

*Ksenija Vuković\**

UDK 338.244.2(497.5)  
JEL Classification N13, N93  
Pregledni članak

## **PODUZETNIČKA ULOGA U 19. STOLJEĆU U HRVATSKOJ: MOGUĆNOSTI KORIŠTENJA KNJIŽEVNOG NARATIVA**

*Svrha članka je istražiti mogućnosti korištenja narativne fikcije u razumijevanja uloge poduzetnika u Hrvatskoj u drugoj polovici 19. stoljeća. Teorijska polazišta nalaze se u integriranoj teoriji poduzetništva, institucionalnoj teoriji i teoriji književnosti. Na temelju postojećih znanstvenih radova hrvatskih autora određuju se osnovni atributi poduzetnika i temeljne karakteristike poduzetništva u vrijeme nastanka modernoga građanskog društva i tržišnog gospodarstva u Hrvatskoj. Kao komplementarni alat u analizi poduzetničke uloge koristi se književni narativ, roman Melita hrvatskog književnika Josipa Eugena Tomića. Pomoću tehnika eksplikacije i eksplanacije analizira se i interpretira uloga hrvatskog institucionalnog poduzetnika kao nositelja ekonomskih i društvenih promjena. Analiza teksta upućuje na nedostatak poduzetničkog kapaciteta, ali i na napredak društva i ekonomije unatoč oskudnosti poduzetničkog i financijskog kapitala, što odgovara nalazima hrvatskih povjesničara.*

*Ključne riječi: poduzetnik, 19. stoljeće, Hrvatska, književni narativ, J. E. Tomić*

---

\* K. Vuković, izvanredna profesorica na Fakultetu organizacije i informatike, Varaždin. (E-mail: ksenija.vukovic@foi.hr).

Rad je primljen 16. 7. 2014., a prihvaćen je za objavu 6. 12. 2014.

## 1. Uvod

Kompleksnost poduzetništva kao ekonomske i društvene pojave otvara prostor za različite pristupe. Radi potrebe spoznavanja kontinuiteta i/ili diskontinuiteta poduzetništva u vremenu i prostoru, upoznavanja s okolnostima nastanka poduzeća i karakteristika poduzetničkog ponašanja, povijest poduzetništva može biti od koristi za proučavanje fenomena poduzetništva.

Cassis i Minoglou (2005.) navode nekoliko mogućih istraživačkih pravaca u području povijesti poduzetništva. Jedan od njih je uključivanje mikrohistorije poduzetništva u makrohistorijsko okruženje – institucionalno i kulturno. Navedeni autori ističu da veza između teorije poduzetništva i povijesti postoji te je potrebno tražiti metode i alate koji bi pomogli u odgovorima na pitanja poput ovih: kako teorija unaprjeđuje povijesne interpretacije? Ili: kako povijesne činjenice unaprjeđuju teoriju?

U pokušaju rekonstruiranja slike poduzetnika i značajki poduzetništva u 19. stoljeću u Hrvatskoj, nailazimo na radove hrvatskih autora, prije svega znanstvenika s područja ekonomske povijesti. Znanstveni članci i knjige temelje se na ondašnjim statističkim izvješćima, primjerice Trgovačko-obrtničke komore, statističkim ljetopisima, zapisima u novinama i časopisima, povijesnim narativima o pojedinim poduzećima, poduzetnicima ili obiteljima poduzetnika. Statistički podaci daju uvid u tadašnju poslovnu demografiju - kretanja broja poduzeća i poduzetnika u pojedinim djelatnostima.

Za rekonstrukciju slike hrvatskog poduzetnika u vrijeme kada nastaje moderno građansko društvo u Hrvatskoj i moderna tržišna ekonomija s poduzetnicima kao pokretačima razvoja, potrebno je potražiti dodatne izvore i alate istraživanja koji bi bili komplementarni postojećim povijesnim izvorima. Historiografski izvori su uklopljeni u makroekonomska istraživanja ekonomske povijesti ili se nalaze u pregledima industrijske proizvodnje te u publikacijama o stanovništvu i gospodarstvu pojedinih gradova i dijelova Hrvatske.

Međutim, o poduzetničkom procesu, poduzetničkoj prilici, poduzetničkoj kogniciji, poduzetničkim strategijama možemo tek implicitno zaključivati. To stvara potrebu za korištenjem dodatnih izvora koji su komplementarni ovim postojećim. U istraživanjima temeljenim na tekstu moguće je u području poduzetništva analizirati narativnu fikciju (književne tekstove), znanstvene tekstove i tekstove iz medija (Achtenhagen i Welter, 2007.). Stoga za razumijevanje poduzetnika i poduzetništva u 19. stoljeću posežemo za književnim djelom – romanom *Melita* hrvatskog književnika Josipa Eugena Tomića napisanog krajem 19. stoljeća. Svrha ovog članka je istražiti mogućnosti narativne fikcije (u književnoj prozi hrvatskih književnika u 19. stoljeću) kao komplementarnog alata u rekonstruiranju slike poduzetnika u Hrvatskoj u drugoj polovici 19. stoljeća.

## 2. Pretpostavke, metode i ciljevi rada

Pretpostavka od koje polazimo u članku je da hrvatskog poduzetnika u 19. stoljeću karakterizira uključenost u institucionalni okvir u kojem se odvija poduzetnička aktivnost. U radu se koristi narativni pristup, a teorijska uporišta rada se nalaze u integriranoj teoriji poduzetništva, institucionalnoj teoriji i suvremenoj teoriji književnosti.

U članku će se koristiti eksplikacija i eksplanacija (Hernadi, 1987., Czarniawska, 2000.). Eksplikacija i eksplanacija su dva konceptijski različita pristupa tekstu, ali se obično simultano odvijaju i u praksi se isprepliću (Czarniawska, 2000.). Eksplikacija pretpostavlja da je čitatelj „ispod“ teksta, a čitanje teksta omogućuje reproduktivno prevođenje teksta i rekonstrukciju određene pojave dok eksplanacija pretpostavlja poziciju „iznad“ teksta čime se omogućuje detekcija zaključaka i dekonstrukcija teksta (Hernadi, 1987.). Hernadi (1987.) formulira „hermeneutičku trijadu“ koju čine eksplikacija, eksplanacija i eksploracija, a za potrebe ovog rada koristit će se prve dvije tehnike.

Analiza i interpretacija teksta bit će osnova za postizanje sljedećih ciljeva:

1. Pronaći attribute poduzetnika u Hrvatskoj u 19. stoljeću temeljem postojećih historiografskih izvora hrvatskih autora (prema djelatnosti, veličini poduzeća, te rodnoj i etničkoj odrednici);
2. Objasniti ulogu institucionalnog poduzetnika u Hrvatskoj u 19. stoljeću pomoću teksta romana *Melita* Josipa Eugena Tomića napisanog 1889. godine.

## 3. Sociokulturni faktori i poduzetnička aktivnost u vremenu i prostoru

Poduzetnička uloga, koja se u društvenom smislu sastoji od sposobnosti prikupljanja poduzetničkih ideja i resursa te njihova razvoja, implicitno se oblikuje društvenim normama i običajima (Thornton, Riberiro-Soriano i Urbano, 2011.). Isto tako, poduzetničko okruženje, kao i resursi kojima raspolaže poduzetnik, utječu na odluku o tome da se postane poduzetnikom kao i na usvajanje modela ponašanja koji omogućuju poslovni uspjeh. Društveno prihvatljivi modeli ponašanja vode do stvaranja različitih vrijednosti koje su vezane uz kulturu određenog društva pa se i kultura može smatrati relevantnim faktorom u poduzetništvu (Shane, 1993.) Jedan od pristupa kulturi u poduzetništvu je sagledanje kulture kroz fragmente zbog uspostavljanja institucionalnog reda na različite načine kroz različite institucije (Busenitz, Gomez i Spencer, 2000.).

Institucionalna teorija poduzetništva je pristup koji objedinjuje društvene faktore i kulturu. Institucije nastaju na temeljima društvenih i kulturnih odnosa i veza, a ljudski, društveni i kulturni kapital često su prethodnici procesu pristupanja financijskom kapitalu i drugim resursima potrebnim za pokretanje poduzetničkog pothvata, ali i za njegov poslovni uspjeh (Thornton, Riberiro-Soriano i Urbano, 2011.).

Glavna područja života i način na koji te domene utječu na poduzetničko ponašanje nalaze se unutar konteksta različitih institucija te veza i odnosa koji nastaju unutar njih pri čemu se misli na obitelj, religijske zajednice, tržište, profesije, državu, poduzeće (Thornton i Ocasio, 2008.). Institucije određuju ponašanje kroz procese koji su vezani uz tri razine : regulatornu, koja utječe na ponašanje kroz prisilu i strah od sankcioniranja, normativnu, koja utječe na ponašanje i aktivnosti kroz norme prihvatljivosti, moralnosti i etičnosti te kognitivnu, koja utječe na aktivnosti kroz same kategorije i okvire pomoću kojih akteri poznaju i interpretiraju svoj svijet (Scott, 2001.).

Prema Northu (1990.) institucije mogu biti formalne, kao što su politička i ekonomska pravila i kontakti ili neformalne kao što su kodeksi, konvencije, stavovi, vrijednosti i norme ponašanja. Northova definicija podrazumijeva da bilo koja politika (u domeni mjera ekonomske politike) koja pokušava mijenjati formalne institucije društva bez mjera za prilagodbu neformalnih institucija (kao kompatibilnih mjera promjene formalnih institucija) neće imati značajnijeg uspjeha.

U okviru institucionalnog pristupa poduzetništvu spominje se paradoks uključenog agenta (poduzetnika). Pojam agenta, agencije (engl. agent, agency) je pojam koji se ekstenzivno koristi u društvenim znanostima u različitim definicijama, a veže se uz riječi motivacija, volja, svrha, namjera, interes, izbor, inicijativa, sloboda, kreativnost (Battilana, 2006.) što bi, primijenjeno na područje poduzetništva, poduzetnika označilo kao nositelja promjena u ekonomiji i društvu. Paradoks uključenog agenta moguće je formulirati kroz pitanje: kako će poduzetnici, ako su uključeni u institucije i predmetom su regulatornih, normativnih i kognitivnih procesa koji strukturiraju njihovu kogniciju, definiraju njihove interese i produciraju njihove identitete (Clemens i Cook, 1999.), biti sposobni imati viziju nove prakse i pridobiti ostale aktere da ih usvoje? Dominantni akteri u određenom području mogu imati moć da provode promjene ali im nedostaje motivacije, dok manje utjecajni akteri imaju motivaciju za stvaranje i provedbu nove prakse ali im često nedostaje moć da mijenjaju institucije (Maguire, 2007).

Jedan od odgovora na to može biti koncept distribucije moći unutar struktura koje su akteri sami kreirali pa time strukture ne generiraju samo ograničenja već stvaraju i platformu za jačanje poduzetničke aktivnosti (Garud i Karnoe, 2003.).

#### 4. Poduzetništvo u drugoj polovici 19. stoljeća u Hrvatskoj: što o poduzetnicima doznajemo iz radova hrvatskih povjesničara?

Prema izvorima i interpretacijama koje nam o poduzetnicima u Hrvatskoj u drugoj polovici 19. stoljeća iznose hrvatski povjesničari možemo iščitati neke karakteristike tadašnjeg poduzetništva. Iz statističkih podataka vide se strukturne karakteristike ondašnje ekonomije. Možemo saznati kakva je bila distribucija poduzetničke aktivnosti po djelatnostima, kao i dobiti uvid u prosječnu veličinu poduzeća, odnosno distribuciju veličine poduzeća mjerenu brojem zaposlenih. Distribucija poduzetničkih djelatnosti kao i distribucija veličine poduzeća, iako se na prvi pogled mogu činiti statičnim pokazateljima, u pozadini kriju dinamičke procese koji se događaju u poduzetničkoj populaciji, a vezani su uz vremenski i prostorni kontekst – utjecaj promjena u tehnologiji te navikama i sklonostima potrošača, utjecaj zakonske regulative na poduzetnike, utjecaj i pokretljivost poduzetnika koji dolaze izvana i pronalaze u Hrvatskoj poduzetničku priliku.

Hrvatska se u drugoj polovici 19. stoljeća pretvara u moderno građansko društvo (Gross i Szabo, 1992.). Ukinućem kmetstva, iako je bilo još dulje vrijeme poteškoća s rješavanjem kmetских odnosa, postavljeni su novi temelji gospodarstva Hrvatske u kojem postaje dominantan tržišni element što i plemstvu nalaže tržišno ponašanje (Kolar-Dimitrijević, 2005.). Tako su opstali samo oni koji su se uspjeli prilagoditi uvođenjem organizacijskih promjena na svojim posjedima i ponudom proizvoda temeljem potražnje na promjenljivom tržištu (vezano uz karakteristike potražnje koja se povećava i diverzificira).

Nastaje nova poduzetnička klasa. Heterogenost populacije poduzetnika vidljiva je prema djelatnosti u kojoj su poslovno aktivni, veličini poduzeća, vlasničkoj strukturi kao i prema rodnom kriteriju te etničkoj, vjerskoj i staleškoj pripadnost poduzetnika.

Prosječna veličina poduzeća u Hrvatskoj u drugoj polovici 19. stoljeća je mala (Stipetić, 2012.), a veliki broj odnosi se na samozaposlene obrtnike i trgovce (Gross i Szabo 1992., Szabo, 1984.). U nepoljoprivrednom dijelu gospodarstva dominira trgovina i obrt, pretežito mali trgovci i obrtnici. Velika industrijska poduzeća predstavljaju iznimku (Stipetić, 2012.). Obrtnim zakonom od 27. veljače 1872. ukinuti su cehovi čime regulativa utječe na liberalizaciju tržišta, a radi međusobnog pomaganja obrtnici se povezuju u obrtničke zborove dok se u nekim dijelovima Hrvatske zadržavaju bratovštine kao poseban oblik međusobnog pomaganja na vjerskoj osnovi (Kolar-Dimitrijević, 2005.). Regulativa je, dakle, bila usmjerena na liberalizaciju tržišta, a probleme i izazove tržišta i pristupa kapitalu, obrtnici su pokušavali riješiti umrežavanjem tj. formiranjem društvenog kapitala koji će pomoći u preživljavanju njihova poslovanja.

S obzirom na etničko podrijetlo i vjersku pripadnost, populacija poduzetnika u Hrvatskoj bila je heterogena. Po pitanju prava i jednakosti građana u bavljenju ekonomskim aktivnostima vidimo postupne pomake vezane uz toleranciju prema židovskim poduzetnicima, međutim punu ravnopravnost stječu tek 1873. u vrijeme banovanja Ivana Mažuranića (Szabo, 2005.) Na području Habsburške Monarhije primjetna je mobilnost poduzetnika pa su tako uslijed prepoznavanja poduzetničkih prilika u Hrvatsku dolazili obrtnici i trgovci iz Austrije, Češke i ostalih dijelova Monarhije (Iveljić, 2007.).

Žene su podzastupljene kao poduzetnice, a poduzetnička populacija žena najvećim dijelom nalazi se u djelatnostima sitnog obrta i trgovine gdje, primjerice na području grada Zagreba, značajnim postotkom sudjeluju u ekonomskom životu grada (Szabo, 1984.).

## 5. Korištenje narativne fikcije u obogaćivanju znanja o poduzetništvu

Narativna fikcija, najčešće roman, u organizaciji i menadžmentu je kao istraživački alat u širokoj primjeni i daje zamjetan doprinos razvoju „znanstvenog“ znanja s ovog područja, a počinje se koristiti i u području poduzetništva. Narativi su procesi stvaranja realnosti koji su po svojoj prirodi relacijski, tj. priče koje se formiraju i predstavljaju sadržaj ili ideju, u interakciji su s određenim historijskim, političkim i kulturnim kontekstom (Czarniawska, 1999.).

Korištenje jezika u funkciji istraživanja fenomena poduzetništva, kao i drugih područja društvenih znanosti, podrazumijeva korištenje nekoliko sličnih i srodnih pojmova: diskurs, narativ, priča. Pavlović, Džinović i Milošević (2006.). navode da je diskurs kao pojam teško jednoznačno odrediti, a uglavnom se izjednačuje s pojmom konverzacije ili govorne razmjene među ljudima, dok se u lingvistici pod diskursom podrazumijevaju jezične jedinice veće od rečenice. „Priča“ se odnosi na konstruiranje procesa „stvaranja“ realnosti pri čemu je slijed događaja bitan za osobu koja priča kao i za osobu koja sluša (Hosking i Hjorth, 2004.) dok su narativi relacijske stvarnosti, kontekstualizirane u aktivnosti/tekstu kroz više dimenzija: lokalnu, kulturnu, povijesnu. Narativ podrazumijeva postojanje osobe i zapleta koji se razvija tijekom vremena (Pavlović et al., 2006.). Narativ prepoznaje značenje individualnog iskustva bilježeći kako pojedinačno iskustvo funkcionira kao dio cjeline (Polkinghorne, 1988.)

U suvremenoj književnoj teoriji nudi se novi pristup iščitavanju literature i rekonstrukciji stvarnosti. Kako navodi Šporer (2005.) novi historizam preuzima iskustva nove historiografije, dekonstrukcije i Foucaultove<sup>1</sup> teorije diskursa te ih razrađu-

---

<sup>1</sup> Francuski filozof, psiholog i socijalni mislilac Michel Foucault snažno je utjecao na sva kulturna i duhovna zbivanja u drugoj polovici 20. stoljeća (Kalin, 2010.).

je u pokušaju da se rekonstrukcija nekog povijesnog doba ne osloni na pretpostavke o sigurnoj spoznaji povjerljivih podataka i opisu onoga što se tobože „stvarno događalo“ nego na iscrpnom proučavanju svih načelno ravnopravnih tekstova i na razumijevanju kulture u kojoj su oni nastali. Ovaj pristup je u širokoj primjeni pa smatramo da se može primijeniti i u istraživanjima o poduzetništvu. Novohistoristički tip čitanja predstavlja kombinirano čitanje fikcionalnih i nefikcionalnih tekstova kulture određenog razdoblja (Šporer, 2005:30) dok je „stari historizam“ – pozitivistički pristup tretirao književnost kao odraz povijesnih okolnosti ili autorove duše.

Narativna fikcija je najzanimljivija kad ne zahtijeva zrcaljenje ili imitaciju realnosti, već kad sugerira alternativne zaplete, priče i reprezentacije koji mogu ići protiv dominantnih ideja i vjerovanja u društvu, poslovanju i poduzetništvu (Nordquist, Kjellander i Welter, 2010.).

Bagić (2007.) navodi da pojam fikcija potječe od latinskog glagola *ingere* koji se na hrvatski može prevesti kao izmisliti, preobraziti, prikazati, hiniti, oblikovati, pretvarati se, stvarati, pronaći, izrađivati pa bi se „fikcija mogla odrediti kao izmišljanje ili kreiranje mogućih, hipotetičnih ili paralelnih situacija i svjetova koji manje ili više nalikuju odnosno korespondiraju sa stvarnim situacijama i svjetovima“ (str. 37.).

Prisutnost poslovnog svijeta, ekonomskog života i organizacija česta je u narativnoj fikciji (Burden i Mock, 1988.). Primjeri za to nalaze se npr. već u portretima koje u svojim književnim djelima iznose francuski realisti i naturalisti kada govore o nastanku novog društva u doba industrijalizacije pa sve do suvremenih djela književnika koji kao društveni kroničari bilježe aktivnost i ulogu poduzetnika, ali se nerijetko osvrću i na ulogu pojedinca u kapitalizmu kao i na projekcije institucija u budućnosti (u nas npr. Josip Mlakić u romanu *Planet Friedman*).

O tome kako bi trebali stvarati hrvatski književnici u drugoj polovici 19. stoljeća, ili kako su mislili da treba stvarati, govori nam Eugen Kumičić (2001., str. 150.) koji iznosi svoj stav o načinu pisanja u duhu realizma i naturalizma u članku *O romanu* napisanom 1883. u pravaškom listu *Hrvatska vila* pri čemu se osvrće upravo na prikupljanje građe o problemima poduzetnika:

„Nu gdje su izvori realističnom piscu? On će se upoznati s kojim trgovcem, razgovarat će s njime, izpitivat će ga i ovo i ono, a mora često posjećivati i razne dućane. Tuj će se upoznati sa silom svieta, zapazit će si mnogo prizora, razvidit će razna mjesta u dućanu, pa će sve pobilježiti i proučiti. Trgovac tužit će se na svog razsipnog sina, a možda i na svoju ženu; pripoviedat će mu koješta o poslovih, o djevojkah u dućanu, a možda ponajviše o jednoj, koju voli njegov sin, ili taj i taj pomoćnik.“

Unatoč deklariranom zalaganju za realizam i naturalizam u književnosti, njegova djela proturječe ovakvu njegovu stavu jer je njegov opus obilježen pretežno romantičarskim načinom pisanja.

## 6. Poduzetnici u romanu *Melita* Josipa Eugena Tomića

U književnim djelima iz druge polovice 19. stoljeća mogu se iščitavati problemi vezani uz gospodarske i poduzetničke aktivnosti. Književnici su često zakupljeni problemima nesnalaženja i propadanja dotad privilegiranih klasa (npr. u pripovijetkama Ksavera Šandora Gjalskog govori se o propadanju plemstva, u romanu Posljednji Stipančići Vjenceslav Novak prikazuje propast stare patricijske obitelji). Josip Kozarac progovara o stranim poduzetnicima u Slavoniji i eksploataciji prirodnih resursa kao i o nesnalaženju domicilnog stanovništva u društvenim i ekonomskim promjenama – tu se radi o propadanju zadruga, te implicitno o potrebi okretanja tržištu, zaokretu prema proaktivnom stavu ekonomskih aktera i reorganizaciji gospodarstava. U romanima, pripovijetkama i novelama često se pojavljuju likovi malih poduzetnika, uglavnom obrtnika i trgovaca (August Šenoa, Josip Eugen Tomić, Adolfo Veber Tkalčević i drugi).

Nešto drukčiji, inovativniji prikaz poduzetničkih aktivnosti i poduzetničkog ponašanja nalazimo u romanu *Melita* Josipa Eugena Tomića. Lako je uočiti upućenost autora, književnika Josipa Eugena Tomića u svijet gospodarstva, gospodarenja i poduzetništva<sup>2</sup>.

Iako Tomić u svojim djelima često spominje male obrtnike i trgovce (Hećimović, 1979.), u romanu *Melita* upušta se u analizu poduzetničke aktivnosti kao i ekonomske i društvene uloge „velikih“ poduzetnika.

Poduzetnici iz obitelji Rudnić iz Tomićeva romana prema teoriji institucionalnog poduzetništva imaju karakteristike institucionalnih poduzetnika ili agenata. Scott (2001.) tumači pojam institucionalnog poduzetništva kao sposobnost i namjeru subjekta (aktera) da svjesno slijedi svoj interes i da na određen način utječe na društvo, mijenjajući pravila ili distribuciju resursa. Njegova se uključenost očituje kroz suigru navika, imaginacije, prosudbe pomoću kojih reproducira i transformira strukture iz okoline.

---

<sup>2</sup> Josip Eugen Tomić bio je svestrana osoba koja je dala značajan doprinos na području kulture, javne službe i gospodarstva. Ovako Julijana Matanović (1999., str. 14.) opisuje njegov cjelokupni angažman: „Jer Tomić nije samo pjesnik, potom novelist, pisac dramskih tekstova i romanopisac nego i urednik časopisa, feljtonist, kritičar, polemičar, činovnik u državnim službama (županijski kotarski pristav u Požegi, naslovni savjetnik pri Gospodarskom odsjeku Vlade u Zagrebu, banski savjetnik), učitelj, autor brojnih etnografskih, filoloških i socioloških članaka, autor stručnog udžbenika za gospodarske škole, prevoditelj, savjetnik za dramu, dramaturg, sastavljač opernih libreta“.



„Branimir bijaše već tri godine svojim gospodarom, samostalan. Otac njegov tjerao je najprije uvelike trgovinu sa žitom u Sisku. Njegove žitarice lađe plovile su preko dvadeset godina po Savi i Kupi, od Zemuna do Karlovca. Bio je najjači i najbogatiji trgovac sa žitom u Hrvatskoj. Njegovi ogromni žitni hambari na obali Save kraj Capraga neprestano su se punili žitom i praznili, a imutak marljiva i poduzetna trgovca rastao je neobičnom brzinom. Govorilo se je pod izvjesno da ima uložene ogromne svote u jednoj bečkoj i jednoj londonskoj banci. Na burzi nije nikada igrao, nego je solidno trgovao svojim žitom. Imao je od prirode pronicav trgovački pogled i zdrave spekulativne kombinacije u kojima se nije nikada prevario. Kada su izgrađene željezne pruge od Zidanoga Mosta do Siska, pa od Zagreba do Karlovca, on je odmah predviđao da je odzvonilo dosadanjoj žitnoj trgovini. Još za vremena počeo je otac Rudnić uzmicati sa žitnoga tržišta. U horu je rasprodao svoje žitarice lađe, otkazao malo-pomalo svoje poslovne sveze, a svoje ambare sretno prodao krajiškoj vojnoj upravi za magazine koje je slučajno tada trebala.“

(Tomić, 1999., str. 283.)

Tipično za ondašnje hrvatske prilike on najveće poslovne uspjehe ostvaruje u trgovini. Iveljić (2007.) ističe važnost trgovine u konstituiranju modernoga građanstva i stvaranju nove građansko-plemičke honoratske elite te zaključuje da je trgovina značajno utjecala na gospodarsku i društvenu dinamizaciju koja je zamjetna već od sredine 18. stoljeća (str. 110.).

Poduzetnik Rudnić ima sposobnost detektirati poduzetničke prilike u različitim područjima te djelatnosti. Tomić ističe taj „nerv“ za prepoznavanje prilike koji ga od običnog „skrivanja“ (činovnika) pretvara u uspješnog poduzetnika. Iako se povijesni tekstovi i književna djela većinom kritički odnose prema stranim poduzetnicima koji koriste i crpe hrvatske resurse za profitabilne poslovne pothvate, Tomić obrazlaže kako veletrgovac Rudnić ne želi propustiti priliku koju koriste stranci u Hrvatskoj:

No premda bogat i premda nije osjećao potrebe da dalje radi, nije Rudnić htio da besposleno živi. Držao je da bi sramota bila kad bi se dao na nerad, a nema mu još ni pedeset godina. Glavnice je bilo u njega napretek, a i sposobnosti za razna trgovačka poduzeća. Njegov bistri um razabrao je brzo da su najbolje prilike za trgovinu s drvima, osobito sa slavonskim dužicama. Da nije tako, zašto bi onda francuski trgovci iz Marseillea osobno dolazili k nama i tu zasnivali golema trgovačka poduzeća s raznom hrastovom robom. Rudnić je oštro pazio kako rade ovi iskusni poslovni ljudi, pa se je povodio za njihovim primjerom. I nije se kajao. Tako je od jednog slavonskog velikaša kupio za milijun forinti ogromnu gospoštiju, veleposjed od nekoliko četvornih milja, u kom bijaše najviše hrastove šume. U tim šumama pravio je Rudnić izvrsnu dužicu i u samoj jednoj godini izvadio iz te robe cijelu kupovninu i još mu je preostao netaknut ogromni posjed sa starinskim gospodskim dvorom i pet velikih majureva. Tako su u jednom slučaju radili francuski trgovci, a on se je odmah poveo za njima i sretno uspio. Trgovina s drvima cvala je u njegovoj spretnoj ruci, a njegov

se imutak potrostručio. Nekadanji priprosti “škrivan” postao je svojom marljivošću i prirođenom trgovačkom vještinom najuglednijim veletršcem u Hrvatskoj. Svoja dva sina dao je također uzgojiti za trgovački stalež u kom se je jedinom po njegovu sudu dalo stvarati novih glavnica i imovinu uvećati.

(Tomić, 1999., str. 283.-284.)

Institucionalni poduzetnici su akteri koji imaju interes modificirati institucionalnu strukturu ili kreirati novu strukturu i koji imaju dovoljno resursa da to i učine (DiMaggio, 1988.). Dakle, institucionalni poduzetnik posjeduje znanje i društvene vještine za mijenjanje slike svijeta. Što utječe na pojavu institucionalnog poduzetnika? Najjači faktor koji može utjecati na pojavu institucionalnog poduzetnika jest unutarinstitucionalna heterogenost, ali utjecaji drugih faktora također su prisutni: simultana i uspješna uključenost aktera u više organizacijskih polja te eksterni kontakti aktera (Battilana, 2006.). Tenzije su u Hrvatskoj u drugoj polovici 19. stoljeća bile prisutne: pitanje vlasništva, ukidanje kmetstva, pojava novih metoda i organizacije poslovanja u poljoprivredi i ekstrakciji prirodnih resursa, promjene na tržištu – povećanje i diverzifikacija potražnje, liberalizacija tržišta – ukidanje cehovskih povlastica. Unutar institucija – obitelji, tržišta, poduzeća, poljoprivrednih gospodarstava, postoji također heterogenost. U kontradikcijama kojim sustav obiluje, pojedinci prepoznaju poduzetničku priliku.

Modernizacija institucija u Hrvatskoj u drugoj polovici 19. stoljeća odvija se regulatorno, normativno i kognitivno. Pogubnost neprilagođavanja modernizaciji personificirana je u Tomićevu romanu *Melita* u liku grofa Orfeja Armana. O nedostatku poduzetničkih i upravljačkih vještina grofa Orfeja Tomić govori u romanu detaljno opisujući njegove propale poduzetničke pothvate koji na kraju rezultiraju neodrživošću luksuznog načina života:

„Kamate što ih je morao plaćati bečkoj banci od poslovne glavnice pozajmljene za kopanje ugljena, progutale su obično sav prihod dobra Hrastovca. Bilo mu je kao da i nema toga imanja. Otplatiti nije mogao ništa. Livade, pak gornica i prihod iz vinograda, koji bijahu silno zapušteni, bijahu jedini veći prihod iz koga je trebalo namiriti porez i kućne potrebe koje ne bijahu male“.

Koga zapravo prikazuje Tomić u romanu *Melita* i kakva je piščeva uloga? Ne znamo jesu li postojali realistični likovi po uzoru na koje je stvorio uspješne poduzetnike iz obitelji Rudnić. Budući da pisac stvara „alternativnu stvarnost“, on je mogao kreirati likove poduzetnika kakvih nedostaje u tadašnjem hrvatskom gospodarstvu (a da to nisu stranci već pripadnici domicilnog stanovništva). Sâm pisac uklapa se u teoriju agenta jer se kroz djelo uključuje kao akter koji ima sklonost mijenjati institucije. Tomić je znalac na području gospodarstva, obnaša u tijelima javne uprave dužnosti vezane uz gospodarstvo, doprinosi razvoju gospodarskih škola. Društvene promjene su u Tomićevu romanu vidljive kroz reorganizaciju

društva u formi ekstenzivnih reformi institucija – obitelji, tržišta, države. U romanu *Melita* fokus je na obitelji i braku.

Roman nosi naslov po ženskom liku, a pisac progovara o „ženskom pitanju“ i emancipaciji žena. Kroz lik junakinje romana Melite kao i kroz lik Elle ukazuje na promjene u društvu koje donose veće slobode pojedincu, neovisno o pripadnosti spolu ili kojoj drugoj odrednici poput vjerske ili klasne („Razliku stališa i roda izravnala je već odavna njihova međusobna upravo bratinska privrženost i štovanje. Bijahu obojica ljudi riedka poštenja, radeni i triezni; njihovo poslovanje bijaše na glasu sa svoje solidnosti, pa zato su poslovi njihova društva dobro uspijevali, dok su slična domaća poduzeća nazadovala i propadala“ – Tomić, 1999., str. 282.-283.). Kroz Melitino odbacivanju ustaljenih normi ponašanja, te neuobičajeno poimanje braka i majčinstva, kao i kroz nekonvencionalno ponašanje koturašice Elle („Volim moj bicykl, nego najljepšega muža na svijetu...“ – Tomić, 1999. str. 402.), Tomić ukazuje na dolazak nekog novog doba. Međutim, u sferi ekonomskih prava i sloboda, nema subverzije postojećih institucija koja bi ukazivala na pomake u ekonomskoj afirmaciji žena. Likovi poduzetnika, kako uspješnih, tako i onih neuspješnih, muškarci su iz dva naraštaja, od kojih je mlađi naraštaj – sinovi, stasao u vrijeme kad se ekonomija i društvo mijenjaju u moderno.

## 7. Zaključci i implikacije za istraživanja

Svojevrsni „dinasticizam“ poduzetničke elite u Hrvatskoj kao karakteristika poduzetništva u 19. stoljeću usporediva je s onim što se događa i u drugim europskim zemljama. U radovima hrvatskih autora vidimo podudarnost historioografskog (npr. Iveljić, 2007.) i literarnog (*Melita* Josipa Eugena Tomića, *Posljednji Stipančići* Vjenceslava Novaka i dr.) u karakteriziranju poduzetništva kao patrimonijalnog. O podzastupljenosti žena u drugoj polovici 19. stoljeća svjedoče radovi povjesničarki (Szabo, 1984.; Iveljić, 2007. ), a na to upućuje i književna proza iz istog razdoblja. Hrvatske poduzetnike karakterizira nedostatak poslovnih vještina – menadžerskih i poduzetničkih, pa često svoju poduzetničku priliku u Hrvatskoj otkrivaju i eksploatiraju poduzetnici koji dolaze izvan Hrvatske. Znanstveni radovi povjesničara, ali i književna proza iz druge polovice 19. stoljeća, ukazuju na primat poduzetništva iz nužnosti s obzirom na premoćnu zastupljenost malih obrtnika i trgovaca koji su većinom bili u kategoriji samozaposlenih. Gospodarstvu treba i više od toga, trebaju mu veći poduzetnički pothvati koji bi generirali više radnih mjesta i bili poticatelji gospodarskog razvoja. Josip Eugen Tomić, koji posjeduje znanja o gospodarstvu i upućen je u gospodarske i poduzetničke procese, svjestan je toga.

U romanu možemo pratiti usporedni prikaz obitelji uspješnih i neuspješnih poduzetnika, a svaki od poduzetnika vezan je uz institucije – obitelj, tržište, poduzeće, poljoprivredno gospodarstvo, državu, banke. Tomić kroz usporedbu dvije obitelji u njihovim gospodarskim i poduzetničkim aktivnostima, krajnje pojednostavnjeno rečeno, govori o tome kako se ne treba i kako se treba voditi poslove. Iz teksta izbija poruka o potrebi posjedovanja i stjecanja poduzetničkih i menadžerskih vještina.

Dok se na razini javnih, centraliziranih institucija donose zakoni i regulativa, što u slučaju poduzetnika u Hrvatskoj znači promjene u vlasničkim i zemljišnim odnosima, liberalizaciju trgovine i obrta, promjene u sustavu oporezivanja, istodobno dolazi do promjena na razini privatnih institucija koje uključuju društvene norme, kulturne norme, očekivanja i vjerovanja (Meek, Pacheco i York, 2010). Obje razine institucija utječu na poduzetničke pothvate.

Tomić piše u duhu realizma te temeljem vlastitih opažanja i akumuliranih znanja stvara „svoju“ realnost kada kreira poduzetnika pa je teško reći je li to lik kojeg je poznao ili je to onaj poduzetnik koji „nedostaje“ društvu njegova doba. Tomićevi uspješni poduzetnici su Hrvati, a to nije tako čest slučaj s uspješnim poduzetnicima u Hrvatskoj. Iveljić (2007.) govori o zagrebačkoj privrednoj eliti u drugoj polovici 19. stoljeća među kojom je veliki broj obitelji različitih po etničkoj i vjerskoj pripadnosti. Poduzetničke slobode i jednakopravnost poduzetnika i pojedinaca moraju biti imperativ svakog društva, no, nediskriminirajući patriotizam progovara iz Tomićeva djela kao želja da i pripadnici vlastitog naroda postignu ekonomski i poduzetnički uspjeh.

Povijesni narativi, bilješke iz tadašnjih novina, marketinške poruke, zapisi o održanim izložbama, biografije – otvaraju nove dimenzije poduzetništva: društvene, ideološke i kulturološke. Iako je u poduzetništvu, kao i u istraživanjima o poduzetništvu, dominantan ekonomski diskurs, uočava se da to nije jedini diskurs (Steyaert i Katz, 2004.) te se naglašavaju sociokulturni, lingvistički i politički aspekt poduzetništva.

Dominacija ekonomskog diskursa proizlazi iz činjenice da se poduzetništvom stvaraju radna mjesta, a pitanje zapošljavanja nezaobilazan je dio političke agende. Kompleksnost fenomena poduzetništva zahtijeva širi pogled – integrirajući efekt kulturnog, ekonomskog, prostornog, relacijskog i institucionalnog. U metodološkom smislu možemo govoriti o interdisciplinarnom eklektizmu u prostoru širokog raspona diskursa – ekonomskih, socijalnih, tekstualnih, diskurzivnih, antropoloških, literarnih.

Nedostatak istraživanja s fokusom na područje povijesti poduzetništva u Hrvatskoj ukazuje na potrebu integriranja ekonomske povijesti i istraživanja o poduzetništvu kako bi se postiglo koherentno i sustavno razumijevanje poduzetništva na teorijskoj razini te postigao kvalitativni pomak u interpretaciji činjenica iz povijesti poduzetništva. Pritom je potrebno tragati za novim istraživačkim metodama,

tehnika i alatima kako bi se omogućilo što bolje razumijevanje poduzetništva. Jedna od mogućnosti je korištenje narativa i analize diskursa u obogaćivanju spoznaja o fenomenu poduzetništva kao i mogućnost uvođenja novih tekstualnih i čitalačkih metoda i tehnika u istraživanjima o povijesti poduzetništva, kao i poduzetništva kao svevremenskog fenomena.

Iako je poduzetništvo „pancivilizacijski fenomen“ (Wickham, 2006.) taj fenomen ima svoje specifičnosti u prostoru. Analiza povijesti poduzetništva na nacionalnom području može nam otkriti kontinuitet i diskontinuitete koji nam svjedoče o kulturi i vrijednostima vezanim uz poduzetništvo i gospodarski razvitak jer kako navode Gross i Szabo (1992.) u doba nastanka modernog građanskog društva u Hrvatskoj javlja se pokretačka energija unatoč zaostatku u tehnološkom i ekonomskom smislu za razvijenom Europom.

## LITERATURA:

- Achtenhagen, L., Welter, F. (2007.). „Media discourse in entrepreneurship research“, u: Neergaard, H., Ulhøi, J.P. (Eds.), *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*, Cheltenham, UK, Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Bagić, K. (2007.). „Postoji li jezik fikcije. Jezik književnosti i književni ideologemi“, u: Bagić, K. (ur.), *Zbornik radova 35. seminara Zagrebačke slavističke škole*, Zagreb: Filozofski fakultet, Zagrebačka slavistička škola, str. 81-93.
- Battilana, J. (2006.). „Agency and institutions: The enabling role of individual's social position“, *Organization*, (13), 5: 653-676.
- Burden, C., Mock, V. (1988.). *Business in Literature*. Atlanta: Georgia State University.
- Busenitz, L.W., Gomez, C., Spencer, J.W. (2000.). „Country institutional profiles“, *Academy of Management Journal*, (43), 5: 994-1003.
- Cassis, Y., Minoglou, I.P. (2005.). *Entrepreneurship in Theory and History*. New York: Palgrave.
- Clemens, E.S., Cook, J.M. (1999.). „Institutionalism: Explaining durability and change“, *Annual Review of Sociology*, (25), 1: 441-466.
- Czarniawska, B. (1999.). *Writing Management: Organization Theory as a Literary Genre*. Oxford: Oxford University Press.
- Czarniawska, B. (2000.). The uses of narrative in organization research, GRI Report 2000:5, Göteborg. Dostupno na [https:// gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/2997/1/GRI-rapport-2000-5.pdf](https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/2997/1/GRI-rapport-2000-5.pdf) (22.4.2014.)

- DiMaggio, P.J. (1988.). „Interest and agency in institutional theory“, u: Zucker, L. (Eds.), *Institutional patterns and organizations*, Cambridge, MA: Ballinger, p. 3-22.
- Garud, R., Karnoe, P. (2003.). „Bricolage vs. Breakthrough: Distributed and embedded agency in technology entrepreneurship“, *Research Policy*, (32), 2: 277-300.
- Gross, M. i Szabo, A. (1992). *Prema hrvatskome građanskom društvu: Društveni razvoj u civilnoj Hrvatskoj i Slavoniji šezdesetih i sedamdesetih godina 19. stoljeća*. Zagreb: Globus.
- Hećimović, B. (1979.). “Pabirci o književno-kazališnoj djelatnosti Josipa Eugena Tomića”, u: *Dani Hvarskog kazališta: XIX stoljeće: građa i rasprave o hrvatskoj književnosti i kazalištu* (ur. Franičević, M.), Vol. 6, No. 1, Split: Čakavski sabor, str. 233-265.
- Hernadi, O. (1987.). “Literary Interpretation and the Rhetoric of the Human Sciences”, u: Nelson, J.S., Megill, A., McClonskey, D.N. (Eds.), *The Rhetoric of the Human Sciences*, Wisconsin: University of Wisconsin Press, p. 263-275.
- Hosking, D., Hjorth, D. (2004.). „Relational Constructivism and entrepreneurship: some key notes“, u: Hjorth, D., Steyaert, C. (Eds.), *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship*, Edward Elgar: Cheltenham, UK, p. 255-268.
- Iveljić, I. (2007.). *Očevi i sinovi – Privredna elita Zagreba u drugoj polovici 19. stoljeća*. Zagreb: Leykam International.
- Kalin, B. (2010.). *Povijest filozofije*. Zagreb: Školska knjiga.
- Kolar-Dimitrijević, M. (2005.). „Obilježja gospodarskog razvoja Hrvatske u drugoj polovici 19. stoljeća“, u: Valentić, M. i Čoralija, L. (ur.), *Povijest Hrvata, knj. 2, Od kraja 15. st. do kraja Prvog svjetskog rata, Hrvatska u 19. i početkom 20. stoljeća*, Zagreb: Školska knjiga, str. 541-551.
- Kumičić, E. (2001.). *Jelkin bosiljak; O romanu; Pod puškom*, 1. izdanje, Zagreb: Kašmir promet.
- Maguire, S. (2007.). „Institutional entrepreneurship“, u: Clegg, S., Bailey, J.R. (Eds.), *International encyclopedia of organization studies*, London: Sage, p. 674-678.
- Matanović, J. (1999.). „Predgovor“, u: *Izabrana djela Josipa Eugena Tomića*, Zagreb: Matica hrvatska, str. 9-27.
- Meek, W.R., Pacheco, D.F., York, J.G. (2010.). „The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context“, *Journal of Business Venturing*, (25), 5: 493-509.

- Mlakić, Josip (2012.). *Planet Friedman*. Zagreb: Fraktura
- Nordquist, M., Kjellander, B., Welter, F. (2010.). „The Novelist as Entrepreneur, the Novel as Entrepreneurship, Jönköping International Business School“, JIBS Working Papers No. 2010-10. Dostupno na:  
[https://hj.se/download/18.79721b6f12c4f271ddc80007693/jibs+wp10\\_kjellander+nordqvist+welter.pdf](https://hj.se/download/18.79721b6f12c4f271ddc80007693/jibs+wp10_kjellander+nordqvist+welter.pdf) (8.4.2014.)
- North, D.C. (1990.). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pavlović, J., Džinović, V., Milošević, N. (2006.). „Teorijske pretpostavke diskurzivnih i narativnih pristupa u psihologiji“, *Psihologija*, (39), 4: 365-381.
- Polkinghorne, D.E. (1988.) *Narrative knowing and the Human Sciences*. Albany: State University of New York Press.
- Scott, R. (2001.). *Institutions and organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Shane, S. (1993.). „Cultural influences on national rates of innovation“, *Journal of Business Venturing*, (8), 1: 59-73.
- Steyaert, C., Katz, J. (2004.). „Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions“, *Entrepreneurship & Regional Development*, (16), 3: 179-196.
- Stipetić, V. (2012). *Dva stoljeća razvoja hrvatskoga gospodarstva (1820.-2005.)*. Zagreb: HAZU.
- Szabo, A. (1984.). “Regionalno porijeklo i socijalna struktura stanovništva grada Zagreba između 1880-1910. godine”. *Radovi Zavoda za hrvatsku povijest*, (17), 1: 101-120. Dostupno na [http://hrcaj.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=87074](http://hrcaj.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=87074) (30.10.2014.)
- Szabo, A. (2005.). Banska Hrvatska od 1850. do 1883, u: Valentić, M., Čoralija, L. (ur.), *Povijest Hrvata, knj. 2, Od kraja 15. st. do kraja Prvog svjetskog rata, Hrvatska u 19. i početkom 20. stoljeća*, Zagreb: Školska knjiga, str. 411-418.
- Šporer, D. (2005.). *Novi historizam: Poetika kulture i ideologija drame*. Zagreb: AGM.
- Thornton, P.H., Ocasio, W. (2008.). Institutional Logics, u: Greenwood, R., Oliver, C., Suddaby, R., Sahlin, K. (Eds.), *Handbook of Organizational Institutionalism*, Los Angeles: The Sage Handbook, p. 1-46.
- Thornton, P.H., Riberiro-Soriano, D., Urbano, D. (2011.). „Socio-cultural factors and entrepreneurial activity“, *Small Business Journal*, (29), 2: 105-118.
- Tomić, J.E. (1999.). *Izabrana djela* (priredila Julijana Matanović), Zagreb: Matica hrvatska.
- Wickham, P.A. (2006.). *Strategic Entrepreneurship*, 4. izdanje, London: Prentice Hall i Financial Times.

## THE ENTREPRENEURIAL ROLE IN THE 19<sup>th</sup> CENTURY IN CROATIA: POSSIBILITIES OF USING LITERARY NARRATIVE

### Summary

The purpose of this paper is to examine the possibilities of narrative fiction use in understanding the entrepreneurial role in Croatia in the second half of the 19<sup>th</sup> century. We find the theoretical foundations in integrated theory of entrepreneurship, institutional theory and literary theory. On the basis of available scientific works of Croatian authors we detect the main attributes of entrepreneurs and the basic characteristics of entrepreneurship in the period of emergence of modern bourgeois society and market economy in Croatia. As a complementary tool in analysis of entrepreneurial role we use literary narrative, the novel *Melita* written by Croatian writer Josip Eugen Tomić. By using explication and explanation we make analysis and interpretation of the role of Croatian institutional entrepreneur as a driver of changes in economy and society. Text analysis indicates the lack of entrepreneurial capacity but also a certain progress despite the lack of entrepreneurial and financial capital which corresponds with the findings of Croatian historians.

Key words: entrepreneur, 19<sup>th</sup> century, Croatia, literary narrative, J. E. Tomić