

# SLOVENSKÝ NÁRODOPIIS



- Z OBSAHU: BITUŠÍKOVÁ, Alexandra: Antropologický výskum mesta v 21. storočí: tendencie, výzvy a aplikácie  
POPELKOVÁ, Katarína: Urbánne štúdium v slovenskej etnológii – poznámky k aktuálnemu dialógu etnológie s antropológiou  
DARULOVÁ, Jolana: Obsahové a funkčné zmeny mesta  
KOŠTIALOVÁ, Katarína: Mesto univerzite – univerzita mestu



*Slovenský národopis (Slovak Ethnology) vychádza päťkrát ročne v Ústave etnológie Slovenskej akadémie vied v Bratislave. Prvé štyri čísla každého ročníka sú v slovenskom jazyku, piate číslo je v anglickom jazyku.*

*Slovenský národopis prezentuje výsledky výskumu v oblasti etnológie, kultúrnej/sociálnej antropológie a príbuzných disciplín. Príspevky uverejnené v časopise sú teritoriálne orientované na územie Slovenska a región Strednej Európy, zamerané sú na analýzu sociálnych javov založenú na dátach získaných prostredníctvom terénneho výskumu. Redakcia časopisu preferuje príspevky analytického, teoretického alebo syntetizujúceho charakteru, ktoré prispievajú k aktuálnym diskusiám v sociálnych vedách. Tematicky je časopis zameraný najmä (nie však výhradne) na etnický, kultúrny a historický vývin v Strednej Európe, na sociálne a kultúrne aspekty ekonomickej a politickej transformácie, na modernizačné procesy v urbánnom i rurálnom prostredí, na etnickú a menšinovú problematiku, na problémy kultúrneho dedičstva v európskom kontexte, ako aj na dejiny spoločenskovedných disciplín. Okrem problémovo orientovaných vedeckých štúdií časopis uverejňuje tiež materiálové štúdiá, recenzie a anotácie kníh, rozhovory, diskusné príspevky a správy o dianí v sociálnych vedách. Časopis poskytuje priestor na diskusie o kľúčových problémoch v sociálnych vedách, ako aj na kritické komentáre k publikovaným príspevkom. Uverejnené štúdiá prešli obojstranne anonymným oponentským konaním, oponenti sa vyberajú z medzinárodného okruhu odborníkov.*

#### HLAVNÁ REDAKTORKA

Gabriela Kiliánová

#### VÝKONNÉ REDAKTORKY

Hana Hlôšková    Michaela Ferencová

Tatiana Bužeková    Tatiana Podolinská

#### PREKLADY

John Minahane (do angličtiny)

#### JAZYKOVÉ KOREKTÚRY

Zora Vanovičová (slovenčina)

John Connolly (angličtina)

#### REDAKČNÁ RADA

Marta Botíková, Dušan Deák, Lubica Droppová, Bernard Garaj, Martin Kanovský, Eva Krekovičová, Jan Krist (ČR), Peter Salner, Zdeněk Uherek (ČR), Miroslav Válka (ČR), Iveta Zuskinová

#### REDAKČNÝ OKRUH

Regina Bendix (Georg August University of Göttingen, Germany), Michal Buchowski (Adam Mickiewicz University of Poznań, Poland), Ingrid Slavec Gradišnik (Slovenian Academy of Sciences and Arts, Slovenia), Ullrich Kockel (University of Ulster, United Kingdom), Vladimir Penchev (Bulgarian Academy of Sciences, Bulgaria), Dragana Radojičić (Serbian Academy of Sciences and Arts, Serbia), Klaus Roth (Ludwig Maximilian University of Munich, Germany), Davide Torsello (University of Bergamo, Italy), Helena Wulff (University of Stockholm, Sweden), Elena S. Uzeneva (Russian Academy of Sciences, Russia)

#### OBÁLKA

Graficky upravená mapa Bratislavy (z Luther, D.: "Priestorová diverzita mesta a lokálna pamäť obyvateľov: prípad Bratislava", Český lid 96/2009/4, obrazová príloha II.)

#### HOSŤUJÚCI EDITOR

Peter Salner

*Slovenský národopis je evidovaný v medzinárodných bibliografických databázach: MLA, CEEOL, Ulrich's, Willings, CEJSH a ERIH (impaktovaná databáza ESF)*

## EDITORIAL

S a l n e r, Peter: Editorial..... 127

## ŠTÚDIE

B i t u š í k o v á, Alexandra:  
Antropologický výskum mesta v 21.  
storočí: tendencie, výzvy a aplikácie... 129

P o p e l k o v á, Katarína: Urbánne štúdium  
v slovenskej etnológii – poznámky  
k aktuálnemu dialógu etnológie s antro-  
pológiou..... 143

D a r u l o v á, Jolana: Obsahové a funkčné  
zmeny centra mesta - moderné  
a tradičné, alebo hľadanie novej  
tváre centra.....159

K o š t i a l o v á, Katarína: Mesto univerzity  
– univerzita mestu - prípadová štúdia  
vzťahu vysokoškolskej inštitúcie a  
spoločenstva mesta Zvolen.....176

## MATERIÁLY

F a l ť a n o v á, Ľubica: K podnikateľskému  
prostrediu Bratislavy..... 194

T e s á r o v á, Katarína: Mesto ako priestor  
identifikácie – na príklade centra  
Bratislavy..... 208

## ROZHLADY – SPRÁVY – GLOSY

Pozdrav Viere Nosálovej (Zuzana Š t e f á n i k o v á)..... 223

Vilmosovi Voigtovi (pár slov k sedem-  
desiatke) (Milan L e š č á k)..... 225

Podujatie pri príležitosti sedemdesiatin  
Vilmosa Voigta (József L i s z k a)..... 227

Pozdrav Hansovi-Jörgovi Utherovi (Viera  
G a š p a r í k o v á)..... 228

K životnému jubileu Daniela Luthera  
(Dušan R a t i c a)..... 232

Pozdrav jubilujúcemu prof. Bernardovi  
Garajovi (Margita J á g e r o v á)..... 237

Seminár o ľudovom odievaní (Júlia  
K n a p c o v á)..... 241

Cena Múzeum roka a Cena Andreja  
Kmeťa..... 242

## RECENZIE – ANOTÁCIE

D. Luther: Z Prešporka do Bratislavy  
(Katarína P o p e l k o v á)..... 244

M. Detelić: Epski gradovi. Leksikon  
(Jana P o s p í š i l o v á)..... 246

P. Frankl – P. Frankl: Židia v Žiline (Peter  
S a l n e r)..... 247

K. Altman – L. Kudělková – V. Filip:  
Zmizelý svět brněnských kaváren  
(Peter S a l n e r)..... 249

M. Ferencová – J. Nosková (eds.):  
Paměť města (obraz města, veřejné  
komemorace a historické zlomy v 19.  
– 21. století) (Peter S a l n e r)..... 250

B. Soukupová – H. Novotná – Z.  
Jurková – A. Stawarz (eds):  
Evropské město (Identita, symbol,  
mýtus) (Peter S a l n e r)..... 251

Journal of Urban Ethnology (Ľubica F a l ť a n o v á)..... 253

B. Malovcová a kol.: SVIT (1934 - 2009)  
- História jednej myšlienky (Peter  
L a u č i k)..... 254

J. Fekete-Apolkin: Slovník modrokamen-  
ských toponým (Miloš Š í p k a)..... 256

M. Šrámková: Česká prozaická folklo-  
ristika v letech 1945–2000 (Viera  
G a š p a r í k o v á)..... 257

P. Slavkovský: Svet na odchode. Tradičná  
agrárna kultúra Slovákov v strednej a  
južnej Európe (Miroslav V á l k a)..... 259



## CONTENTS

S a l n e r, Peter: Editorial..... 127

### STUDIES

B i t u š í k o v á, Alexandra: Anthropological  
Research of the Town in the 21st  
Century: Trends, Challenges and  
Applications..... 129

P o p e l k o v á, Katarína: Urban Research in  
Slovak Ethnology: Notes to Current Dialog  
between Ethnology and Anthropology... 143

D a r u l o v á, Jolana: Contents and Functional  
Changes of the City Centre..... 159

K o š t i a l o v á, Katarína: The Town to the  
University - The University to the Town.... 176

### MATERIALS

F a l ť a n o v á, Ľubica: On the Enterprise  
Environment in Bratislava..... 194

T e s á r o v á, Katarína: The Town as a Place  
of Identification – with the Example of  
Bratislava City Centre..... 208

### NEWS

Greetings to Viera Nosál'ová (Zuzana Š t e-  
f á n i k o v á)..... 223

To Vilmos Voigt (a few words for his 70th)  
(Milan L e š č á k)..... 225

An Event for the Occasion of Vilmos Voigt's  
Seventieth Birthday (József L i s z k a)..... 227

Greetings to Hans-Jörg Uther (Viera G a š-  
p a r í k o v á)..... 228

For Daniel Luther's Life Jubilee (Dušan  
R a t i c a)..... 232

Greetings to Prof. Bernard Garaj on his  
Jubilee (Margita J á g e r o v á)..... 137

Seminar on Folk Dress (Júlia K n a p c o v á) 241

Museum of the Year Prize and Andrej Kmet'  
Prize..... 242

BOOKREVIEWS- ANNOTATIONS 244

## K PODNIKATEĽSKÉMU PROSTREDIU BRATISLAVY

ĽUBICA FALŤANOVÁ

Ekonomické odvetvie obchodu a služieb patrí k základným ukazovateľom rozvoja sídiel. Urbánna etnológia obdobia od 70. rokov 20. storočia do začiatku 21. storočia charakterizovala uvedené zložky ekonomiky Bratislavy prostredníctvom viacerých tém, pričom sa snažila vymedziť vlastný, etnologický pohľad, zodpovedajúci kultúrno-sociálnemu ponímaniu predmetu výskumu. Parciálne údaje problematiky obchodu a služieb sa sledovali v kontexte iných tém (napr. podomoví obchodníci, trhy ako súčasť diania vo verejných priestoroch).<sup>1</sup> Z okruhu samostatných prác zameraných na podnikateľskú činnosť majú významné miesto syntézy k prevádzkovaniu viech a kaviarní.<sup>2</sup> V príspevkoch sa objavuje téma vybraných skupín obchodníctva a osudov jednotlivých predstaviteľov živnostníctva.<sup>3</sup> Existujú zmienky o spolčkovej činnosti živnostníkov.<sup>4</sup> Pozornosť sa sústreďovala na reklamu ako na významný výrazový prostriedok obchodnej činnosti, ale aj na sociálno-priestorové dôsledky zmien v lokalizácii obchodných prevádzok v transformačnom období po roku 1989.<sup>5</sup>

Príspevok rozširuje poznatky o podnikaní v mäsiarskom a údenárskom odbore v období 20.-30. rokov 20. storočia, ktorý patril k najdôležitejším remeselným potravinárskym živnostiam a môže čiastkovým pohľadom prispieť k spracovaniu remeselných živností.<sup>6</sup> Zaoberá sa mäsiarstvom a údenárstvom v Bratislave z dvoch základných pohľadov. Prvá bádateľská rovina poukazuje v stručnosti na fungovanie najvýznamnejšej miestnej profesijnej organizácie mäsiarskeho a údenárskeho stavu. Druhý výskumný pohľad hovorí o podnikateľskej činnosti v sledovanom odbore na príklade jednotlivca. Archívne písomné a fotografické dokumenty, rozhovory s predstaviteľmi odboru predstavujú základný výskumný materiál k téme podnikateľského rozvoja na príklade jedného z reprezentantov branže.

**Miestne organizačné prvky mäsiarov a údenárov v stručnom úvode**

Najvyššia miestna správna živnostenská inštitúcia remeselných živností sa transformovala na základe Živnostenského zákona v roku 1924 na Zmiešané živnostenské spoločenstvo. Popritom sa zakladali samostatné živnostenské odbory – spoločenstvá, medzi nimi aj Spoločenstvo bratislavských mäsiarov a údenárov. Hovorovo sa spoločenstvá označovali bratislavskými živnostníkmi aj ako grémiá, hoci oficiálny názov spoločenstva ako grémium v r. 1924 prevzali len štyri samostatné odbory (napr. inštalatéri a elektrotechnici ap.).<sup>7</sup>



Bratislavské spoločenstvo mäsiarov a údenárov uviedlo pre rok 1931 217 členov. Mäsiari zamestnávali v dielnach 247 tovarišov.<sup>8</sup> Na základe týchto dvoch údajov sa dá konštatovať, že Bratislava síce sústredovala niekoľko významnejších mäsiarstiev s niekoľkými desiatkami zamestnancov, ale prevažnú väčšinu tvorili malé živnostenské závody individuálne alebo s 1-2 zamestnancami. Údaje odzrkadľujú celoslovenskú veľkostnú štruktúru podnikov na spracovanie mäsa podľa počtu zamestnancov, ktorú charakterizuje prevažne živnostenská malovýroba. Do kategórie podnikov nad 20 zamestnancov, čiže medzi továrenské podniky, sa do roku 1930 zaraďovalo iba 11 firiem.<sup>9</sup> Okrem toho v Bratislave existovala časť mäsiarov v celkovom počte 21, zaevidovaná v Grémiu bratislavského obchodníctva, pretože sa zaoberali len predajom mäsa. Podľa postojov obyvateľstva – konzumentov sieť predajní a ich zásobovanie zodpovedalo v optimálnej miere ich spotrebiteľským požiadavkám.

### **Príklad podnikateľskej činnosti mäsiarov a údenárov – hlavné profesijné etapy Blažeja Ráčka**

Medzi mäsiarmi a údenármi v Bratislave 20. až 40. rokov 20. storočia sa nachádzalo niekoľko významných podnikateľov. Rudolf Manderla, Blažej Ráček, Štefan Bláha a František Vanek vlastnili mäsiarske a údenárske firmy s najvyššími počtami zamestnancov.<sup>10</sup> Komparácia základných výskumných materiálov – písomné spomienky manželky Marie Ráčkovej (1907 - 1989, miesto narodenia Viedeň), B. Ráčka (1899 - 1977, miesto narodenia Křoví), pamätný album o dejinách firmy, rodinná fotodokumentácia, firemné a osobné dokumenty z rodinného archívu potomkov, ústne spomienky Zdenka Ráčka (syna B. Ráčka) a jeho manželky – v kontexte spoločenského vývinu umožňujú vytvoriť ucelený obraz dobovej podnikateľskej stratégie jednotlivca, podmienok živnostenského rozvoja, podnikateľských vzťahov a súkromného života príslušníka podnikateľskej vrstvy.<sup>11</sup> Časť komparatívnej bázy na spracovanie vymedzených problémových okruhov vznikla sekundárnou analýzou z odbornej literatúry.

Pri sledovaní profesijnej dráhy B. Ráčka je dôležité upozorniť na formovanie vzťahov medzi podnikateľmi Bratislavy, kam prišiel v r. 1923 z Moravy ako vyučený mäsiar–údenár po krátkej praxi. Po roku 1918 sa sťahovali v rámci imigračnej vlny smerujúcej do Bratislavy aj podnikatelia z Čiech a Moravy. Časť z nich sa zakrátko v novom prostredí etablovala a vytvárala zázemie pre ďalších českých a moravských imigrantov, o čom svedčí skutočnosť, že M. Ráček po príchode získal zamestnanie pomocníka v dielni českej údenárskej firmy F. Chramostu, sídliacej na Dunajskej ulici č.12. Moravskú a českú spolupatričnosť, založenú na pracovnej spolupráci a zamestnanosti, dokladajú ďalšie príklady z profesijnej praxe B. Ráčka.

Kapitál je najzákladnejšou existenčnou otázkou pre podnikateľov, ak uvažujú o vybudovaní a rozvoji firmy. Faktom je, že vyučení mäsiari a údenári, tovariši, sa snažili čo najskôr profesijne osamostatniť. Rodinné a bankové pôžičky okrem vlastných úspor na dosiahnutie týchto cieľov sa stali nevyhnutnou pomocou pre začínajúcich podnikateľov a pre ďalšie rozvíjanie firiem. K prostriedkom na dosiahnutie finančného kapitálu patrili takisto zamestnania s podielom zo zisku. Významný finančný základ B. Ráček získal najprv ako zamestnanec v predajni Konzumného družstva železničiarov, situovanej v meste, a potom ako obchodvedúci (vedúci podniku) a vysekávač mäsa v predajni mäsa Konzumného družstva železničiarov vo Vajnorochoch. V tejto etape plánovania podnikateľskej činnosti významne pôsobil fakt, že si ako obchodvedúci zásluhou vlastnej iniciatívy



*Obr. 1 B. Ráček s manželkou a deťmi. Bratislava 1933*



*Obr. 2 Dom B. Ráčka postavený v r. 1932 s obytnou časťou a obchodmi na Vajnorskej ulici, prízemná budova s dielňami. Bratislava 1933*



vytvoril podmienky na rozvíjanie svojich podnikateľských a odborných (nákupných, spracovateľských, výrobných a obchodných) znalostí.

Nielen v súčasnosti umiestnenie maloobchodnej prevádzky patrí k dôležitým faktorom prosperity firmy. Rozdiely v lukrativnosti lokality sa prejavovali rovnako v sledovanom období. Prirodzene, mestské centrum, najrušnejšia časť mesta, vytváralo najvhodnejšie obchodné podmienky s dostatkom zákazníkov a s dobrými vyhliadkami na zisk. Profesionálne ambície jednej etapy, podmienené kapitálom (vlastné úspory, rodinná pôžička, bankový úver) sa splnili B. Ráčkovi a jeho manželke (od roku 1927) v r. 1928 otvorením vlastnej prevádzky na Dunajskej ulici č. domu 12 (v súčasnosti asanovaný). Profesionálny cieľ jednej životnej etapy dosiahli manželia len o štyri roky neskôr vybudovaním (po finančnej stránke na základe rodinných úspor a bankového úveru) bytového a výrobného komplexu, situovaného na rohu Vajnorskej a Robotníckej ulice v širšom centre mesta. Po založení dielni a ostatných prevádzok bol závod vyhlásený priemyslovým inšpektorátom v Bratislave v roku 1933 za továrensky prevádzkovaný podnik s názvom: Ráček, továrň na údeniny, veľkoobchod mäsiarsky. B. Ráček a jeho manželka považovali šesť rokov od vybudovania závodu na Vajnorskej ulici za obdobie ich najväčších podnikateľských úspechov, čo sa odzrkadlilo vo vysokej životnej úrovni rodiny. Zároveň to bolo veľmi krátke obdobie spoločného života, ktorým sa končil ich profesionálny život podľa osobných kritérií. Nový politický režim na Slovensku, nastolený po roku 1939, prerušil kontinuálny rozvoj podniku v oblasti vlastnícko-právnej, technickej a ekonomickej. Na zmiernenie dopadov zvolil majiteľ podniku, podobne ako iní podnikatelia, opatrenie, na základe ktorého sa stal tichým spoločníkom v podnikovom vedení s dvomi spoločensky akceptovanými spoločníkmi. Spoločenské pomery umožnili, aby bol B. Ráček napokon zbavený účasti vo vedení podniku. Ráčkovcom sa podnik po roku 1945 podarilo obnoviť, v roku 1948 nastalo jeho znárodnenie a s ním perzekúcie, nariadenie o vyst'ahovaní z Bratislavy. Celkovú životnú stratégiu, založenú na budovaní podniku a rodinnej vízii, vystihujú slová M. Ráčkovej: „Byla to pro nás životní rána, to co jsme budovali – pripravovali pro naši rodinu, děti, vnuky, pravnuky museli jsme opustit, náš domov. Chtěli jsme, aby naši následující rodina měla lehčí životní podmínky než byli ty naše, budovali sme to pro nás, aby celá rodina zůstala pohromadě.“ Návrat do Bratislavy bez poskytnutia náhrady ubytovania, zamestnanie B. Ráčka ako robotníka v potravinárskom priemysle, M. Ráčkovej na mieste predavačky v predajni tabaku až do odchodu do dôchodku v roku 1977 po úmrtí manžela, to sú základné fakty, ktoré charakterizujú život manželov od 50. rokov až po 70. roky 20. storočia.

### **K marketingovej stratégii podnikateľa: priestorové podmienky, technické zariadenie, organizácia práce v obchode a vo výrobe (1923-1932)**

Ako východisko k pochopeniu pojmu marketingovej stratégie môžeme použiť nasledovnú definíciu: „Marketingová stratégia predstavuje dlhodobú koncepciu premysleného a účelného rozmiestnenia podnikových zdrojov k dosiahnutiu vytýčených ekonomických a marketingových cieľov na zvolenom cieľovom trhu.“ Na doplnenie, slovo marketing vyjadruje činnosť vedúcu k uplatneniu na trhu. Vyskytuje sa vo viacerých významoch – ako celková filozofia riadenia či jedna z riadiacich funkcií podniku, a ako obchodné aktivity podporujúce proces výmeny tovaru či služieb.<sup>12</sup> Pojem marketing sa na Slovensku v medzivojnovom období nepoužíval, hoci sem prenikali práce zamerané na pozdvihnutie obchodného ducha, a to z USA, kde sa samostatne vyčlenila problematika marketingu už v medzivojnovom období. Nesporne, prostredníctvom prekladov odbornej

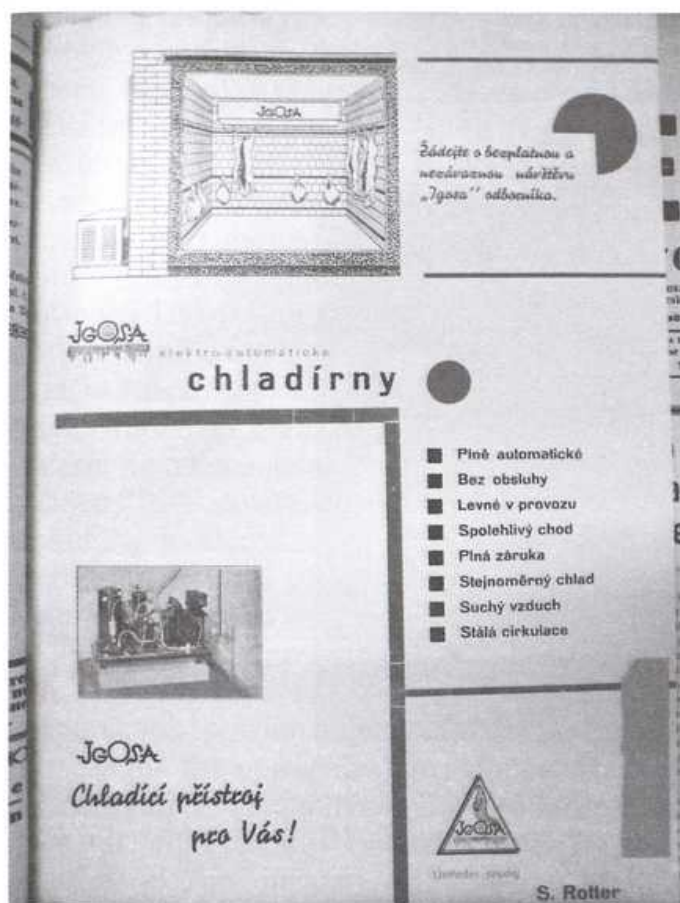




Obr. 3 Interiér predajne B. Ráčka na Vajnorskej ulici. Bratislava 1933



Obr. 4 Zamestnanci firmy B. Ráčka. B. Ráček tretí sprava, stredný, sediaci rad; účtovník druhý sprava. Dielenský majstri, pomocníci, predný sediaci rad učni. Bratislava 1933



Obr. 5 Automatická chladiareň v reklame. Mäso a výroba 1932

americkej literatúry do slovenčiny sa povzbudzovala obchodná činnosť na Slovensku, vybudovaná dlhodobými tradíciami a získavali sa nové vzory v presadzovaní sa na trhu.<sup>13</sup> Pre mäsiarov a údenárov existoval celý rad informačných zdrojov potrebných na získavanie znalostí pre riadenie a rozvoj firmy (právny výklad zákonov, ceny, lokálne predpisy, zariadenia, aktuálne pomery v odbore ap.). Spomenieme napr. odborné časopisy: Mäso a výroba (orgán Krajinského zväzu obchodníkov dobytkom); Mäsiar a údenár (oficiálny orgán Krajinského zväzu mäsiarov a údenárov na Slovensku a Podkarpatskej Rusi). Uverejňovaním výňatkov z odborných kníh sa upozorňovalo na existenciu príručiek na trhu (napr. v roku 1932 publikácie „Živnosť mäsiarsko-údenárska v zákonoch a v praxi“). Rozvoj firiem po stránke zariadenia podporovali bratislavské výstavy. Modernizáciu podnikov ovplyvňovalo otvorenie vzorkového skladu údenárskych strojov a potrieb v Bratislave v roku 1930, inzerované pod heslom „Podporujte svoj vlastný podnik!“. Zujitkovanie vonkajších podnetov záviselo od postavenia živnostníka, jeho plánov, realizačných schopností, na základe čoho sa podnikateľské cesty živnostníkov individualizovali.

U B. Ráčka sa prejavil v podnikaní presne ten fenomén, ktorý sa označuje pojmom obchodný duch alebo v súčasnej terminológii ako marketingové správanie. Ak sledujeme jednotlivé etapy profesijnej činnosti B. Ráčka a jeho manželky z tohto hľadiska, vytriedajú sa etnologicky sledovateľné oblasti sociálnej a materiálnej kultúry mesta, ktoré





*Obr. 6 Pôvodný dom Ráčkovcov z roku 1932. Reštituovaný deťmi Ráčkovcov v 90. rokoch 20. storočia. Rekonštruovaný, stav v roku 2010. Bratislava*

reprezentujú súčasť marketingovej stratégie: technický stav maloobchodných a výrobných prevádzok, ich sídelno-priestorové rozmiestnenie, technické zariadenie, právna forma riadenia podniku, organizácia práce.

Východiskové materiály poukazujú na rôznu úroveň prevádzok mesta (predajní, údenárskych a mäsiarskych dielní) z hľadiska technického stavu a vybavenia. Zvlášť výroba údenín kvôli výrobným priestorom predstavovala pre živnostníkov problémy. Priestory pre údenárske dielne sa často prenajímali, najčastejšie sa uvádzajú mimocentrálne mestské časti. Lokalizácia dielní na Židovni–Cukerlandli, Vydrici, mimo centra mesta, relatívne však v jeho blízkosti, sa spomína u viacerých mäsiarov–údenárov. V takomto prípade sa dielne nachádzali ako samostatné priestory v inej lokalite ako predajne. Dielňu na Židovni mal napríklad spomínaný F. Chramosta (údenárstvo, predajňa Dunajská 12), kde B. Ráček začínal ako pomocník, a odkiaľ sa údenina rozvážala po menších predajniach Bratislavy. Výsek mäsa Konzumného družstva železničiarov (KDŽ) vznikol pristavením malej miestnosti k bývalej budove riaditeľstva železníc (Šancová 1, dnes budova riaditeľstva železničnej polície). Pre zaujímavosť, výsek mäsa vo Vajnorochoch, do ktorého nastúpil B. Ráček ako vedúci, patril k novovybudovanému komplexu obytných domov, s reštauráciou, koloniálnym obchodom, postaveného KDŽ pre svojich zamestnancov. Prevádzka sa skladala z malej miestnosti na výsek mäsa (maloobchodnej predajne) a jednej väčšej miestnosti, ktorá slúžila na rozrábku mäsa. Ďalšia miestnosť, ktorú Ráčkovci pristavili



z vlastnej iniciatívy, aby mohli pripravovať mäsiarske výrobky, bola iba „drevená búda“, vybavená kotlom a „fašírovacím“ strojom. Tým, že predávali v predajni teplé jedlá (napr. varené bravčovú kolená, časti bravčovej hlavy) s konzumáciou v predajni, začala sa prevádzková miestnosť označovať aj ako bodega.

Lukratívne priestory v strede mesta sa takisto, podobne ako v súčasnosti, získavali s problémami, o čom svedčí fakt, že ako odstupné Rudolfovi Liškovi, predchádzajúcemu záujemcovi o uvoľnené miestnosti, zaplatil B. Ráček sumu až vo výške 70 000 Kčs. Pritom priestory v parteri bytového domu na Dunajskej ulici, o ktorých hovoríme (zhodou okolností išlo o priestory majiteľa B. Chramostu, kde B. Ráček začínal, vracajúceho sa do Poděbrad), obchodná miestnosť do ulice, za tým veľká miestnosť a vzadu do dvora menšia miestnosť, ktorá slúžila na bývanie, kúpil prázdne, nezariadené, v dezolátnom stave. Ráčkovci mali vlastnú stratégiu už pri zariaďovaní predajne – stanovili si vysoké kritériá na modernosť a hygienickú stránku („obchod sme chceli mať moderne hygienicky zařízený“). V oblasti zariaďovania mäsiarskych predajní a technického vybavenia dielni sa služby modernizovali, o čom svedčí fakt, že „na kľúč“ („dodali vše potrebné, celé zařízení, a od nože všechno až po vykachličkování“) vybavila priestory brnenská firma A. Neumann. Výrobu mäsiarskych zariadení, nástrojov, zariaďovanie predajní a výrobných podnikov reprezentovali predovšetkým české a moravské podniky, o čom svedčia reklamy v odborných časopisoch. Marketingovú stratégiu ovládali firmy zamerané na výrobu mäsiarskych potrieb. Zákazníkov získavali splátkovou formou platieb, čo vzhľadom na vlastnú finančnú situáciu využili Ráčkovci. Majitelia v riadení podniku naďalej pokračovali v racionalizačných opatreniach. K nim patrila aj výroba a predaj vlastných mäsiarskych výrobkov (jaterníc, tlačienky). V Starej tržnici si v tomto čase prenajímali, podobne ako iní mäsiari, chladiareň, ktorá fungovala na zastaralom systéme chladenia ľadom. Samostatnosť po stránke údenárskeho tovaru závisela od získania nájomných dielenských priestorov (postupne prenajaté dielne Ráčka sa nachádzali na Židovni a na Vydrici) a pracovníkov – miešačov. Vlastná výroba údenín predstavovala dôležitý fenomén obratu mäsiarskych firiem, čo sa prejavilo v prípade Ráčka potrebou väčších dielenských miestností. Našli sa aj prázdne priestory, nevyužívané mäsiarmi–vlastníkmi, a to v širšom centre mesta na Škultétyho ulici. Ich technický stav opisujú nasledovne: „Byl to nízký domek do dvora, kuchyňka malá, pokoj a pak dílna s malým přístavkem, úzký dvorek a všechno zavlhlé.“ Pre obmedzenú ponuku výrobných priestorov sa pristúpilo na prenajímanie uvedenej nehnuteľnosti a doplnenie strojov firmou Neumann. Rozvoj firmy dokumentujú rôzne stupne foriem prepravy tovaru: nosenie mäsa do chladiarne pomocou ručného vozíka, používanie konského potáhu; od roku 1930 sa firma stala nezávislá od dodávateľov a platieb dovozu – odvozu tovaru zakúpením vlastného malého nákladného auta, potrebného zároveň na plánované rozšírenie distribúcie tovaru.

Striedanie právnych foriem vedenia obchodov odzrkadľovalo rôzne situácie, za ktorých B. Ráček hľadal optimálny spôsob riadenia firmy, a s nimi sa menila organizácia práce, s čím súvisí rozsah a charakter ním vykonávaných prác. Napr. ako zamestnanec KDŽ vo výseku v meste začínal z finančných dôvodov (nedostatok financií na zakúpenie tovaru) so spoločníkmi, keďže sa spolupráca neosvedčila pre nedostatok ich skúseností, pomocou rodinnej pôžičky sa osamostatnil. V predajni vo Vajnorochoch ako vedúci predajne zamestnával už dvoch pomocníkov, manželku – pokladníčku. Po založení firmy so sídlom na Dunajskej ulici okrem B. Ráčka pracovali v obchode traja zamestnanci, manželka a učni. V tom čase viedol prenajatú dielňu na Židovni so spoločníkmi; priestory dielni sa menili v závislosti od obchodných vzťahov so spoločníkmi a situácie so zamestnancami–



miešačmi. Finančné vedenie podniku zabezpečovala (okrem iných prác) M. Ráčková, pričom od roku 1928 využívali takisto účtovnícke služby.

Čo sa týka organizácie práce, B. Ráček svoj každodenný pracovný čas rozdeľoval medzi nákupom, zásobovaním predajne, výrobou mäsiarskych výrobkov a distribúciou. Časť mäsiarov a údenárov si zabezpečovala výrobky u iných kolegov z branže. Najväčšia skupina tohto typu sa koncentrovala v Starej tržnici. Vo vnútri mäsiarskeho stavu sa považovali za nižšie postavených príslušníkov mäsiarskeho živnostníctva s nízkou odbornosťou. Napr. B. Ráček v predajni výseku mäsa pri Hlavnej železničnej stanici z vlastnej iniciatívy pribral do predaja údeniny, so zľavou ich kupoval od významnejších bratislavských výrobcov, medziiným i od Františka Vaneka. Vo Vajnorochoch, v dedinskom prostredí, kde po okolitých dedinách na vlastnom konskom potahu skupoval ošípané, hovädzí dobytok, sám ho porážal, vysekával, pripravoval mäsiarske výrobky. Vlastnú firmu založenú roku 1928 (predajňu na Dunajskej ulici a dielňu na Židovni) zásoboval mäsom, osobne zakúpeným každodenne (počas pracovných dní) na bratislavskom bitúnku. Zaoberal sa zabezpečením odbytu nielen prostredníctvom priameho predaja spotrebiteľom, ale aj bratislavským koloniálom a reštauráciám, bratislavským vojenským posádkam, od roku 1930 po zakúpení vlastného malého nákladného auta dodávkami údenárskych výrobkov do hostincov a reštaurácií v okolí mesta. To už sa dostávame k ďalším základným črtám marketingovej stratégie – do sféry výberu cieľových trhov a voľby distribučných ciest.

Maloobchod sa sústreďoval na priamy predaj spotrebiteľom. Predajne sa orientovali predovšetkým na okolité obyvateľstvo. Pre družstevné predajne Konzumného družstva železničiarov boli typickí zákazníci železničiarov rodín, vo Vajnorochoch sa bodega stala obľúbeným miestom letcov z Vajnorského letiska („tí tam chodili na tú držkovú polievku“). Nová predajňa v prostredí, prípadne predajňa s prerušenou prevádzkou, prechádza akýmsi skúšobným obdobím, ktoré overí jeho popularitu medzi zákazníkmi. Atmosféru začiatku predaja vo vlastnej predajni na Dunajskej ulici a očakávania spojené s predajom opisuje M. Ráčková: „Dohotovená moderně zařízená prodejna byla otevřena 1. ledna 1928 na Nový rok, byl to náš první vlastní obchod na Dunajské ul. č. 12. Očekávali sme naše první zákazníky. Oba v bílých pláštích, já za uzenářským pultem, tatínek (B. Ráček) za výsekovým pultem. S napětím, obavou, také i s pověrou, očekával sa první zákazník, kto to asi bude? Ještě i dnes si to pamatuji, zůstává mi v paměti i ve vzpomínce tento pro nás tak významný den v našem životě. Otevřeli se dveře a vstoupili tři mladí muži ve veselé posilvestrovské náladě. Každý z nich si něco koupil z uzeniny a vesele odcházeli. Byli sme přešťastní, že to byli tři mládenci, říkali jsme si, že přinesli nám štěstí do naší budoucnosti a snad to tak i bylo, ovšem s naším přičiněním.“ Fungovanie predajne na Dunajskej ulici upozorňuje z hľadiska zákazníkov na niektoré zaujímavosti. Kóšer výsek ako súčasť predaja hovorí o marketingovom ťahu vlastníka, ktorý však bol v centre mesta takmer nevyhnutnosťou, ak chcel obchodník získať čo najväčší okruh zákazníkov. Zákaznícku oblasť tvorili takisto mimocentrálne časti mesta, ako napr. v prípade solventnej časti klientely z Palisád. S týmto súvisí ponúkaný charakter služieb – ráno prichádzali do predajne slúžky z vysokopostavených rodín s košíkmi a zoznamom požadovaného tovaru, ktorý si vyzdvihli v odpoľudňajších hodinách.

Firma sa snažila o rozšírenie zákazníctva vo všetkých odberateľských oblastiach a po začatí vlastnej výroby údenín mohla začať zásobovať lahôdkárske a reštauračné zariadenia v meste. Racionalizáciou dopravy a zvýšením výroby vo vlastnej dielni sa začali orientovať zároveň na bratislavské okolie – čerstvá údenina sa rozvážala od roku 1930 do koloniálov a hostincov najďalej do Malaciek a Modry.



Silné konkurenčné prostredie medzi bratislavskými mäsiarmi a údenármi sa vytváralo zabezpečením dodávok miestnym vojenským posádkam. Získaním celoročnej zmluvy predstavovali Bratislavské vojenské posádky pre miestnych mäsiarov a údenárov najstabilnejší a najvyšší zdroj tržieb. Výber dodávateľov sa uskutočňoval verejnými súťažami, nezaobišli sa bez korupcie. B. Ráček zdôrazňoval potrebu vojenských dodávok už od pôsobenia vo Vajnorochoch, kde v tom čase zásoboval posádku vajnorského letiska. Rozvoj firmy definovali Ráčkovci z hľadiska tržieb a obratu. Po pomalom napredovaní po založení firmy nasledovalo podľa Ráčkovcov zlepšovanie obratu a zisku. Rozvoj podniku v rokoch 1929 až 1931 dokladajú údaje o ročných obratoch. Kým v roku 1929 dosiahla firma obrat 1 983 468 Kčs, v roku 1931 stúpila tržba na 2 939 633 Kčs. V priebehu týchto rokov každoročne narastali dodávky do bratislavských vojenských útvarov. V roku 1929 ročný obrat z dodávok šiestim vojenským posádkam činil 97 579 Kčs, v roku 1931 dodávali tovar už jedenástim vojenským útvarom s obratom 338 340 Kčs.

Popri týchto pozitívnych stránkach rozvoja podniku treba upozorniť na ohrozenia ich činnosti, do okruhu ktorých patrili: nedostatočná kvalita spolupracovníkov (spoločníkov) vo vedení obchodu a v dielni, zamestnancov (prejavovala sa najmä formou podvodov pri distribúcii tovaru), nedostatok vlastného kapitálu a s tým súvisiace finančné pôžičky, nedostatok priestorových podmienok na údenársku výrobu, ohrozenia prírodnými živlami (požiar prenajatej dielne na Židovni), nedoplatky odberateľov. Začiatkom 30. rokov 20. storočia začali plánovať zakúpenie pozemku na výstavbu vlastných dielní. M. Ráčková o ceste k tomuto bodu ich života napísala: „Spoločnou houževnatou pílí a prací sa nám podařilo překonávat těžké začátky, krok za krokem se to zlepšilo. Byli mnohé velké starosti, půjčky, splátky, choroba, všechno sme překonávali. Když jsme něco našetřili, přišlo ke stavbě domu, s tím nové povinnosti a starosti.“

### **Marketingová stratégia po roku 1932: Ráček, továrň na údeniny, veľkoobchod mäsiarsky**

Polyfunkčná stavba s rezidenčnou, výrobnou a obchodnou funkciou, postavená v roku 1932, pozostávala z trojposchodovej budovy na Vajnorskej ulici a na ňu nadväzujúceho prízemného traktu smerujúceho do Robotníckej ulice. Dom mal vlastný mäsiarsky závod a bytovú časť s 23 obytnými miestnosťami. Byt Ráčkovcov sa nachádzal v dome na Vajnorskej ulici na celej ploche prvého poschodia s rozlohou vyše 100 m<sup>2</sup>. Pri plánovaní ostatných bytových priestorov sa rátalo do budúcnosti s rozširujúcou sa rodinou, zatiaľ sa dvojizbové, jednoizbové byty, garsónky prenajímali. Práčovňa a sušiareň na treťom poschodí slúžila rodine a pri údržbe pracovných odevov zamestnancov podniku. Projekt stavby situoval na prízemie tri predajne: predajňu podniku, dve predajne poskytnuté do prenájmu, sklady, príručnú chladiareň, kuchyňu.

Skladovaciú, výrobnú a expedičnú funkciu prízemného traktu na Robotníckej ulici plnili dielne, udiarne, rozdeľovňa, baliareň, v poslednej časti sa nachádzal „lacný výsek“. Podnik mal vlastný vodný zdroj (studňu), potrebný na prevádzkovanie automatickej chladiarne. Moderný prístup majiteľa k strojovému zariadeniu podniku zodpovedal rozširujúcim sa trendom na Slovensku, keď po roku 1930 si urýchlený postup elektrifikácie a technickej modernizácie mäsiarskych a údenárskych podnikov vyžadovala rentabilnejšia výroba počas hospodárskej krízy.<sup>14</sup> Popri elektrických spracovateľských strojoch k najvýznamnejším modernizačným prvkom podniku patrila elektroautomatická chladiareň vybudovaná v suteréne výrobnjej budovy. Spracovateľské a obchodné stroje (napr. elektrické krájače, elektrické rezače), nástroje, obchodné pomôcky, obchodný mobiliár a vzhľad interiérov



predstavovali to najmodernejšie, čo trh ponúkal. Pri zariadovaní predajní a dielni znovu využili služby firmy A. Neumann. Otvorením predajne na Vajnorskej ulici a lacného výseku na Robotníckej ulici bola predajňa na Dunajskej ulici vyhlásená za filiálku. Okrem toho otvorili luxusnú predajňu údenín (steny interiéru boli obložené Karelským mramorom) na Laurinskej ulici. Dbalo sa na pravidelnú modernizáciu obchodných a výrobných prevádzok každoročnými objednávkami noviniek na Pražských priemyselných veľtrhoch, za osobnej účasti B. Ráčka. V bratislavskom prostredí, keď mäsiarske a údenárske firmy začiatkom 30. rokov 20. storočia využívali na umiestnenie staršie, v niektorých prípadoch suterénne priestory (napr. F. Vanek), polyfunkčná stavba predstavovala najmodernejšiu prevádzku v meste.<sup>15</sup>

Firma B. Ráčka patrila k najvýznamnejším bratislavským mäsiarsko-údenárskym podnikom podľa počtu zamestnancov. Od roku 1932 vo firme pracovalo až 40 zamestnancov. Na porovnanie, firma Rudolf Manderla, jedna z najväčších mäsiarsko-údenárskych firiem v meste, zamestnávala v 2. polovici 20. storočia asi 30 zamestnancov.<sup>16</sup> Rozsahu výroby a predaja zodpovedalo funkčné a odborné zatriedenie pracovníkov. K vedúcim pracovníkom patrili účtovník, dielovedúci, obchodvedúci a vysekávač v jednej osobe a obchodvedúci lacného výseku. Podnik zamestnával tovarišov (v dielnach pracovalo 18 dielenských pomocníkov), pokladníčky, predavačky, kuchárku na prípravu jedál pre zamestnancov; samostatní pracovníci (vodiči automobilov, vo vlastníctve mala firma tri nákladné automobily) vykonávali predaj vidieckym reštauračným prevádzkam a zariadeniam v meste a v okolí.

B. Ráček podriaďoval vedenie podniku stratégii: „Zásada nášho obchodu od prvopočiatku spočívala v tom, aby sme viedli tovar len tej najlepšej akosti.“ V tomto období zabezpečoval nákup tovaru, predával vo výseku mäsa na Vajnorskej ulici, riadil a kontroloval chod podniku, najmä výrobu, zabezpečoval odberateľov a riadil distribúciu tovaru. Nákup jatočného dobytku uskutočňoval dvomi spôsobmi: počas pracovných dní na bratislavskom bitúnku alebo počas roka vo veľkom priamo u veľkostatkárov na Záhorí. Rozšíril priamy predaj spotrebiteľom – predajňa na Vajnorskej ulici slúžila okolitému, prevažne úradníckemu obyvateľstvu, na lacný výsek sa orientovalo najmä sociálne slabšie obyvateľstvo. Popularitu získala predajňa teplými jedlami na pultovú konzumáciu v predajni alebo „so sebou“ (napr. na držkovú polievku si zákazníci nosili konvičky). Náročnejším spotrebiteľom bola určená luxusná predajňa na Laurinskej ulici („šunky krásne narezané strojmi, uložené, celé šunky upevnené na doske v stĺpikoch sa rezali špeciálnym nožom...“). O kvalite služieb, ale i o niektorých črtách spôsobu života stredných a vyšších vrstiev svedčí fakt, že sa v predajni pripravovali na objednávku nárezy na servírovacie misy donesené zákazníkmi.

Propagácia výrobkov na trhu patrí k prvoradým marketingovým stratégiám. Ako dokladajú doterajšie etnologické výskumy a potvrdzuje to prípad B. Ráčka, v reklame podnikov sa dosiahlo používanie širokého spektra výrazových prostriedkov. Patrili sem tabuľové nápisy na predajniach – v Bratislave sa udržali trojjazyčné názvy, o čom svedčí reklama na predajni na Vajnorskej ulici: napr. „Mäso a udeniny. Vždy čerstvé a chutné. Veľká čistota nízke ceny. Spokojenosť zákazníka. Môj zisk.“ B. Ráček inzeroval v tlači, na divadelné vstupenky dal vytlačiť text „Keď údeniny tak od Ráčka, to je bratislavská značka“. V tomto čase bola rozvinutá reklama v kinách premietaním diapozitívov, kolorovaných vo fotoateliéroch. Podnik B. Ráčka mal v erbe kresbu červeného raka. Diapozitív obsahoval kresbu šunky s vypáleným znakom podniku a stručným textom Ráček, Bratislava. Identitu podniku zvyšovalo používanie značky v rôznych situáciách,



napr. vypaľovala sa do kože vyúdených šuniek, umiestňovala sa na obaly salám a firemný emblém bol vyšíty na pracovnom oblečení zamestnancov.

Prosperovanie firmy po založení podniku na Vajnorskej ulici sa prejavilo v celoročných tržbách. Už v roku 1933 sa obrat oproti roku 1929 viac ako zdvojnásobil a v roku 1936 strojnásobil. V roku 1934 podnik zaevidoval dvanásťnásobné zvýšenie vojenského obratu v porovnaní s rokom 1929. Za dôležitý aspekt podnikovej ekonomiky považoval majiteľ pravidelné splácanie pôžičiek.

B. Ráček sa uplatnil ako verejný činiteľ vo funkcii člena predsedníctva Spoločenstva mäsiarov a údenárov. Z rodinného a spoločenského života uvedieme len niekoľko údajov. Po založení podniku sa zmenil jeho pracovný a denný režim. Celkovo však príslušnosť k mäsiarskemu stavu jeho spoločenské styky neovplyvnila. V spoločenskom živote dominovali kontakty s predstaviteľmi intelektuálnej vrstvy a kultúry najmä cez jeho životnú záľubu, šachy. Aký bol režim B. Ráčka, člena rodiny, ktorá sa identifikovala ako príslušníci vyššej strednej vrstvy? „Ráno vstával veľmi zavčasu, okolo štvrtej, piatej, išiel na bitúnok, nakúpil vo veľkom prasatá, dobytok. Do siedmej to mal nakúpené. Zakladal si na tom, že ako rodina sme raňajkovali spoločne vo veľkej kuchyni. Potom zišiel dole, dal si biely plášť, kazajku, vysekával. Obsluhoval v obchode do takej jedenástej, potom sme mali o dvanástej obed. Na to si potrpel. Potom si na hodinu ľahol. Potom sa dal do gala, elegantne, auto už mal pripravené. Chodil do Metropolky alebo k Bláhovi hrať šachy.“ Nedeľa patrila výlučne rodine (výlety do Au Cafe, do Viedne), navštevovali s manželkou tanečné zábavy, počas dovolení kúpeľné mestá.

Podnikateľský profil pod drobnohľadom charakterizuje stratégiu jednotlivca na dosiahnutie marketingových cieľov v období 20. a 30. rokov 20. storočia. Znázornený je tak, aby poodhalil príčiny podnikateľských úspechov a popritom aj dobovú atmosféru podnikania, obchodov, a vyjadril sa k otázkam, ktoré môžu zaujať ako predmet etnologického bádania.

K čiastočnému zmierneniu následkov majetkových krívd v prípade rodiny Ráčkovcov došlo na základe zákona o mimosúdnych rehabilitáciách z roku 1991. Syn a dcéra Ráčkovcov, obyvatelia Bratislavy, dom na Vajnorskej ulici reštituovali. Výrobný trakt smerom do Robotníckej ulice bol v 70. rokoch 20. storočia asanovaný z dôvodov výstavby budovy v štátnom vlastníctve. Schopnosť ekonomických a podnikateľských daností v rodine ako keby sa opakovala. Investovaním finančnej náhrady a pomocou pôžičiek využili pôvodný projekt polyfunkčného domu z roku 1932, ktorý rátať pri rozširovaní rodiny s nadstavbou a v 90. rokoch 20. storočia pribudli dve podlažia, navyše, čo sa nedá povedať o väčšine stavieb tohto charakteru v Bratislave, vo vysokej estetickej kompozícii s pôvodnými časťami budovy. V súčasnosti v dôsledku uplatňovania reštitučných nárokov alebo odkúpením bytových domov vznikajú konfliktné situácie medzi novými majiteľmi a pôvodnými obyvateľmi domu, nájomníkmi štátnych, podnikových alebo družstevných bytov. Na ochranu pred dopadmi z nespravodlivo nastavených zákonov o riešení bytovej situácie nájomníkov novými majiteľmi bytov a domov sa obyvatelia aktivizujú a združujú do občianskych združení. Konfliktnej situácii sa rodina Ráčkovcov vyhla tým, že v čase reštitúcie sa v časti domu nachádzali neobývané byty v dôsledku rekonštrukčných prác bytovým družstvom. Syn B. Ráčka v súčasnosti obýva časť pôvodného rodinného bytu, ktorá vznikla jeho rozdelením už v 50. rokoch 20. storočia po vystaňovaní pôvodných vlastníkov. Prízemie si zachovalo funkciu určenú pre obchod a služby. Ak sledujeme reštitučné dopady, je zrejmé, že v transformačnom období 90. rokov 20. storočia obnova súkromnovlastníckych vzťahov ovplyvnila postavenie vlastníkov nehnuteľností



založené na nových zdrojoch príjmov, vzťahoch a pracovných činnostiach. V závislosti od jednotlivých prípadov stáli noví vlastníci nehnuteľností pred riešením ich ďalšieho využitia a zvažovania predaja. Predovšetkým vznikajúce bankové, podnikateľské a vládne inštitúcie sa v 90. rokoch 20. storočia výrazne podpísali na rozvoji trhu s realitami. Rodina Ráčkovcov sa rozhodla dom si ponechať vo vlastníctve a spravovať ho. Syn B. Ráčka, t. č. dôchodca, prevzal úlohu prenajíomcu a správcu reštituovaného domu. V presvedčení o rodinnej hodnote, vybudovanej manželmi M. a B. Ráčkovcami, ich potomkovia zachovali sídlo vo svojom vlastníctve a zveľadili ho.

## POZNÁMKY

- 1 LUTHER, D. (1991): Vône mesta. In: *Taká bola Bratislava*. Bratislava, s. 128-143. Ten istý (1991): Schöner Náci a tí druhí. Tamže, s. 162-174.
- 2 SALNER, P.: (2006): *Bratislavské kaviarne a viechy*. Bratislava.
- 3 FALŤANOVÁ, L. (1987): Bratislavskí obchodníci v období medzi prvou a druhou svetovou vojnou. In: *Slovenský národopis*, 35, s. 381-394. SALNER, P. (1992): Zmena postavenia podnikateľa v mestskom prostredí v priebehu 20. storočia. In: *Kontinuita a konflikt hodnôt každodennej kultúry*. (Ed. D. Ratica), Bratislava, s. 36-42. FALŤANOVÁ, L. (1992): Changes in Bratislava Commerce after 1945. In: *Leute in der Grosstadt*. Brno, s. 125-130.
- 4 MANNOVÁ, E. (1991): Spolky – čertove volky, ale aj škola demokracie. In: *Taká bola Bratislava*. Bratislava, s. 67-90.
- 5 FALŤANOVÁ, L. (2006): Význam obchodu v živote mesta v kontexte súčasných zmien. In: *Slovenský národopis*, 54, s. 481-496.
- 6 KALAVSKÝ, M. (2000): Remeslo a domácka výroba. In: *Slovensko – Európske kontexty ľudovej kultúry*. Bratislava, s. 62-82. MLYNKA, L. (2004): *Remeselník vo vidieckom prostredí. Remeslo a status remeselníka v lokálnom spoločenstve*. Bratislava.
- 7 Das Handwerk in Pressburg (1940). In: *Pressburg in der neuen Slowakei. Geschichte, Kultur, Wirstschaft*. Pressburg, s. 77.
- 8 Valné zhromaždenie bratislavského spoločenstva mäsiarov a údenárov (1932). In: *Mäsiar a údenár* 7, s. 23-26.
- 9 HALLON, L. (1999): Mäsiarstvo a údenárstvo na Slovensku v rokoch 1918-1938. In: Sokolovský, L. (ed.): *Mäsiarstvo a údenárstvo v dejinách Slovenska*. Martin, s. 178.
- 10 Bližšie o histórii firmy Manderlovcov: MANDERLA, F. (1998): *Chronik der Pressburger Fleischwarenfabrikanten – Familie Manderla*. Bratislava.
- 11 Pramene k biografii rodiny Ráčkovcov: Rozhovory uskutočnené v roku 2007 s respondentmi: Zdenek Ráček, rok narodenia 1929, Slávka Ráčková, rodená Lukešová, rok narodenia 1929. Písomné pramene: Ráčková, Mária: 1985 – *V upomínku našim deťom, vnukum, pravnukum a všem následujícím generacím našeho rodu Blažeje Ráčka a Marie Ráčkové-Šumberové*. Bratislava: 43 s. rkp. *Naše práce a vývoj od 1. 1. 1928. Album pri 50. Ráčka*. 45 s. rkp.
- 12 *Velký sociologický slovník I*. Praha 1976, heslo marketing.
- 13 Napr. FILEN, A. EDWARD (1926): Americké obchodné zásady. In: *Slovenský remeselník a obchodník*. 13. 8., č. 33, s. 2-3, O reklame: In: *Národný hospodár*, 25. 1. 1928, s. 8-10.
- 14 Po roku 1930 sa na Slovensku urýchlilo rozširovanie elektromotorov v mäsiarskych a údenárskych podnikoch pod vplyvom hospodárskej krízy, počas ktorej sa ukázala nevyhnutnosť využitia elektriny a technickej modernizácie na zvyšovanie rentability výroby. Podľa HALLON, L.

- (1999): Mäsiarstvo a údenárstvo na Slovensku v rokoch 1918-1938. In: Sokolovský, L. (ed.): *Mäsiarstvo a údenárstvo v dejinách Slovenska*, c. d., s. 179.
- 15 Manderla postavil továreň na Košickej ulici v roku 1943. Podľa MANDERLA, F. (1998): *Chronik der Pressburger Fleischwarenfabrikanten – Familie Manderla*, c. d., s. 183.
- 16 HALLON, L. (1999): Mäsiarstvo a údenárstvo na Slovensku v rokoch 1918-1938. In: Sokolovský, L. (ed.): *Mäsiarstvo a údenárstvo v dejinách Slovenska*, c. d., s. 181.

## LITERATÚRA

- Das Handwerk in Pressburg (1940). In: *Pressburg in der neuen Slowakei. Geschichte, Kultur, Wirtschaft*. Pressburg.
- FALŤANOVÁ, L. (1987): Bratislavskí obchodníci v období medzi prvou a druhou svetovou vojnou. In: *Slovenský národopis*, 35, s. 381-394.
- FALŤANOVÁ, L. (1992): Changes in Bratislava Commerce after 1945. In: *Leute in der Grosstadt*. Brno, s. 125-130.
- FALŤANOVÁ, L. (2006) : Význam obchodu v živote mesta v kontexte súčasných zmien. In: *Slovenský národopis*, 54, s. 481-496.
- FILEN, A. EDWARD (1926): *Americké obchodné zásady*.
- HALLON, L. (1999): Mäsiarstvo a údenárstvo na Slovensku v rokoch 1918 – 1938. In: Sokolovský, L. (ed.): *Mäsiarstvo a údenárstvo v dejinách Slovenska*. Martin.
- KALAVSKÝ, M. (2000): Remeslo a domácka výroba. In: *Slovensko – Európske kontexty ľudovej kultúry*. Bratislava, s. 62-82.
- LUTHER, D. (1991): Vône mesta. In: *Taká bola Bratislava*. Bratislava, s. 128-143
- LUTHER, D. (1991): Schöner Náci a tí druhí. In: *Taká bola Bratislava*. Bratislava, s. 162-174.
- MANDERLA, F. (1998): *Chronik der Pressburger Fleischwarenfabrikanten – Familie Manderla*. Bratislava.
- MANNOVÁ, E. (1991): Spolky – čertove volky, ale aj škola demokracie. In: *Taká bola Bratislava*. Bratislava, s. 67-90.
- MLYNKA, L. (2004): *Remeselník vo vidieckom prostredí. Remeslo a status remeselníka v lokálnom spoločenstve*. Bratislava.
- O reklame: In: *Národný hospodár*, 25. 1. 1928, s. 8-10.
- RÁČKOVÁ, M. (1985): *V upomínku našim deťom, vnukum, pravnukum a všem následujícím generacím našeho rodu Blažeje Ráčka a Marie Ráčkové-Šumberové*. Bratislava: 43 s. rkp.
- Naše práce a vývoj od 1. 1. 1928. Album pri 50. Ráčka*. 45 s. rkp.
- Veľký sociologický slovník I*. Praha 1976
- SALNER, P. (2006): *Bratislavské kaviarne a viechy*. Bratislava.
- SALNER, P. (1992): Zmena postavenia podnikateľa v mestskom prostredí v priebehu 20. storočia. In: *Kontinuita a konflikt hodnôt každodennej kultúry*. (Ed. D. Ratica), Bratislava, s. 36-42.
- Valné zhromaždenie bratislavského spoločenstva mäsiarov a údenárov (1932). In: *Mäsiar a údenár* 7, s. 23-26.

*Príspevok vznikol v rámci projektu 2/0106/10 VEGA „Sociokultúrna zmena a adaptácia: transformačné procesy v súčasnej slovenskej spoločnosti.“*



# Slovenský národopis

2  
58/2010

Vydáva Ústav etnológie Slovenskej akadémie vied

Adresa redakcie:  
Klemensova 19  
813 64 Bratislava  
Slovenská republika  
e-mail: *slovensky.narodopis@savba.sk*

Rozširuje, objednávky a predplatné (aj do zahraničia) prijíma:  
Slovak Academic Press, Ltd.  
P.O. Box 57, Nám. Slobody 6  
810 05 Bratislava  
Slovakia  
e-mail: *sap@sappress.sk*

Elektronická verzia prístupná na:  
<http://www.sappress.sk>  
<http://www.uet.sav.sk/slovenskynarodopis.htm>

Registračné číslo: 7091

## SLOVAK ETHNOLOGY

Journal of the Institute of Ethnology of the Slovak Academy of Sciences  
Vol. 58, 2010, Number 2

Address of the Editorial Office:  
Ústav etnológie SAV, Klemensova 19,  
813 64 Bratislava, Slovakia, e-mail: *slovensky.narodopis@savba.sk*

Distributed by:  
Slovak Academic Press, Ltd., P.O. Box 57, Nám. slobody 6,  
810 05 Bratislava, Slovakia, e-mail: *sap@sappress.sk*  
and  
SLOVART G.T.G. Ltd., Krupinská 4,  
P.O. Box 152, 852 99 Bratislava, Slovakia

---

# SLOVENSKÝ NÁRODOPIŠ

---

ISSN 1335-1303  
EV 3355/09

MIČ 49 616

---

---