



„Podnikání“ v kultuře a sportu

TEMA

technika | ekonomika | marketing | aktuality



01

Čtvrtletník
Okresní hospodářské
komory Most
číslo 1 | ročník 5 - březen 2010

Kultura a sport – statky veřejné

... rozhovor s Jiřím Pešem, str. 5 – 7

Co vy na to, paní radní

... rozhovor s Janou Ryšánkovou, str. 13 – 14

HOP/TROP

... kulturní a sportovní ZAPEKLITOSTI Mostu,
str. 18 – 19

Komora
s.r.o.



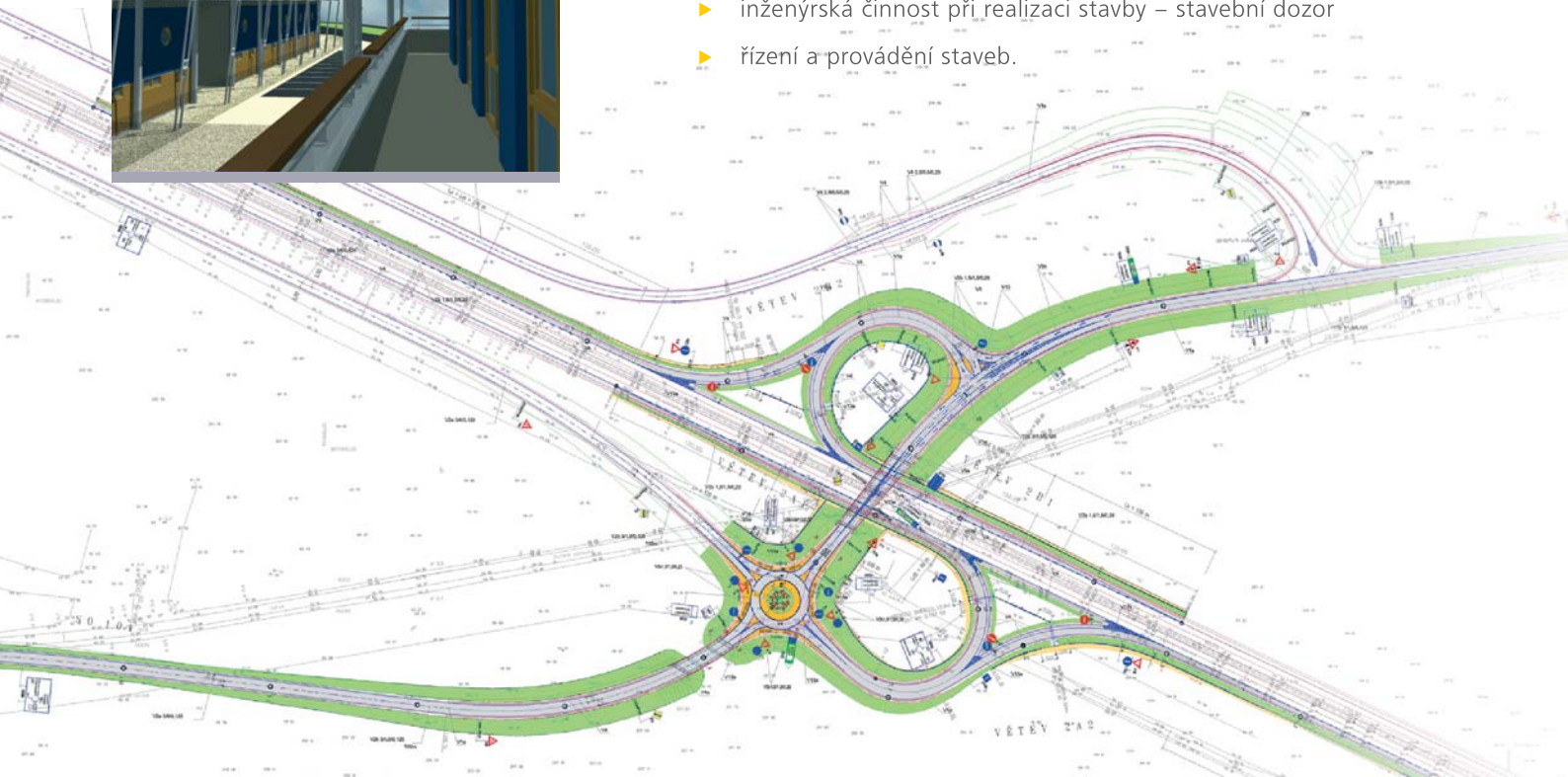
Jiří Pehe

Hlavní činností společnosti ARTECH spol. s r. o. jsou projektové práce a související inženýrská činnost a dále odborné vedení a řízení staveb. Tyto činnosti jsou s ohledem na komplexnost a ucelenost poskytovaných služeb doplněny o realitní a nezbytnou obchodní činnost. Společnost poskytuje služby zákazníkům ve všech sférách, tj. veřejnému sektoru (státní správa, místní samospráva, rozpočtové, příspěvkové a další neziskové organizace) a podnikatelském sektoru (právnícké i fyzické podnikatelské subjekty).

KOMPLEXNÍ NABÍDKA SLUŽEB



- ▶ technicko ekonomické studie, studie proveditelnosti
- ▶ obstarání průzkumů, posudků, geodetických prací a dalších podkladů
- ▶ dokumentace a posudky hodnocení vlivu na životní prostředí (EIA)
- ▶ územně plánovací podklady a dokumentace včetně inženýrských činností
- ▶ dokumentace a inženýrské činnosti k územnímu řízení
- ▶ dokumentace a inženýrské činnosti ke stavebnímu řízení
- ▶ dokumentace pro provedení stavby – realizační projekty
- ▶ dokumentace a inženýrské činnosti pro vyhledání zhotovitele stavby, organizace výběrových řízení, odborná spolupráce při zadávání veřejných zakázek
- ▶ autorský dozor projektanta při realizaci stavby
- ▶ inženýrská činnost při realizaci stavby – stavební dozor
- ▶ řízení a provádění staveb.



Motto volně od pana Murphyho:

Pozor, přáteli, světlo na konci tunelu může pocházet z reflektorů vlaku jedoucího proti tobě.



Vážení čtenáři,

při zpracování edičního plánu na letošní rok jsme se rozhodli, že v předvolebním období zvolíme nekonfliktní téma a dáme slovo problematice jakéhosi podnikání v oboru kultury a sportu. Jak se záhy dočtete, moc se nám ta nekonfliktnost opět nepovedla a rozpory ve financování a existenci těchto společensky velmi žádoucích činností nás dovedly do konfrontace názorů s politickým prostředím, jak tím teoretizujícím, tak i praktickým.

Z našeho komorového pohledu chceme poodhalit problematiku působení podnikatelů a manažerů předmětných institucí na straně jedné, na straně druhé pak i prezentovat pohledy našich firem, které jsou v současné době pod neustálým tlakem o mecenášství, sponzorování, reklamu a ostatní donátorské aktivity. Ovšem v současné době, kterou jsme si již zvykli nazývat vše omlouvající „krizí“, je to ve firmách velmi těžké a i instituce přímo navázané na státní rozpočet mají obdobné problémy. Např. jen MŠMT avizuje schodek v prostředcích na podporu sportu pro letošní rok ve výši více jak jedné miliardy korun a avizované schodky v rozpočtech obcí a krajů jasně predikují jejich priority, kde asi kultura a sport nebudou.

Při diskusích a úvahách na dané téma jsme se dostali k zásadnějšímu a principiálnějšímu pohledu na věc, a to z pohledu politické odpovědnosti. Ono totiž nelze nalézt žádnou jinou, kam úspěch či fiasko v kultuře a sportu ve všech souvislostech zařadit. Pojem politické odpovědnosti zaplnil značnou část

následujících stránek. Za přečtení určitě stojí teoretizující filozofický pohled na věc od pana Jiřího Pehe v hlavním rozhovoru. K tomu pak zajímavé vlastní definice politické odpovědnosti stávajících poslanců a senátorů, kteří z celého evidenčního a osloveného počtu v našem kraji odpověděli. K problematice se vyjadřuje také další z hostů na našich stránkách, za problematiku kultury gesční paní radní Ústeckého kraje Jana Ryšánková, u níž mne pobavila představa dirigenta ve fraku s logem hlavního sponzora na zádech. Z úrovně kraje jsme se dostali k nám do regionu a paní Lucie Bartoš se vydala s notesem po mosteckých „zapeklitostech“, které zcela jistě dělají těžkou hlavu politickým představitelům, pokud o nich vědí a já věřím, že ano. Jejich prezentace není obžalobou, ale motivací politického a podnikatelského prostředí k soustředění sil a prostředků k žádoucímu řešení. Byl jsem ve velkém pokušení komentovat některá „čísla bez komentáře“, ale jsou bez komentáře – tak je to na každém z vás. Jiří Mann si opět pohrál se svým slovníčkem a s trochou pragmatičnosti opět přichází naše KOMORA s. r. o.

Za zamyšlení stojí jistě dnešní rubrika JOJO s panem senátorem Tomášem Töpferem.

Vážení čtenáři,

v druhé části úvodních slov jsem se v předcházejících číslech vždy věnoval glosování dění v politice. Teď v předvolebním období tak neučiním, i když témat by se jistě našlo moc. Jen snad jedině. Česko dostalo jedno z dalších varování o možném snížení ratingu ve vztahu ke státnímu dluhu, nezačne-li jej v režii budoucí stabilní vlády snižovat. A kdo neumí dohlédnout na reálné dopady, ať si to prosím nechá vysvětlit.

Závěrem bych si dovolil toto. Prosperující a bezpečná Česká republika je našim společným cílem - jen ty cestičky k němu se nám jaksi klikatí a pak logicky prodražují. Tak je pojďme společně narovnávat. Nechme už toho bojování a dejme se konečně do budování.

Přeji krásné jarní dny.

Rudolf Jung

JO-JO

Jedna otázka – jedna odpověď



Pane senátore,

všechno v poslední době ukazuje na to, že náš stát nebohatne. Nebohatne hmotnými statky, ale bohužel asi ani statky ducha. Podnikatelé jsou pod neustálým tlakem od kulturních a i sportovních institucí všeho druhu se žádostí o sponzorování a různé podpory. Jako jakýmsi společenským garantem za životaschopnost kultury jsou ovšem instituce navázané na státní rozpočet, ale ani tady není jaksi nazbyt.

Jak vidíte vy v této atmosféře (pokud se na ní shodneme) postavení kultury jako statku, který není samoživitelny a je byt společensky nepřijatelný v případě nouze jako zbytečný na řadě jako jeden z prvních.

Vážený pane!

Vaše obsáhlá otázka je tak trochu návodem k odpovědi. Kultura je opravdu velmi široký pojem. Máme například také kulturu stolování a s tou na tom nejsme tak špatně. Pak je také politická kultura a s tou už je to horší. Pokud bychom z tohoto širokého pojmu vyjmuli umění, především umění živé, a z něj například divadelní, tak na tom jsme (alespoň v Praze) skoro nejlépe v Evropě. Na procenta ze svého rozpočtu vynakládá Praha opravdu značné prostředky. Bohužel nejsou asi vždy rozdělovány a přerozdělovány nejlépe.

Zatím máte pravdu v tom, že většina zdrojů pro kulturu je navázaná na státní rozpočet.

Pokoušel jsem se zahájit diskusi o zavedení daňových asignací (návrh mám vypracován).

(pokračování na straně 4.)

OBSAH

TEMA

technika | ekonomika | marketing | aktuality

vydává: Okresní hospodářská komora Most,
Višňová 666, 434 01 Most, tel.: 476 206 517,
email: imp@ohk-most.cz, www.ohk-most.cz

vedoucí redakce: Mgr. Iva Čerňanská
redakční rada: předseda Ing. Roman Viktora
členové: Ing. Martin Hauptvogel,
Pavel Matějka, Mgr. Iva Čerňanská,
Lucie Bartoš, Lenka Povová

sazba a tisk: Reklamní agentura Daniel s. r. o., čtvrtletník
náklad: 2500 výtisků, povolení MK ČR E 16676
Distribuci zajišťuje Mediaservis s. r. o. Případné reklama-
ce uplatňujte na telefonním čísle: 724 553 119.
neoznačené fotografie: archiv OHK Most

Editorial, JoJo 3

Obsah 4

Kultura a sport – statky veřejné 5 až 7

Fotbal to je hra - sport a peníze 8

Čísla bez komentáře 9

Certifikace v oblasti kultury a sportu 10 a 11

Golfové podnikání 12

Jak to vidí paní radní 13 a 14

Anketa - Politická odpovědnost 15 až 16

Sponzorství: financování a ideály 17

Kulturní a sportovní zapletitosti Mostu 18 a 19

Sport a kultura očima sponzora 20

Znáte přísná pravidla byznys oblékání? 21

Nevážně vážně o vážné hudbě 22

Co se do TEMA nevešlo: Politická odpovědnost:

celá odpověď RSDr. Vlastimila Balína bude uveřejněna v e-TEMA

Celé znění časopisu a něco navíc najdete na www.komora.cz/ohk/most/default.aspx v sekci e-TEMA.

JO-JO

Jedna otázka – jedna odpověď

(pokračování ze strany 3.)

To je možnost pro právnické nebo i fyzické osoby nějaké jedno či dvě procenta z daní z příjmu poukázat na kulturní (charitativní, zdravotní a pod.) účely dle zákona. To není nic nového. Takový systém existuje v mnoha zemích. Nejbližší například na Slovensku. Jistě to není samospasitelné, ale výběrem daní a jejich přerozdělením přes rozpočet se zcela zákonitě z té sumy něco ukrojí a ztratí. Dokonce místní podnikatel dohlédne lépe na „kulturní“ a neziskové aktivity ve svém regionu. Má dokonce lepší šanci ohlídat, jak se s prostředky naloží. Na takovou právní úpravu

ovšem není v tuto chvíli dostatečně velká podpora. Možná díky finanční krizi, ale také díky neochotě politiků. Vždyť by sami ztratili jednu z možností, jak rozdělovat, tedy vládnout. Jak jinak je adorován například hejtman, který „milostivě“ přidělí dotaci (z veřejných prostředků), než politik, který žádným rozpočtem ve prospěch věcí veřejných nedisponuje. Navíc, když si vymíní, jako pan Rath, že v propagaci akce bude uvedeno, že ji podpořil on, tedy jmenovitě!, ačkoliv je to z rozpočtu kraje.

Mimochodem všimněte si, že v tisku se nedozvíte, kdo sponzoroval, nebo spíše podpořil tu kterou kulturní akci. Sponzoři bývají zamlčovani. V médiích se uvádět nemohou (ani v médiích veřejné služby), neboť by to byla skrytá reklama. Při pohledu na kterýkoliv domácí sportovní přenos v těžce veřejnoprávní televizi neuvidíte pořádně ani kotouč, jak plné je kluziště reklam

a na dresech nepřečtete jméno hráče. Máte dojem, že hraje Škoda proti Zepтеру! Jak pak můžete sehnat sponzora pro kulturní akci, když ho nesmíte ani jmenovat. To chceme od svých partnerů už čiré mecenášství.

Mimochodem v metropolích na západ od nás už si dávno spočítali, že každé euro vložené do uměleckého či kulturního projektu nepřináší „pouze“ duchovní hodnoty, ale vrací se v podobě dvou i více eur zpět do rozpočtu. Na daních pro stát i v přínosu pro komunální rozpočet. Podpora zábavního průmyslu, jehož je živé umění součástí, se jeví (alespoň v civilizovaných zemích) jako velmi dobře vynaložená investice.

Je mi líto, že nemám více času, který by si toto téma zasloužilo.

Tomáš Töpfer

Kultura a sport – statky veřejné



K diskusi k hlavnímu tématu prvního letošního čísla jsme vyzvali tradičně předsedu OHK Most pana Rudolfa Junga a pana Jiřího Pehe, dnes ředitele New York University v Praze, kde též přednáší. Vede zároveň Pražský institut pro demokracii, ekonomii a kulturu Newyorské university (PIDEC). Přednáší také na Fakultě sociálních věd University Karlovy.

Pánové, téma je dané. „Podnikání v kultuře a sportu – sponzoring“ v kontextu politické odpovědnosti.

Jung:

Předně, pane Pehe, dovolte, abych vás přivítal na stránkách našeho časopisu. Téma, které jsme pro toto číslo vybrali, nemá zdánlivě s podnikatelským prostředím, kterého je komora reprezentantem, mnoho společného. Ale je tu to velké ale. Zejména kultura, a dejme tomu malé sporty, se v současné době ocitají v nezavidělné situaci. Klesá výkonnost ekonomiky, která pro tradiční finanční garanty napojené na státní rozpočet negeneruje dostatek prostředků a co si budeme povídat, sponzorská aktivita firem v době krizí také není nijak oslnivá a už vůbec ne vynutitelná. Paradoxem je to, že se všichni shodneme na potřebnosti a nezastupitelnosti kultury i sportu v životě společnosti. Ale obé jsme dali a stále více dáváme z jakési idealizované duchovní formy do „spárů“ našeho obchodního zákoníku. Z provozovatelů kultury se stali prakticky podnikatelé, řešící stejné problémy jako každý jiný podnikající subjekt. Ovšem s malým rozdílem. Svě „zboží“ nemohou z řady důvodů realizovat na trhu za ekonomické ceny, ale minimálně mzdové požadavky a materiálové vstupy do jejich podnikání jsou věčně i filozoficky stejné. A protože

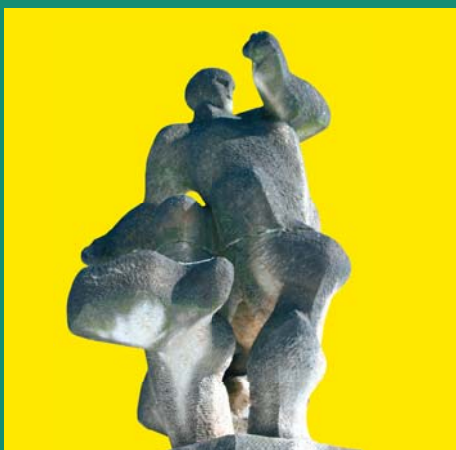
náš stát nebohatne zcela určitě statky hmotnými, dalo by se diskutovat, zda tomu není tak i u statků duchovních, pak se naskytá otázka, jak by to tedy mělo a mohlo být, když asi nechceme od kultury přejít k jakési společenské kulturistice. Je podle vašeho názoru čeho se obávat?

Pehe

Děkuji za pozvání k diskusi o důležitém tématu. Kultura a v jistém ohledu i sport jsou veřejné statky. Pokud se ta která společnost rozhodne na ně aplikovat jenom nebo převážně jenom kritéria tržní ekonomiky, pak se musí připravit na to, že například místo kultury bude mít jakousi, jak jste to trefně nazval, společenskou kulturistiku. Tedy jakési sociálně-darwinistické klání mezi institucemi a jedinci s největšími svaly, nikoliv ale nezbytně s největší hodnotou. Vyspělé společnosti řeší tento problém dvěma základními způsoby. Buď se o kulturu i sport stará v mnohem větší míře než u nás stát, což se děje například ve Francii, nebo stát poskytuje v podobě zákonného rámce soukromému sektoru řadu výhod a úlev, pokud dává peníze na kulturu, sport nebo občanskou společnost obecně. Některé země, třeba Nizozemsko, praktikují vybalancovanou kombinaci obou přístupů. Obávám se, že náš problém spočívá v tom, že kulturu, potažmo sport, nepodporuje dostatečně velkoryse ani přímo stát, ani nejsou nastavena pravidla umožňující to též soukromému sektoru.

Jung:

Ona nás sice historie učí, že „Nouze naučila i Dalibora housti“, ale to už snad je za námi. Těžko odolávám pokušení rozvinout diskusi na téma: co je ještě kultura a která mazanina je mazaninou a co je již dílem génia – tedy v co se promění dejme tomu ty všemocné peníze. Omlouvám se těm, kteří snad v dobré víře si sami mezi sebou nastavili kritéria uměleckého vkusu a v nich mezi sebou soutěží a oceňují se – jen ti obyčejní to „moderno“ jaksi nechápou. Jen jeden příklad - v době výstavby nového Mostu byli občané povinně obdařeni některými výtvy sochařů, nad kterými zůstával



i rozum stát. S hořkým úsměvem vzpomínám na rádooby moderně vyvedenou sochu fotbalisty, která dala restauraci u příslušného sportovního komplexu lidový název „U mrzáka“. Ale tím jsem se nenuceně přenesl do sféry sportu. On se v průměru pohybuje ve stejných filozofických dimenzích jako kultura. Má ovšem v obecném pojetí nepopíratelnou výhodu. Daleko více neorganizovaných lidí se cítí být sportovci než umělci. Tato masovost přináší podnikatelům dobrý obchod, a to je bezesporu dobře. Trochu rozpaků budí stav v organizovaném sportu, zejména v některých kolektivních disciplínách. Ten je zcela závislý na podnikatelském prostředí a vytvořil si svět sám pro sebe. Nastavil si svá vlastní pravidla a ty jsou společensky akceptována. Ve kterém jiném oboru je například tolerován prodej „člověkospportovce“, a to za cenu, která hypoteticky spadnoucí do klína řediteli lečjakého divadla by na něm zanechala jistě zdravotní újmu. I výtržnosti a ničení majetků se stalo jakási běžnou záležitostí a nikoho to již z míry nevyvede – jen ty policajty navíc musí někdo zaplatit. A dalo by se jistě pokračovat.

Myslím si, že v minulosti, dejme tomu do konce 19. století, byla kultura a sport v jakémisi souladu kultury duše i těla. Dnes jede sport až na ty některé excesy dál, v podstatě společensky přijatelnou formou, ale kdo si za pár desítek, či stovek let vzpomene na některá dnešní díla a kulturní počiny. Toto je ovšem dilema pro sociology, politology a politiky.

Pehe:

Přiznám se, že se necítím být dostatečně povoláný k tomu, abych se pokoušel určit, jaká kulturní díla nebo sportovní činnost si zaslouží podporu. Pokud na ně přispívají soukromě podnikatelé, musí si tuto otázku nejspíš rozhodnout sami, i když by si možná měli nechat odborně poradit, neboť špatně zvolený objekt soukromého sponzorství může dobře mínícího podnikatele třeba i poškodit.

Více mě zajímá otázka, jak určovat, co si zaslouží podporu z veřejných peněz. Tam by samozřejmě, stejně jako všude jinde, kde se investují veřejné peníze, měla existovat jasně nastavená kritéria, úcta k pravidlům hry, průhlednost. To, co se stalo například v případě návrhu Národní knihovny z dílny architekta Jana Kaplického, prozrazuje nejenom velkou míru voluntarismu ze strany politiků, ale také poměrně velkou míru obecně sdílené neúcty k pravidlům hry.

Což mně přivádí k otázkám etiky, jak politické, tak například mezi podnikateli. Kapitalismus měl v sobě v době svého vzniku zakódovány jisté etické principy, které sociolog Max Weber popsal jako „protestantskou etiku“. Vydělávat peníze skrze podnikání nebyl jen soukromý projekt, ale také altruistická činnost. Tomu odpovídala jistá pravidla nastavená politikou, která zabezpečovala, že dárcovství nebude zneužíváno k daňovým únikům, praní špinavých peněz apod. Obávám se, že toto



prostředí, které dodnes dobře funguje třeba v USA nebo ve skandinávských zemích, se u nás zatím plně neobnovilo. I proto kultura a sport strádají.

Jung:

Víte, pojem veřejných peněz se dostáváme k meritů věci. Mám názor, že v místě realizace jsou to jen jedny peníze. Je pouze rozdílný pohled na ně. Jinak je vidí ten, kdo je musí vydělat, v dobré víře a v rámci daňových pravidel je v části odevzdá „správě věcí veřejných“ k přerozdělení a část jich užije pro sebe, nebo na bohubilé veřejné projekty. Jinak to také vidí ten, kdo je na konci tohoto kolečka jako politik, nebo jeho prodloužená státní ruka přímo, či nepřímo realizuje ku prospěchu všech a také těch, kteří je musí vydělat. Protože peníze jsou společenskou energií, chcete-li „palivem“, roztáčející mašinerii správy státu, pak se musíme také logicky dostat k odpovědnosti. U podnikatelů je to z hlediska odpovědnosti jasné. Jsou to jejich peníze a chybná nebo diletantská rozhodnutí jdou v plné míře k tíži jen a jen jich samých. Navíc stát je v určitých případech žene i k osobní trestní odpovědnosti. V té druhé polovině realizace je to složitější. Zde, nejde-li o trestný čin zneužití, se vše schová v pojmu politické odpovědnosti, která není nijak definována a její selhání ani nijak sankcionováno. Nepovažujeme-li ovšem za sankci osobní „katastrofickou“ vizi příštího nezvolení. Já si myslím, že ten konečný výsledek v oborech o kterých se bavíme, tedy kultura a sport, spadají do všeobjímajícího prostoru té politické odpovědnosti, protože v rámci jí se právě i v těchto oborech, stanovují pravidla i podmínky existence a žádoucího rozvoje. Ale k tomu se ještě jednou vrátím. Nejdříve bychom se měli pozastavit nad základní definicí politické odpovědnosti, kterou jsem nikde nenašel, každý z politiků si ji vysvětluje po svém – vysvětluje-li si ji vůbec. Vůbec diskutabilní je sice definovaný pojem etiky, ale v praxi? Kde např. dřímala etika, když v USA vznikla finanční krize, která nás také zasáhla, i když si ji mnozí „naši“ vysvětlují jako bílko omluvenku svých rádobyodborných počínů. Proto vás prosím o nějakou filozofii.

Pehe:

Když mluvím o etice v kapitalismu, mám v kontextu naší diskuse na mysli především jistá zažitá pravidla dárcovství a altruismu, která se vyvinula například v anglosaském světě. To, že nedávno selhala jiná etická pravidla, například ve velkých korporacích a finančních ústavech, je jiná otázka, která má co do činění s krizí globálního kapitalismu obecně.

Pokud jde o způsoby, jakými lze pomáhat například kultuře nebo sportu, existují, jak už jsem naznačil, různé modely. V USA se tak děje převážně přímo, bez velkého přerozdělování na úrovni vlády, v Evropě se spíše osvědčil model vládní pomoci s pomocí veřejných peněz. Oba modely mají své výhody a nevýhody, jisté ale je, že u nás nefunguje dobře ani jeden, ba ani nějaká kombinace obou.

Pojem „politické odpovědnosti“ v tom všem hraje důležitou roli a úzce souvisí s pojmem politická kultura. V zemích, kde jakási politická odpovědnost funguje, se rozumí samo sebou, že politici a veřejný sektor obecně mají přidanou odpovědnost ve srovnání s průměrnými občany, protože zastupují velké množiny lidí, a musí se na jejich chování tudíž uplatňovat speciální, řekněme nadstandardní, kritéria. U nás bohužel politická odpovědnost zatím příliš nefunguje, a i proto je pochopitelné, že existuje například jistá nedůvěra podnikatelů svěřovat peníze na podporu například kultury a sportu politikům.

Jung:

Jsem rád, že se v podstatě shodujeme v tom, že kultura a sport spadají do sféry jakési politické odpovědnosti, protože ono není kam jít. Ale zkuste vymyslet nějakou idealizovanou definici té politické odpovědnosti jako jakýsi etalon pro výklad pro realitu dneška. Nám se to zatím dotazem politikům na jiné straně tohoto čísla TEMA nepodařilo.

Pehe:

Dovoluji si citovat z jednoho textu, který jsem na téma politické odpovědnosti napsal už před několika lety. Je ale pořád platný.

Na rozdíl od osobní odpovědnosti toho kterého politika za jeho činy, má „politická odpovědnost“ jistou nadosobní rovinu. Je to koncept, který může mít v různých společnostech různé významy, jež se odvíjejí od toho, zda je politika chápána především jako morální činnost, zakotvená v osobním vztahu politika k systému mravních hodnot, nebo naopak především jako spíše odmorálovaná uskutečňování racionálních (popřípadě více či méně ideologických) návrhů pro fungování společnosti, prosazování skupinových zájmů nebo boj o moc.

Řečeno jinak, chápání pojmu „politické odpovědnosti“ úzce souvisí s tím, jak daná společnost obecně chápe politiku především, zda převažuje názor, že do politiky patří nebo nepatří morálka. V morálně „neutrálním“ prostředí je politická odpovědnost často redukována na pouhou taktiku: politik musí být opatrný, aby se nedopustil jistých chyb a přehmatů (a nepoškodil tak nejen svou politickou kariéru, ale také svou stranu). A pokud se politik dopustí něčeho nepatřičného, je vyvození „politické odpovědnosti“ často používáno jen jako morálně neutrální úniková cesta.

Ve společnostech s vyvinutější politickou kulturou, než je ta česká (zejména tam, kde morálka hraje v politice jistou roli), za určitých okolností funguje politická odpovědnost tak, že pomáhá, aby se personifikovala určitá politická selhání, jichž se dopustily nižší složky státní moci nebo někdo, koho je těžké identifikovat. Demokratická společnost se pak může s takovými selháními vypořádat a očistit se.

Politik tak na sebe za určitých okolností bere vinu a přijímá trest za něco, co sám neučinil, ale za co tak jako tak nese v očích veřejnosti obecnou odpovědnost, neboť k problémům došlo například v rámci jeho resortu. Ministr vnitra například může být vyzván k odstoupení kvůli nezdařenému policejnímu zásahu, se kterým má on sám jen málo společného, neboť jej sám neplánoval a byl proveden policejním velitelem, na kterého ministr sám ani osobně nedohlíží.

Tento typ politické odpovědnosti je morální fikcí svého druhu - nicméně fikcí, která je pro zdárné fungování demokratických společností velmi důležitá.

V nevyzrálé české demokracii tento koncept politické odpovědnosti zatím téměř vůbec nefunguje. Politici se tlakům na odstoupení v případě chyb v jejich sféře působnosti často brání s pomocí argumentů, že oni sami za nic konkrétně nenesou vinu - selhali pouze jejich podřízení. Tento přístup je jen groteskně převráceným argumentem, který slyšíme, když se brání například vykonavatelé různých nepravostí v autoritářských režimech - oni sami nic zlého nespáchali, protože byli jen nástroji těch nahoře.

V obou případech se jedná o totéž. Osobní odpovědnost, opírající se o individuální svědomí, je oddělena od odpovědnosti tzv. politické. Demokratický politik, který tvrdí, že nemá důvod odstupovat kvůli vážným chybám ve svém resortu, protože se těchto chyb dopustili podřízení, které ani nezná, je jen zrcadlovým odrazem byrokrata, který své pochybení hájí tím, že jen v rámci daného systému slepě vykonával příkazy shora, ačkoliv mu snad jeho vlastní svědomí napovídalo, že s takovými příkazy není vše v pořádku.

Jung:

Z rozsahu textu je zřejmé, že jsme se dotkli citlivého tématu, na který má zcela jistě každý jiný názor. Určitě ale by to chtělo dívat se na problematiku, které jsme se věnovali i z pohledu podnikatelského prostředí a občas se k tomuto pohledu také vracet.

Mohl byste se pokusit naši debatu nějak filozoficky s potřebnou mírou racionality uzavřít?

Pehe:

Myslím, že z naší debaty vyplývá, že podnikatelé u nás, zejména ti poctiví a slušní, začínají hledat způsoby, jak pomáhat občanské společnosti, konkrétně třeba kultuře nebo sportu. Český stát jim to ovšem nijak neusnadňuje, spíše stojí v cestě. Věci se ale možná začínají měnit k lepšímu. Už to, že jste se prostřednictvím vaší publikace rozhodli vyvolat na toto téma diskusi, je povzbudivé.

Pěstování kultury dárcovství a spoluúčasti na věcech veřejných ze strany podnikatelů je ovšem běh

na delší trať, který vyžaduje postupnou změnu politické kultury jako celku.

Masaryk kdysi řekl o první republice, že - velmi volně parafrázováno - je to zatím demokracie bez demokratů. Když byl tázán, jak dlouho bude trvat vybudování plnohodnotné demokracie, tedy demokracie s demokraty, odhadnul to na dvě generace. Podle Starého zákona, připomněl Masaryk, strávil Mojžíš se svým lidem dvě generace na poušti poté, co jej vyvedl z egyptského otroctví. Podle Masa-

ryka se zde skrývá poselství: trvá dvě generace, než se národ otroků přemění v sebevědomý národ s úctou ke svobodě.

Myslím, že téma naší diskuse velmi úzce souvisí s touto generační přeměnou. Některé věci lze udělat už nyní, jiné ovšem vyžadují čas a vývoj. Možná dalších 20 let svobody.

Pánové, děkujeme za názory. Redakce

inzerce



inzerce

DTS Vrbenský, a.s.



Naše služby pro Vás

Zemní práce Jsme specialisté na zemní práce, sanace a rekultivace, nakládání s nebezpečnými odpady, odstraňování ekologických zátěží, včetně výstavby ekologických staveb, skládek a vodo hospodářských staveb.

Doprava Zajistíme pro Vás komplexní autodopravu, pronájem nákladních vozidel včetně pronájmu autojeřábů a zvedacích plošin. K dispozici máme výkonné sklápěče značky Volvo včetně souprav, valníky, tahače a cisterny pro přepravu PHM, vozidla do terénu pro přepravu osob a mnoho další dopravní techniky.

Servis Zajišťujeme servis zemních strojů značek Komatsu, Caterpillar, Volvo, Unex a další. Opravujeme nákladní vozy značek Volvo, Tatra, Praga, IIAZ, Ross-Viza a Avia. Pro široký okruh nákladních vozidel Mercedes-Benz nabízíme možnost využití služeb našeho autorizovaného servisu, včetně nově vybudovaného pneuservisu.

Správnou cestou

DTS
VRBENSKÝ
Czech Coal Group

Fotbal to je hra – sport a peníze



V dnešním příspěvku nebudu přinášet žádné nové objevy. Již druhý rok se s problémem sportu v krizi totiž zabývají tisíce manažerů.

Globální finanční a ekonomická krize významně ovlivnila hospodaření sportovních klubů v celé naší republice. První nákladovou položkou, na kterou společnosti zaměřily své úspory, jsou reklama, sponzorství, charitativní činnost či jiné dárcovství. Chtěl bych zde jasně deklarovat, že se tomu vůbec nedivím a z ekonomického hlediska to i chápu.

Já mohu především komentovat dění ve fotbale. Krize se dotkla drtivě většiny profesionálních klubů či fotbalových občanských sdružení působících v kopané. Nejhorší na celé záležitosti je rychlý a dramatický pokles výnosů z reklamních či sponzorských smluv. Prakticky ze dne na den vám partneři sdělí, že nemají prostředky na pokračující spolupráci. Dochází dokonce k rušení již uzavřených sponzorských smluv. Těžko se vysvětluje jejich zaměstnancům, kterým snižují platy či je propouštějí, a že zároveň financují profesionální fotbalový klub.

K tomu se přidává i sekundární dopad krize na obchodní vztahy v rámci Českomoravského fotbalového svazu. Kluby si přestávají platit či prodlužují splatnost vzájemných závazků. Hráčský trh v České republice v období krize téměř neexistuje. Kluby hráče nekupují, nýbrž si je pouze „půjčují“ na omezenou dobu formou hostování. Toto se týká i dříve finančně silných klubů, které v minulosti hráče nakupovaly.

Krize se samozřejmě nevyhnula ani akciové společnosti FK Baník Most a Fotbalové akademie Josefa Masopusta. Klub musel samozřejmě reagovat na krizi částečným a někdy i výrazným snížením nákladů především v profesionálním fotbale. Platy hráčů se dostaly v průměru na nejnižší úroveň od doby mého působení v FK Baník Most. Nelze však snižovat počet zaměstnanců, spotřebu tepla, vody a elektrické energie. Nelze snižovat náklady na dopravu na zápasy, neplatit splátky a úroky z úvěrů a další „mandatorní“ výdaje. Při výchově několika stovek mladých sportovců v naší akademii nelze z roku na rok snížit finanční podporu, nelze přestat platit trenéry, vedoucí týmů, lékařů, masérů a dalších spolupracovníků. Tím by došlo ke snížení kvality přípravy a zdravotní péče a děti by nás začaly opouštět. Ty by byla opravdu velká škoda. Abychom dosáhli plánovaných výnosů, musíme „prodávat“ talentované hráče. Někdy je to velmi bolestné, neboť můžeme snížit kvalitu profesionálního týmu a fanoušci to oprávněně kritizují.

Šťěstím našeho klubu a akademie je ta skutečnost, že naším většinovým vlastníkem je společnost SIAD Czech spol. s r.o., která pokračuje ve financování našeho projektu. Další naší výhodou je pokračující podpora města Mostu, která míří především k mladým sportovcům.

Založením Fotbalové akademie Josefa Masopusta jsme se na jednu stranu stali významným hráčem v mládežnickém fotbale v Čechách, ale na druhou stranu jsme se zavázali dlouhodobě financovat zdravý rozvoj mladých občanů města Mostu.

Navíc spoluprací s Josefem Masopustem jsme se zavázali nepoškodit jeho jméno a jakýmkoliv způsobem snížit kvalitu přípravy mladých fotbalistů.

Všichni doufáme, že krize brzy pomine. Nejsem si však jistý, zda se podpora firem sportu někdy vrátí na úroveň, která zde byla před krizí.

Ing. Petr Kabiček,
předseda představenstva FK Baník Most



Čísla bez komentáře

1. Celkový počet podnikatelů se v loňském roce zvýšil o 61 tisíc na celkových 2 173 659. Nyní tak podniká každý pátý Čech.
2. Jen 1/3 českých domácností má finanční rezervu na krizi.
3. 27 000 000 000,- Kč chybělo koncem minulého roku na státním důchodovém účtu.
4. Bez práce je v současnosti cca 580 000 lidí, kteří čerpají měsíčně podporu od státu ve výši 1,3 miliardy korun.
5. V Evropě má zájem studovat technické obory asi 15 % populace, v asijských zemích chce studovat technické obory cca 60 % populace.
6. Ministerstvo školství oznámilo, že na podporu sportu chybí více jak jedna miliarda korun.
7. 2,63 milionu osobních aut jezdících v ČR je starší 10 let, je to téměř 60 %.
8. 400 miliard korun zaplatí Češi v příštích 20 letech na poplatcích na podporu zelené energie. Neumožní-li zákon od ledna 2011 razantní pokles výkupní ceny, může suma stoupnout až na 800 miliard.
9. Z celé řady zahraničních obchodních komor působících v Česku, jen např. Americká obchodní komora zastupuje 475 společností, Britská obchodní komora 253 a Česko – Německá obchodní komora 540 společností.

12345678920542

inzerce

Zatím jste nás ještě
nenavštívili?

S poškozeným
sklem Vám osobně pomohu...



AutoSklaServis Weber

- Mechanické zabezpečení vozidel
- Opravy a výměny autoskel
- Bezhotovostní vyřízení pojistných událostí
- Tažná zařízení
- Čištění interiérů vozidel

www.autosklaservis.cz

MOST: Žatecká 3304 mobil: 723 126 543 **TEPLICE:** Zimní stadion mobil: 608 976 666

Certifikace v oblasti kultury a sportu

Certifikace subjektů provozujících sportovní nebo kulturní činnost je záležitostí spíše okrajovou. O to více příslušnými certifikacemi, zejména v oblastech sportu, disponují dodavatelé, případně osoby, které se na sportovních a tréninkových procesech podílejí. Namátkou můžeme uvést např. dodavatele sportovní výživy, trenéry a instruktory, dodavatele sportovního vybavení a sportovních pomůcek, sportovní laboratoře a další komerční subjekty, které v příslušných oblastech působí.

Význam komerčních subjektů ve sportu a kultuře je zcela samostatnou kapitolou, v níž nejvýznamnější úlohu sehrávají firmy, které sponzorují, případně jinak podporují aktivity, bez nichž si řada, zejména okrajových sportů nebo alternativních kulturních zařízení neumí svou činnost představit. I tato podpora však často vychází z vnitřních procesních pravidel a certifikací podnikatelských subjektů, v nichž se zavazují k sociálně odpovědnému podnikání, do něhož nedílně patří i podpora mimořádných aktivit v regionech, v nichž působí.

Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility, známá jako CSR) je dobrovolně integrování sociálních, environmentálních a ekologických hledisek do firemních procesů, činností a pracovních návyků. Být společensky odpovědnou firmou je i v zájmu podnikatelského subjektu. Odpovědné chování zvyšuje kladné vnímání subjektu veřejností, zvyšuje loajalitu zaměstnanců, snižuje fluktuaci, ve svém důsledku zvyšuje produktivitu práce a přináší firmě dlouhodobě udržitelnou konkurenční výhodu. Předpokladem úspěchu je systematický přístup, kdy odpovědné chování navazuje na obchodní strategii, hodnoty a poslání. Jde o to volit takové aktivity, které odpovídají charakteru podniku a očekávaní klíčových neboli zainteresovaných stran. Obchodní společnosti spoluvytvářejí svůj obraz podle toho, jaké oblasti společenského života věnují své prostředky. Praxe ukazuje, že aktivity spojené se společenskou odpovědností firem jsou nejčastěji směřovány do sportu a kultury. Firmy, které se rozhodnou věnovat patřičnou pozornost společensky odpovědnému podnikání, mají řadu možností, jak využít mezinárodně platné standardy upravující tuto oblast. Jedná se zejména o normy **SA8000, ISO 26000, Investor in People** ad.

Sponzorství však není jen záležitostí obchodních společností. Na sponzoringu se mohou podílet i nadace a fondy či významné osobnosti, v jejichž případě už ale často přechází do sféry mecenášství.

Sponzoring je ve srovnání s reklamou vnímán veřejností pozitivněji.

Často je velice těžké se orientovat v základních pojmech, které tuto složitou oblast provázejí. Sponzor se vydává za dárce, lobbista za sponzora, soukromý prospěch za veřejný zájem a podobně. Nenechme se tedy dále klamat a zasadme situaci vždy do správného kontextu. Snad k tomu může posloužit i tradiční slovníček, který na těchto stránkách pravidelně uveřejňujeme:

Mecenáš (Sponzor) – je termín latinského původu a znamená podporovatel umění a věd. Název vznikl podle jména starořímského myslitele a diplomata G. C. Maecenata, který podporoval skupiny básníků. V současné době se slovo mecenáš používá pouze v omezené míře a stále častěji je nahrazováno slovem sponzor.

Donátor – je termín latinského původu („donare“



darovat, věnovat). Je takto označována osoba, která na vlastní náklady vytvořila měřitelnou hodnotu a tuto hodnotu odkázala darovacím dokumentem (deklinací) nejčastěji veřejné společnosti. Rozdíl mezi donátorem a mecenášem (sponzorem) je v rozdílném přístupu v dosažení návratnosti daru. Sponzor se podílí pouze na úhradě části nákladů.

I poskytnuté příspěvky však mohou mít různou formu. Je nutné rozlišovat, zda se jedná o granty, reklamu a související marketingová plnění, dary, či jiné formy:

Grant – slovo je převzato z angličtiny. Jedná se o příspěvek na veřejně prospěšný účel, který se obvykle získává ve veřejné soutěži na základě předloženého grantového projektu. V našich podmínkách se jím obvykle míní podpora vědeckých, výzkumných, případně i kulturních projektů, poskytovaná institucemi. Zejména v USA má slovo grant širší význam a většinou zahrnuje i soukromou dobročinnost.

Dotace – většinou označuje peněžité dar nebo

dar podobnou peněžitou úhradou ze strany státu nebo územněsprávního celku, subjektu v zájmu poskytování služeb, které jsou ve veřejném zájmu. V některých oborech se dotace provádějí formou úhrady prokazatelné ztráty (např. veřejná doprava), případně zákonem definovaného přiměřeného zisku. Často bývá poskytnutí dotace vázáno na jistou míru vlastní spoluúčasti příjemce (dotace tvoří pouze podíl z částky vynaložené jejím příjemcem). Pod pojmem dotace lze chápat pomoc od soukromého subjektu, potom je ale ovšem vhodnější užít termín charita či dar (např. sponzorský). Pojem dotace se někdy používá i v souvislosti se spotřebitelskými cenami různých produktů, pak se však spíše jedná o subvenci.

Subvence – je termín latinského původu („subvenire“ přijít na pomoc) znamená systematickou hmotnou podporu nebo výpomoc z veřejných prostředků. Nepoužívá se pro veřejné výdaje na školství, zdravotnictví, obranu, sociální pomoc a po-

dobně, kde se z veřejných prostředků hradí většina nákladů, ale například v zemědělství.

Dar – je úkon, jehož obsahem je dobrovolně převést něco žádaného či cenného z majetku dárce do vlastnictví obdarovaného, a to bez protihodnoty (např. zaplacení).

Charita – je termín latinského původu („caritas“ slitování, smilování) obvykle označuje dobrovolné dobročinné akce na pomoc trpícím nebo potřebným lidem (dětem, starým lidem, sociálně slabým, nemocným apod.). V praxi může nabývat různých forem, počínaje peněžitými i věcnými dary a konče prací vykonávanou zdarma pro dobročinnou, humanitární či charitativní organizaci.

Filantropie – je termín řeckého původu („filein“ milovat a „anthrósos“ člověk - láska k člověku) znamená humanisticky motivovanou dobročinnost, dávání peněz, zboží, času nebo úsilí pro podporu obecně prospěšného účelu, zpravidla v delším časovém horizontu a s jasně definovanými cíli. V obecnější poloze lze filantropii pojmut jako po-

čin, který směřuje k podpoře a zlepšování kvality života. Lidé, kteří jsou známi pro své filantropické počiny, se nazývají filantropové.

Příspěvková organizace – je termín vycházející z anglického „semi-budgetary organization“. Je právnickou osobou zřízenou k plnění úkolů ve veřejném zájmu. V ČR upravuje základy právního postavení příspěvkových organizací zákon o rozpočtových pravidlech státu a zákon o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů. Podle nich zřizují příspěvkové organizace organizační složky státu a územní samosprávné celky, a to pro takové činnosti v jejich působnosti, které jsou zpravidla neziskové a jejichž rozsah, struktura a složitost vyžadují samostatnou právní subjektivitu. O vzniku příspěvkové organizace vydává zřizovatel zřizovací listinu. Příspěvková organizace hospodáří s peněžními prostředky získanými vlastní (resp. hlavní) činností a s peněžními prostředky od jiných osob, především z rozpočtu svého zřizovatele. Zřizovatel poskytuje příspěvkové organizaci příspěvek na provoz v návaznosti na výkony nebo jiná kritéria jejich potřeb. Forma příspěvkové organizace je v České republice velmi častá vzhledem k tomu, že příspěvkové organizace hojně vykonávají činnost zejm. škol a školských zařízení, dále muzeí, knihoven nebo nemocnic.

Obecně prospěšná společnost – je právní formou nestátní neziskové organizace. Činnost obecně prospěšných společností je upravena zákonem o obecně prospěšných společnostech. Účelem obecně prospěšné společnosti je poskytování obecně prospěšných služeb uvedených v zakládacím listině. Obecně prospěšná společnost (o. p. s.) vzniká dnem zápisu do rejstříku obecně prospěšných společností vedeným příslušným soudem. Zakladateli o. p. s. mohou být fyzické i právnické osoby. Obecně prospěšná společnost může vlastním jménem podnikat v rámci tzv. doplňkové činnosti, případný zisk musí být použit na poskytování obecně prospěšných služeb, pro které byla obecně prospěšná společnost založena.

Nadace – je termín vycházející z anglického „foundation“. Podle českého práva se jedná o účelové sdružení majetku zřízené zakladatelem nebo zakladateli k dosahování obecně prospěšných cílů. Jedná se o právnickou osobu, která má vlastní statutární orgány, ty však směřují s majetkem nadace disponovat jen v souladu s příkazy obsaženými v nadačním listině nebo v závěti, již byla nadace zřízena. Účel nadace nesmí dodatečně měnit nikdo, ani její zakladatel.

Marketing (marketink) – je termín vycházející z anglického „market“ neboli trh a koncovky „ing“, která v angličtině zpravidla vyjadřuje děj, pohyb, akci. Úkolem marketingu je uspokojení zájmů zákazníků a prodávajících na trhu vzájemně prospěšným způsobem. Jedná se o samostatnou vědní disciplínu, zahrnující obrovské spektrum činností týkajících se ceny, produktu, prodejních systémů, vztahů s veřejností apod.

Reklama – je termín latinského původu („reklamare“ křičeti). Dnešní definice reklamy říká, že reklamou se rozumí přesvědčovací proces, kterým jsou hledáni uživatelé zboží, služeb nebo myšlenek prostřednictvím komunikačních médií. Je jí tedy jakákoliv placená forma propagace výrobku, služby, společnosti, obchodní značky nebo myšlenky, která má za cíl především zvýšení prodeje.

Informace o realizaci projektu s finanční spoluúčastí EU a státního rozpočtu ČR

Číslo projektu: 2.2 ITP02/127
Název projektu: IS pro dynamické plánování a řízení výroby
Celkové náklady: 3,818.399,- Kč

Společnost **YSEN holding s.r.o.**, IČ 48293881, se sídlem Litvínov - Záluží, Areál s.p. DHL, PSČ 435 14, realizuje investiční projekt z **Operačního programu Podnikání a inovace**, jehož hlavním cílem je dosažení kvalitativně vyššího potenciálu v oblasti rozšíření firemního informačního systému a pořízení dalších prvků ICT.

Jádrem projektu jsou investice do pořízení nových služeb v oblasti informačních technologií, především software a hardware v oblastech:

- Implementace ERP/CRM včetně konfigurace a přizpůsobení optimalizovaným procesům a organizační struktúře,
- implementace IS řešení pro podporu podnikové administrativy a řízení jakosti v oblastech správy dokumentů, archivace dat, podpora procesů podle ČSN EN ISO 9001:2009.

Projekt je prostřednictvím **Operačního programu Podnikání a inovace** financovaný **Evropským fondem pro regionální rozvoj**.



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI

Informace o realizaci projektu s finanční spoluúčastí EU a státního rozpočtu ČR

Číslo projektu: 2 ITP02/326
Název projektu: Zkapacitnění ISPAS
Celkové náklady: 4,620.193,- Kč

Společnost **PAS Procesní Automatizační Systémy s.r.o.**, IČ 402 29 319, se sídlem Most, U města Chersonu 1715, PSČ 434 01, realizuje investiční projekt z **Operačního programu Podnikání a inovace**, jehož hlavním cílem je dosažení kvalitativně vyššího potenciálu v oblasti rozšíření firemního informačního systému a pořízení dalších prvků ICT.

Jádrem projektu jsou investice do pořízení nových služeb v oblasti informačních technologií, především software a hardware v oblastech:

- Implementace ERP/CRM včetně konfigurace a přizpůsobení optimalizovaným procesům a organizační struktúře,
- implementace IS řešení pro podporu podnikové administrativy a řízení jakosti v oblastech správy dokumentů, archivace dat, podpora procesů podle ČSN EN ISO 9001:2009.

Projekt je prostřednictvím **Operačního programu Podnikání a inovace** financovaný **Evropským fondem pro regionální rozvoj**.



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI

Golfové „podnikání“

Golfový klub v Mostě vznikl 11. 6. 1993 a je tak jedním z nejstarších „porevolučních“ klubů v bývalém Československu. Jeho činnost je realizována formou občanského sdružení registrovaného Ministerstvem vnitra České republiky.

V počátcích byl klub „dívkou pro všechny“. Staral se o své členy, pořádal turnaje, sháněl reklamu, pečoval o hřiště, provozoval občerstvení i cvičnou louku, vedl si účetnictví i veškeré další činnosti ve vlastní režii. Každá dobrovolnost a nadšení však má své meze. Postupně došlo k zásadnímu rozšíření členské základny a logickému zvyšování požadavků na kvalitu hřiště vč. úrovně zázemí. Do hry vstoupila neustále se zvyšující konkurence i počet nových hřišť v dojezdové vzdálenosti, které jsou mosteckému přímou konkurencí. I golfově podnikání se přitvrdilo. S rozvojem trhu dochází ke stále většímu profilování odborných firem, které přebírají a za úplatu provádějí řadu z činností, dříve zajišťovaných klubem - například údržbu hřiště, provoz občerstvení a driving range, reklamu, provoz golfového simulátoru ad.

Rozvoj golfového „byznysu“ však s sebou nese i spoustu nešvarů, známých z jiných oblastí a přitahuje i řadu spekulantů, kterým jde pouze o vlastní prospěch přesto, že řada z nich jsou zároveň i golfisty. Stačí otevřít jakékoliv golfové časopisy nebo specializované servery a dočtete se o manipulacích s pozemky a podivných prodejích místními samosprávami (Rožnov pod Radhoštěm), uzavírání příjezdových cest (Letňany), nutnosti měnit design hřišť v důsledku nedohody s majiteli pozemků (Šilheřovice), pokutách za špatnou výstavbu (Ústí nad Labem), rušení hřiště a zánik klubu (Větrní), spory o název (Františkovy Lázně), krádežích klubového vybavení (Brno), případně místních referendech (Klánovice) nebo arbitrážích (Cihelny). Mostecký golf i přes veškeré problémy a nejasnosti kolem výstavby nového hřiště prozatím zůstává těchto extrémů ušetřen a přáním vedení klubu i jeho členů je, aby to tak i nadále pokud možno vydrželo.

Stoupající náročnost materiálových, energetických, organizačních i finančních vstupů však není eliminována přiměřeně vzrůstajícími příjmy golfového klubu, které v převážné míře tvoří pravidelné roční příspěvky vlastních členů, tzv. roční green fee, tedy poplatky za neomezené užívání hřiště. Při všech jasně popsatečných důvodech má golf jednu nezpochybnitelnou výhodu – není omezen krátkým aktivním věkem, v němž sportovec disponuje nejvyšší fyzickou silou, ale lze ho hrát od nejtěplejšího až po velmi pokročilý věk. A většinou, kdo jednou

začne, toho to již nepustí. Pro golfový klub má tato výhoda měřitelný prospěch – golfista platí celý život a golfový klub je tu především proto, aby pro něj především zajistil sportovní činnost.

Finanční krize je patrná i v golfu. Ochota reklamních partnerů se snižuje, neboť pečlivě kalkulují efekty, které reklamou získají. Stagnuje počet komerčních turnajů, za které zákazníci platí pronájem hřiště a asistenci při turnajích, snižuje se i počet cizích hráčů, kteří za svou hru na mosteckém hřišti platí. Jedinou cestou, jak předcházet problémům, je prokazatelné zvyšování kvality hřiště a rozšiřování služeb, poskytovaných golfovým klubem, případně jeho partnery. Tuto nezbytnost v Mostě naplňujeme řadou malých kroků, které dovolí zvládnout krizi, udržet své místo na golfové mapě a v podvědomí hráčů. Je to jako při hře - řada krátkých, ale přesných přihrávek vede často ke kýženému cíli efektivněji, než nejistý dlouhý drive, který skončí v lese, nehratelné pozici nebo mimo hřiště.

Výhodou mosteckého golfu je jeho příměstský charakter a velmi dobrá dostupnost. Golf tak lze v sezóně hrát od brzkého rána do pozdních večerních hodin, avšak řada lidí považuje v našich klimatických podmínkách golf za ryze letní sport. Ovšem opak je pravdou. Zimní období je ideální pro zahájení přípravy budoucích golfistů. Mostecký golfový klub vlastní golfový simulátor, který provozuje jeden z jeho partnerů, který mu vytvořil místo více než důstojné a které zcela jistě stojí za návštěvu a nahlédnutí do tajů golfu u začátečníků, či zvyšování herní úrovně u ostatních golfistů. Zimní měsíce poskytují dostatek časového prostoru pro zvládnutí prvotních golfových návyků i tréninku základních typů úderů. A až se jaro zeptá, může se i začínající golfista pyšnit znatelnými pokroky a odhodit ostych, který bývá jednou z nejčastějších příčin, pro které se i ti, kteří by golf hrát chtěli, nemohou odhodlat svůj záměr uskutečnit. Jedná se však o obavu zcela lichou. Všichni golfisté mají v paměti své nelehké začátky a na nováčky pohlížej se značným pochopením.

Mostecké hřiště vždy těžilo z příznivé polohy a otevíralo své brány golfistům jako jedno z prvních. Brzké otevření tak podmiňovalo i dobré hospodářské výsledky. Letos se k finanční krizi přidává i dlouhá zima, která sezónu jistě zkrátí. Takže, jaké je klubové podnikání v golfu? Těžké!

Mgr. Josef Dvořák,
prezident I. Golf Club Most, o.s.



Jak to vidí paní radní



Jana Ryšánková

Paní Jana Ryšánková je již dlouhodobě zastupitelkou Ústeckého kraje a v současnosti je členkou Rady kraje ÚK s kompetencí pro oblast kultury a památkové péče, sociálních věcí.

Proto jsme ji požádali o názor na kulturu, možná i v kontextu sportu v Ústeckém kraji, z pohledu její politické odpovědnosti, a to v realitě dnešních dnů. Podnikatelské prostředí signalizuje ochlazení ochoty a snížené možnosti sponzorování do uvedených oblastí a rovněž další aktéři, kterými jsou - města a i kraj, avizují propady v rozpočtech. Tady je každá rada drahá, ale přeci jenom bychom asi neměli nechat zkolabovat i kulturu ve všech jejích nezastupitelných společenských rolích.

Takže paní radní – jak to vidíte Vy. Existuje nějaká vize, prognóza a analýza, jak v kultuře bez šrámů a havárií dál?

Trápí mě obecný pohled na kulturu, rozčilují mě otázky, jestli ji vůbec potřebujeme. Kultura nás obohacuje, posunuje naše vnímání od hmotných hodnot k prožitkům a emocím, ale naše současná společnost je poznamenána tím, že máme krátkodobé perspektivy. Měříme úspěšnost a životní úroveň schopností nakupovat, konzumovat. Spousta lidí si po revoluci řekla, je svoboda, začneme vydělávat, často za každou cenu. Nechci moralizovat, ale patřím k těm, kteří tvrdí, že hned v roce 1990 měla být zavedena přísná kritéria kvality a úspěchu. Má být jediným cílem vybudovat prosperující společnost? Ta je důležitá, ale společnost, která ztrácí vinou zdůrazňování prosperity základní morální kritéria, s tím nemůže dlouho vystačit. Navíc dnes, v době hospodářské recese, se ukazuje, že většina lidí víc přemýšlí o tom, jak trávit volný čas, zážitek v podobě odpoledne stráveného v obchodním centru už přestává táhnout. Každý kraj, náš nevyjímaje, disponuje obrovským množstvím historických památek a přírodních zajímavostí, které stojí za to navštívit a jsem ráda, že se k tomuto způsobu trávení volného času začínáme po dva-

inzerce

FIRECLAY, spol. s r.o. se vzdělává



www.fireclay.eu

Stavební společnost FIRECLAY, spol. s r.o., která provádí stavební a zemní práce v oboru pozemní a průmyslové stavby a žárovzdorné vyzdívky, výrobu a montáž plastových výplní a stavební údržbu v oboru energetiky, teplárenství, chemie, kovozpracujícího průmyslu, výroby stavebních hmot a bytového fondu, klade důraz na rozvoj lidských zdrojů.

Lidské zdroje společnost považuje za jednu ze svých priorit, proto podala žádost o finanční podporu z **OPERAČNÍHO PROGRAMU LIDSKÉ ZDROJE A ZAMĚSTNANOST** na projekt „Vzdělávání zaměstnanců Fireclay, spol. s r. o. pro zvýšení adaptability“, registrační číslo projektu : CZ.1.04/1.1.02/23.00082 a podařilo se jí na školení svých zaměstnanců získat dotaci. Tento projekt je financován z prostředků Evropské unie – Evropského sociálního fondu a z prostředků státního rozpočtu ČR. Bude realizován v období od 1.8.2009 do 31.7.2012.

Výběrové řízení na dodavatele vzdělávacích služeb vyhrála vzdělávací společnost **TEMPO TRAINING & CONSULTING, s. r. o.**, splnila podmínky výběrového řízení.

Cílem vzdělávacích aktivit je zvýšení kvalifikace zaměstnanců a jejich adaptabilita na změny ve firmě a na trhu práce. Vzdělávací program plně vyhovuje profesnímu zaměření potřebám účastníků, je zaměřen na manažerské a měkké dovednosti, prohloubení znalostí envi a RP a také IT. První vzdělávací kurzy odstartovaly dne 12. 11. 2009 a plynule pokračují.

ceti letech vracet. Trápí mě nedostatek peněz pro kulturu, již zmiňované financování kulturních institucí. Stát ustupuje od financování kulturní oblasti, a tak si kulturní instituce budou muset vybudovat nové partnerské vztahy, aby byly s to sdílet s jinými produkční náklady a stávaly se více a více nezávislymi na podpoře z veřejných zdrojů. U nás to bylo dříve také obvyklé, dnes to funguje spíše na západ od nás, např. v Německu. Mnoho kulturních institucí si vytvořilo kroužky přátel a podpůrné kluby. Často to bývají elitní kluby, tvořené nejvýznamnějšími osobnostmi regionu a bohatými společnostmi. Ti poskytují peníze na zvláštní výstavy, pomáhají zakoupit drahé obrazy, nebo někdy např. pro galerii bezplatně pracují, a tím snižují celkové náklady. Jde o model Společensko-soukromého partnerství (SSP) mezi veřejnými institucemi, firmami a bankami. U nás podobné projekty v cestovním ruchu nebo jiných oblastech existují, zatím málo v kultuře. Trápí mě i generační obměna v kulturních institucích, nejvíce v muzeích. Kultura je dlouhodobě podfinancovaná, a to se týká i platů. Mladí vysokoškoláci uměleckých směrů, kteří mohou stávající instituce obohatit o nové nápady a jsou kreativní, se obtížně smiřují s platem 15 tis. hrubého. To se týká i stávajících odborných zaměstnanců, kunsthistoriků, archeologů. V minulém roce sice došlo nařazením poslední politické vlády k navýšení tabulkových platů zaměstnanců, ale vláda jaksi pozapomněla k tomuto navýšení poslat místním samosprávám peníze. Tudiž bylo v praxi obtížné směrnici realizovat, často to bylo na úkor osobního ohodnocení zaměstnanců.

Jaké kulturní akce a obnovu památek kraj podporuje - podle čeho se rada, zastupitelstvo rozhodují, na co kraj přispěje a na co ne?

Každoročně vyhlašujeme řadu dotačních programů z oblasti kultury, ať již na podporu tzv. živé kultury, přehlídek, festivalů, tak na záchranu kulturních památek. Mimo to přerozdělujeme prostředky pro obecní i městské knihovny v regionu v programu Regionální funkce knihoven. Snažíme se také přispívat z krajského rozpočtu na činnost profesionálních souborů zde působících, kterými jsou městská divadla se stálými soubory a Severočeská filharmonie v Teplicích. Bohužel mne netěší, že jsme byli nuceni všechny programy v letošním roce výrazně pokrátit, díky nižší daňové výtěžnosti, která bude letos dle odhadů pro kraj až o čtvrtinu nižší než v předchozích letech. U památek je to obzvláště tristní, protože v našem regionu máme více než 6,5 tisíce kulturních památek, ale značná část z nich je ve velmi zanedbaném stavu. Nejedná se pouze o drobné sakrální stavby, boží muka, kapličky aj., ale i o tak rozsáhlé komplexy jako jsou např. kláštery v Doksanech nebo v Oseku. Musíme si uvědomit, že dříve se hrady, zámky, kláštery udržovaly díky výnosům z celého panství, kde pracovaly stovky lidí. Dnes se památky udržují díky dotacím, což není podle mne optimální. Snažíme se získat od Ministerstva kultury ČR do kraje více peněz na jejich záchranu a z krajského rozpočtu podpořit každoročně část z nich. Rozhodujeme se podle havarijního stavu jednotlivých objektů. Co se týče podpory živé kultury, snažíme se prioritně podpořit krajské a celostátní přehlídky, dále městské slavnosti a festivaly, podpora jde napříč všemi okresy.

Osobně bych si přála, aby kulturním památkám byla věnována větší pozornost a tak jak, velké nadnárodní firmy pravidelně podporují sport, bylo by hezké, kdyby jejich pozornost občas směřovala i do kultury. Jak do té živé, systematickou podpo-

rou kulturních a uměleckých akcí a divadel, tak do záchran památek. Zřejmě tomu zatím brání fakt, že reklamní spot se lépe vyjímá na stadionu nebo na dresu hráče, zatímco herec s logem firmy na zádech by působil poněkud nepatřičně. Ale i v divadle se dá najít vhodná forma pro reklamu mecenáše, jen jsme k tomu ještě nedospěli a máme mylný pocit, že kultura není tak masová záležitost jako sport.

Protože v Ústeckém kraji působí řada zahraničních firem, zejména z oblasti energetiky, chemického průmyslu, ale i další zahraniční investoři, zahájili jsme jednání s nimi o podpoře jednotlivých resortů, které kraj spravuje. A kultura je jedním z nich. Domníváme se, že tyto subjekty by měly být spolu s významnými bankovními domy dalšími „donátory“ kultury a sportu v regionu v tzv. vícezdrojovém financování kultury, neboť jejich vliv na místní životní podmínky je nezpochybnitelný. Nejen na zaměstnanost, ale i na životní prostředí, a proto je na západ od nás dobrým zvykem, že právě největší „hráči“ část svých zisků odvádějí regionu, kde působí. Zakládají spolu se samosprávami veřejno-soukromé korporace k podpoře jednotlivých projektů.

Neříkám, že tyto firmy nic nefinancují, např. prostřednictvím nadací nebo přímých příspěvků obcím, ale domnívám se, že by podpora měla být výraznější. Velká část zisku končí většinou v zahraničí a jsou podporovány obecně prospěšné projekty mimo ČR, což mohu posoudit sama ze svého dřívějšího působení v nadnárodní firmě.“

Děkujeme za váš čas a někdy na počtenou.



Politická odpovědnost

Motto: V morálně „neutrálním“ prostředí je politická odpovědnost často redukována na pouhou taktiku: politik musí být opatrný, aby se nedopustil jistých chyb a přehmatů (a nepoškodil tak nejen svou politickou kariéru, ale také svou stranu). A pokud se politik dopustí něčeho nepatřičného, je vyvození „politické odpovědnosti“ často používáno jen jako morálně neutrální úniková cesta.

Jiří Pehe

K tématu jsme oslovili všechny poslance a senátory v Ústeckém kraji.

Vážený pane poslanče, senátore.

obracíme se na Vás, jako člena zákonodárského sboru a předního regionálního politika, s následující otázkou do březnového vydání časopisu OHK Most - „TEMA“.

Mohl byste našim podnikatelům a čtenářům říci, jak Vy osobně si vykládáte pojem „Politická odpovědnost, případně zodpovědnost“. Chceme se pokusit o nějakou definici tohoto velmi často používaného pojmu, bohužel dle našeho názoru bez jednotícího vnitřního obsahu. Vede nás k tomu to, že náš právní řád až přehnaně přesně definuje a sankcionuje podnikatelskou a občanskou zodpovědnost, ale k definici té politické jsme se nikde nedostali. Byli bychom velmi rádi, kdybychom zejména v předvolebním období k nějakému postojí došli. K tomuto oslovujeme všechny poslance a senátory v našem kraji.

Děkujeme a s pozdravem redakce



Zdeněk Maršíček, poslanec

Politická odpovědnost vychází ze samotné podstaty politiky a o odpovědnosti jednotlivých politiků či politických subjektů rozhodují voliči.

Josef Čerňanský, poslanec

Nejsem žádný politolog ani teoretik, a tak moje názory na politickou odpovědnost budou vycházet z praktických zkušeností komunálního politika a poslance PČR.

Podle mého názoru je politická zodpovědnost souhrnem postojů a názorů lidských, morálních a manažerských. Každý člověk a politik zvlášť by měl mít nějaké zásady, kterými by se měl řídit ve svém soukromém a „politickém“ životě. Osobně jsem se snažil řídit několika zásadami a hlavně se snažil chovat tak, jak jsem si představoval, že by se měli chovat jiní. Pokusím se tyto zásady shrnout do „desatera“ politika.

1. Na všech úrovních, tj. místní, krajské a republikové, pracovat ve prospěch svých občanů.

2. Umět odolat všem „svodům“, které na politika v jeho funkcích čekají.
3. Umět naslouchat lidem, umět s nimi hovořit, i když je to mnohdy obtížné a někdy i nepříjemné.
4. V politické práci dávat přednost dohodě před silovým řešením a mnohdy se nebát přistoupit i na kompromis.
5. S „protivníkem“, tj. s člověkem, který má jiný názor než já, jednat vždy slušně a otevřeně. Nikdy nepřipustit zesměšňování a urážky.
6. Když musím někoho odmítnout, tak rozhodně, ale slušně.
7. Pokud jsem v nějaké řídicí funkci, tak se chovat slušně ke spolupracovníkům a k podřízeným. To ovšem neznamená přehlížení neplnění povinností a úkolů.
8. Sám plnit všechna nařízení a zásady, např. nechodit pozdě do práce.
9. Raději dvakrát pochválit, než jednou vynadat.
10. Tuto zásadu jsem někde převzal: „Nebát se a nekrást“.

Samostatným tématem by bylo tzv. přeběhlictví, tj. když poslanec během volebního období přejde k jiné straně, než za kterou byl zvolen. Víím, že existuje mnoho právních důvodů, proč nemůže být zbaven svého mandátu a na jeho místo nastoupit náhradník. Já osobně bych takové řešení preferoval, a to zejména proto, že by po celé volební období byly respektovány výsledky voleb, které voliči určili svým hlasováním.

Mé názory se nemusí někomu líbit a nemusí s nimi souhlasit. Vycházím ze svých životních zkušeností. Vždy jsem pracoval s lidmi a skutečnost, že mně lidé zvolili čtyři období za sebou starostou města, určitě svým způsobem vyjadřuje spokojenost s mou prací.

Jiří Paroubek, poslanec

Pod pojmem „politická odpovědnost“ si představuji odpovědnost politika – člověka, který byl zvolen v demokratických volbách – za jeho konání ve vztahu k veřejnosti. Pokud byl člověk zvolen za určitý program, nabídl lidem před volbami svou vizi do budoucna a to, jak chce svou funkci zastávat,

měl by se poté, co mu byla veřejností dána důvěra (ve smyslu jeho zvolení v demokratických volbách), udělat všechno pro to, aby své „předvolební sliby“ do puntíku splnil a konal tak, jak od něj lidé, kteří jej volili (ale nejen ti), očekávají.

Demokracie je systém, kdy si lidé volí svého zastupce (ať už do parlamentu, do krajů nebo do komunálních zastupitelstev), aby plnohodnotně zastupoval jejich zájmy v těchto veřejných institucích, a to podle svého nejlepšího svědomí a vědomí.

Věřím, že vám tato má odpověď stačí, v případě dalších dotazů se na mě neváhejte obrátit.

Petr Červenka, poslanec

Pokud se budu držet terminologicky vašeho dotazu politická odpovědnost, je to odpovědnost politika za plnění politického programu své strany, se kterým předstupuje před voliče.

Je odlišná ze stranických pohledů levicového či pravického, jednotlivých stran či uskupení na politické scéně.

Bohužel svým způsobem je politická odpovědnost determinována subjektivním stranickým pohledem na celou škálu řešení problematiky společnosti, bohužel někdy s částečným potlačením osobních náhledů či názorů na konkrétní problematiku.

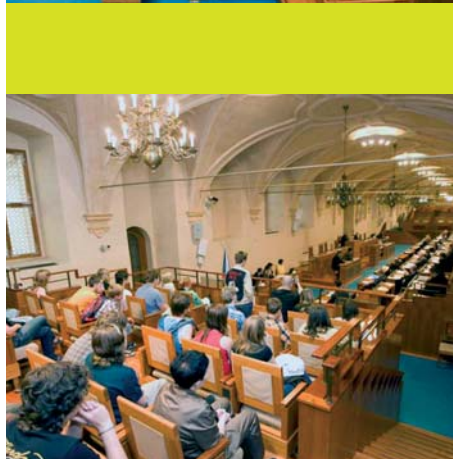
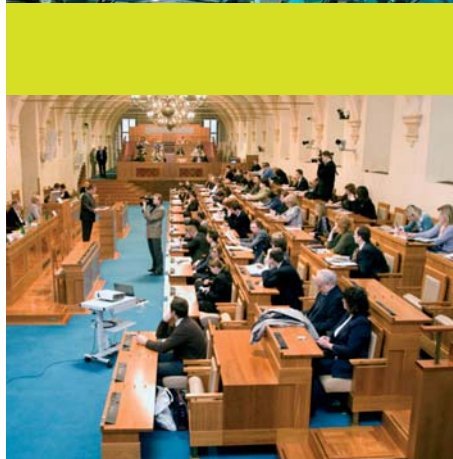
Je značným problémem sjednotit cesty, které mají udržet potažmo zlepšit kvalitu života občanů, ať jsou to východiska z ekonomické krize či reformy systému zdravotnictví, školství, v sociální oblasti či podpory podnikání.

Společně se musíme dohodnout v případě politické odpovědnosti, kde je pravda.

Toto je mé chápání politické odpovědnosti.

Politická odpovědnost – obecně bych ji definoval takto: Politika je činnost, která se tak či onak dotýká všech členů společnosti. Můžeme o ní mluvit jako o správě věcí veřejných, ale také jako o formě společenského diskursu, jehož prostřednictvím se organizuje veřejný prostor a s jehož pomocí veřejnost dospívá k racionálnímu rozhodnutí o svém směřování. Protože všechny politické činy ovlivňují životy mnoha lidí, a protože je politika výkonem moci, kladou se na politiku zvýšené nároky, pokud jde o odpovědnost za jejich jednání, což se projevuje například jistým omezením soukromí.

Politická odpovědnost je osobní odpovědnost politiků za jejich činy. Na rozdíl od osobní odpovědnosti toho kterého politika za své činy, má jeho „politická odpovědnost“ jistou nadosobní rovinu. To může mít v různých společnostech různé významy, jež se odvíjejí od toho, zda je politika chápána především jako morální činnost, zakotvená v osobním vztahu politika k systému mravních hodnot, nebo naopak především jako spíše odmorálovaná uskutečňování racionálních návodů pro fungování společnosti, prosazování skupinových zájmů nebo boj o moc. Jinak řečeno: chápání pojmu „politická odpovědnost“ úzce souvisí s tím,



jak daná společnost obecně chápe politiku, zda převažuje názor, že do politiky patří morálka nebo nepatří.

MUDr. Pavel Sušický, senátor

Určitě jde o zajímavé téma, ale pochopitelně hlavně obecné. A tak jen v obecné rovině se na něj také dá odpovídat. Upřímně řečeno, mezi odpovědností lidskou a politickou by neměl existovat žádný rozdíl. Odpovědnost je schopnost člověka stát si za svými výroky a činy. Odpovědnost znamená i dodržovat dané slovo. Asi taková je základní definice.

Je zajímavé, že politická odpovědnost speciálně u příslušníků levicových stran absolutně ztrácí svůj význam a smysl, pokud jde o možnost cokoli beztržně slíbit, eventuálně přerozdělovat veřejné prostředky a pomyslně si tak zavazovat ty skupiny lidí, které jsou takovým přerozdělením zvýhodněny. Přeneseně se dostávám k jasnému cílovému výroku. Takový populismus není ničím jiným, než politickou nezodpovědností. A i mě trápí, že nezodpovědnost podnikatelská či občanská jsou naprosto přesně vymezeny, ačkoli často jde o případy, kdy se občan, anebo podnikatel něčeho dopustí nevědomky, možná z nedbalosti, ale málokdy úmyslně. Naopak v případě nezodpovědnosti politické jde vždy o předem jasný úmysl. Bez ohledu na dlouhodobé dopady populistických a těžce splnitelných slibů dochází k brutálnímu zadlužování našich vnuků...

RSDr. Vlastimil Balín, senátor

„Politická odpovědnost“ je termín, který odráží nejen angažovanost toho kterého politika, je výrazem uvědomělosti společnosti, jejich občanů ve vnímání a odrazu politiky na daném stupni vývoje. Ptáte-li se nás dnes na sankce za její nenaplnění, pak si myslíme, že některé mohou překvapit, jiné rozladit, protože se domníváme, že míra sankcí „politické odpovědnosti“ více nebo méně odpovídá danému stavu společnosti, tedy toho, jak společnost, její občané dokážou a jsou schopni a odhodláni vytvářet tlaky na kvalitu naplňování výsledků realizace „politické odpovědnosti“. Jinými slovy, jako jeden z faktorů působících ve vztahu demokracie „zdola“ a „shora“ a jejich vzájemné ovlivňování.

Odpověď proto, jak sankcionovat „politickou odpovědnost“, resp. neodpovědnost, je tedy podle nás otázkou spíše procesní. Odpověď leží v míře vývoje každodenní reality a v hledání alternativ, kdy konkrétní odpovědnost toho kterého politika bude nahrazena jinou ve více směrech působícími vlivy ve smyslu zákonitostí platných pro společnost vyvíjející se na občanskoprávních základech. Á propos, nezahrnuje u odpovědného politika již politická odpovědnost v sobě samé určitou míru sankce?

Redakce děkuje těm poslancům a senátorům, kteří si našli čas a odpověděli na zadané téma.

„Udělej něco dobrého a ukaž to!“ Sponzorství: Ideály a financování



Ať už malé nebo velké sportovní události, kulturní akce nebo lidové slavnosti v zemi – bez sponzorství by některé věci neběžely tak plynule a některé by zas nemohly být finančně životaschopné.

Cíle sponzorství

Každý podnikatel by měl vědět, že sponzorství nevede automaticky k navýšení objemu prodeje. Takový pohled vede nakonec ke zklamání. Sponzorství může mít tři podstatné účinky: zvýšení povědomí o firmě, vybudování a zlepšení image a udržování stálých klientů. Můžeme na to hledět jako na požadavek, vrátit na základě pozitivního vývoje podniku něco regionu, kde je podnikatel hospodářsky aktivní. Ne náhodou i z tohoto důvodu je váha sponzorství sportu tak vysoká. Především je zde možné přes velice bezprostřední a mediálně účinnou prezentaci cíleně dostat firmu do středu pozornosti. Podobně je tomu i při financování různých slavností, kde se může podnikatel také vhodně odprezentovat. Okolní uspořádané akce současně nabízí dobré možnosti pro aktivity, jako jsou například péče o zákazníky a získávání dalších klientů.

Přesné naplánování sponzorské činnosti

Aby sponzorství padlo na úrodnou půdu, systematické plánování potřebných aktivit je nepostradatelné. Ať už je předmětem sponzorství peněžní či věcné plnění, v každém případě je důležité sjednat písemnou smlouvu o sponzorství, ve které se dohodne druh a rozsah plnění sponzora. Vedení k disciplinovanosti, kdy se vlastní komunikační cíle formulují s ohledem například na sportovní spolek, vytváří větší oboustrannou spokojenost. Společné podporování sportovních událostí se osvědčilo jako prostředek bezprostřední péče o zákazníky. Podpora sportu, jako společná aktivita, váže podnikatele dohromady.

Zkoumání ohlasu na sponzorské aktivity

Ačkoli stojí sponzorství peníze, sponzor není jenom „platitelem“, ale i „podporovatelem“. Základní pravidlo sponzorství zní „Udělej něco dobrého a ukaž to“. Prostě normální obchodní praxe: Peníze za image, která je stále ještě nejlepší formou reklamy. Jestli se díváme na sponzorství jako na investici, měli bychom se vyhnout bezcílnému rozdělování peněz. Podporování sportu jako možné PR opatření slouží podnikatelům k dosažení hospodářských cílů. Jako při všech aktivitách v oblasti PR je i v tomto případě kontrola efektivnosti důležitá otázka, o které se často tvrdí, že se na ni dá jen těžce odpovědět. Při větších akcích a dlouhodobém sponzorství slouží jako kontrolní prvek právě ohlas



v médiích a počet sledujících diváků. Podmínky by se měly každý rok znovu dojednat. Takto je umožněno reagovat na měnící se podmínky a současně se stát dlouhodobým partnerem. Ohlas na plošné aktivity podniku se může při mnoha událostech podchytit prostřednictvím roční ankety zákazníků o vnímání image a sympatií. Pozitivní ohlasy se takto dobře prokazují. Toto se vždy odráží, ať už více nebo méně zřetelně, v celkových tržních podmínkách.

Závěr

Sponzorství, jako spojení mezi vylepšením image a společenskou aktivitou, je velice dobrý komunikační prostředek.

IHK Halle-Dessau

inzerce

V srpnu 2008 byl v Mostě zahájen projekt s názvem BUSINESS GAMES.



Business Games
PODNIKATELSKÉ KOMPETENCE DO ŠKOL

Business Games je projekt, který je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky. Poskytovatelem grantu je Ústecký kraj a finanční prostředky budou čerpány z globálního grantu Ústeckého kraje v oblasti podpory 1.1 OPVK.

Projekt je realizován v Ústeckém kraji a to v partnerství celkem 11 institucí - Rekvafikační a informační centrum, s.r.o., Střední škola energetická a stavební, Chomutov, Soukromá střední pro marketing a ekonomiku podnikání s.r.o., Sportovní soukromá základní škola, s.r.o., Soukromá podřípská střední odborná škola a střední odborné učiliště o.p.s., Střední škola technická, Most - Velebudice, Základní škola J.A.Komenského, Most, Vesuv, o.s., Střední škola služeb a cestovního ruchu, Varnsdorf, Statutární město Most a Střední škola EDUCHEM a. s..

Hlavním cílem projektu je zvýšit kompetence žáků v počátečním vzdělávání v oblasti podnikatelských kompetencí v Ústeckém kraji a tak zlepšit jejich uplatnitelnost na trhu práce. Hlavní aktivity projektu jsou zaměřeny na rozvinutí široké spolupráce škol a dalších relevantních institucí k podpoře změn školních vzdělávacích plánů v oblasti posílení podnikatelských kompetencí žáků v počátečním vzdělávání.

V květnu 2010 proběhne závěrečná konference projektu, kde budou shrnuty zrealizované aktivity.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Most se pyšní řadou unikátních volnočasových aktivit a atraktivních sportovních a kulturních zážitků, které může nabídnout turistům i stálým obyvatelům. Na druhou stranu valná většina z nich řeší nějaký zádrhel nebo k dokonalosti chybí pomyslný krůček. Často skloňovaný „velký potenciál cestovního ruchu“ není na Mostecku mnohdy z konkrétních důvodů zcela využít. Háček je samozřejmě z velké části hlavně v penězích. Mnohdy ale to, aby si Most připsal další prvenství nebo dotáhl určitou věc do úplného konce, brzdí jiná „drobnost“ či naopak téměř neřešitelná překážka – rozseknutí v otázce „hop nebo trop“ ovlivňuje někde vůle byrokracie (viz vodní kanál na aerodromu), zbytečné žabomyší války (viz památník obětem 2. sv. v.) nebo prostě jen definitivní volba, která rozuzlí konečný směr již nastartovaného záměru (viz parkurová hala na hipodromu).

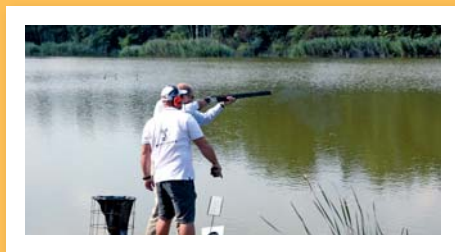
Aby tečkou při přemýšlení o budoucnosti v rostřelu „hop nebo trop“ nevyhrál „trop“ jako v případě buggydromu (jehož zánik narušil myšlenku 5 mosteckých DROMŮ, které se mohly stát pro Most velkou propagační devizou – *aquadrom, autodrom, hipodrom, aerodrom, buggydrom*) nemusí se vždy řešit bůhvíjaká Sophiina volba. Někdy stačí jen onen „hop“ doplnit dalším odvážným skokem. Prostě – jak se říká – chytit včas příležitost za pačesy a nenechat ji utéct. Vydejte se s námi po méně či více zapeklitých mosteckých sport-kulturních metách a zhodnoťte, jaká je míra jejich řešitelnosti a zda to vůbec má smysl.



1. Parkurová hala na Hipodromu Most

Na tuzemské poměry nestandardním projektem by mohla být parkurová hala na hipodromu. Základy pro ni stojí v areálu minimálně čtyři roky. Pokud by se dokončila, vnitřní kolbiště by bylo o průměru 35/60 metrů, tedy 10 metrů širší, než obvykle bývá. Celý projekt byl při svém zrodu konzultován s vedením města a chápán jako nový objekt, který převyšuje kvality drtivé většiny podobných hal v republice, protože „malé“ haly jsou již dnes téměř na každé vesnici. Region doposud žádnou jinou alternativu pro podobné prestižní akce nemá. V případě velkých akcí, například mistrovství Evropy v parkurovém skákání, by tak orga-

nizátoři v ČR nemohli rozhodovat v podstatě jinak než mezi O2 Arénou nebo hipodromem. Dnes jsou základy haly zakonzervované. Záležitost lze rozřešit dvěma způsoby: Buď se najdou finance, aby se hala postavila podle původních představ a rozšířila sumář mosteckých ojedinelostí (rozpočet dostavby je přibližně 60 milionů korun, cena spodní dnes zakonzervované stavby hrazené ze státních prostředků byla 10,7 milionu korun). Nebo musí vedení města jednoznačně říci: Stačí nám „malá hala“ a tu zvládneme postavit. K takovému verдикtu se ale podle ředitele Miroslava Suchého také nikdo nemá. Vedení hipodromu, které projektovou dokumentaci k hale platilo, tak setrvává v patové situaci a stavět paskvil jen za peníze, které by tu a tam třeba snad i sehnalo, se nechce.



2. Broková střelnice na hipodromu

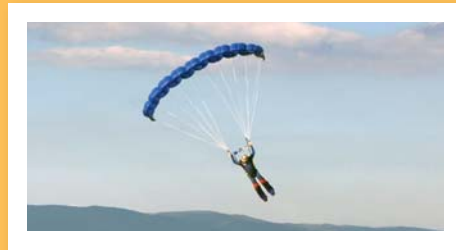
Střelnice na Velebudické výspě na rozdíl od parkurové haly předvedla obstojný „rozstřel“. I v jejím případě lze nalézt obávané „ale“. Vloni se vybuďovalo sedm stanovišť, letos přibude dalších pět. Hned na začátku se podařilo atraktivní formou spolupráci s Davidem Kosteckým. Mostecká broková střelnice, i když dnes nemá trvalý charakter (v takovém případě se budou muset mimochodem začít řešit průlezy pro zvěř v nezbytném pletivu), je různorodostí ploch ojedinelá. Nejistota budoucnosti tkví pouze v ochetě odborné firmy, která zatím pro „dočasnou“ střelnici propůjčuje nákladné zařízení. Budoucnost střelnice si v pětihvězdičkové stupnici řešitelnosti může přesto nárokovat 4,5 hvězdičky – velkým kreditem tohoto zatím nedokončeného záměru je totiž především nadšení jeho realizátorů, kteří se do něj pustili bez jakékoliv finanční podpory nebo záštity města či dotační výpomoci.

3. Buggydrom v Komořanech

Zcela na opačném konci hodnotícího metru je dnes už vlastně neexistující buggydrom, na který se sázelo jako na jednu z pěti adrenalinových aktivit pod značkou „Mostecké DROMY“. Dvoukilometrová dráha pro dospělé a dvousetmetrová pro děti, vybudované po vzoru z Číny, jsou pasé. Podle tvůrců nápadu žádná budoucnost buggydráhy už neexistuje. Nadšenci si nápad vyzkoušeli, jednou za čas vydělali na firemních akcích. „Zajžd'ka“ do



Komořan však byla jinak pro jednotlivce zřejmě málo motivující, aby do buggydromu usedali častěji, a pomohli tak udržet provoz tohoto undergroundového sportoviště.

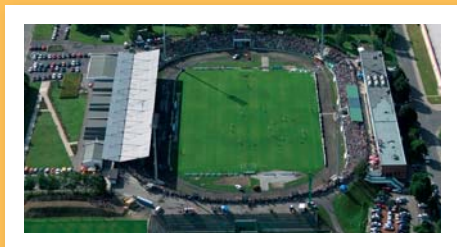


4. Vodní kanál pro parašutisty na Aerodromu

Letecký „drom“ oproti tomu stále žije, dokonce je schopen přilákat do Mostu i profesionální nadšence dalšího netradičního sportu: Pokud se dotáhne do konce záměr vodního kanálu pro parašutistické seskoky, připlíše si město pro svou image další plus navíc. Unikátní sportovní disciplína by se v blízké budoucnosti mohla stát atraktivní podívanou v Mostě. Mostecký tým SKY WALKERS by byl se seskoky do vody ojedinelým v České republice. Parašutisté chtějí vybudovat jeden metr hluboký vodní kanál, přesně podle parametrů stanovených profesionální federací. Parašutista pak může při seskoku na vodní hladinu v kontaktu s vodní plochou přeletět celý kanál. Jakoby bruslí na vodě. V České republice se sportovní disciplína nikde jinde neprovádí. Výstavba kanálu přitom není příliš náročná. Jde o jednoduché zemní práce. Voda by se mohla přečerpávat z pískovny. Kde je tedy problém? Místo, kde by kanál mohl vzniknout, je na pozemku města a je veden jako „zeleň“. Je potřeba změnit územní plán, především kvůli vodohospodářským předpisům.

5. Fotbalový stadion Most

Mosteckému fotbalovému stadionu nyní sice zřejmě už nehrozí záměr zbourání, přesto není proč plesat: na první pohled možná není vidět, v jakém katastrofálním stavu je budova, do které zatéká, kabiny hráčů jsou nepohodlně v horním patře, celkově se stadion „rozpadá“. S výsledky fotbalistů to v tomto směru nemá nic společného. Budoucnost sportoviště stojí na pomezí dvou směrů: zda stále investovat do rekonstrukcí nebo zapomenout na tradičnost a postavit stadion na novém místě.



6. Sportovní hala Most

Sportovní hala v sousedství stadionu má nepoměrně růžovější zítřky. Zelenou dostal od zastupitelů úvěr ve čtvrtmiliardové výši na kompletní rekon-



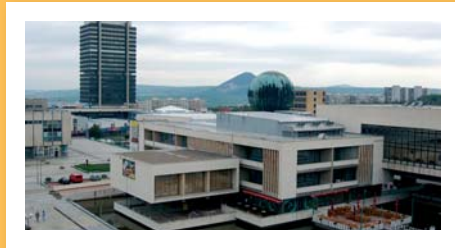
strukci. Navýsost pozitivní zpráva má ale jedno velké úskalí, které se dotkne řady sportovních oddílů i podnikatelů – kde najdou útočiště po dobu rekonstrukčních prací. Podle vedení města se řeší „výpomocí“ formou dočasných pronájmů v jiných prostorách, ve spolupráci se sportovišti škol a podobně. To ale řadě profesionálních sportů nestačí – na trénování možná, na zápasy nikoli. Nehledě na to, že řada pronájmů také zvýší výdaje na roční provoz sportovců, z nichž někteří i bez toho mají našponované rozpočty. Kromě tělovýchovy ale modernizace haly ohrozí i podnikatelskou sféru – v objektu sídlí několik podnikatelských subjektů, které budou muset rovněž „vyklidit pole“. Po ukončení megamodernizace se sice budou moci na původní působiště vrátit – pokud do té doby jejich živnost po uzmutí zavedené adresy nakonec nezkrachuje.



7. Víze kinokultury v Mostě

Nejasnou „domovinu“ má ale v Mostě zcela jiná, avšak masové společenské vyžití. Kino máme sice zajištěno v budově Kosmos. Otázkou zůstává, jaká je víze filmových představení a filozofie zachování kina do budoucna. Že bude téma promítání a jeho technické kvality a prostor v příštích letech opět nastolena, je možné očekávat. Zvláště když subjekt sídlí v soukromé budově, kde jeho funkčnost nemusí být pro město trvale zajištěna. Kinosál knihovny, dnes využívaný pro Filmový klub nebo víkendová dětská představení, náhradní scénou být vzhledem ke své komorní kapacitě nemůže a zda by náhradou mohl být sál Repre, je dnes také vzhledem k nejisté budoucnosti a technické nedokonalosti

celého kulturního domu bezesporu tvrdý oříšek. A za druhé – nejde jen o otázku samotné adresy působiště. I pokud by dnešní kino zůstalo tam, kde je, otazník visí nad jeho technickou úrovní, díky které dnes řada Mostečanů raději dojedou do Prahy do multiplexu. To měl vyřešit zcela původní projekt dnešního megacentra u 1. náměstí – z konečného záměru Centralu Most ale hned v prvopočátcích jednání nápad multikina „vypadl“.



8. Reprezní dům města

Jako velká koule na noze tíží dnešní politický ansámbl budova v centru města, která měla plnit reprezentativní funkci a z hlediska kulturního programu také střed společenského života. Zmíněný Reprezní dům města Mostu, který má v nájmě společnost Junek-R, se potýká s energetickými problémy, ale řadu let se řeší i nevhodné podzemní zásobování v celém centru města. Nájemce fakticky stojí nejen před otázkou, jak kulturní kolos – byť je na lukrativním místě v samém srdci města – utáhnout, ale postupem času přímo hrozí, že nebude kde organizovat plesy. I koncertní společnosti pomalu mění místa konání svých akcí. Ne náhodou se pravidelné koncerty v rámci cyklu Mosteckých hudebních setkání (Macek Music Management) konají raději v divadle – Mostu chybí vhodný koncertní sál. Atraktivitu Repre dotahuje jen planetárium, umístěné v originální kopuli (v posledních třech letech našťastí zrekonstruované do přijatelné podoby). Image budovy je však natolik nabouraná, že se výkřiky „raději demolici“ dostaly do takového povědomí, že se s nimi pracuje jako s jednou z reálných variant. Variantní řešení nabídl už i Integrovaný plán rozvoje města – Centrum, mimo jiné odbourat jen jednu část. Na IPRM ale město nezískalo peníze. Čtvrt miliardy na rekonstrukci také nemá kde vzít. Nutnost řešení Repre je ale více než nasnadě.



9. Městská knihovna Most

Multifunkční kulturní centrum se v posledních letech stává naopak z městské knihovny. Bohužel i ona přišla o možnost čerpání financí z Integrovaného plánu rozvoje města a připravený projekt už několik let leží ladem. Budova, která je dnes nejen knihovnou, ale také galerií s několika sálami, kinosálem a prostorem pro workshopy a jiné společenské akce, hřeší na velké tepelné ztráty, chybějící

výtah pro bezbariérový přístup návštěvníků nebo nevkusné toalety.



10. Památník obětem 2. světové války

Lepší zítřky možná čekají památník, o který se handrkovalo město s Ústeckým krajem. Nyní to vypadá, že vodou poničený Památník obětem 2. světové války, který se nachází na městském hřbitově, by se mohl po letech dočkat opravy. Historický objekt je už dlouhou dobu v havarijním stavu, a je proto veřejnosti uzavřen. Částečná sanace a odvodnění před lety nestačilo – do budovy stále zatéká a mezitím se pouze Ústecký kraj a Most stihly pohaštit, kdo se má o výjimečnou architekturu postarat. Zatím to vypadá, že by si oba samosprávní celky náklady mohly „rozpůlit“.

Pokud bychom chtěli cestovat dále, nebyl by problém doplnit zapeklitostí o druhou desítku: Kulturní reprezentativnost v mnoha směrech zdárně simuluje budova **divadla**. I když i v případě divadelníků by bylo z technického hlediska dnes už na co naříkat. Oba divadelní domy (městské divadlo i Divadlo rozmanitostí) se potýkají s řadou dílčích zapeklitostí a jistě si zaslouží důslednější upozornění v podobě rozsáhlejšího materiálu. Obsáhlou kapitolou je také celý areál rekreačního území **Jezeru Most**, rovněž **Arboretum Most**, **kulturní středisko na Zahražanech**, nejasná budoucnost **mosteckých kasáren**, které mají být prohlášeny za památku, ale od ministerstva stále definitivní verdikt nepadl. Se stavem **skateparku** – také přebudovávaného – už se skejtaři možná smířili, nebezpečný **okruh kolem Benediktu** pro pěší i cyklisty už má řešení alespoň na papíře. **Podkrušnohorské technické muzeum**, které vykazuje stále vyšší návštěvnost, by také rádo sáhlo na finance pro dobudování a mimo jiné i pro slušnější příjezdovou komunikaci. Jako velké kulturní faux-paus lze označit celosvětově známý objekt **děkan-ského kostela Nanebevzetí Panny Marie** – k čemu mu bude letošní formální prohlášení za státní památku, když bude po většinu dní prázdné, bez života a bez zvuku varhan, kterými disponuje...

V cestě po zapeklitostech chceme pokračovat a jednotlivými střípkami se hlouběji zabývat – poslouží k tomu seriál, který začíná připravovat mostecký týdeník Homér.

Pokud vy sami považujete osobně něco za zapeklitost a chcete, abychom váš tip zahrnuli do našeho seriálu, nebo máte konkrétní řešení, na které se pozapomnělo, neváhejte kontaktovat redakci.

Zpracovala: Lucie Bartoš

Námět: OHK Most

Sport a kultura očima sponzora



Co je důležitější?

Sport a kultura. Co je důležitější? Naše společnost poslední dobou velmi úspěšně vytváří antagonismus mezi těmito aktivitami. Ve skutečnosti mají obě skupiny aktivit společného více než si často chtějí přiznat. Nebudu nyní rozlišovat mezi oběma druhy činnosti. Budu je definovat jako aktivity, které jsou nezbytné pro chod společnosti, neboť obě činnosti umožňují seberealizaci velké skupiny obyvatelstva, ať již se věnují sportu či kultuře amatérsky nebo profesionálně. Mé stanovisko zní: kulturu i sport je potřeba výrazně podporovat zejména na lokálních úrovních. Podmínky pro podporu ze strany soukromých sponzorů jsou dobré.

Mecenáš nebo sponzor?

Užitečné je si proto ujasnit rozdíl mezi mecenášem a sponzorem. Být mecenášem, v dobrém slova smyslu, znamená být velkorysý a mít pochopení pro umělecký proces tvorby nebo pro zrození sportovního výkonu a tyto aktivity finančně podporovat velmi často skrytě a nepozorovaně s uspokojením, že peníze které jako mecenáš vkládám slouží dobré a z pohledu mecenáše potřebné věci. Mecenáši v naší společnosti jsou, ale není jich mnoho a není je, logicky, příliš vidět.

Být sponzorem znamená v podstatě totéž, s jedním zásadním rozdílem. Za svou podporu chce být sponzor vidět. Chce ukázat značku, nebo služby či výrobky které nabízí. Zároveň dobře přemýšlí, koho a kde sponzoruje (rozuměj finančně podporuje) jakou cílovou skupinu objekt sponzoringu osloví. Je to regulérní marketingový a reklamní nástroj a jako k takovému je potřeba k němu přistupovat. To ví sponzor. Nabízí se však otázka: dívá se na to stejným pohledem i sponzorovaný?

Sponzoring a rozdílné motivace

U velkých hráčů (reprezentační teamy, extraligy, špičkové a jedinečné kulturní instituce) je otázka sponzoringu regulérní obchod, který sjednávají za ideálních podmínek profesionálové na obou stranách. Zcela jinak však vyznívá tato otázka pokud se zaměříme na malé či střední objekty sponzoringu na lokální úrovni (obec, město, okres, kraj). Zde do hry vstupují jak výše zmíněné obchodní, ale často a více i osobní motivace. Ať již jsou to přátelství mezi oběma stranami, tam se pak dostáváme k jisté formě pseudomecenášství nebo se jedná o podporu dané aktivity čistě z důvodu sympatií na straně sponzora. Velmi často v rozhodnutí hrají roli osobní zájmy (bývalý aktivní člen oddílu, potomek provozující danou činnost, atd...). Sponzorovaný za podporu nejčastěji „platí“ službami

reklamního charakteru. Loga v katalogu, programu, na dresech, zdech, na vstupenkách, atd... Samozřejmě i v lokálním kontextu lze dobře cíleným sponzoringem vybudovat velmi silné lokální image společnosti nebo produktu v dané oblasti. Co tedy sponzor za svou podporu ještě dostává? Jistý druh veřejné propagace spojené s aktivitou, která je pro něj jakéhokoliv důvodu atraktivní, nebo může získat pocit, že podporuje věc, která má smysl. To vše je v pořádku a jsou to regulérní důvody proč podporovat!

Rozdílné přístupy, plnění a očekávání

To, čemu se chci věnovat, je přístup sponzorovaných subjektů na lokálních úrovních. Zde se již nesetkávají dva profesionálové. Přístup sponzorovaných institucí ke svým sponzorům má velmi rozdílnou úroveň, která velmi často závisí na osobnostech, které řídí sponzorovaný subjekt. Je-li šéfem kulturní instituce či sportovního oddílu člověk, který si je vědom hodnoty i malého finančního příspěvku pro chod svého teamu, rozumí alespoň minimálně marketingu nebo jej intuitivně provádí a dokáže dárce či sponzora odměnit a pracovat dle hesla „není malých darů“, například realizovaným zviditelněním dle smlouvy, vtipným a úsměvným certifikátem, výročním setkáním se symbolickým poděkováním nebo alespoň děkovným dopisem, může si sponzor gratulovat.

Mnohem častěji se však sponzoři setkávají s variantou „dej peníze a neptej se“. V tomto modelu sponzor v návalu entuziasmu uzavře dohodu s partnerem, který mu je sympatický a který naslibuje hory i s horákama, a pak se nic neděje. Sponzor může být zklamaný a mít pocit, že byl zneužit nebo může mít pocit, že si sponzorovaný příspěvku (ať je v jakémkoliv podobě) neváží. Zde vidím velkou černou díru v práci vedoucích sportovních nebo kulturních zařízení, kteří jsou velice silně zaměřeni

na výkon své instituce po stránce obsahové (výsledky, výkony, akce), ale nepřikládají váhu svým podporovatelům a neumí pracovat marketingově. Bohužel právě ze strany takto pracujících subjektů je slyšet nejvíce nářků na to, že nelze sehnat peníze, často bez jakékoliv sebereflexe a často bohužel bez jakékoliv chuti ke změně.

Pro sponzorující to znamená vědět koho podporují a mít realistická očekávání. Podporuje-li sponzor startující nebo malou instituci je potřeba, aby si jasně odpověděl na otázku a) co od tohoto vztahu očekává b) jaké jsou pravé motivátory c) jaký partner stojí proti mě a zda bude umět splnit to co slibuje. Důležitá je i jasně zadání od sponzora. Jsou to jeho peníze a pokud má jasnou představu co za ně chce dostat, měl by ji sponzorovanému jasně sdělit při uzavření kontraktu, a také se naplnění dožadovat.

Sponzorujte

V každém případě ať již má sponzor očekávání jakákoliv, podporou kultury nebo sportu, zejména v lokálním kontextu vykonává nesmírně prospěšnou činnost, která umožňuje našemu životu být pestřejším a zajímavým. Určitě je smysluplnější podpořit vybrané aktivity v regionu a zaplatit menší daně než odmítat sponzoring z principu, že má sport a kulturu podporovat stát nebo obec. Tak to není a v dohledné době jistě nebude. U společností působících v regionu by měl být součástí firemní kultury sponzoring vybraných aktivit. Sponzorované organizace se však musí naučit se sponzory a donátory pracovat a nepovažovat za automatické, že jim někdo „daruje“ peníze jen tak. Jak na to, můžeme probrat příště.

Jana Vichová,
jednatel TV LYRA s. r. o.

Znáte přísná pravidla byznys oblékání?

Váháte ráno před zrcadlem, zda se k vašemu obleku hodí zelená nebo červená kravata? Pak když nakonec sáhnete po svém oblíbeném modrém obleku, zahlodá ve vás myšlenka, jestli je zrovna ten tím pravým, který si vzít na důležité jednání? Ateliér Rejmon a Businessclothes.cz vám proto přináší několik jednoduchých rad, díky nimž nemůžete „sáhnout vedle“.

Střih

Muž:

Obleková saka by rozhodně měla být jednořadá s užšími klopami s jedním nebo dvěma rozparky vzadu. Tříknoflíková fazóna je vhodnější u vyšších a štíhlých mužů. Kalhoty volte bez sámků a záložek.

Žena:

Dámská saka jsou více tvarovaná k postavě. Kalhoty u kostýmu by měly mít rovný střih a jejich délka by měla dosahovat k začátku podpatků. U dámského sukňového kostýmu nesmí být sukně kratší než na délku dlaně nositelky, ideální je však délka nad kolena. Co se týče výstřihů, volíme decentnější, nikoli hluboké výstřihy, které mohou působit rušivě až urážlivě.

Barvy

Muž:

K obchodnímu jednání sáhnete po standardní UNI barvě bez aplikací, a to černé, antracitové, hnědé nebo tmavě modré. K černému a tmavě modrému obleku kombinujte světlé odstíny košil (bílá, smetanová) a k nim výrazné barvy kravaty (červenou). K antracitovému obleku se hodí košile růžové a lila, kravaty pak v tónovaných barvách košil. Do hnědého obleku vypadají velmi dobře košile v modrých a pudrových barvách a k nim kravata v barvě obleku.

Žena:

U dámského šatníku platí stejná pravidla barev jako u pánského s tím, že můžete kombinovat více barev dámských košil a topů. Rozhodně se však vyhněte kombinaci výrazných barev. Volte raději tlu-



menější odstíny. Nic nepokazíte, zvolíte-li halenku s jemným zlatým nebo stříbrným vláknem v proužku.

Vzory

Muž:

Pokud máte jednobarevný oblek, můžete mít košili s jemným pruhem. Jako doplněk zvolte buď jednobarevnou kravatu, nebo kravatu s jemným pruhem, nebo košili s jemnou kostkou a k ní jednobarevnou kravatu.

V případě obleku s vetkaným nebo plastickým proužkem kombinujte jednobarevnou košili, kterou můžete doplnit kravatou s pruhem.

Žena:

Do dámského obchodního šatníku se hodí spíše jemné vzory jak pruhů, kostek, nebo jiných aplikací. Vedle vzorů jsou také velmi důležité materiály. Nevhodná je kůže a její imitace, taktéž příliš lesklé materiály a džínovina.

Doplňky

Muž:

K obleku patří svrchník (plášť), opasek, ale tím si nestahujte kalhoty, ale použijte jej jako doplněk. K němu vyberte boty v barvě opasku na nižším podpatku s hranatou špičkou. K doplnění kompletní image se hodí hodinky s koženým opaskem opět v barvě opasku a jako perličku manžetové knoflíky na košili v barvě přezky na opasku.

Žena:

Dámy by měly vždy volit kabelku v barvě bot na podpatku ne vyšším než 8 centimetrů. Obuv by měla být uzavřená, v letních dnech může mít otevřenou špičku. Vhodným doplňkem dámského šatníku jsou šátky, šály, přehozy a jemná bižuterie. Máte-li ráda výrazné šperky, omezte volbu patřičného accessories pouze na jednu nápadnou část – náušnice, prsten, náramek nebo řetěz.

Martin Chaloupka
ateliér - Monika.Rejmon

Nevážně – vážně o vážné hudbě s Petrem Mackem



Představovat kontrabasistu a kapelníka Petra Macka snad není vůbec zapotřebí, ale představit si ho jako inženýra ekonomie, podnikatele a člena komory - to je možná pro někoho překvapivé. Pro mnohé z nás je uživení „hudební“ firmy a muzikantů v dnešních poměrech malým zážrakem a doufám, že nám Petr Macek poodhalí roušku tajemna podnikání v tomto oboru a ještě k tomu na periférii státu. Tak jak to doopravdy je?

Macek:

Jsem kapelníkem již skoro 31 let malého, známého souboru. Když přišla svoboda, stal jsem se, protože jsem po tom silně toužil, kapelníkem velké formace – festivalového orchestru. Jsou to volná umělecká sdružení, jichž jsem majitelem, uměleckým šéfem, producentem – tedy i kapelníkem hrajícím na kontrabas. Pod „střešou“ mé agentury hledám pro tato umělecká tělesa šance v hudebním světě a to je ta „bohulibá“ činnost, neboť jejich koncertní hudební dramaturgie přináší lidem – posluchačům, radost a potěšení z hudby. „Mí“ hudebníci – umělci jsou profesionálové, kteří nejsou „mí“ zaměstnanci, ale jsou se mnou ve vztahu na základě ústních, přátelských dohod, dle autorského zákona a jsou tedy mí umělečtí partneři. Hrají pod značkami mých těles, ale „žijí“ se hudbou i v jiných sdruženích a formacích a často jsou to profesori, kantoři atd... Muzicírování jen v jedné formaci je z hlediska finančních příjmů pro většinu z nich těžké a složitě uživatelné. Muzicírování s těmito formacemi jsou vlastně obchodně – přátelské umělecké vazby a vztahy, jak se členy těles, tak s mnoha špičkovými sólisty.

Např. koncertování pro posluchače v hudebních cyklech - Mostecká hudební setkání, Chomutovské hudební večery či na jiných hudebních pódiih je vlastně jakýsi „halb business“, protože nelze realizovat tzv. ekonomické vstupné. Posluchači by totiž přestali chodit, třeba i proto, že většinu publika tvoří starší generace, důchodci či na druhé straně studenti.

„Kapelníčení“ je složitá hudební „kuchyně“. Vždy, a v krizi zvláště, bez podpory mnoha mecenášů, sponzorů a pořadatelů - tedy obchodních přátel a příznivců, by veškeré nápady přišly vniveč a má tělesa by s tou uměleckou, bohulibou činností dě-

lat posluchačům radost a šíření slávy hudby brzy skončila.

Redakce:

Nechme té prozaické reality a pojďme se věnovat „praktičtější“ věcem. Že máme jít na koncert slušně oblečení, to je jasné snad každému, ale pro mnohé je stále záhadou, jak se má prostý konzument hudby zorientovat v tom, kdy se má na koncertě vlastně tleskat. A není určitě málo těch, které drtivým pohledem zpražil nadechující se umělec, nebo dokonce kapelník, když z dětství slušně vychovaný posluchač v nadšení tlesknul, když orchestr ztichl. Tak jak je to a je pro umělce potlesk opravdu tak opojný?

Macek:

Letos na jaře končím svoji 40. sezonu profesionálního muzicírování. Za celou tuto uměleckou kariéru jsem poznal potlesky, jinak řečeno aplausy, od publika žhavého, nadšeného a přátelského, říkám tomu „že nám to baštili z rukávu“. Ale na druhé straně jsem poznal od publika zdvořilého či spíše chladného aplausy mírnější či chladnější. Potlesk od posluchačů je pro muzikanty „kořením“ a odměnou za jejich snahu předat náladu dobrou, veselou, smutnou, vážnou či bujarou a radostnou. Potleskem ale také posluchači vítají příchod hudebníků, pak sólistů a dirigenta na pódium. Tleská se vždy až po odehrání určité celé skladby. Některé skladby mohou mít také více částí. Jedná se o skladby větších forem jako např. symfonie, kdy se po ukončení jednotlivých částí netleská. Ale v opeře, operetě a muzikálu je povoleno a důvodem aplausu třeba nadšení z nádherné árie či dueta sólistů a především pak po ukončení určitého dějství. **Ale obecně - zde je rada jednoduchá, nejste-li znalci a bdělí, netleskejte jako první, raději se s malým zpožděním přidejte.** Opatrnost je na místě i při nadšených zvolání typu „bravo“, nebo pískotu jako projevu uspokojení – může být vyložen i opačně.

Prostě potlesk posluchačů je součástí hudebního koncertního života a celého hudebního dění, má svoje pravidla a je psychickou odměnou hudebníkům a umělcům za jejich výkony. Obzvláště ten závěrečný, který se dá při mimořádných výkonech umocnit potleskem vstoje – na to žádný umělec nezapomene.



KERAMOST
akciová společnost

ODBORNÁ KONFERENCE SPOLEČNOSTI KERAMOST, a.s.



Akciová společnost KERAMOST je předním evropským producentem řady nerostných surovin s širokým využitím. Hlavními aktivitami je zušlechťování nerostných surovin – zejména bentonitů, jílu, kaolínů a znělice. Společnost má dlouhodobou historii a po privatizaci v roce 1994 působí na trhu již 15 let pod názvem KERAMOST, a.s.

V mosteckém regionu se společnost KERAMOST, a.s. zabývá zpracováním jílovité horniny zvané bentonit. Jedinečné vlastnosti této suroviny dávají předpoklad k jejímu mnohostrannému využití v celé řadě oblastí jako např.: stelivo pro chov koček, stavebnictví, ekologie, životní prostředí atd. Mezi nejdůležitější aplikace bentonitu patří oblast slévárenství, kde se bentonit používá do formovacích směsí a KERAMOST, a.s. zde určuje hlavní vývojové trendy. Každý rok od svého založení pořádá společnost KERAMOST, a.s. odbornou konferenci pro podporu a rozvoj tohoto průmyslu za účasti slévárenských odborníků, zástupců vysokých škol a báňských specialistů. Nejinak je tomu i v letošním roce a je nám ctí ohlásit již 14. Prezentační výrobků a služeb pro slévárenství, která se uskuteční ve dnech 25.-26.5.2010 v hotelu Ring Svinčice. Pokračujeme tak v tradici, kterou jsme před léty založili a o které jsme přesvědčeni, že se osvědčila.

Letošní ročník prezentace proběhne v období, kdy nejen společnost KERAMOST, a.s., ale i její partneři jsou sužováni důsledky všudypřítomné ekonomické krize.

Naším přáním proto je, aby připravovaná akce byla vnímána nejen jako odborné fórum, ale také jako důkaz stability naší společnosti. Celosvětová hospodářská recese je pro nás výzvou a díky intenzivnímu vývoji a výzkumu přinášíme na trh stále nové věci, které najdou uplatnění i na nejnáročnějších trzích Evropské unie.

I přesto, že se vláda i bankovní instituce odvrací od podpory soukromého sektoru, my zůstáváme věrní našim zákazníkům a snažíme se s nimi přečkat toto špatné období. Jednou z příležitostí je právě tato konference, kde dochází k výměně informací nejen z oblastí slévárenství. Výsledky této spolupráce jsou pak vodítkem pro další rozhodování. Současné všeobecně ztížené ekonomické podmínky vedou KERAMOST, a.s. k ještě větší rozhodnosti aktivit v tomto směru a zvláště letošní ročník prezentace bentonitů je toho důkazem.

Stejně jako v předchozích letech jsou i letos naši odborníci připraveni podat všechny potřebné informace a zodpovědět dotazy týkající se vašich technologických problémů. Součástí prezentace budou samozřejmě i přednášky renomovaných slévárenských odborníků a další doprovodný program.

Na závěr děkujeme všem obchodním partnerům a zákazníkům za dosavadní přízeň a důvěru. Těšíme se na pokračování úspěšné spolupráce.

Ing. Jan Protivínský, vedoucí marketingu



Slavnostní zahájení předsedou představenstva a generálním ředitelem společnosti KERAMOST, a.s., Ing. Jiřím Fílo



Sborník přednášek je součástí prezentace



Ukázka produktů KERAMOST, a.s.

Slavík modráček (*Luscinia svecica*)

V České republice tento druh začal hnízdit poměrně nedávno a stále se šíří, oproti 90–140 hnízdicím párům v letech 1985–89 stouply stavy na 400–600 párů při posledním sčítání. Dříve žil tento pták jen v jižních a jihozápadních Čechách, ale během 15 let aktivního působení Severočeských dolů Chomutov v oblasti rekultivací a ochrany přírody začal slavík hnízdit také v Ústeckém kraji, a dnes je zde velmi hojný, zejména na mokřích místech rekultivací a v předpolí uhelných dolů. Slavík je stěhovavý. V průběhu září a října odlétá do Středomoří a v březnu se k nám zase vrací.

Severočeské doly Chomutov (SD) jsou největší těžební společností v ČR, která má mimořádný smysl pro detail při rekultivacích a při ochraně přírody. Hojný výskyt Slavíka modráčka v Ústeckém kraji je důkazem zlepšení životního prostředí, na kterém mají SD zásluhu, proto je Slavík modráček maskotem firmy.

