

Jonathan R. T. Hughes

ARTHUR COLE

I POVIJEST

PODUZETNIŠTVA¹

S engleskog jezika prevela: **Tina Kužić**, prof.

Poduzetništvo najjednostavnije definiramo kao uporabu jednog produktivnog čimbenika od drugih produktivnih čimbenika u svrhu stvaranja ekonomskih dobara.²

Tim je riječima 1946. profesor Cole potaknuo istraživanje nečega novog, povijesti poduzetništva, u svom radu „An Approach to Entrepreneurship.“³ Već 1948. Harvard i Cole imali su svoj istraživački Centar za povijest poduzetništva te je čarobna kratica EEH bila utjelovljenje njihova Istraživanja povijesti poduzetništva (*Explorations in Entrepreneurial History*). Početak je bio vrlo obećavajuć. Čuveni Joseph Schumpeter već je ranije stavio poduzetničku ulogu u središte analize unutar istraživanja ekonomskoga razvoja i poslovnih ciklusa. Coleu je bilo očito da poduzetnička uloga sada *mora* biti ugrađena u ekonomsku teoriju ako su ekonomisti ikada željeli postati „realistični“ u svojim studijama ekonomskog svijeta. I to stoga što se, bez poduzetnika, u ekonomskom svijetu *ništa ne odvija*. Čimbenici proizvodnje ne kombiniraju se čarobnim štapićem i na taj način stvaraju ekonomska carstva. Tu ekonomsku ulogu odigrava poduzetnik. Postojeće teorije o poduzeću i tržištu stoga su bile nepotpune. Ekonomija se smatra društvenom znanosti te ona stoga mora preuzeti središnju ulogu u ekonomskom društvu, i to onu čije djelovanje pokreće sve ekonomske promjene. Ekonomija tako više ne bi bila samo studija apstraktnoga svijeta bez ljudi, institucija tehnoloških promjena ili prolaska vremena. Proučavanje povijesti poduzetništva predvodilo bi put.

Usljedilo je desetljeće intenzivnoga istraživanja: velika imena i talentirani mladi istraživači bili su namamljeni i uključeni u istraživanja. Međutim, 1958. Centar je zatvorio svoja vrata. Knjige i radovi povezani s Centrom predstavljaju fascinantna otkrića. Nema sumnje da su istraživači poduzetništva pronašli neki „novi svijet,“ no njegov su oblik i funkcioniranje postajali sve složeniji sa svakim novim istraživanjem: poput ranih putovanja Amazonom, svakim novim putovanjem misterij se produbljavao.

Zatim je 1960. pomaknut fokus istraživanja u ekonomskoj povijesti te je povijest poduzetništva zaboravljena. Nakon svega, nije postala središte ekonomskog istraživanja. Uz to, njezin „bliski suparnik,“ povijest poslovanja, nastavila se razvijati u svojim bolje definiranim i pobliže ocrtanim regijama. Činilo se da je povijest poduzetništva završila u slijepoj ulici. Međutim, i gotovo četiri desetljeća nakon rada iz 1946., povijest poduzetništva još nije umrla: postoji u nekoj vrsti zaborava. Još nije potpuno zamrla, no odbija unijeti potrebitu živost. Ono što je još šokantnije jest činjenica da najnoviji izleti ekonomista u područja poduzetništva ne pokazuju njihovo znanje o ranijim istraživanjima vezanima za harvardski centar iz 1950-ih.

Ovu neobičnost opisao sam u nekoliko publikacija zadnjih nekoliko godina.⁴ Sada želim preispitati nastojanja profesora Colea u tim ranijim istraživanjima. Usredotočit ću se na njegova dva rada i knjigu *Business Enterprise in Its Social Setting (Poduzetništvo u vlastitom društvenom okruženju)*.⁵ Dva rada, „An Approach to Entrepreneurship“ („Pristup proučavanju poduzetništva“)⁶ i „Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History“ („Meso-ekonomija: doprinos povijesti poduzetništva“),⁷ objavljena su 1946. i 1968. i povezuju gore navedenu knjigu te druge radove profesora Colea koji su vezani uz godine rada harvardskoga centra.

Profesora Colea poznao sam vrlo površno, iako smo komunicirali nekoliko puta oko profesionalnih pitanja. Nisam bio povezan s harvardskim centrom i, uz to, ovo je vrlo velika zemlja.

Budući da je Cole pisao iskrivljenim smislom za humor, poprilično ironičnim, neprestano sam u opasnosti da ću ga pogrešno protumačiti. Htio bih to i formalno napomenuti ovdje.

Kada sam prvi put upoznao profesora Colea u mjestu Urbana u Illinoisu, bio sam asistent profesora na fakultetu Purdue. Bio sam na svom prvom sastanku Udruge za ekonomsku povijest (Economic History Association). Profesor Cole tada više nije predavao i činio mi se poprilično starim: veliki stručnjak, no netko tko je već pripadao prošlosti te discipline. Na Purdueu smo već provodili kvantitativna istraživanja u ekonomskoj povijesti koristeći se (primitivnim) računalima, no nismo privlačili dovoljno pozornosti. Sjećam se da je profesor Cole slabo čuo u Urbani te je tražio da mu se neke stvari ponove. Nekih godinu dana kasnije moj kolega na Purdueu, Lance Davis, rekao mi je da se profesor Cole upoznao s našim nastojanjima za obradu podataka i da je inzistirao na obradi nekakvih zapisa u knjižnici Baker. Bilo je očito kako stari gospodin nije bio toliko neinformiran koliko se to možda činilo.

Dokumenti o kojima je riječ bila su naličja tisuća mjenica korištenih u Londonu tijekom 19. stoljeća. Zahvaljujući profesoru Coleu, rezultat je bio naš rad o tečaju valuta objavljen u Engleskoj u ljeto 1960.⁸

Tada me Lance već bio upoznao s idejom povijesti poduzetništva. Pročitao sam Coleov rad iz 1946., neke druge radove iz starog *EEH*, što me zaintrigiralo. Do prvog sastanka Kliometrijskog društva (Cliometrics Society) na Purdueu u prosincu 1960., već sam radio na svojoj knjizi *The Vital Few*,⁹ svom pokušaju doprinosa *žanru* koji je razvio profesor Cole i njegov centar. U trenutku kada sam se počeo zanimati za povijest poduzetništva, ona je već bila u opadanju na Harvardu i drugdje. No, profesoru Coleu se svidjela moja knjiga, čestitao mi je na njezinu sadržaju i stilu te svojim prijateljima rekao o njoj dobre stvari.

Iako ta tema nije bila previše popularna, mladi znanstvenici vezani za harvardski centar postigli su slavu u mjeri koju dopušta naša struka te su postigli zavidne rezultate u godinama koje su uslijedile. Čak i uz to, iz razgovora koje sam vodio s profesorom Coleom pred kraj njegova života, dobio sam dojam da je on svoj pothvat u povijesti poduzetništva smatrao neuspješnim.

U svom eseju za Enciklopediju ekonomske povijesti (*Encyclopedia of Economic History*)¹⁰ tvrdio sam da je osnovni problem povijesti poduzetništva, na samome početku, bila njezina neprikladna definicija kao „jedinice povijesti,“ uglavnom zbog toga što je tema bila puno šira nego što se to činilo na prvi pogled. Istraživački radovi moraju nastupiti prije nego što se definira novo polje istraživanja. No, u povijesti poduzetništva svi se radovi čine istraživačkim. Što je više istraživanja provedeno u povijesti poduzetništva, njezino je polje postajalo šire, a prvotna namjera bila je njezino ograničavanje. Smatram da je rad profesora Colea ilustrirao ovaj problem.

Kada je postalo jasno da su čak i dječja psihologija i struktura obitelji, dakle formiranje osobnosti, uključene u uspješnu povijest poduzetništva, bilo je upitno jesu li ekonomski povjesničari, stručnjaci u „tradicionalnoj“ ekonomiji, bili uopće kvalificirani za ovu zadaću.¹¹ Istraživanje Ann Jardim o Henryju Fordu činilo mi se kao pravi primjer za to.¹² Profesionalni psiholog mogao je ponuditi nešto važno, no psihologija nije sastavni dio tipičnog doktorskog programa iz ekonomije.

I dalje se pojavljuju povremeni i ponekad intrigantni doprinosi povijesti poduzetništva, uglavnom životopisi, čiji interes (sasvim prikladno) prelazi iz poslovnog svijeta u poduzetništvo javnoga sektora. U posljednjih nekoliko godina ljudi poput Roberta Mosesa i admirala Rickovera, čak i J. Edgar Hoovera, postali su važne figure u poduzetništvu.¹³ Što bi, pobogu, o tome mislili Schumpeter ili Cole?

Proučavanje poduzetništva slično je proučavanju kreativnosti na bilo kojem polju, primjerice skladanju glazbe. Prema grandioznoj Schumpeterovoj zamisli („kreativna destrukcija“¹⁴) ili prema skromnijem pristupu profesora Kirznera¹⁴ (poduzetnik kao arbitražer), kreativnost, originalnost, središnji je fokus istraživanja poduzetništva. Doprinos poduzetništva upravo su izvorna percepcija, nove ideje i novi odmaci. Neočekivano se treba dogoditi. Na kraju krajeva, većinu vremena događa se ono očekivano. J. K. Galbraith u svojem radu *New Industrial State*¹⁵ uočava veliku razliku unutar velikih gospodarskih organizacija između „poduzetničkih kompanija“ i rezonantnih industrijskih birokracija na kojima počiva njegova pozornost.

Na prvi pogled čini se da postoji malo poteškoća. Kada pomislimo na glazbenu kreativnost, pomislimo na odvažne inovatore: W. C. Handyja, Arnolda Schoenberga, Beethovena, Boccherinija, Elvisa Presleyja, Beatlese. No, ono što ne smatramo inovacijom, ono apsolutno dosadno, jest vjerojatno onih 99 posto koji otpadaju na zarađivanje novca glazbom: ploče za tinejdžere, za televiziju, filmove, dućane i stomatološke ordinacije. Isto vrijedi i za ekonomsku povijest. Većina je ekonomskog života dosadna, repetitivna, sama rutina proizvodnje. No, ne ustručavamo se prepoznati velike odmake kada se dogode.

Stariji Henry Ford, ne trenutni predsjednik Ford Motorsa, imao je veliki inovativni duh. Andrew Carnegie, Henry Frick i Pierpont Morgan bili su odlučujući čimbenici u povijesti američke industrije čelika, a ne oni koji su predsjedavali i upravljali njezinom sudbinom u nadolazećim desetljećima. Između poduzetništva i svega

ostalog postoji razlika, bitna razlika, i to je nešto vrijedno proučavanja, iako možda još nismo pronašli metodu.

U tom smislu, poučno je pogledati i promjenjivo mnijenje samog profesora Colea što se tiče ovog predmeta. U radu iz 1946. godine Cole u optimističkom *Zeitgeistu* piše o osvajačkoj američkoj ekonomiji u području tehnologije, proizvodnje, upravljanja, institucija. Depresija 1930-ih napokon je završila Drugim svjetskim ratom, a američka ekonomija izronila je kao nepobitna svjetska sila. Cole to vidi kao trend neizbježnog napretka (u cikličkim razmacima): poduzetništvo reflektira taj razvoj, no isto tako i utječe na proces razvoja. On razdvaja povijest američkog poduzetništva u tri stadija razvoja poduzetničkog mnijenja:

STADIJ	STIL RAZMIŠLJANJA	RAZDOBLJE
empirički	„od oka,“ otprilike	od početka do 1860.
racionalni	informirani	1860. - 1890.
kognitivni	s sofisticirani	od 1890. naovamo

U tom trenutku Coleovo razmišljanje bilo je vrlo istraživačko i provizorno. Već je posjedovao puno anegdotalnoga poduzetničkog znanja i, naravno, poznavao je američku ekonomsku povijest. Njegova kronologija bila je odraz ovog potonjeg. Iako je neprekidno koristio svoje znanje kolonijalnog poduzetništva u svrhu primjera, ničime nije opravdao postavljanje kolonijalnog razdoblja u zasebni stadij. Dakle, 1860. kraj je ekonomskog rasta unutar kolonijalnih zakona i ustavnog sporazuma iz 1789.: nakon Građanskog rata velika ekspanzija poslovnog carstva, zajedno sa svojom nevjerovatnom proliferacijom organizacijskih struktura, odvijala se unutar dvosmislenog zakonskog okvira, no s novonastajućom ravnotežom ekonomske snage. Međutim, 1870-ih manifestirao se jednako novi zakonsko-institucionalni okvir, kreiran kao protuteža veličini i inventivnosti poslovnih organizacija (Munn protiv Illionisa 1877. godine, Wabash protiv Illionisa 1886., te Zakon o poslovanju između saveznih država 1887. godine). Već 1890. Shermanov zakon protiv monopola značio je da je klasični američki poduzetnik novog divovskog poduzetništva u svojim rukama potencijalno imao federalnu netržišnu kontrolu, u slučaju da je njegovo organizacijsko razmišljanje bilo delikventno. Očito, organizator poslovanja mora postati „kognitivan“ ili bi njegov rad uništili sudovi. Zbog toga je, donekle, Coleov inicijalni pokušaj organiziranja povijesti poduzetništva bio određen presudnim događajima u povijesti američkih institucija.

Također, 1946. Cole je u panteon poduzetništva primio sam „menadžment.“ On tvrdi da je poduzetničko djelovanje beskorisno bez „čvrste operativne osnove,“ no bio je svjestan i da pretjerano birokratsko upravljanje uzrokuje „plijesan,“ „okoštavanje“ i „izumiranje.“ Kasnije je (u *Business Enterprise in Its Social Setting*) cijenio mudrost stečenu neuspjehom, kao i uspjehom. Mučila ga je ideja da je samo poduzetnički profit dovoljan motivator za poduzetničko djelovanje. Dijelom je bio pod utjecajem Schumpeterove vizije titana ekonomskog konflikta, a dijelom je bio romantik. Pisao je o „nemirnom, inovativnom poslovnom čovjeku,“ „duhu pustolovine“ i slično. Uvidio je da je *podjela* profita tvrtke uloga „zakona, običaja i unutarnjih pritisaka,“¹⁶ te stoga profit teško može motivirati poduzetnika čiji postupci, u bilo kojem slučaju, mogu dovesti u rizik cjelokupnu mogućnost profita. Cole je pomiješao kratkotrajni profit s

dugoročnim poduzetničkim dobicima. Schumpeterovski poduzetnik nije zainteresiran za kratkoročni profit budući da njegova „stvaralačka destrukcija“ podrazumijeva pomicanje tvrtkine proizvodnje u budućnost i nesigurnost. Cole je bio svjestan ovog spajanja, no nije ga razriješio. Jednostavno je izjavio da kratkoročni profit nije dostatan za objašnjenje djelovanja poduzetnika. Znamo „jako malo,“ napisao je, „o motivaciji poduzetnika ili promjenama u motivaciji tijekom vremena.“¹⁷

Cole je uvidio da svi okružujući elementi pridonose interdisciplinarnom istraživanju koje bi trebalo uključivati etablirane discipline kao što su poslovna administracija, psihologija i politička znanost, uz povijest i ekonomiju. Uvidio je nebrojene mogućnosti za znanstvenike. Također je uvidio temeljni problem. Nakon popisa svih hipotetičkih uvjeta potrebnih za uspjeh u poduzetništvu, shvatio je da je stvorio svijet savršenog natjecanja za znanstvenike, u kojemu bi dobiti najvećeg poslovanja bili nula. No gotovo da i nije primjetio ovaj paradoks i zaobišao ga je. Naposljetku, fenomen poduzetništva je stvaran, bez obzira na njegovo postojanje na školskoj ploči. Cole je bio povjesničar na tragu nečega *stvarnog* – bez obzira na postojeću ekonomsku teoriju. Nadao se da će to sve promijeniti. Proučavanje poduzetništva donijelo bi „novi naglasak na ekonomiju i poslovnu administraciju“ te „novo stajalište unutar ekonomske povijesti.“

Njegova knjiga *Business Enterprise in Its Social Setting*¹⁸ trebala je, čini se, biti sažetak. Tiskana je godinu dana nakon što je Centar zatvoren i profesor Cole potrudio se citirati, barem jedanput, sve one koji su sudjelovali u radu Centra, osobito one mlađe. Moramo se zapitati nije li se, u svojim godinama, zapitao nije li mu ta knjiga njegov zadnji veliki projekt. Međutim, ta je knjiga bila samo usputno izvješće o njegovom vlastitom razmišljanju, budući da rad iz 1968.,¹⁹ „Meso-economics,“ nadilazi knjigu iz 1959. godine.

Učenje koje je nastalo u Centru tijekom jednog desetljeća uvelike je proširilo naše (i Coleove) poglede na poduzetništvo. Cole je napustio ideju vremenskih stadija povijesti poduzetništva. Shvatio je da je ono što čini razliku u poduzetničkoj atmosferi dijelom „kulturalno“ i da je stoga konvencionalna ekonomija nedostatna intelektualna baza za analizu povijesti poduzetništva. Jadikovao je o toj nedostatnosti ekonomije, no isto je tako tvrdio da to ne bi trebala biti prepreka ekonomskom znanstveniku koji se također smatra i povjesničarom. Također, već je 1959. shvaćao da bi, ako je želja za maksimalnim ostvarenjem prisutna u svakoj osobi u jednakoj mjeri, „tržište“ proizvelo dovoljno poduzetništva da u bilo kojem trenutku utaži ideju ekonomista o „razumijevanju,“ ako ne Henryja Forda, onda Henryja Smitha, s istim rezultatima. Cole je shvatio da se neće riješiti pretpostavke o maksimalnom profitu dodajući nove dimenzije motivaciji poduzetnika. Stoga će „nerealnost“ udžbeničke ekonomske teorije ostati prisutna usprkos povijesti poduzetništva.²⁰ Cole je također shvatio da je izreku Adama Smitha o podjeli rada i veličini tržišta, slijedeći slavni rad Allyn Younga iz 1928. o rastućoj zaradi, moguće preokrenuti.²¹ Podjela rada povećava tržište te je stoga „eksfolijacija“ tvrtki povećavala mogućnost specijalizacije i ekonomija razmjera. Ta ideja će desetljeće kasnije prerasti u rad „Meso-economics.“

Veliki dio rada Centra odnosio se na poduzetništvo i poslovnu povijest stranih zemalja. Rezultati su doveli do određenih prosvjetljujućih zaključaka. Obiteljska poduzeća su rjeđa u Sjedinjenim Državama nego u drugim zemljama. Slavna britanska Industrijska revolucija u Britaniji nije dovela do rasta veličine poduzeća i „znanstvenog“

menadžmenta koji su se dogodili u SAD-u krajem 19. stoljeća. Cole je bio posebno iznenađen širenjem modernih metoda proračuna troškova u Britaniji 19. stoljeća.²² Smatrao je da je naglasak na monetarnim nagradama u SAD-u poseban i rezultat je nedostatka drugih vrsta društvenih nagrada onima koji uspijevaju. Stvaramo novac jer ništa drugo nije bitno. Također je zamijetio kako su se američki biznismeni lako priviknuli na vladinu netržišnu kontrolu, „vladino miješanje.“ Cole se bavio promjenama u poslovnim protuzakonitostima kako su poduzeća rasla svojom veličinom. „Kada poduzeće poprilično izraste, uobičajene protuzakonitosti se ne isplate.“²³

Pojavilo se toliko oblika poduzetništva da je Cole iskoristio veći dio svoje knjige kako bi ilustrirao njihovu fantastičnu raznolikost otkrivenu radom znanstvenika Centra. U posljednjem dijelu knjige postavio je, a potom izbjegao, pitanje odnosa vlade i poduzetnika. Predstavio je slučajeve poduzetništva koji su bili pod potpunim utjecajem vlade, no nije se doticao stvari kao što su vladino poduzetništvo i interakcija između različitih oblika vlade (na razini saveznih država) i proizlazećih različitih oblika poduzetništva. 1950-ih ta su pitanja bila jedva zapažena u ovoj državi; vladin sektor bio je smanjen u odnosu na nedavne ratne razmjere. Takva pitanja nisu se činila bitnima pred kraj Eisenhowerove vlade. Tko je mogao znati da će 1960-e dovesti do takvog snažnog preokreta.

Cole je završio knjigu s idejom o poduzetničkoj raznovrsnosti koju će razraditi desetljeće kasnije u „Meso-economics.“ Njegova osnovna ideja nije bila različitija od Boehm-Bawerkovog koncepta o kapitalu kao „stupnju kružnog toka“ u proizvodnim metodama:

Zamišljam poduzetnika ili poduzetnički tim – one koji donose i koji su odgovorni za strateške odluke poduzeća koje je orijentirano na profit – smještene u središtu serije koncentričnih krugova. Najbliže im je osoblje poslovne jedinice za „očuvanje i uvećanje“ onoga o čemu se donose odluke.²⁴

Cole se još uvijek držao svog stajališta iz 1946.:

Ništa što sam naučio od 1946. naovamo nije me dovelo do toga da promijenim svoje stajalište kojeg sam se držao tada: bavljenje poduzetnikom je bavljenje središnjom figurom u modernom ekonomskom razvoju i, prema mome mišljenju, središnjom figurom u ekonomiji uopće.²⁵

Sukladno tom stajalištu tužio se na neprekidnu odsutnost poduzetnika u ekonomskoj teoriji, no kao što je već i rečeno, poduzetništvo bi se običnom teoretičaru činilo suvišnim. A u ekonomiji, čista teorija ima glavnu riječ.

Za nekoga poput mene, tko je poznao profesora Colea uglavnom putem njegovih radova na temu poduzetništva, rad iz 1968. „Meso-economics“ činio se šokantnim. Vidjevši rad, očekivao sam neupitne zaključke. Međutim, Cole je u radu ponovno otvorio sezonu proučavanja iluzorne uloge poduzetnika. Fokus rada potpuno se pomiče s osobe na rezultat njezinih postupaka. Štoviše, taj je rad poprilično „apstraktan“, barem onda kad je udaljen od određenih povijesnih primjera. Figura poduzetnika nije povezana ni s kakvom određenom poviješću tvrtki. Nema mjesta za heroje. Stara su razmišljanja nestala. Cole ponešto sarkastično naziva Schumpeterovu ideju poduzetništva „divovskim silama.“ Ono što Cole želi je „razraditi novu teoriju ekonomskog rasta.“ Kako bi mu to uspjelo, postaje vrlo veblenovskim, iako sumnjam da je on to tako vidio. U ovom je radu nešto što nazivamo „poslovnim sustavom“, koji se razvija u svojoj zoni između

mikroekonomije i makroekonomije, između proizvodnih tvrtki i ekonomskih agregata poput industrijskih sektora. To međupodručje područje je mezoekonomije.²⁶

Na prvi pogled, ne čini se kao dobra ideja. No, nakon dužeg proučavanja, daje zanimljivu persepektivu. U „Meso-economics“ Cole se vraća nekim idejama koje su bile marginalne u njegovoj knjizi iz 1959. Najprije povezuje proliferaciju primjenjive tehnologije s rastom raznovrsnosti poduzeća. U poduzetništvu je moguća neograničena raznovrsnost i povezano je sa specifičnim oblicima poduzeća, te time i s određenim tehnologijama. Opći ekonomski rast proizvod je višedimenzionalnog ekonomskog širenja. Kapitalističku ekonomiju karakterizira „nevjerojatno širenje *poslovne narudžbe* (naglasila T. K.) u kvantitativnom, funkcionalnom i geografskom smislu.“²⁷ Koncentrični krugovi u knjizi iz 1959. godine pomaknuti su sada u središte Coleovog razmišljanja. Jezgru čine poduzeća koja proizvode stvarni proizvod, a ona je okružena pripadajućom infrastrukturom informacijskih mreža, reklama, marketinga, svih vrsta financijskih usluga, izdavaštvom i poslovnom edukacijom.

Pojava i unapređenje poslovnih institucija koje savjetuju druge poslovne jedinice predstavljaju ono što možemo nazvati vrhunskim doprinosom poslovnog svijeta povećanju nacionalnog dohotka...²⁸

Ova poduzeća, govoreći modernijim žargonom, sačinjavaju mrežu tercijarnih specijalizacija koje svoj dohodak stežu putem stvarne dobiti koju ostvaruju smanjujući transakcijske i informacijske troškove. Njihova povećana učinkovitost pruža novo područje za ekonomije razmjera u ključnim industrijama. Zamislimo poduzeće koje proizvodi čelik kako svoj višak ili manjak priljeva kapitala prilagođava putem brokerskih usluga na ročnom tržištu. Ured te posredničke brokerske tvrtke smješten je u neboderu i opremljen najnovijim elektronskim uređajima za gotovo instant transakcije, a važne informacije iz cijelog svijeta pojavljuju se na ekranima svake sekunde. Kako ova infrastruktura može povećati vlastitu učinkovitost, pojavljuju se i nove mogućnosti ekonomije razmjera za jezgru.

Poduzetnička uloga stupa u taj svijet putem postupnih inovacija koje su omogućile tu infrastrukturu. Poduzetnik nije slijedio tržište, već mogućnosti za promjenu.

Glavno je obilježje poduzetničkog djelovanja promjena, a često i „kreativni odgovor“ koji je Schumpeter definirao kao izvršavanje inovacijskog čina koji nije bio zahtjev u postojećim uvjetima.²⁹

Preostali vanjski krugovi Coleovog svijeta odnose se na inovaciju poduzetništva poslovnog svijeta. Nije se radilo o uobičajenoj inovaciji. Ustvari, Cole je tvrdio kako je jedini razlog što poduzetnici „poslovnog sustava,“ koji su osmislili infrastrukturu, nisu javno priznati poput velikih industrijskih izumitelja i inovatora, taj što nitko nije mogao patentirati ili ograničiti ulaz u svijet čistih ideja.³⁰ Prvo su došle ideje, a potom, kako su ideje primijenili svi oni koji su vidjeli njihov potencijal, i promjene. U ovom „intelektualnom ćušpaju“ poslovnog svijeta, koje je prožeto čitanjem, razgovorom, proučavanjem, lakom mobilnošću osoblja, špijuniranjem, dobre poslovne ideje lako se šire.

Cole je vidio mezoekonomski sustav kao prirodno nadraštavanje vanjskih troškova koje stvaraju poslovne operacije te kao rast i diferencijaciju novih poduzeća. Rast je posljedica prirodne težnje poslovnih ljudi za „uvećavanjem.“ Svako rastuće poduzeće proizvodi vanjske troškove, što dovodi do veće raznovrsnosti poduzeća. Cole u veličini poduzeća nije vidio posebnu prednost, ismijavajući „birokratski artritis“ nekih

divovskih poduzeća. Vjerovao je da proces rasta poduzeća proizvodi vanjske troškove, koje potom poduzetnici internaliziraju u nove vrste poduzeća. Infrastruktura se širi i mijenja kako raste.

U „Meso-economics“ Cole stoga napušta staromodne ideje o stadijima povijesti i zapravo je očita simultanost svih koncipiranih „razdoblja:“ nova poduzeća, stara poduzeća, nove tehnologije, stare tehnologije, sve koegzistira u svakom trenutku. Da je Cole doživio 1980-e kada su na svoje došli kompjutori i svijet obrade podataka, on ne bi bio iznenađen. Roboti koji izrađuju automobile bili bi prirodni proizvodi njegovih koncentričnih krugova. Možda bi bio gorko razočaran neuspjehom produktivnosti u vanjskim krugovima da se sačuvaju posrnuli stari divovi u jezgri.

Cole je onda predložio „sedam teorema mezoekonomije.“³¹ To su, zapravo, njegova opažanja uz povijest koju je proćavao, i to iz perspektive svojih novih otkrića u svijetu inovacija u kapitalističkom ekonomskom sustavu:

1. *Procesi koje predviđa mezoekonomija nemaju kraja.* Beskrajna proliferacija različitih vrsta poslovnih jedinica leži u svijetu vanjskih svojstava koja proizvode trenutna poduzeća.
2. *Poslovni sustav, poput individualnih poslovnih jedinica, mogao bi se shvatiti kao „trgovina dionicama.“* Proliferacija poduzeća koja su određena vanjskim čimbenicima ovisi o uspjesima prijašnjih poduzeća. On smatra da je svijet ekonomskog razvoja koji nastaje kao rezultat uspjeha nužan.
3. *Poduzetništvo zazire od potrebe klijenata.* Istinsko poduzetništvo predviđa potrebu, ne čeka da ona postane očita.
4. *Poslovni sustav djeluje kako bi sačuvao resurse.* Uvijek postoje „lovci na jeftine kupnje,“ rijetko se potraži cjelokupna imovina propalog poslovnog carstva. Netko drugi će pokupiti krhotine i staviti ih u pogon.
5. *Posao pati u slučaju širenja prostora djelovanja.* Dugoročna egzistencija poduzeća u bilo kojem području poslovanja vodi k opadanju razine izvedbe posla. Inovatore slijede imitatori, koje pak naizmjenice slijede „lijenčine.“
6. *Veličina tržišta određena je veličinom poslovnog sustava.* Dok god profiliraju „vanjski krugovi,“ ne može doći do nedostatka kapitala, radne snage ili bilo čega drugoga. Povijest pokazuje da se virtualno može svladati bilo koja prepreka na ovaj ili onaj način, i to inovacijom, dok god postoji poduzetnički motiv i talent.
7. *Tijekom vremena, izvori ekonomskog napretka sve se više biraju.* Tehnologija postaje sve sofisticiranija, a izumi sve istančaniji.

To je ono što pokazuje povijest. Ekonomisti bi bili mudriji, a ekonomija korisnija kada bi se takvo znanje moglo upotrijebiti.

Ako... bi teoretičar prihvatio dodatni koncept različitih kvaliteta među poduzetnicima, ne bi trebao odustati u potpunosti od poduzetnika zasnivajući svoje prijedloge ili tvrdnje na nerealističnoj pretpostavci da će kapital i rad na misteriozan način uvijek pronaći svoj put u mjesta koja su najkorisnija društvu.³²

Ekonomist bi mogao smatrati

da visoka peć ili benzinski motor u rukama Arapa ili Hotentota ne bi imala puno utjecaja na svijet kao cjelinu.

Njegovo zaziranje od nerealističnih pretpostavki ekonomije, što je već bilo vidljivo u radu iz 1946., obilježilo je i njegov posljednji rad o poduzetništvu. Neuspjesi „razvoja ekonomije“ kasnih 1960-ih godina pružili su mu gorku satisfakciju. Teoretičari koji su ignorirali važnost poduzetništva, „socijalni inženjeri“ koji su pokušali promijeniti stvarnost ekonomske zaostalosti „dozama kapitala“ razočarali su se: „(...) sama injekcija kapitala nije proizvela učinak koji se očekivao na osnovu teorijskih pretpostavki...“³³ Da je profesor Cole živio u 1980-im godinama, doživio bi razvoj osjećaja duboke skromnosti prisutnijim u našoj struci: ekonomisti razvoja nisu bili jedini u našoj struci koji su bili „zbunjeni“ stvarnošću. Je li netko od njih mogao biti mudriji od proučavanja povijesti, pitanje je koje se i dalje postavlja.

I tako je profesor Cole završio svoj dug i koristan život s bujicom novih ideja. Svi bismo se trebali nadati takvoj sreći. Njegov problem s poduzetničkom poviješću većim je dijelom rezultat tehnoloških promjena unutar same ekonomije. Godine 1946. citirao je radove Taussinga, Schumpetera i R. A. Gordona koji su pripadali središnjoj struji u Sjedinjenim Državama. No, ekonomija Samuelsona, Hicksa i Koopmansa postala je *mainstream* tehnologija u ekonomskoj teoriji. Iste sile pomrsile su Coleovu nadu da će poduzetnička povijest postati novo središte ekonomske povijesti. Kliometrika je već bila u začetku 1958. kada se zatvorio harvardski centar. Ono što je promijenilo ekonomsku povijest, promijenilo je i ekonomiju općenito, tehnologiju. Nema ničega lošeg u poduzetničkoj povijesti kao temi za istraživanje. Pitanje nije treba li to učiniti, već kako to učiniti. Istraživanje poduzetnika u američkoj povijesti nije prestalo 1958. niti je prestalo danas. Niti ne može stati, jer je poduzetnička uloga *stvarna*; to nije intelektualna fikcija koja se može tek tako odbaciti kad izađe iz mode.

Ekonomska je povijest poput Coleovog poslovnog sustava: ona djeluje kako bi sačuvala resurse. Ono što su neki naučili, drugi će iskoristiti u pravom trenutku. Ekonomska povijest američkog ropstva bila je do kraja iscrpljena tema 1955. godine kada je Hal Williamson izazvao mladog Alfreda Conrada kako bi saznao što ekonometrika može nadodati našem razumijevanju istoga.³⁴ Mislim da će biti potrebno više od nekoliko poduzetničkih intelektualnih neuspjeha kako bi se znanstvenike spriječilo od pokušaja rješavanja zagonetke poduzetničkog doprinosa američkoj ekonomskoj povijesti. Cijeli doprinos profesora Colea bit će od koristi.

BILJEŠKE

- Jonathan R. T. Hughes, „Arthur Cole and Entrepreneurial History,“ *Business and Economic History* 12 (1983): 133-44.
- Kao primjer; u „Meso-economics,“ str. 4 on ismijava ideju da bi se poduzetništvo ikada moglo smatrati čimbenikom proizvodnje: takva ideja bila je „tragična pogreška.“ Nadalje smatra: „Netko bi mogao govoriti o „kuharu“ kao čimbeniku u pripremanju jela.“ Priznajem da ne mogu proniknuti u ovaj dio. Mislim da se šali. Jesam li u pravu? Netko tko ga je poznavao bolje od mene bi bez sumnje bio više siguran u njegovo značenje ovdje.
- Arthur Cole, „An approach to the Study of Entrepreneurship,“ *Journal of Economic History*, Vol. 6 (1946, Supplement), reprinted in Frederic C. Lane and Jelle C. Riesmersma, eds., Chapter 11, pp. 183-84. All references are to the reprint.
- Jonathan R. T. Hughes, „Entrepreneurial Activity and American Economic Progress,“ *The Journal of Libertarian Studies*, Vol. 3 (Winter 1979); Jonathan R. T. Hughes, „Entrepreneurship,“ *Encyclopedia of Economic History* (New York: Scribner's 1980).

- 5 Arthur Cole, *Business Enterprise in Its Social Setting* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1959).
- 6 Arthur Cole, „An approach to the Study of Entrepreneurship,” *Journal of Economic History*, Vol. 6 (1946, Supplement), reprinted in Frederic C. Lane and Jelle C. Riesmersma, eds., Chapter 11, pp. 183-84. All references are to the reprint.
- 7 Arthur Cole, „Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History,” *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd. Series, Vol. 6, No. 1, 1968.
- 8 Lance E. Davis and Jonathan R. T. Hughes, „A Dollar-Sterling Exchange, 1803-1895,” *Economic History Review*, Vol. 13 (August 1960), reprinted in *Purdue Faculty Papers in Economic History, 1956-1966* (Homewood, IL: Irwin, 1967), Ch. 4.
- 9 Jonathan R. T. Hughes, *The Vital Few: American Economic Development and Its Protagonists* (Boston: Houghton Mifflin, 1966; New York: Bantam Books, 1967 (1st ed.); New York: Oxford University Press, 1973 (2nd ed.)).
- 10 Jonathan R. T. Hughes, „Entrepreneurship,” *Encyclopedia of Economic History* (New York: Scribner's 1980).
- 11 Jonathan R. T. Hughes, „Eight Tycoons: The Entrepreneur and American Economic History,” *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd Series, Vol. 1 (Spring 1964), reprinted in Ralph Andreano, ed., *New Views on American Economic development* (Cambridge, MA: Shenkman, 1965), Ch. 8.
- 12 Ann Jardim, *The First Henry Ford: A Study in Personality and Business Leadership* (Cambridge, MA: MIT Press, 1970).
- 13 Jonathan R. T. Hughes, „Entrepreneurship and the American Economy: A Sketch,” in Paul Uselding, ed., *Research in Economic History* Vol. 3 (Greenwich, CN: JAI Press, 1978); Eugene Lewis, *Public Entrepreneurship: Toward a Theory of Bureaucratic Political Power* (Bloomington: Indiana University Press, 1980).
- 14 Israel Kirzner, *Competition and Entrepreneurship* (Chicago: University of Chicago Press, 1973).
- 15 John Kenneth Galbraith, *The New Industrial State* (Boston, 1967).
- 16 Arthur Cole, „An approach to the Study of Entrepreneurship,” in Frederic C. Lane and Jelle C. Riesmersma, eds., 185.
- 17 Arthur Cole, „An approach to the Study of Entrepreneurship,” in Frederic C. Lane and Jelle C. Riesmersma, eds., 188.
- 18 Arthur Cole, *Business Enterprise in Its Social Setting* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1959).
- 19 Arthur Cole, „Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History,” *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd. Series, Vol. 6, No. 1, 1968.
- 20 Arthur Cole, *Business Enterprise in Its Social Setting* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1959).
- 21 Arthur Cole, *Business Enterprise in Its Social Setting* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1959), 84-85.
- 22 Arthur Cole, *Business Enterprise in Its Social Setting* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1959), 87.
- 23 Arthur Cole, *Business Enterprise in Its Social Setting* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1959), 129.
- 24 Arthur Cole, *Business Enterprise in Its Social Setting* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1959), 233.
- 25 Arthur Cole, *Business Enterprise in Its Social Setting* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1959), 28.
- 26 Arthur Cole, „Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History,” *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd. Series, Vol. 6, No. 1, 1968, 11-16.
- 27 Arthur Cole, „Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History,” *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd. Series, Vol. 6, No. 1, 1968, 3.
- 28 Arthur Cole, „Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History,” *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd. Series, Vol. 6, No. 1, 1968, 16.
- 29 Arthur Cole, „Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History,” *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd. Series, Vol. 6, No. 1, 1968, 4.
- 30 Arthur Cole, „Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History,” *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd. Series, Vol. 6, No. 1, 1968, 29-30.
- 31 Arthur Cole, „Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History,” *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd. Series, Vol. 6, No. 1, 1968, 18-23.
- 32 Arthur Cole, „Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History,” *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd. Series, Vol. 6, No. 1, 1968, 23-24.
- 33 Arthur Cole, „Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History,” *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd. Series, Vol. 6, No. 1, 1968, 5.
- 34 Tijekom Conradovog kratkog boravka kao člana Ekonomskog fakulteta u Northwesternu.



Pro Tempore

Pro Tempore

ČASOPIS STUDENATA POVIJESTI BROJ 8/9, 2010.-2011.

Pro Tempore

Časopis studenata povijesti
godina VII, broj 8-9, 2010-2011.

Glavni i odgovorni urednik
Filip Šimetin Šegvić

Počasni urednik
André Burguière

Uredništvo
Tomislav Brandolica, Marko Lovrić,
Andreja Piršić, Filip Šimetin Šegvić,
Nikolina Šimetin Šegvić, Stefan
Treskanica

Urednici pripravnici
Marta Fiolić, Kristina Frančina, Sanda
Vučićić

Redakcija
Tomislav Brandolica, Marta Fiolić,
Kristina Frančina, Marko Lovrić,
Andreja Piršić, Nikolina Šimetin Šegvić,
Filip Šimetin Šegvić, Stefan Treskanica,
Sanda Vučićić

Tajnica uredništva
Martina Borovčak

Recenzenti
dr. sc. Damir Agičić
dr. sc. Ivo Banac
dr. sc. Zrinka Blažević
dr. sc. Ivan Botica
Miodrag Gladović, d.i.e.
dr. sc. Borislav Grgin
dr. sc. Mirjana Gross
dr. sc. Željko Holjevac
dr. sc. Nenad Ivić
Branimir Janković, prof.
dr. sc. Bruna Kuntić-Makvić
mr. sc. Hrvoje Klasić
dr. sc. Isao Koshimura
dr. sc. Mirjana Matijević Sokol
dr. sc. Hrvoje Petrić
dr. sc. Radivoj Radić
Danijel Rafaelić, prof.
dr. sc. Drago Roksandić
dr. sc. Relja Seferović
dr. sc. Boris Senker
Marina Šegvić, prof.
dr. sc. Božena Vranješ-Šoljan

Lektura i korektura
Marta Fiolić
Ana Jambrišak
Vedrana Janković
Nikolina Kos
Marko Pojatina
Tihomir Varjačić
Tajana Vlaisavljević

Dizajn i priprema za tisak
Tomislav Vlainić
Lada Vlainić

Prijevodni s engleskog jezika
Tomislav Brandolica
Jelena Krilanović
Tina Kužić, prof.
Marko Lovrić
Marija Marčetić
Judita Mustapić
Andrea Pečnik
Marko Pojatina
Prijevodi s njemačkog jezika
Sara Katanec
Mirela Landsman Vinković
Azra Plićanić Mesić, prof.
Filip Šimetin Šegvić
Prijevodi s francuskog jezika
Marta Fiolić
Tea Šimičić
Marina Šegvić, prof.
Mihaela Vekarić
Prijevodi sa slovenskog i srpskog jezika
Krešimir Matešić
Prijevodi s talijanskog jezika
Marina Šegvić, prof.

Izdavač
Klub studenata povijesti - ISHA
Zagreb

Tisak
ZT ZAGRAF

Naklada
Tiskano u 300 primjeraka

ISSN: 1334-8302

Tvrđnje i mišljenja u objavljenim
radovima izražavaju isključivo stavove
autora i ne predstavljaju nužno stavove
i mišljenja uredništva i izdavača.

Izdavanje ovog časopisa financijski su
omogućili:
Odsjek za povijest Filozofskog fakulteta
Sveučilišta u Zagrebu,
DTM GRUPA d.o.o.,
NARCOR d.o.o.,
TRANSPORTI KRAJAN d.o.o.,
HEMA d.o.o.,
KEMOKOP d.o.o.,
EUROGRAF d.o.o.,
Privatne donacije: S. S., M. F., prof.
dr. Drago Roksandić, Marko Lovrić,
Filip Šimetin Šegvić, Nikolina Šimetin
Šegvić, Tomislav Brandolica.

Redakcija časopisa Pro tempore svim
se donatorima iskreno zahvaljuje na
financijskoj podršci!
Redakcija se također posebno
zahvaljuje gospodinu Zlatku Ožboltu,
dia na trudu i pomoći. Zahvaljujući
njemu, put do izdavanja ovog broja
bio je mnogo lakši. Gospodinu Zoranu
Ivankoviću isto tako dugujemo veliku
zahvalu što nam je izašao u susret
prilikom tiskanja časopisa.

Časopis se ne naplaćuje.

Adresa uredništva:
Klub studenata povijesti - ISHA
Zagreb
(za: Redakcija Pro tempore),
Filozofski fakultet
Sveučilišta u Zagrebu,
Ivana Lučića 3, 10000 Zagreb

E-mail:
pt.redakcija@gmail.com
phillip.simetinsegvic@gmail.com