

Citation style

Slavíček, Jan: Rezension über: Martin Minařík, V národních barvách. Akcionářský pivovar na Smíchově v letech 1869–1945, Pelhřimov: Nová tiskárna Pelhřimov, 2017, in: Český časopis historický, 2018, 1, S. 240-243, DOI: 10.15463/rec.1256102488

český časopis historický

copyright

This article may be downloaded and/or used within the private copying exemption. Any further use without permission of the rights owner shall be subject to legal licences (§§ 44a-63a UrhG / German Copyright Act).

komplikovaný vztah mezi českou a moravskou politickou reprezentací.

Z hlediska kritického editorského vkladu nelze edici v podstatě vůbec nic vytknout. Poznámky pod čarou vysvětlují dokonale a v úplnosti dobové personálie a příbuzenské a jiné vztahy, poměry u císařského dvora nebo v prostředí rakouské i evropské aristokracie, názory církevních kruhů či liberálních politiků. Nechybí ani překlady hojných (a již pozapomenutých) řeckých a latinských citátů s přesným odkazem na dílo a autora. Jedinou chybičku lze po přečtení celé obří edice odhalit jen v jedné poznámce pod čarou v názvu titulu znojemských konzervativních novin (místo Znaimer Beobachter je na s. 23 uveden Botschafter), a to je také vše.

S touto edicí je radost pracovat, a to i díky vynikajícím vstupním studiím z pera profesora vídeňské univerzity Lothara Hoebelta (Edgert Belcredi – „pravý“ konzervavec) a profesora Masarykovy univerzity Jiřího Malíře (Okáčův precizní biogram) a také díky jmennému rejstříku a jedinečnému bibliografickému přehledu vydaných pozůstalostí a odborných děl týkajících se „šlechtického“ výzkumu. Co jediné může ztížit masové využití této edice badateli nejen 19. století, je pouze a jenom její velmi exkluzivní cena.

Milan Hlavačka

Martin MINAŘÍK

V národních barvách. Akcionářský pivovar na Smíchově v letech 1869–1945

Pelhřimov, Nová tiskárna Pelhřimov 2017, 368 s., ISBN 978-80-7415-158-3.

Jak prozrazuje již podtitul recenzované knihy, jsou jejím tématem dějiny smíchovského pivovaru v době od jeho založení do konce druhé světové války. Autor publikace patří mezi mladé hospodářské a sociální historiky a daným tématem se zabýval delší dobu. Dal si za cíl především „obohatit českou historiografii o komplexní pojednání založené na moderních metodách oboru dějin podnikání (business history), zasazující strategii firmy... do interakce s konkurenčním a širším sociálním prostředím“ (s. 10). Tento cíl se mu podle názoru recenzenta povedlo zdařile naplnit.

Pro obsahovou strukturu knihy zvolil autor řazení tematické a chronologické. To první je prezentováno dvěma kontextualizačními kapitolami. První z nich se zabývá tradicemi pivovarnictví. Analyzuje vývoj technologií vaření piva, velikost pivního trhu a jeho proměny, symbolický význam hospody a samotného pití piva v české společnosti. Druhá z kapitol („Češi a Němci v habsburské monarchii“) seznamuje čtenáře se základními trendy vývoje česko-německých vztahů, do nichž zásadní měrou promlouvala vedle politických událostí (vnitropolitického i zahraničně politického charakteru) česká hospodářská emancipace, jejímž výrazem bylo i založení smíchovského pivovaru.

První dvě kapitoly otvírají prostor pro následující čtyři, které jsou řazeny chronologicky podle základních etap vývoje pivovaru a představují obsahové jádro knihy. První z nich („Založení Akcionářského pivovaru na Smíchově“) se zabývá vznikem firmy. V předchozí kapitole vylíčené obecné národnostní poměry aplikuje na prostředí samostatné obce Smíchova. V něm docházelo pozvolna k růstu českého živlu, zejména v nejnižší volební kurii. Politická převaha tak byla na německé straně a jedním z cílů

založení Akcionářského pivovaru byla snaha o získání zastoupení ve vyšších kuriích, což se podařilo. Autor přesvědčivě dokládá vyhraněnou národností pozici nového podniku, který z této skutečnosti od počátku vycházel při tvorbě jedné ze svých základních strategií značky. Následující tři kapitoly se odvíjejí od chronologického vývoje. Jejich názvy byly zvoleny velmi vhodně a obsahují základní sdělení o daném období: „Etablování na trhu a základní směry podnikatelské strategie (roky 1869–1891)“, „Mezi největšími pivovary monarchie (léta 1891–1918)“ a „Pivovarskou jedničkou (roky 1918–1945)“.

Tematicky se kniha zabývá všemi aspekty fungování smíchovského pivovaru. Recenze se zaměří na ty nejzajímavější: První z nich je majetková struktura společnosti a z ní vyplývající mechanismy vnitřního rozhodování a obsazování správní rady a vedení. Minařík pečlivě mapuje vývoj statutárních orgánů (správní rady a valné hromady) během sledovaného období. Stanovy společnosti důsledně cílily na středostavovské skupiny. Možnost hlasovat na valné hromadě byla omezena na určitý počet držených akcií, což eliminovalo drobné akcionáře. Sílu těch velkých naopak limitoval maximální možný počet hlasů jednoho akcionáře na valné hromadě (akcie přes tento limit již z hlediska hlasování nic nepřinášely). Ačkoli to vlastníci obcházeli (hlasovali jménem např. svých příbuzných, kteří drželi další akcie), za celou dobu se nikomu nepodařilo ovládnout většinu a tento stav ani nikdy nehrozil. Autor správně podotýká, že to bylo jedno z klíčových rozhodnutí, které pivovar uchránilo od (z hlediska národnostního profilu společnosti nechtěného) zájmu vídeňských velkobank. Ty by z ekonomického hlediska jistě měly o prosperující společnost velký zájem (s. 177). Akcie byly cíleně roztržštěné a akcionáři museli chtít nechtě hledat kompromisy. V případě smíchovského pivovaru byly tyto kompromisy však natolik efektivní, že by se spíše dalo hovořit o synergickém efektu.

Druhou důležitou oblastí zájmu autora byl národnostní profil společnosti. Ta vznikala jako česká, měla na tom založeno odůvodnění svého vzniku a existence (samozřejmě vedle primárního úkolu vařit pivo). Ve správní radě nezasedla ani jedna osoba německé národnosti až do druhé světové války (kdy se tak událo po zásahu okupační moci, s. 316). Tuto nacionální profilaci pivovar úspěšně využíval jako jednu z klíčových obchodních strategií a postavil na ni svou značku – pít smíchovské bylo výrazem národního cítění. Minařík k tomu správně poznamenává, že se tak pivovaru téměř od počátku podařilo dosáhnout dnešního vysněného cíle marketingových strategií – hluboké identifikace zákazníka s produktem (s. 81–82, 351). Ostatně raketový růst pivovaru v 90. letech odstartovala spektakulárně úspěšná účast na jubilejní zemské výstavě, odehrávající se roku 1891 ve vyhraněné nacionální atmosféře (s. 122–142).

Další zajímavou oblast představují ekonomické výsledky firmy a její podnikatelská strategie. Z hlediska výsledků nelze hovořit o ničem jiném, než o masivním úspěchu. Kromě jediného roku neskončil pivovar nikdy ve ztrátě, v drtivě většině sledovaného období se mu dařilo zvyšovat produkci (ve třicátých letech se dopracoval do pozice jedničky na trhu, propad v prvních krizových letech byl ve srovnání s konkurencí marginální). Správní radě se po celou dobu dařilo přesvědčit akcionáře o ponechání části čistého ročního zisku (obvykle minimálně ve výši 20 %) ve firmě a pivovar tak ke své expanzi většinou nepotřeboval krytí úvěry. I přesto díky poměrně velmi malému akciovému kapitálu (v poměru k produkci,

resp. tržbám) dosahovaly dividendy v procentuálním vyjádření až astronomických hodnot (nezřídka i kolem 80 % nominální ceny akcie, s. 322). Je zvláštní, že tato skutečnost nijak zásadně nenarušila pověst smíchovského jako „proletářské desítky“, která byla postavena zejména na vynikajícím poměru mezi kvalitou a cenou. V důsledku tohoto vnímání a zdůrazňování české nacionální orientace firmy nemusel pivovar nikdy nijak zásadně bojovat o zákazníky nebo se uchylovat ke strategiím dumpingových cen či jiných výhod pro hostinské (jako jiné pivovary). Minařík na několika místech zdůrazňuje pozoruhodnou skutečnost, že pivovar spíše naopak často nové zájemce z řad hostinských odmítal, protože nechtěl, aby si blízko sebe konkurovaly dvě hospody se smíchovským pivem. Stejně tak mu velký zájem umožňoval snadno nahradit hostinské, kteří od něj odešli, což se však nestávalo příliš často.

Smíchovský pivovar patřil již na počátku 20. století mezi největší pivovary monarchie, v Československu byl dlouho po měšťanském pivovaru v Plzni dvojkou na trhu. Ve 30. letech se během hospodářské deprese vyšvihl na pozici jedničky. Minařík již dříve ve svých pracích skvěle analyzoval strategii poskytování úvěru hostinským, které přineslo pivovaru snovou expanzi právě ve 30. letech, kdy jiné pivovary od tohoto nástroje v důsledku krize naopak ustupovaly.¹ V recenzované publikaci autor toto téma opět rozebírá a dovedně začleňuje do líčení celkového vývoje firmy.

Poslední pro recenzenta velmi zajímavou oblastí výzkumu je přístup k technologickým inovacím. Smíchovský pivovar se prakticky po celé sledované období držel strategie technologického následovnictví (nechával tedy nové technologie vyzkoušet napřed konkurenci a projít lety zkoušek, během nichž se ukázal jejich opravdový přínos a trvanlivost). Tuto taktiku opustil až ve druhé polovině 30. let, kdy se naopak stal jedním z nejmodernějších pivovarů minimálně ve střední Evropě. Technologické následovnictví se tedy dlouhodobě bohatě vyplatil a pivovar může být ukázkou toho, jak i firma, která není na špičce inovací, může velmi dobře prosperovat (s. 352).

Hodnocení recenzované knihy vyznívá veskrze pozitivně. Publikace zdařile používá metody moderních hospodářských a sociálních dějin. Autor vycházel z velkého množství archivního materiálu, dobového tisku i odborné literatury. Jeho závěry jsou cenné zejména tím, že si na jedné straně uvědomuje atypičnost vývoje smíchovského pivovaru, ale současně správně identifikuje rysy společné celému pivovarnickému průmyslu a onen „specifický příběh“ do těchto rysů zdařile zasazuje. Některé závěry jsou vynikající a do značné míry překvapivé (např. zmiňované analýzy strategie technologického následovnictví či hostinského úvěru) a nabourávají tak u neodborníků vžitou představu o pivovarnictví jako oboru, v němž se mnoho nového neděje. Přínosná je také profesní analýza osobností ve správní radě. Ta ukazuje, že se jednalo o příslušníky především vyšších středních tříd, odkrývá však také, že se obvykle jednalo o skutečné elity nejen pivovarnického oboru.

Máme-li hovořit o slabších místech publikace, je to podle názoru recenzenta poněkud upozaděné vnímání některých zajímavých, poněkud kontroverzních aspektů fungování

1 Martin MINAŘÍK, *Manažerský sen. Expanze firmy v době hospodářské krize. Příklad Akciového pivovaru na Smíchově*, in: Eduard KUBŮ – Jindřich SOUKUP – Jiří ŠOUŠA (eds.), *Fenomén hospodářské krize v českých zemích 19. až počátku 21. století: cyklický vývoj ekonomiky v procesu graduující globalizace*, Praha - Pelhřimov 2015, s. 303-316.

smíchovského pivovaru. Tak například část zakladatelů nové firmy zakoupila rok před jejím založením budoucí pozemky. Ty následně prodali pivovaru za dvojnásobnou hodnotu v podobě akcií. Byl to od nich samozřejmě podnikatelský risk (pivovar mohl i zkrachovat), nominálně však získali z investice během jediného roku dvojnásobný výnos. Připočteme-li k tomu skutečnost, že tržní cena akcií se již po první dekádě začala pohybovat na úrovni vyšší, než byla cena nominální, a zohledníme-li velmi nízký akciový kapitál smíchovského pivovaru, generující při velkých ziscích dividendy ve výši desítek procent, jednalo se o obchod bezpochyby výhodný. Autor však tuto transakci téměř neanalyzuje (s. 53).

Stejně tak by bylo vhodné věnovat větší prostor chování smíchovského pivovaru vůči konkurenci. To bylo totiž často značně tvrdé a dalo by se dnešními slovy označit i za využívání (nikoli zneužívání) dominantní pozice na pražském trhu. Je to zjevné např. z postoje pivovaru vůči kartelovým dohodám. Před první světovou válkou, kdy měl pivovar téměř naplněné kapacity a prostor pro expanzi výroby byl omezený, byl jedním z iniciátorů a zastánců kartelové dohody. Naopak za první republiky, kdy neustále zvyšoval výstav piva, se změnil v odpůrce podobných smluv a podřídil se jim až po zásahu státu. Byl to od vedení akciové společnosti (myslící na zájmy firmy) logický a správný postup, je však současně nepochybné, že vůči slabším hráčům na trhu postupovala firma v podstatě bez ohledů.

Kniha Martina Minaříka *V národních barvách* patří mezi zdařilé počiny. Doporučit ji lze nejenom zájemcům o pivovarnictví, ale obecně badatelům v oblasti hospodářských, sociálních dějin a speciálně dějin firemních. Publikace úspěšně zaplňuje dosavadní mezeru v bádání, obsahuje řadu překvapivých informací a silných závěrů.

Jan Slavíček

Jan ŠIMEK

Historie školních budov. Od tereziánských reforem po současnost

Praha, Národní pedagogické muzeum a knihovna J. A. Komenského 2016, 268 s., ISBN 978-80-86935-35-5.

Publikace, u jejíhož zrodu stála jak erudice a zájem autora, tak bohatství dosud nevytěženého obrazového materiálu, fotografií a stavebních plánů, znamená další zdravý průlom do stále přetrvávající situace, kdy pod pojmem dějiny školství byly a jsou rozuměny převážně dějiny učitelstva. V úvodu knihy *Historie školních budov. Od tereziánských reforem po současnost* autor jasně definuje předmět svého studia a přístup: zajímá ho „fenomén školních budov z hlediska jejich funkce, tedy coby prostoru pro realizaci vzdělávacího procesu“ (s. 10). Vzhledem k tomu, že se jedná o první takto koncipovanou a vymezenou práci, soustředil se Jan Šimek jen na budovy základních škol.

V periodizaci spisu vyšel z proměn školství daných legislativou. Práce, zahrnující období od tereziánské školské reformy po rok 1989, je tak rozdělena na pět částí, přičemž poslední tvoří stručné pojednání o školní architektuře po sametové revoluci. Autor se soustředil na vývoj školské architektury v českých zemích, nicméně přihlédl i k vývoji na Slovensku, ba zařadil krátký exkurz do bavorských škol na konci 18. století, kde využil