

Citation style

Potužníková, Marta: Rezension über: Milan Hlavačka / Pavel Bek, Rodinné podnikání v moderní době, Praha: Historický ústav, 2018, in: Český časopis historický, 2019, 3, S. 826-827, DOI: 10.15463/rec.1386253261

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).

jak sám zdůraznil, pochopit „svět nepsaných rituálů a zažitých uzancí“ (cit. s. 21). Materiály osobní povahy navíc obohacují práci o velmi důležitý rozměr; za jednotlivými úřady a funkcemi díky nim vystávají konkrétní lidé, jejich osudy a kariéry. Z tohoto důvodu textu prospělo zařazování krátkých životopisných črt do poznámkového aparátu. To vše dodává knize plastičnosti, nemluvě o relativně bohaté fotografické příloze, přinašející většinou portréty akterů.

Milan Řepa

Milan HLAVAČKA – Pavel BEK a kol.

***Rodinné podnikání v moderní době***

Praha, Historický ústav 2018, 608 s.,  
ISBN 978-80-7286-318-1.

Publikace nabízí pohled do podnikatelské sféry, provázený řadou příkladů z období od první poloviny 19. století do konce první poloviny 20. století. Kniha je přehledně rozčleněna do pěti velkých oddílů: úvodní část tematizuje dějiny podnikání a podnik jako hospodářskou jednotku, která je během svého vývoje ovlivňována politickým, kulturním a sociálním prostředím. Autoři definují celkem jedenáct okruhů otázek v oblasti rodinného podnikání na území českých zemí a Slovenska. Tematizována je i nadřazená disciplína hospodářské dějiny a její umístění v badatelské sféře. Autor poukazuje na jejich „štěpení“ ale zároveň na „synergický potenciál“ a s tím související nové badatelské tendence. Úvodní část mapující zařazení a vlivy na tuto disciplínu ve výzkumu zakončuje pohled do budoucnosti na možný vývoj. Navazuje oddíl „Konceptualizace a terminologie“, který se zabývá kontexty a přiblížením významu pojmů „rodinná firma“ a „(rodinný) podnikatel“. Prostor je věnován

proměnám rodinného podnikání v historickém kontextu. Autorka má na zřeteli původ rodinných podniků, generační změny či nástupnictví. Rozebírají jednotky „rodina“ a „podnik“, jejich provázanost i vzájemné ovlivňování se. Uvedeno je několik příkladů známých podniků jako např. Swarovski, Opel, Dr. Oetker a v neposlední řadě oděvní firma C & A. Oddíl zakončuje příspěvek, který řeší otázku existence a vývoje „(Family) business history“ jako mezioborové disciplíny na hranici hospodářských a sociálních dějin, která se profilovala především v USA. Autor popisuje metodologické přístupy analýzy rodinného firemního prostředí a poukazuje na často preferované tzv. biogramy, kdy se člověk stává středem výrobních procesů. Následující kapitoly jistě zaujmou konkrétními příklady rodinných firem. Je v nich prezentováno na dvacet podnikatelských biogramů z různých řemeslnických/průmyslových oblastí. Kapitoly podrobně mapují jak komerční, tak např. charitativní aktivity, strategie a hospodaření rodinných podniků. Za pozitivní považují, že mimo uvedené příklady autoři rozebírají situaci daného řemesla v jednotlivém období a nabízí tak čtenáři obsírnější perspektivu na danou problematiku. Například v oddílu „Počátky rodinného podnikání v českých zemích“ je po Krušovickém a Rakovnickém pivovaru rozebírána „Role rodinného podnikání při přeměně tradičního řemeslného pivovarnictví v moderní průmyslovou velkovýrobu“.

O podnikatelských rodinách Ringhofferů a Kleinů, které se staly jedny z nejúspěšnějších ve své době, autoři shromáždili rozsáhlé informace o jejich vývoji a aktivitách na cestě k podnikatelským elitám až do jejich zániku. Podniky pod vedením Ringhofferů končí znárodněním na konci druhé světové

války, kdy vzniká „Tatra národní podnik“ se sídlem v Kopřivnici, příběh podniku Kleinů úmrtím jednoho z posledních aktivních členů rodiny.

Předposlední část pojednává o firmách v českých zemích během období, které bylo výzvou ve všech směrech: první polovina 20. století jako období, ovlivněné událostmi z oblasti techniky, vědy a kultury, „zlatých dvacátých let“, hospodářské krize a dvou světových válek. Oddíl „Podnikatelé a veřejné aktivity“ je poslední částí prezentující příklady rodinných firem, mimo jiné i podnikatelské snahy ze zmiňovaného slovenského prostředí.

Na konci publikace čtenář nalezne shrnutí v podobě odpovědí na sedm otázek, jako např. jakým způsobem vznikaly rodinné podniky, jaké byly typy vlastnictví podniků nebo jaké typy řízení se vyskytovaly. Tato část je psána v českém a anglickém jazyce. Následuje abstrakt v anglickém jazyce.

Příběhy podniků by – i když to nebylo přímo cílem studie – (dle mého názoru jako badatelky o firemní komunikaci a reklamě v historickém kontextu) obohatila část věnovaná aktivitám v této rovině. Je to součást podnikatelské strategie spoluutvářející identitu firmy a značky. Prostor je firemní komunikaci věnován v příspěvku k oleji Mogul, kdy je mimo jiné vidět snímek s dámou v masce „benzinová pumpa BZ“ jako chodící reklamy. Stejný motiv je použit na obálce knihy. Takové ztvárnění reklamy bylo vtipné a v té době používáno i v jiných odvětvích. Na konci dvacátých let 20. století tak ukázal např. německý výrobce automobilů značky DKW „živý plakát“ na jedné z automobilových výstav v Berlíně. Středem pozornosti byl muž s batohem na zádech, který roznášel letáky a vypadal jako figurka na jednom z reklamních plakátů.

Kolektivní monografie na trhu osloví především odbornou veřejnost na mezinárodním poli. Může být však zajímavá i pro laiky, kteří se zajímají o firemní principy, řízení, strategie a sociální systémy v historickém kontextu nebo jednoduše o příběhy rodin a jejich podniků jako takových. Publikace svým tématem umožňuje pohled na vývoj a tudíž porovnání podnikatelských aktivit během celého jednoho století. Tento cenný poznatek by mohl být, pokud se tak ještě nestalo, zpracován např. ve formě veřejné výstavy, která svému publiku zprostředkovává jak oborový, tak emoční a vzpomínkový akcent v kulturně-historickém horizontu.

Knihou je čtivým příspěvkem pro interdisciplinární výzkum, který shrnuje příslušnou konceptualizaci a terminologii, dokumentuje a poskytuje obsáhlý seznam literárních a archivních zdrojů. Především ale přispívá tím, že se zabývá na české a slovenské straně doposud málo zpracovanou problematikou (tj. dějinami podnikatelů). Současní a budoucí historikové by to mohli chápat jako stimul pro aplikovaný interdisciplinární výzkum.

Marta Potužníková

Hana KUBÁTOVÁ – Jan LÁNÍČEK  
*The Jew in Czech and Slovak  
imagination, 1938–89.  
Antisemitism, the Holocaust,  
and Zionism*

(= Brill's Series in Jewish Studies, vol. 60)  
Leiden, Brill 2018, 278 s.,  
ISBN 978-90-04-36243-7.

Monografie se věnuje problematice představy Židů v rámci české a slovenské společnosti v letech 1938 až 1989. Kniha s podtitulem *Antisemitismus, holocaust a sionismus*, součást série Brill, zaměřující se na židovská