentář k číslům v tabulce, důvody kladného či záporného salda.

	2021	2022	2023	2024	2025
Import z EU (mil. EUR)	399461,7	509779,7	506691	535628,1	554945,2
Export do EU (mil. EUR)	232600,1	359203,5	347705,6	337996,9	355452,2
Saldo s EU (mil. EUR)	-166861,6	-150576,2	-158985,5	-197631,2	-199493

Zdroj: Evropská komise

Obchodní vztahy se zeměmi mimo EU

Komentář k číslům v tabulce, důvody kladného či záporného salda, porovnání s EU a čím jsou rozdíly dané.



	2021	2022	2023	2024	2025
Import ze zemí mimo EU (mil. USD)	5083325,38	5885265,93	5403218,37	5721580,83	N/A
Export do zemí mimo EU (mil. USD)	3016740,18	3488293,74	3348317,77	3439619,23	N/A
Saldo se zeměmi mimo EU (mil. USD)	-2066585,19	-2396972,19	-2054900,6	-2281961,6	N/A

Zdroj: EIU, Eurostat



3.2 Přímé zahraniční investice

1. Obecný komentář ke stavu přímých zahraničních investic (PZI) v zemi Země dlouhodobě patří mezi atraktivní destinace pro přímé zahraniční investice díky stabilnímu makroekonomickému prostředí, relativně kvalitní infrastruktuře a přístupu na širší regionální trh. PZI se soustředí zejména do sektoru služeb (bankovníctví, telekomunikace, obchod), zpracovatelského průmyslu a v posledních letech také do obnovitelných zdrojů energie a digitální ekonomiky. Teritoriálně převládají investice z členských států EU, USA a některých asijských ekonomik. Vývoj PZI je ovlivněn globálními trendy i domácími regulačními podmínkami – v posledních letech došlo ke zpomalení tempa přílivu investic v důsledku geopolitických nejistot, zvyšujících se nákladů na pracovní sílu a složitosti povolovacích procesů. Mezi hlavní bariéry patří byrokracie, právní nejistota v některých oblastech, nedostatek kvalifikované pracovní síly a místy nepředvídatelné regulační zásahy.

2. Přímé zahraniční investice ČR v zemi Objem českých přímých investic v dané zemi je relativně omezený, avšak s rostoucím trendem zejména v oblasti průmyslové výroby, strojírenství, ICT a energetiky. Mezi nejvýznamnější české investory patří firmy působící v oblasti obranného průmyslu a energetiky. České podniky vnímají daný trh jako perspektivní s ohledem na rostoucí poptávku po technologiích a know-how, přičemž zajímavé příležitosti se otevírají také v fitech digitalizace veřejné správy a modernizace infrastruktury. Pro české investory může být výzvou rozdílné podnikatelské prostředí, jazyková a kulturní bariéra nebo lokální regulační rámec, nicméně při správném nastavení strategie lze daný trh efektivně využít jako vstupní bránu i pro širší region.



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 velkorysý národ, dává 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 zdejšími 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 ožíváním 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 administrativa 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 zauímají dlouhodobě tři společnosti – Sony, Nintendo a Microsoft. Tyto tři herní značky jsou v USA nejznámější, 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 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 „sprátelených“ 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 i dlouhodobě neúspěšný boj s obezitou, 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 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

Spojené státy představují náročný trh, kde neplatí žádná zvláštní známa z evropského prostředí. Konkurence je silná a úspěch vyžaduje sebevědomí, trpělivost a ochotu investovat čas i prostředky. Přestože se komunikační postupy v mnoha odvětvích postupně sjednocují, české exportní firmy by neměly podceňovat kulturní specifika jednotlivých regionů USA. Obchodní partneři se mohou výrazně lišit stylem jednání, způsobem vyjadřování i očekáváním ohledně rychlosti a přímosti komunikace. Tyto rozdíly je vhodné zohlednit při přípravě na jednání.



4.2 Oslovení

Jak oslovit obchodní partnery?

Ve Spojených státech se obchodní partneři obvykle vyhýbají pozdravům zahrnujícím objímání nebo jiný blízký fyzický kontakt. Profesionální dojem vytvoříte krátkým a pevným podáním ruky, očním kontaktem a přátelským, ale ne přehnaným úsměvem.

Používání křestních jmen je běžné napříč firemní hierarchií. Američané často přecházejí na křestní jména rychle, protože to vnímají jako způsob, jak zjednodušit komunikaci. Zkušenější vyjednavací však mohou při prvním kontaktu s cizinci volit formálnější přístup a oslovovat tituly (Mr., Mrs., Ms.) společně s příjmením. Evropští obchodníci se mohou přizpůsobit situaci a reagovat stejným stylem, jaký zvolí americký partner.

Američané oceňují komunikaci, která je přímá, ale zároveň zdvořilá. Příliš formální styl může působit chladně, zatímco přehnaná neformálnost může být vnímána jako neprofesionální. Je vhodné držet se přátelského, ale střídavého tónu a postupně jej přizpůsobovat dynamice jednání. Ironie a sarkasmus se mohou snadno špatně interpretovat, a proto je lepší je v úvodu vynechat.

Při představování je běžné uvést nejen jméno a pozici, ale také stručně popsat roli v projektu. Američané oceňují jasné vymezení kompetencí, protože jim to pomáhá rychle pochopit strukturu týmu. Pokud se jednání účastní více osob, je vhodné představit každého člena věcně a bez zbytečných detailů.

V e-mailové komunikaci je běžné oslovovat partnera křestním jménem již od první zprávy, zejména pokud je tón korespondence neformální. Pokud si nejste jisti, můžete začít formálněji a přejít na křestní jméno až poté, co to učiní druhá strana. Američané preferují stručné a jasné e-maily, které rychle přecházejí k podstatě věci.

V obchodním prostředí USA se klade důraz na pozitivní a vstřícné vystupování. Úsměv a přátelský tón jsou považovány za součást profesionálního chování. Krátký small talk na začátku schůzky je běžný a pomáhá navodit příjemnou atmosféru. Vhodná témata zahrnují cestování, sport nebo místní zajímavosti.

Americká obchodní kultura je různorodá. Na jihu může být komunikace vřelejší a osobnější, zatímco na severovýchodě bývá styl jednání přímočařejší a rychlejší. Přizpůsobení se místním zvyklostem může výrazně přispět k úspěchu obchodního jednání.



4.3 Obchodní schůzka

Obchodní jednání ve Spojených státech může probíhat v kanceláři, během pracovní snídaně nebo oběda. Pokud se schůzka koná v restauraci, je běžné zahájit obchodní rozhovor brzy, často po objednání jídla. Američané mají tendenci jasně vyjadřovat své postoje a očekávají stejnou transparentnost i od partnera. Při rozhovoru obvykle neskáčou do řeči a oceňují věcnost. Je vhodné vyhnout se ostré kritice USA, ale zdvořilá a konstruktivní poznámka je přijatelná.

Dochvilnost a efektivní využívání času jsou klíčové hodnoty. Schůzky trvají obvykle 30–60 minut a mají jasnou strukturu. Pokud se zpozdíte, je nezbytné partnera co nejdříve informovat. Styl komunikace je přímý a zaměřený na výsledky. Američané preferují jasná stanoviska a konkrétní návrhy.

V obchodním prostředí hraje roli kulturní citlivost, zejména pokud jde o menšinové skupiny. Je vhodné respektovat kulturní a náboženské odlišnosti partnerů. Americká obchodní kultura je orientovaná na efektivitu a očekává, že každá příležitost bude dobře připravena a schopna prokázat hodnotu.

Američané oceňují pozitivní a proaktivní přístup. Očekává se schopnost rychle reagovat a nabídnout řešení. I složitější úkoly jsou často vnímány jako zvládnutelné v krátkém čase. Podnikání je chápáno pragmaticky – riziko je součástí procesu a neúspěch není ostudou. Začít znovu je běžné a společensky přijímané.

Nadšení při jednáních je vítané, pokud je přiměřené situaci. Američané si váží partnerů, kteří působí vstřícně a energicky. Usmívání je běžné a pomáhá vytvářet příjemnou atmosféru. Zároveň je důležité respektovat osobní prostor – fyzický kontakt je omezen na potřesení rukou.

Small talk je běžnou součástí schůzek, ale Američané rychle přecházejí k jádru věci. Jednání bývá zaměřené na dosažení konkrétních výsledků. Klíčové je být efektivní, soustředěný a schopný přizpůsobit se tempu partnera.

Regionální rozdíly jsou výrazné. Severovýchod je dynamický a rychlý, jih pohostinnější a osobnější, středozápad praktický a přímočarý. Západní pobřeží působí uvolněněji a je otevřené inovacím. Tyto rozdíly je vhodné zohlednit při plánování jednání.

Alkohol se na obchodní schůzky obvykle nehodí, ale po úspěšném jednání není neobvyklé setkat se na skleničku. Kouření je ve většině vnitřních prostor zakázáno a je možné pouze venku.

Dress code bývá konzervativní, zejména ve financích a tradičních odvětvích. V technologických firmách, zejména na západním pobřeží, je běžnější neformálnější oděv. Je vhodné přizpůsobit se firemní kultuře a regionu. V restauracích vyšší kategorie se neklade velký důraz na formální oděv. Personál bývá přátelský a ležerní, což často odráží i přístup hostů. Normy oblékání se liší podle oboru, seniority i místního klimatu. Přizpůsobení oděvu konkrétní situaci pomáhá zachovat profesionální dojem.



4.4 Komunikace

Komunikace při obchodních jednáních může být díky tlumočnickovi výrazně efektivnější, zejména pokud jednáte s mezinárodními klienty. Tlumočnick pomáhá předcházet nedorozuměním a zajišťuje plynulý tok informací. Je důležité vybrat profesionála se znalostí oboru a udržovat oční kontakt s klientem, aby měl pocit, že mluvíte přímo s ním. Pokud plánujete projev, je vhodné poskytnout tlumočnickovi text nebo klíčové body předem. Schůzky s tlumočnickem obvykle trvají déle, proto je dobré počítat s časovou rezervou.

Cizí přízvuk bývá v USA vnímán spíše pozitivně. Američané jsou zvyklí na kulturní rozmanitost a obvykle se snaží porozumět i tehdy, když je třeba větší soustředění. Zpomalíte-li řeč a budete dbát na výslovnost, může se přízvuk stát přirozeným tématem pro navázání kontaktu. Písemné materiály však musí být ve srozumitelné a bezchybné angličtině, protože profesionální úroveň dokumentů je považována za samozřejmost.

V počátečních fázích spolupráce je vhodné vyhýbat se citlivým tématům, jako jsou politika, náboženství, rasové otázky či osobní údaje. Americká obchodní kultura preferuje neutrální témata, která pomáhají navodit přátelskou atmosféru, například sport, cestování nebo volnočasové aktivity. Humor je vhodné používat střídmo, protože ironie a sarkasmus se mohou snadno špatně interpretovat. Respekt k autoritám, jako jsou policie nebo armáda, je v USA silný a vtípkování na jejich adresu je považováno za nevhodné.

Američané se snaží vyjadřovat i nepříjemné věci zdvořile, aby se vyhnuli přímé konfrontaci. Typickým znakem jejich komunikace je jednoduchost a přímost. Při prezentacích je vhodné používat krátká a jasná stanoviska bez zbytečných odboček. Riziko je považováno za součást podnikání a neúspěch není ostudou. Schopnost začít znovu je vnímána jako přirozená součást profesního života.

Písemná komunikace je založená především na e-mailech, které by měly být zodpovězeny ideálně do 24 hodin. Dlouhé odmlky mohou být vnímány negativně. Důležitým faktorem je také časový posun mezi USA a Evropou, který může komplikovat telefonickou komunikaci. Doporučuje se volat během americké pracovní doby, což odpovídá večerním hodinám v Evropě.

Američané mají tendenci řešit záležitosti rychle a očekávají, že partner bude schopen reagovat bez zbytečných prodlev. Ne všichni si časové posuny ihned uvědomí, což může komunikaci dále komplikovat. Zajištění včasné a efektivní komunikace je proto nezbytné pro hladký průběh obchodních vztahů.



4.5 Doporučení

Vyvážet své výrobky do Spojených států je pro mnoho českých exportérů prestižní metou, která však vyžaduje pevné odhodlání, trpělivost a ochotu investovat čas i finanční prostředky. Američtí zákazníci mají vysoká očekávání a nespokojí se s průměrnými produkty. Výrobky mířící na tento trh musí být kvalitní, spolehlivé a schopné nabídnout jasnou přidanou hodnotu.

Klíčovým faktorem úspěchu je vhodný místní partner, který dobře zná prostředí, obchodní zvyklosti a specifika jednotlivých regionů. Nemusí jít pouze o distributora – cenným spojencem může být i konzultant, právník, technologický expert nebo zkušený obchodník se znalostí místního trhu. Správný partner dokáže pomoci s orientací v regulacích, certifikacích, logistice i marketingu.

V počáteční fázi mohou být užitečné také české instituce působící v USA, jako jsou zastupitelské úřady, generální konzuláty, CzechTrade nebo CzechInvest. Tyto organizace poskytují informace, kontakty a podporu, které mohou výrazně usnadnit vstup na trh a snížit rizika spojená s prvotní expanzí.

Úspěch na americkém trhu vyžaduje dlouhodobý přístup, profesionální prezentaci a schopnost rychle reagovat na požadavky zákazníků. Důležitá je také připravenost přizpůsobit produkt či službu místním očekáváním a investovat do budování důvěry a reputace.



4.6 Státní svátky

Nový rok (New Year's Day) – 1. ledna. Začátek nového kalendářního roku, jeden z nejvýznamnějších amerických svátků.

Výročí narození Martina Luthera Kinga Jr. (Martin Luther King Jr. Day) – třetí pondělí v lednu. Připomíná odkaz vůdce hnutí za občanská práva.

Inaugurační den (Inauguration Day) – 20. ledna každý čtvrtý rok. Den složení prezidentské přísahy; federální svátek pouze pro oblast Washingtonu, D.C.

Výročí narození George Washingtona (Presidents' Day) – třetí pondělí v únoru. Den věnovaný prvnímu prezidentovi a obecně všem americkým prezidentům.

Den obětí války (Memorial Day) – poslední pondělí v květnu. Uctění padlých amerických vojáků.

Juneteenth National Independence Day – 19. června. Připomíná konec otroctví v USA a oznámení svobody zotročeným lidem v Texasu roku 1865.

Den nezávislosti (Independence Day) – 4. července. Oslava vyhlášení nezávislosti na Velké Británii v roce 1776.

Svátek práce (Labor Day) – první pondělí v září. Oslava amerických pracujících.

Kolumbův den (Columbus Day) – druhé pondělí v říjnu. Připomíná příplutí Kryštofa Kolumba do Ameriky roku 1492; význam se liší podle regionu.

Den veteránů (Veterans Day) – 11. listopadu. Pocta všem, kteří sloužili v ozbrojených silách USA.

Den díkůvzdání (Thanksgiving Day) – čtvrtý čtvrtek v listopadu. Tradiční rodinný svátek spojený s poděkováním za úrodu a životní hojnost.

První svátek vánoční (Christmas Day) – 25. prosince. Křesťanský svátek narození Ježíše Krista, široce slavený napříč společností.



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 více než 330 mil. 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. 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 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 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 poměrně 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 specifik 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 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 sítě).

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

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.

Od dubna 2025 prošel dovozní režim USA zásadní změnou. V rámci tzv. „Liberation Day“ tarifů zavedla Trumpova administrativa plošné reciproční clo na dovoz z většiny zemí světa. Na základě rámcové dohody mezi USA a EU uzavřené v červenci 2025 a upřesněné v srpnu 2025 platí pro vývoz zboží z EU do USA jednotná sazba ve výši 15 %, která se vztahuje na většinu sektorů včetně automobilů, polovodičů a farmaceutik — přičemž jde o strop, nikoliv základ, takže nedochází k dalšímu navyšování stávajících cel. Na vybrané kategorie — zejména letadla a letecké díly, generická farmaka a některé nenahraditelné přírodní suroviny — se nadále uplatňuje pouze sazba MFN (doložka nejvyšších výhod) bez přírážky. Ocel, hliník a jejich deriváty zůstávají mimo tuto dohodu a nadále podléhají vyšším sazbám, konkrétně 50 %. Dohoda nabyla účinnosti zpětně od 1. srpna 2025 (pro automobily) resp. od 1. září 2025 (ostatní kategorie). Situace v oblasti celní politiky zůstává dynamická a exportérům se doporučuje průběžné sledování aktuálního Harmonizovaného celního sazebníku.

Z pohledu exportéra z ČR tak nyní představuje celní zatížení výrazně vyšší nákladovou položku než v minulosti, přičemž netarifní a regulatorní překážky zůstávají beze změny. Tyto překážky přímo nebrání dovozu zboží do USA, ale jejich plnění (dovozní licence, technická osvědčení, hygienické normy řady federálních agentur) představují výraznou administrativní a finanční zátěž. Příkladem jsou pravidla stanovená FDA (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 a cigaret. Při samotném dovozu zboží pak americké státní orgány (především US Customs and Border Control) vždy zajímá, kdo je dovozcem. Dovozece je jediný 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 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. Obecně se považuje forma místního obchodního zastoupení/distributora na trhu USA za jednu z nejvhodnějších forem zastoupení na trhu USA s ohledem na náklady.

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 tato forma vhodná jen pro kapitálově silné firmy s exportní minulostí na trhu USA. 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. V kontextu aktuální vlny reshoringu a přílivu zahraničních investic do USA se zřizování LLC stalo ještě dostupnější díky rostoucímu počtu specializovaných poradenských firem, které tento proces kompletně zajišťují.

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. 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 produktu a jeho geografickém zacílení. Teprve na tomto základě lze doporučit marketingovou agenturu s produktovou specializací a konkrétním 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 lehce 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 za účelem vyhledání svého obchodního partnera lze doporučit zaměřit se 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 rozvíjícím 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. Perfektní angličtina s použitím ustálených odborných termínů i lokálně používaných jednotek se předpokládá.

Strategie mobilní komunikace je dnes nutnou součástí marketingu. Prakticky každá větší firma nabízí mobilní aplikaci, s jejíž pomocí si zákazníci mohou koupit zboží se slevou nebo jiným benefitem. Stále důležitější roli hrají platformy Instagram, TikTok a LinkedIn v závislosti na cílové skupině. TikTok přitom prošel v roce 2025 bouřlivým obdobím legislativních snah o zákaz, nicméně k dubnu 2026 zůstává v USA dostupný. Inzerci na Facebooku využívají zejména firmy cílící na starší demografické skupiny, zatímco Instagram a TikTok dominují v segmentu mladších spotřebitelů.

Obchodní časopisy, oborové magazíny a technické publikace jsou stále užitečnou a dostupnou formou pro propagaci průmyslových zařízení, strojů a materiálů. Inzerci v hlavních denících využívají pouze velké americké a nadnárodní společnosti. Televizní reklama je využívána velkými výrobci spotřebního zboží a firmami poskytujícími finanční služby. Stále poměrně rozšířenou formou je poštovní letáková reklama, tzv. „Direct Mailing“, efektivní při správném geografickém zacílení.



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 nejsou signatářskou zemí Haagské úmluvy (ochrana designu).

K získání patentové ochrany je nutné vynález registrovat u US Patent and Trademark Office (USPTO) vždy v úzké spolupráci s patentovým právníkem. Registrace pro USA proběhne u úřadu USPTO za asistence právního experta. Registrace ochrany autorských práv se formálně nevyžaduje, ale doporučuje; příslušným úřadem je 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 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, www.copyright.gov, 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 (FAR). V dubnu 2025 podepsal prezident D. Trump exekutivní příkaz, který inicioval rozsáhlou reformu FAR s cílem zjednodušení procesů, odstranění zastaralých ustanovení a zvýšení flexibility pro dodavatele. Nové znění FAR je postupně implementováno od podzimu 2025. Mezi hlavní změny patří zrušení některých dříve povinných doložek týkajících se rovnosti příležitostí a přístupnosti (tzv. DEIA pravidla). Dalšími základními předpisy v oblasti 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.).

Veřejné zakázky na lokální a státní úrovni představují objemově velmi významný trh. Roční výdaje těchto vlád v příslušných tendrech činí zhruba 4,5 bil. USD. V USA je každoročně vypsáno na 450 tis. veřejných zakázek pokrývajících řadu významných sektorů americké ekonomiky. Evropské společnosti jsou ve veřejných zakázkách na státní úrovni ve stejné pozici jako jiné americké společnosti z jakéhokoliv jiného státu a nevztahuje se na ně „Buy American Act“, který se uplatňuje při tendrech na federální úrovni nebo v situacích, kdy jednotlivé státy Unie financují projekty z federálních peněz. Trumpova administrativa v letech 2025–2026 přistoupila k aplikaci „Buy American“ pravidel výrazně důsledněji, což je třeba při přípravě nabídek do federálních tendrů zohlednit.



5.6 Platební podmínky, platební morálka a řešení obchodních sporů

V USA jako právním státě s vysokou mírou individualismu a osobní iniciativy probíhá značné množství právních sporů, jejichž vedení či hrozba jimí patří mezi poměrně běžnou součást podnikání. Konzultace amerického právníka či právníka se znalostí amerického práva je v takové situaci doporučeníhodná, jakkoliv často drahá. 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 zvyklostem v ČR pamatují na i velmi hypotetické situace. Doporučujeme sjednat prodejní smlouvu zahrnující Všeobecné prodejní podmínky, tzv. „General Terms of Sale“ (GTS), včetně stanovení právního řádu a arbitrážní doložky. Velká většina podnikatelských subjektů v USA jedná poctivě, ovšem rizikem mohou být řízení o ochraně před věřiteli, která nejsou na vysoce konkurenčním trhu výjimečná. 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 detaily k cestování do USA je možné kontaktovat stránky [Velvyslanectví USA v Praze](#) nebo sledovat webové stránky MZV ČR.

I. Víza pro obchodní nebo pracovní činnost

B-1 Víza (Business Visitor)

H-1B Víza (Specialty Worker / Professional)

L-1 Víza (Intra Company Transferee)

E-1 & E-2 Víza (Treaty Traders and Investors). Pozn. víza E-1 pro účely mezinárodní obchodu nejsou pro ČR možná (jakkoliv ČR usiluje o změnu), existuje ovšem možnost E-2 pro investory

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 (jak je uvedeno výše, pro ČR možnost E-1 není v současnosti z důvodu nastavení americké legislativy možná)

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. Epidemie covidu přinesla v letech 2020-2021 nárůst zločinnosti, včetně násilné (mj. u vražd či krádeží motorových vozidel). V roce 2023 i 2024 začal počet vražd a celkově kriminality, zejména násilné, klesat. Fenoménem USA je značné rozšíření střelných zbraní a vysoký počet úmrtí souvisejících se zbraněmi, včetně incidentů s větším počtem obětí.



5.8 Zaměstnávání občanů z ČR

Problematika zaměstnávání Čechů je provázána s vydáváním víz (podrobněji viz kapitola 5.7). Federální minimální mzda v USA zůstává od roku 2009 na úrovni 7,25 USD za hodinu, ovšem většina států má svoji vlastní, vyšší minimální mzdu (např. Kalifornie 16,50 USD, stát Washington 16,66 USD pro rok 2025; řada dalších států ji průběžně zvyšuje).

V oblasti zdravotní péče platí, že má v USA vysokou odbornou úroveň a současně patří ve světovém srovnání k nejdražším. Dobré zdravotní pojištění u renomované zdravotní pojišťovny vyjde zhruba na 400–500 dolarů na osobu měsíčně. Státní nemocnice obvykle účtují za stejné úkony několikanásobně nižší sazby než soukromé nemocnice v bohatších oblastech. Ve Spojených státech není lékařům a nemocnicím dovoleno odmítnout pacienta v ohrožení života, ovšem po propuštění budou náklady vymáhány, a to i do ciziny. Při cestách do USA je nejlepší prevencí pojištění s dostatečně vysokými limity.

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 (Medicare) 1,45 % z objemu mezd zaměstnanců; zaměstnanec odvádí totéž ze své mzdy. Zaměstnancům s platem nad 200 tis. USD ročně má zaměstnavatel povinnost strhnout dodatečných 0,9 % na Medicare. Mzdový strop pro odvod Social Security činí pro rok 2026 částku 184 500 USD (oproti 176 100 USD v roce 2025).

V USA existuje řada pordenských a právních kanceláří, specializovaných na imigrační a komerční právo. Kontakt na tyto firmy je k dispozici na internetových stránkách zastupitelských úřadů působících v USA.

Vybrané internetové stránky: American Association of Immigration Lawyers – www.aila.org, American Bar Association – www.americanbar.org, Legal Information Institute – www.law.cornell.edu.



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 např. na následujících internetových stránkách: www.globalsources.com, www.tsea.org, www.tradeshowweek.com, www.expo-central.com, www.tsn.com. Ke specifickým sektorům je třeba se zaměřit na příslušné průmyslové asociace, či pořadatelské organizace.

Vybrané výstavy a veletrhy v USA:

Consumer Electronic Show CES, 6.–9.1.2026, Las Vegas, NV

NAMM International Music Market, 20.–24.1.2026, Anaheim, CA

National Western Rodeo and Stock Show, 10.–25.1.2026, Denver, CO

National Farm Machinery Show, 11.–14. 2. 2026, Louisville, KY

Miami International Boat Show, 11.–15. 2. 2026, Miami, FL

NAHB International Builders Show (největší rezidenční stavební veletrh v USA), 17.-19.2.2026, Orlando, FL

CONEXPO-CON/AGG (největší stavební veletrh v USA), 3.-7.3.2026, Las Vegas, NV

NAB Show (Media & Entertainment Tech), 18.-22.4.2026, Las Vegas, NV

Mezinárodní veletrh domácích spotřebičů a vybavení – The Inspired Home Show, 10.–12. 3. 2026, Chicago, IL

WCX SAE World Congress Experience 2026 (autonomní vozidla a elektrifikace), 14.–16. 4. 2026, Detroit, MI

NRA Show 2026 (hotelnictví, restaurátorství, gastronomie), 17.–19. 4. 2026, Houston, TX

Craft Brewers Conference 2026 (pivovarnictví), 20.–23. 4. 2026, Philadelphia, PA

Vinexpo (víno a lihoviny), 29.–30. 4. 2026, Miami, FL

The Offshore Technology Conference OTC, 4.–7. 5. 2026, Houston, TX

Xponential 2026 (dronové technologie), 11.-14.5.2026, Detroit, MI

Michigan Defense EXPO 2026 (obrný a bezpečnostní průmysl), 11.-14.5.2026, Detroit, MI

EAA AirVenture Oshkosh Fly-In 2026, 20.–26.7.2026, Oshkosh, WI

International Manufacturing Technology Show (IMTS - strojírenský veletrh), 14.–19.9.2026, Chicago, IL

AAPEX Automotive Aftermarket Products Expo, 4.–6.11.2026, Las Vegas, NV.



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

Adresy zastupitelských úřadů (včetně Czechtrade), pracovní doba, telefony, emaily, ideální spojení z letiště a z centra města.)

Pokud je PROPEA, tak doplnit kontakt.



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

Kontakty viz. název podkapitoly + další důležitá telefonní čísla



6.3 Důležité internetové odkazy a kontakty

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