



doi:10.5559/di.24.1.07

POČECI PODUZETNIŠTVA ŽENA U ZNANSTVENIM I KNJIŽEVNIM DJELIMA HRVATSKIH AUTORA

Ksenija VUKOVIĆ
Fakultet organizacije i informatike, Varaždin

UDK: 305-055.2:005.5(497.5:4)"18"
005-055.2(497.5)"18"

Pregledni rad

Primljeno: 12. 1. 2015.

Svrha ovog članka jest prikazati poduzetničku ulogu žene u Hrvatskoj u 19. stoljeću te istaknuti raznolikost iskustava žena u poduzetništvu. Analiza karakteristika poduzetništva žena temelji se na znanstvenim, većinom historiografskim, izvorima hrvatskih istraživača – kvantitativnim podacima kao što su popis stanovništva, izvješća trgovačko-obrtničke komore, statistički godišnjaci, zatim sudski slučajevi, zabilješke iz novina. Ovom repertoaru izvora dodajemo citate hrvatskih književnika iz 19. stoljeća. Cilj je ovoga članka rekonstruirati sliku poduzetnice u Hrvatskoj u 19. stoljeću, usporediti je s poduzetnicama iz Europe i transponirati sliku u hrvatski sociokulturni i ekonomski kontekst. Pokušavamo istražiti postoje li konzistentne determinante, poput kulture i vrijednosti koje dugoročno utječu na poduzetništvo i ekonomski rast. Koncentracija žena u "ženskim segmentima" ekonomije bio je za žene način da se izbjegnu ulazne barijere u poduzetništvu. Iako su se suočavale s manjkom obrazovanja, vlasništva i kapitala koji osiguravaju poslovni uspjeh, žene su osvojile vitalni i dinamični segment malih obrta i poduzeća u uslužnom sektoru. Primjenjujući učinkovite strategije preživljavanja, potihlo su stvarale prostor individualnosti i ekonomske neovisnosti.

Ključne riječi: poduzetništvo, žene, 19. stoljeće, Hrvatska, Europa



Ksenija Vuković, Fakultet organizacije i informatike,
Pavlinska 2, 42 000 Varaždin, Hrvatska.
E-mail: ksenija.vukovic@foi.hr

UVOD

Iako se pitanje prisutnosti žena u poduzetništvu od samih početaka moderne ekonomije može doimati retoričkim, doprinos žena poduzetništvu u 19. stoljeću i dalje je nedovoljno istaknut. To je tako osobito kad je riječ o poduzetničkoj ulozi žene u perifernim dijelovima Europe, zemljama mediteranskog oboda i istočnoeuropskoga područja (Craig, Beachy i Owens, 2006). U 19. stoljeću raste značenje rodne odrednice u pristupu materijalnim resursima te ekonomskoj i političkoj moći. U Europi se diljem kontinenta bilježi niz ekonomskih aktivnosti žena pretežito građanskoga sloja, pripadnica sitnoga i srednjega građanstva. Žene se pojavljuju u ulozi vlasnica poduzeća i obrta, poduzetnica, menadžerica, investitorica, kreditorica, ali je i sve veći broj žena koje se zapošljavaju i postaju dio ukupnoga radnog korpusa. Industrijalizacija dovodi do odvajanja proizvodnje i potrošnje te radnoga mjesta i kuće. Potrošnja i moralno ponašanje postaju dio klasnog identiteta za pripadnice građanskoga sloja.

U 19. stoljeću, u vrijeme liberalizacije i pojave slobodnoga tržišta, poduzetništvo postaje važan faktor gospodarskog rasta. Jačanje poduzetničkoga kapaciteta otvara mogućnosti za ostvarenje gospodarskoga napretka. Utjecaj raznih faktora na razvoj poduzetništva možemo gledati s dvije strane: ponude i potražnje (Verheul, Wennekers, Audretsch i Thurik, 2002). To su faktori koji se, prema Schumpeteru, mogu tretirati kao izvori poduzetničke prilike: tehnološke promjene, političke i regulatorne promjene, društvene i demografske promjene (Shane, 2003). Verheul i sur. (2002) kao posebnu determinantu na strani ponude navode udio žena u populaciji i na tržištu rada.

U ovom članku poduzetnicama ćemo smatrati sve osobe koje uočavaju poduzetničku priliku ili iz nužnosti otkrivaju i ostvaruju svoju poduzetnost kroz poduzetnički pothvat, neovisno o veličini pothvata. Polazimo od premise Scotta Shanea (2003) da se poduzetništvo može objasniti uzimajući u obzir vezu poduzetna osoba – prilika. Tim neksusom možemo razumjeti proces otkrivanja i iskorištavanja poduzetničkih prilika, način pribavljanja resursa, poduzetničke strategije i proces organiziranja pothvata. U kategoriju poduzetnica ubrojiti ćemo i one osobe koje su u svijet poduzetništva ušle samozapošljavanjem, a samozaposlenim smatramo osobe koje rade za vlastiti profit umjesto da rade za nadnicu ili plaću kod poslodavca (Le, 1999).

U radu ćemo prikazati početke poduzetničke aktivnosti žena u Hrvatskoj na temelju radova hrvatskih autorica i autora, povjesničara i ekonomista. Poduzetništvo žena u Hrvatskoj analizirat će se i usporediti s poduzetničkom aktivnošću žena u Europi, a primjenom rezultata suvremenih istraživanja

u poduzetništvu rekonstruirat će se obilježja poduzetničke aktivnosti žena u 19. stoljeću u Hrvatskoj. Vrijedni izvori nalaze se u radovima povjesničara koji kvantitativnim pokazateljima (popisi stanovništva, izvješća gospodarskih institucija), historijskim narativima, bilješkama iz sudskih sporova, novinskih zapisa, zapisa suvremenika i kroničara ondašnjeg vremena prate ekonomske aktivnosti ženske populacije. Ekonomsku, poduzetničku i socijalnu ulogu žene u počecima modernoga građanskog društva u Hrvatskoj možemo dijelom pratiti i kroz percepciju hrvatskih književnika. Praćenje književne literature nudi, uz druge izvore, još jedno sredstvo za razumijevanje ekonomske uloge žene u povijesti (Rutterford i Maltby, 2009, str. 159). Iako je upotreba fikcionalnih tekstova za potrebe ovoga članka na tragu novohistorističkoga tipa čitanja koji podrazumijeva "kombinirano čitanje fikcionalnih i nefikcionalnih tekstova kulture određenog razdoblja" (Šporer, 2005, str. 30), valja istaknuti da takav pristup, uz prednost "iščitavanja" društva i kulture određenog vremena i prostora kroz književna djela, može biti i nedostatak. Grdešić (2007) upućuje na upozorenja Milivoja Solara i Wirginije Woolf da položaj žene u književnom djelu ne odražava potpunu istinu o činjenicama njezina položaja u svakodnevnom životu i da se ne može tretirati kao pouzdan izvor o položaju žene u određenom vremenu i prostoru. Premda o ekonomskoj ulozi žene uglavnom progovaraju kroz sporedne ženske likove i s vlastitim pogledima na ulogu žene u društvu, hrvatski književnici 19. stoljeća u protorealističkoj maniri mjestimice ilustriraju poduzetničku ulogu žene onoga doba. Izvanredan je doprinos Dragojle Jarnević, kroz čiju dnevničku prozu defilira mnoštvo ženskih likova, pripadnica građanske klase koje se koriste različitim strategijama preživljavanja i uključuju se u različite poduzetničke aktivnosti.

Cilj je ovoga rada od većih i manjih fragmenata iz hrvatske literature rekonstruirati sliku poduzetnice u Hrvatskoj u 19. stoljeću, dekomponirati je kroz ekonomski pristup poduzetništvu žena te transponirati u sociokulturni i ekonomski kontekst, uspoređujući početke poduzetništva žena u Hrvatskoj s ovim što imamo danas. Budući da poduzetništvo tretiramo kao trajnu ekonomsku i društvenu vrijednost, ispitujeemo koje su to determinante utjecale dugoročno na poduzetništvo, a time i na dugoročni rast u nekoj zemlji, te jesu li neke determinante konzistentne, poput, primjerice, kulture i vrijednosti.

Također se želi upozoriti na raznolikost poduzetničke aktivnosti žena, od onih koje same pokreću i vode poduzetničke pothvate do onih koje su potpora obiteljskim pothvatima i predstavljaju za poduzetničke pothvate važan socijalni

kapital. Iskustva žena poduzetnica različita su s obzirom na njihovo bračno i imovinsko stanje, etničku pripadnost, mjesto u kojem obitavaju i posluju. Osim raznolikosti iskustava poduzetnica, analizirat će se i strukturna obilježja poduzetništva žena u Hrvatskoj u 19. stoljeću – veličina obrta i poduzeća, djelatnosti / industrije u kojima se pojavljuju žene poduzetnice te dati osvrt na dinamička obilježja – rast i preživljavanje poduzeća i obrta.

Obilježja poduzetničke aktivnosti žena ilustriramo citatima hrvatskih autorica i autora, a za usporedbu s poduzetništvom žena u europskim zemljama rabe se nalazi europskih istraživača, pri čemu o nekim geografskim područjima postoji obilje literature, osobito kad je riječ o počecima poduzetništva žena u Velikoj Britaniji, a za neka područja dostupna je literatura u manjim količinama (mediteranske zemlje – Italija, Španjolska). U nekim dijelovima Europe prema dostupnim publikacijama ekonomska uloga žene gotovo je nevidljiva, možda zato što nema sustavnoga i cjelovitoga prikaza poduzetništva žena, a možda publikacije nisu na engleskom jeziku.

IDEOLOŠKI, PRAVNI I EKONOMSKI OKVIR PODUZETNIČKE AKTIVNOSTI ŽENA U 19. STOLJEĆU

Kapacitet žena da budu ekonomski i poduzetnički aktivne razlikuje se s obzirom na društveni, ekonomski, zakonodavni i kulturni kontekst (Owens, 2007). Uvjeti za poduzetničku aktivnost žena u Hrvatskoj u 19. stoljeću imaju svoje specifičnosti, ali se mogu uočiti i sličnosti s uvjetima u ostalim europskim zemljama. Početak poduzetništva žena smještamo u 19. stoljeće, koje povjesničari u Europi nazivaju "dugim" (od 1780. do 1917.). To je stoljeće obilježeno ekonomskim promjenama, prerastanjem tradicionalne ekonomije u industrijsku, a usporedno s tim događaju se temeljite društvene promjene te način i stil života svih društvenih slojeva (Gross i Szabo, 1992, str. 213).

Rodna odrednica ekonomske aktivnosti 19. stoljeća izlaze se u literaturi kroz više teza. Iako se općeprihvaćenom čini teza o odijeljenim sferama (privatna i javna, ženska i muška), sve je više kritičkih pogleda na ovakav pristup. Teza o odijeljenim sferama temelji se na percepciji ekonomske aktivnosti u društvenim uvjetima u kojima je rod shvaćan dominantno kao binarna suprotnost između spolova, suprotnost između ženstvenoga i muževnoga (Davidoff i Hall, 2002; Davidoff, 2003). Na taj način formirale su se zasebne sfere oštro diferenciranih društvenih uloga uvjetovanih percepcijom njihovih prirodnih karakteristika. Muškarac je dovoljno jak, pametan i racionalan za obavljanje političke i ekonomske aktivnosti (racionalno mišljenje, samokontrola i kompetitivnost). Žene pak obilježava percepcija intuitivnosti, senzibilnosti, altruistično-

sti i emotivnosti, što upućuje na to da ženama za javnu djelatnost nedostaju poželjne osobine. Ovdje je naglašena komplementarnost uloga u obiteljskom i društvenom životu. Ako se ova teza primijeni na poslovnu aktivnost, to znači da su poslovne žene iznimka, a uloga žene svodi se na potporu i pomoć mužu. Zamjerka ovoj tezi jest što razdvajanje ženske sfere, u kojoj dominira (kod kuće), od muškoga svijeta poslovne kompeticije znači netočan stereotip koji ne prepoznaje raznolikost iskustva žena u ekonomskoj aktivnosti (Lewis, 1991). Teza o segmentiranoj sferi (Scott, 1998) polazi od mišljenja da ne treba istraživati u čemu su sfere bile odijeljene nego načine na koje je ekonomija bila segmentirana i kako je rodna odrednica upotrijebljena u tu svrhu.

Unatoč složenim društvenim odnosima, u kojima je pripadnost ženskom spolu mogla biti nedostatak za pokretanje i održavanje poduzetničke aktivnosti, čini se da pitanje ideologije nije bila nepropusna barijera. Žene su često iz nužnosti, ali i kao rezultat slobodnog izbora, tražile način stvaranja dohotka za preživljavanje ili za bolji život. Kako navodi Hannah Barker, poslovne žene, osobito one koje su imale vlastito poduzeće, znale su "izrezbariti respektabilnu nišu za sebe u javnoj sferi kao dodatak predvidljivim iskazima ženstvenosti u kućnoj domeni i moralnim vrijednostima" (Barker, 2006, str. 88-89).

Osim ideološkoga pitanja, u literaturi se ističe i pravni okvir u kojem se odvijaju poduzetničke aktivnosti. Osobito se naglašava pitanje pravnog reguliranja vlasništva, pri čemu u Europi uglavnom nema formalnih zapreka da žene budu vlasnice, osim u Engleskoj, gdje je *coverture* kao pravni koncept dovodio ženu u poziciju da je njezina osobnost u pravnom smislu osobnost njezina muža (Owens, 2007; Licini, 2011). Iako s pravne strane nije bilo zapreka raspolaganju imovinom, običajno pravo i sustav društvenih odnosa pokazuje praksu u kojoj je žena u lošijoj poziciji od muškarca, što do danas nije promijenjeno u tolikoj mjeri da bismo mogli govoriti o izjednačavanju položaja žena i muškaraca u raspolaganju obiteljskom imovinom (Galičić i Avelini Holjevac, 2005).

Vidljivost žena u hrvatskome društvu u 19. stoljeću vezana je uz njihovu aktivnost u hrvatskom narodnom preporodu. Za građansku elitu bilo je važno žene nacionalno osvijestiti kako bi u tom duhu odgajale djecu (Gross i Szabo, 1992, str. 553), a osobit je otpor prema "tuđinkama" vidljiv u djelima hrvatskih književnika. Gross i Szabo (1992) navode da je jedino Šime Mazzura u svojim predavanjima organiziranim za žene prešao preko ideološke barijere stavom da u poslovnoj sferi žene nisu umno slabije od muškaraca, ali im nedostaje obrazovanje te da bi one mogle privređivati kao muškarci, a upozoravao je na nemogućnost da žene raspolazu obiteljskim imetkom.

Ekonomiju 19. stoljeća obilježava liberalizacija i pojava kriza. Zakonodavstvo se prilagođuje i daje potporu slobodnom tržištu, olakšava se ulazak novih ekonomskih subjekata na tržište. Cilj je bio povećati broj poduzetnika, a tržištu se prepušta da kroz konkurenciju selektira najbolje proizvode i najbolja poduzeća. U Hrvatskoj u prilog pojačanoj poduzetničkoj aktivnosti ide Jelačićev zakon iz 1851. godine, koji potiče "slobodno natjecanje", no taj je zakon proturječan jer ne ukida cehove (Gross i Szabo, 1992). Donošenje obrtnoga zakona, koji je stupio na snagu 1860. godine, donosi slobode u bavljenju poslovnim aktivnostima, pristup tržištu je slobodan, koncesije ostaju samo za neke grane, a nije nužan ni formalni dokaz o specifičnim znanjima za određenu struku. Smatralo se da će tržište prepoznati dobre proizvode, no izostanak formalnih kvalifikacija nije se pokazao dobrim, pa je 1884. na zahtjev Ugarskoga sabora uvedena obveza posjedovanja svjedodžbe o kvalifikacijama za vođenje poslova. Regulativa je išla na ruku potencijalnim poduzetnicima, pa je tako i ženama formalno olakšan pristup tržištu.

U 19. stoljeću događa se svojevrsna potrošačka revolucija potaknuta industrijskom revolucijom. Događaju se promjene u industrijskoj strukturi, sve je veći broj proizvoda i usluga, trgovina dobiva zamah i znatno pridonosi efikasnosti ekonomije, svijet se povezuje, izgrađuje se mreža prometnica, poglavito željeznička mreža. Rast potrošnje i njezina raznovrsnost posljedica je tehnološkog i ekonomskog razvoja te porasta životnoga standarda, a to otvara nove mogućnosti na strani ponude za sve, uključujući i žene.

PODUZETNIČKA AKTIVNOST ŽENA U HRVATSKOJ U 19. STOLJEĆU: JESU LI ŽENE U HRVATSKOJ DIJELILE EKONOMSKU SUDBINU ŽENA U EUROPI?

Homogeniziranje iskustava žena poduzetnica ne čini se dobrim pristupom – u radovima hrvatskih autora uočava se raznolikost iskustava žena u poduzetništvu. Uz razmatranje uvjeta za poduzetničku aktivnost kroz prizmu rodne odrednice, valja se osvrnuti i na socijalne ili druge odrednice koje mogu značiti nedostatak ili prednost za žene poduzetnice (Mirchandani, 1999). Žene poduzetnice u Hrvatskoj međusobno su se razlikovale po bračnom i imovinskom statusu. Osim domicilnih, među poduzetnicama je bilo i strankinja iz drugih dijelova Habsburške Monarhije. Iako je zbog gustoće naseljenosti i stupnja urbanizacije za poduzetništvo dominantna ona literatura koja govori o poduzetničkoj aktivnosti žena u urbanim sredinama, u literaturi je zabilježeno uočavanje poduzetničkih prilika i poduzetničkoga načina djelovanja žena na selu, ali i žena koje su se nalazile na rubovima

grada, a bavile su se poljoprivredom i dopunjavale kućni budžet izradbom predmeta u kućnom obrtu.

Nositelji poduzetničke aktivnosti u Europi bili su u 19. stoljeću pripadnici srednje klase, pri čemu je srednja klasa vrlo široka društvena i ekonomska grupa s velikim rasponom dohoda i imovine (Kay, 2004). Žene su se odlučivale za poduzetništvo u nekoliko slučajeva: ako su bile neudane, ako su bile udane, ali nisu imale dovoljnu materijalnu potporu, i ako su bile udovice odlučne u održavanju egzistencije (Wolstenholme, 1868, prema Kay, 2004). One koje si nisu osigurale bračno partnerstvo ili su ostale bez sredstava za život – izabrale su raditi ili postati poduzetnice. Ekonomski, društveni i demografski procesi u Europi rezultirali su "redundantnom" (Kay, 2004) ženskom radnom snagom i deprivacijom. U gradovima u Hrvatskoj također je prisutan višak žena, a žene iz nižih slojeva "snose teret materijalne egzistencije" (Gross i Szabo, 1992, str. 25).

Odgovornost i podnošenje tereta materijalne egzistencije obitelji ilustrira citat iz novele *Veliki grad* Milutina Cihlara Nehajeva (2009). Iako se ovdje radi o Beču, upravo nam to pokazuje univerzalnost nezavidne ekonomske pozicije žena koje se u Europi suočavaju s egzistencijalnim poteškoćama:

"Trafikanticu poznaje sedam godina, od onda kad je još bila zdrava i snažna djevojka koju bi mogao bio nazvati i lijepom [...] Ona se udala – hranila sebe i muža koji se pokazao potpunom propalicom čim je prošla prva sreća i čim je zatukao njenu prištednju." (Cihlar Nehajev, 2009, str. 340)

Mira Kolar-Dimitrijević (2005, str. 546) navodi da se u Hrvatskoj "zbog usporene industrijalizacije tvornice otvaraju vrlo rijetko", a "tvornice duhana u Zagrebu 1868. i u Senju nešto kasnije otvaraju se zbog zapošljavanja nezaposlenih i socijalno nezbrinutih žena, osobito kada je Senj nakon prelaska brodarstva na parobrode zapao u veliku nevolju zbog svojih jedrenjaka koji su godinama trunuli na senjskoj obali".

August Senoa u pripovijesti *Kanarinčeva ljubovca* (2009) opisuje ruševnu zgradu koja vlasniku predstavlja "zlatnu rudu, Kaliforniju" te "nosi više kamata negoli akcije svih štedionica" (str. 151). Među stanarima, ljudima koji se bore za preživljavanje na vjetrometini tržišnog društva nalaze se:

"[...] djevojke po imenu švelje, koje su nikle iz truleža ljudstva i kojima je pošten zanat preslab za život, a opet žive; hrome ili jednooke dvorkinje, piljarice, krojači krpači, nažigači svijetiljaka – sve napol golo, sve gladno, uvijek gladno." (Šenoa, 2009, str. 152)

Moglo bi se reći da je metafora teškoga ekonomskog položaja žene u 19. stoljeću posao švelje, a žene niže klase mogle su birati, kako prenosi Logan (1998) riječi američke feministice Caroline Dall, između: udati se, šivati, umrijeti ili se prostituirati. Svoj doživljaj mukotrpna posla šivanja i općenito osjećaja stiješnjivosti postojećom ulogom ilustrira Dragojla Jarnević u svojem *Dnevniku* (2003):

"Mozgam i mozgam neprestano što i kako da uradim zadovoljiti čeznuću duše i srдца. Dom moj mi je tiesan; dosadno mi iglom nabavljati potreboće moje. Sjediti i sjediti u sobi prikovana za šivaći stol smrtna mi je već muka postala. Van!" (Jarnević, 2003, str. 35)

Dnevnički zapisi književnice Dragojle Jarnević (2003), "paradigmatske figure predfeminističkog razdoblja" (Zlatar Vio-
lić, 2007), "prave ženske ikone preporoda" (Iveljić, 2007), pravo su vrelo informacija o poslovnim i poduzetničkim aktivnostima žena srednje građanske klase, strategijama preživljavanja i težnji za stjecanjem ekonomske neovisnosti. Osim javne intelektualne uloge, Dragojla Jarnević, čiji je životni izbor bio samostalnost i ekonomska neovisnost, cijeli se život bavi poslovnim aktivnostima koje joj omogućuju preživljavanje. U mladosti odlazi u Graz učiti za modisticu, u Trstu i Veneciji prolazi sve nevolje žena na tržištu rada u segmentu tipično ženskih poslova na području usluga – guvernant, družbenica imućnijih žena, služavki. Po povratku u Hrvatsku iznajmljuje sobe, štedi, pokušava osnovati djevojačku školu. Iako njezin slučaj ne možemo smatrati primjernim s obzirom na njezinu izrazitu osobnost i kreativnost, iz prikaza njezina života pripadnice srednje klase može se puno doznati o ekonomskoj ulozi žene u Hrvatskoj te usporedbom uvidjeti da imaju slične poslovne strategije kao i žene u Europi, primjerice u Londonu (Kay, 2004).

Uz žene koje su same snosile teret egzistencije, važnu ulogu u poduzetništvu imale su žene koje su obiteljskim obrtima ili poduzećima davale svoj doprinos kroz potporu članovima obitelji i obiteljskom poslu. Društveni kapital, važan faktor u poduzetništvu, čine opipljivi i neopipljivi resursi koji podržavaju ostvarivanje ciljeva pojedinaca kroz društvene strukture (Portes, 1999). Izvor povezujućega socijalnog kapitala ili jakih veza nalazi se u bliskim kontaktima s članovima obitelji i prijateljima, što se manifestira kroz povjerenje stečeno dobrim poznavanjem i naklonošću bliskih osoba koje mogu izravno utjecati na percepciju izvodljivosti i poželjnosti osnivanja poduzetničkoga pothvata (Granovetter, 1973). Sudjelovanje žena u obiteljskim poslovima Szabo (1989, str. 194) ilustrira primje-

rom Karlovčanke, žene A. G. Prettnera st., koja je "pomagala mužu ulagati papir u drvenu tiskarsku prešu, prilikom tiskanja karlovačkog lista *Svjetlo* 1884."

Adolfo Veber Tkalčević u noveli *Nadala Bakarka* navodi primjer koji nam može ilustrirati da su poduzetne žene bile u partnerskom poslovnom odnosu s mužem te da su, postavši udovicom, nastavljale poduzetničkom aktivnošću osiguravati materijalnu egzistenciju:

"Andulina je rodom Mlečanka koja je često sa svojim mužem na trabakulu dolazila u Bakar da o Margaretinskom sajmu, glasovitu u cijeloj onoj primorskoj strani, prodaje tanjire, zdjele, vrče i vrčiće od porculane što se ondje navalice kupuju [...] Poslije muževe smrti pokupi svoj imetak pa se preseli u Bakar [...] U Bakru otvori štacun za jestivo, ter su veliku prođu imali osobito makaruni koje je nabavljala iz Italije [...]" (Tkalčević, 2009, str. 69)

Udovištvo je u društvu nesklonom javnoj i poslovnoj ulozi žene u svim europskim zemljama, pa tako i u Hrvatskoj, davalo status kojim žena zaslužuje razumijevanje i poštovanje okoline ako postane poslovno aktivna. Iako prevladava stav da su žene privremeno nakon muževe smrti preuzimale vodstvo obrta ili poduzeća dok sinovi ne stasaju za tu ulogu, postoje primjeri koji govore o trajnijem preuzimanju obiteljskoga poduzeća. Szabo (1989, str. 194) navodi kako je Dragutin Fogina st. iz Karlovca prenio na svoju ženu Mariju tiskarsku, knjigovešku i knjižarsku radnju, koju ona vodi nakon njegove smrti, a Marija Lukinić postaje vlasnica svjećarskog i medicarskog obrta nakon muževe smrti. Iveljić (2007, str. 284) navodi primjere Zagrepčanki koje su uspješno nastavile obiteljski posao nakon muževe smrti: Alojzija Barbot tvornicu kamenine koju oglašava u novinama, mlin obitelji Vogel na Medveščaku sigurno je barem od 1887. vodila Franjica Vogel, a Ana Rosenkranz nakon muževe smrti vodila je u svojoj kući gostionicu *Zur Eisenbahn* zapošljavajući 11 zaposlenika.

Iako Hrvatsku karakterizira slaba horizontalna pokretljivost stanovništva (Gross i Szabo, 1992), u zapisima hrvatskih autora uočava se mobilnost poduzetnica na području Habsburške Monarhije. Iz drugih dijelova Monarhije žene u Hrvatsku dolaze "privremeno ili trajno" (Iveljić, 2007, str. 284) u potrazi za poduzetničkom prilikom. Prisutnost poduzetnika stranaca obilježje je poduzetništva u Hrvatskoj u 19. stoljeću. Malen broj poduzetnika po stanovniku i liberalizacija obrta i trgovine dovode poduzetnike i poduzetnice u Hrvatsku (Stipetić, 2012), a jedan od razloga dolaska jest i manjak kvali-

tetnih poduzetnika i majstora. U djelatnosti usluga prometa 1878. Berta de Carro iz Szombathelyja prijavila je omnibus, a Ana Hutter, koja je iz Budějovica došla u Zagreb, otvorila je 1868. godine "agenciju za incasso i naručbene poslove" (Iveljić, 2007, str. 117).

Kao poseban slučaj hrvatske poduzetnice u literaturi se navodi barunica Vilhelmina Kulmer, koja je 1839. godine osnovala staklanu Osredek. Nju ni jedan autor (Despot, 1970; Szabo, 1997; Iveljić, 2007; Luetić, 2003; Kolar-Dimitrijević, 2005 i drugi) koji se bavi ekonomskom i industrijskom poviješću Hrvatske u 19. stoljeću ne propušta spomenuti, a Agneza Szabo (1997) u članku *Barunica Vilhelmina Kulmer u kulturnom i gospodarskom životu Samobora i njegove okolice* daje detaljniji prikaz njezina djelovanja. Vilhelmina Kulmer bila je izravno povezana s preporodnim idejama preko muža svoje sestre, grofa Janka Draškovića. Szabo (1997) navodi da su na svečanom otvorenju bili "prisutni brojni uzvanici, osobito iz Zagreba", a "Gajeve *Narodne novine* opširno su o tome obavijestile hrvatsku javnost". Staklana Osredek svrstava se u rijetke industrijske pogone, primjere velikoga poduzetništva (Stipetić, 2012, str. 144). Iako se u literaturi navodi kao raritet, uzet ćemo si slobodu govoriti o svojevrsnoj reprezentativnosti ovoga slučaja u europskom ženskom poduzetničkom miljeu imućnijega građanskog sloja. Iz redova neudanih žena i udovica s nasljedstvom imovine oca ili muža, regrutirale su se poduzetnice koje su proizvodile velike količine proizvoda ili usluga, raspolagale popriličnim kapitalom, inovirale i afirmirale svoje proizvode na međunarodnom tržištu (Mazzeo, 2011; Healey, 1978). Prema dostupnoj literaturi, riječ je uglavnom o primjerima velikih poduzetnica (s obzirom na veličinu poduzeća) u razvijenim zemljama – Velikoj Britaniji, Francuskoj, Njemačkoj. Ideju je barunica dobila najvjerojatnije posjećujući lječilište u Karlovym Varima (Szabo, 1997), imala je od početka uza se češkoga stručnjaka, koji je poslije preuzeo tvornicu, a zapošljavala je i kvalificirane češke majstore, zbog čega je nadnica u staklani Osredek bila među najvišima (Gross i Szabo, 1992). Prednost joj je bila imanje naslijeđeno od roditelja, koje je imalo prirodne pogodnosti za pokretanje proizvodnje stakla (Szabo, 1997).

Osim iskustava žena u poduzetništvu, prisutnost žena u poduzetništvu možemo analizirati kroz strukturna obilježja – djelatnosti u kojima žene vode poduzetničke pothvate te veličinu obrta ili poduzeća kojima su žene osnivačice ili ih vode. Statističku zastupljenost žena u poduzetništvu, kao i djelatnostima u kojima žene pronalaze svoj prostor, možemo vidjeti iz vrijednoga doprinosa Agneze Szabo o stanovništvu grada Zagreba od 1880. do 1910. godine (Szabo, 1984). Prema tom izvoru, žene čine znatan udio među samostalnim obrtnicima (po-

stotak od godine do godine varira u rasponu od 32 do 38%), a među trgovcima ih je u istom razdoblju 27%. Prema registru broja muškaraca i žena, među samostalnim obrtnicima uočava se da je čak 85% obrta u vlasništvu žena koncentrirano u 4 djelatnosti: šivanje, pranje i glačanje rublja, krojački obrt. Žene su bile osjetno zastupljene i kao gostioničarke, svratištarke i krčmarice. U prva dva "prirodno" ženska posla svoje je mjesto našlo čak 63% svih samostalnih obrtnica. Među stanovništvom grada Zagreba između 1880. i 1910. broj švelja raste sa 286 na 341 (Szabo, 1984), vjerojatno kao posljedica krize. Među obrtima u kojima dominiraju žene čest je posao modistice. Szabo ističe primjer karlovačke modistice Franjice Ott, "koja često oglašava u karlovačkim novinama svoj modni salon šesira za svačiji ukus" (Szabo, 1989, str. 194). Ovaj primjer pokazuje da žene brzo uočavaju važnost marketinškoga pristupa poslu. Za usporedbu sa zastupljenošću žena u pojedinim djelatnostima u Europi, može se navesti da u Londonu najbrojniju skupinu među poduzetnički aktivnim ženama čine krojačice i modistice / kitničarke, ali da ih ima u gotovo svim registriranim djelatnostima, uključujući, primjerice, vlasnice kovačnica i omnibusa, preteče današnjih tramvaja i autobusa (Kay, 2009).

Iako su u poduzetničkim aktivnostima žene u Hrvatskoj uglavnom bile krojačice, modistice, kitničarke, prodavačice voća i povrća, trgovkinje i veletrgovkinje, istodobno se u registrima obrta može u gotovo svim vrstama djelatnosti naći barem jedna žena ili nekoliko žena (Szabo, 1989; Iveljić, 2007). Žena u to doba u Zagrebu nema jedino među bačvarima, građevinskim poduzetnicima, lončarima i pećarima te putujućim obrtnicima, soboslikarima i zidarima.

U literaturi nalazimo imena žena koje su iskoračivale izvan uobičajenih djelatnosti za žene. Iveljić (2007) navodi primjer Ljubice Gempinger, koja je 1886. prijavila ljekarski obrt, što je bilo neuobičajeno za žene u to doba. Tehnologija, odnosno promjene u tehnologiji, općenito se smatraju jednim od izvora poduzetničke prilike. Žene su u Zagrebu pokazale sposobnost iskorištavanja prilika nastalih razvojem novih tehnologija kroz otvaranje modernih fotoateljewa u Zagrebu: Ana Gomboš 1882., a Ana Krottomayer 1888. godine (Grčević, 1981, prema Iveljić, 2007, str. 288). U Zagrebu su žene osnivale i vodile agencije (za inkaso, komisijske poslove, zapošljavanje služinčadi).

Osim u urbanim cjelinama, poduzetnički način djelovanja prisutan je i u ruralnim područjima. Žene koje su sudjelovale u poljoprivrednoj proizvodnji pokazivale su poduzetnost kroz kućne obrte. Szabo (1989, str. 205) ističe da se "sve do kraja 19. stoljeća, gotovo 90% žena koje su pripadale poljoprivrednim zanimanjima, bavilo u vrijeme zimske sezone kućnim obrtom;

sve ruho u koje se narod oblačio, osim kabanica, surina i prsluka, koje izrađuju obrtnici, izrađivale su žene kod kuće", izrađivale su i "originalni narodni vez te proizvodile domaće tkano platno, uključujući i tkanine vrlo fine kvalitete pod nazivom misir". Osim na selu, žene su se bavile kućnim obrtom i u rubnim dijelovima gradova, gdje se stanovništvo bavilo poljoprivredom. U Slavoniji su, istodobno dok su se seoska gospodarstva rastakala raspadom zadruga, žene iskorištavale prilike na tržištu modificirajući svoje tradicionalne aktivnosti – poput uzgoja peradi i povrća, obradbe tekstila i sitne trgovine za ostvarivanje zarade – neopterećene vlasničkim odnosima i zadružnom solidarnošću, koji su opterećivali mušku populaciju (Supek, 1996).

RASPRAVA I ZAKLJUČCI: KAKVE POMAKE BILJEŽIMO OD 19. STOLJEĆA DO DANAS?

Pojava moderne kapitalističke ekonomije, u razvijenim europskim zemljama ranije, a u Hrvatskoj sredinom 19. stoljeća, te promijenjeni pravni, kulturološki i ekonomski uvjeti preoblikuju mogućnosti i prilike za žene. Nove okolnosti ženama donose i određene karijerne izbore, ovisno o pravima raspolaganja imovinom i pristupu obrazovanju te mogućnostima zapošljavanja kod poslodavaca u privatnom i javnom sektoru. Svaka naknadna rekonstrukcija ili interpretacija odmak je od objektivnog (Šporer, 2005), posebice kad se književni tekstovi uzimaju kao izvor, no i suvremene reprezentacije poduzetnica u znanstvenim radovima o poduzetništvu, kao i u javnom i političkom diskursu, zahtijevaju brižno čitanje i analizu – i otkriveno izrečenoga i onoga što je skriveno u tekstu, a vezano je uz poduzetničku i društvenu ulogu žene.

Tijek povoljnijih uvjeta za poslovnu aktivnost žena nije linearan, nego uočavamo simultanost elemenata modernizacije društva i društvenoga tradicionalizma. Dok se ženama otvaraju prilike za pozicioniranje u svijetu poduzetništva, istodobno je prisutno inzistiranje na tradicionalnim vrijednostima i razgraničenju javne i privatne sfere. Muškarci, ali dobrim dijelom i žene, bili su zatočenici stereotipa o ženi s atributom "kućnog anđela". Čak i najemancipiranije među ženama, poput Marije Jambrišak, ne propuštaju komentirati da uz pravo žene na posao, ona ne smije izgubiti ženstvenost (Gross i Szabo, 1992).

Prikaz poduzetništva žena pokazuje raznolikost ove pojave: od samozapošljavanja i osnivanja vlastita poduzetničkog pothvata, vođenja naslijeđenoga obiteljskog posla do pomaganja oko održavanja obiteljskoga posla, poslovnoga partnerstva i emocionalne podrške članovima obitelji koji su vodili obiteljski posao. U poduzetništvu su sudjelovale plemkinje, pripadnice građanstva i pripadnice nižih društvenih slo-

jeva. Ovakvim definiranjem poduzetnika odmaknuli smo se od shvaćanja poduzetnika kao heroja, agenta promjene, kakvim ga je vidio Schumpeter, jer se među poslovno aktivnim ženama našao velik broj poduzetnih žena koje su pod utjecajem životnih, ekonomskih i društvenih okolnosti odlučile iskoristiti priliku koju su uočile ili su jednostavno bile prisiljene osloniti se na vlastite snage u osiguravanju materijalne egzistencije za sebe ili za cijelu obitelj.

Žene su kao poduzetnice bile prisutne pretežno u uslužnom sektoru, što ne iznenađuje, i to iz nekoliko razloga. Jedan od razloga jest mogućnost primjene stečenih vještina u uslužnom sektoru. Dok "nemali broj zanatlija odlazi u inozemstvo da bi tamo stekli znanja i, vrativši se, osnovao svoje obrte i/ili poduzeća" (Stipetić, 2012, str. 213), za žene nije bilo sustavnoga pristupa obrazovanju. Česta pojava žena u uslužnom sektoru smatra se najprikladnijim izborom za žene, jer je skrb o djeci i obitelji bila ženina zadaća, pa je logično da su se dobro snalazile u uslužnim poslovima (Mirchandami, 1999).

Razlog prisutnosti žena u uslužnom sektoru leži i u činjenici da ondje nema ulaznih barijera kao u industrijskom sektoru (posjedovanje imovine, pristup kapitalu, obrazovanju i ekspertna znanja), pa se uslužne djelatnosti – koje su radom intenzivne i nije potrebno u njih ulagati velik početni kapital – čine za žene najboljim poslovnim izborom. Izostanak resursa za ulazak u industrije, za što je potrebno više kapitala, ostavlja ženama prostor u djelatnostima u kojima se posluje na "malo", a atomizirana tržišna struktura, lokalni karakter tržišta i/ili sve veća potražnja u uslugama omogućuju preživljavanje maloga pothvata s uglavnom malom zaradom u nisko-profitabilnim djelatnostima. Obrti i poduzeća u Hrvatskoj bili su u 19. stoljeću male prosječne veličine, a velika poduzeća bila su iznimka. Dvije trećine svih poduzetničkih pothvata bile su aktivnosti pojedinaca, bez zapošljavanja radnika (Stipetić, 2012). Samozaposlene osobe u obrtu i trgovini imale su godišnje prihode tek nešto veće od pomoćnih radnika koji su bili zaposleni kod poslodavaca (Gross i Szabo, str. 324).

Iako je imperativ rasta u modernoj ekonomiji oduvijek bio prisutan, a kvaliteta poduzetništva u 19. stoljeću, kao i danas, mjerila se rastom poduzeća (kvantitativno se uspjeh mjeri brojem novih poduzetnika), prisutnost velikoga broja malih poduzetnika upućuje na prisutnost poduzetničkoga duha i iskorištavanje poduzetničkih prilika nastalih zbog, primjerice, promjena političkih uvjeta te promjena zakonodavstva u korist poduzetništva. Owens (2007) prenosi opažanje G. S. Jonesa da je London bio grad "malih gazda" te dodaje da je onda vjerojatno bio i grad "malih gazdarica". Stoga se može reći da je veličina pothvata rodno neutralna s obzirom na prosječ-

nu veličinu tadašnjih obrta i poduzeća. Malenost ("smallness") se ponovno otkriva u Europskoj uniji i afirmira kroz politike poticanja poduzetništva od osamdesetih godina 20. stoljeća (Europska komisija 2001, 2003, 2008).

Posjedovanje i vođenje malih obrta i poduzeća, fleksibilnost i orijentacija na potrošače može se promatrati kao znak snage i dinamičnosti "ženskoga" segmenta gospodarstva u počecima modernoga poduzetništva. Dio žena je, neovisno o institucionalnim i ideološkim ograničenjima, ugrabio prilike koje su donijele velike promjene u potrošnji. Kako na strani ponude vidimo bitnu ulogu žena u razvoju poduzetništva, isto je tako vidljivo da su i na strani potražnje žene imale važnu ulogu za razvoj poduzetništva. Poduzetničke prilike koje su se pojavile na tržištu rezultat su promjena u strukturi potražnje. Potražnja se diverzificira, nastaju nove potrebe. Žene su artikulirale dobar ukus građanstva i poticale potrošnju. Iako se često njihova rastrošnost ističe kao loša pojava, rast potražnje i raznolikost u potrošnji poticala je ponudu.

Unatoč infiltriranju žena u gotovo sve djelatnosti, čini se da koncept poduzetničkog uspjeha nije bio rodno neutralan. Izostanak vlasništva žena i vođenja (osim rijetkih iznimaka) u velikim poduzećima vjerojatno je posljedica izostanka ljudskoga kapitala (obrazovanja), ali i izostanka financijskoga kapitala i opipljivije imovine općenito. Iz primjera poduzetništva žena u Hrvatskoj uočavamo da su žene u prerađivačkoj industriji kao poduzetnice prisutne u nasljeđivanju imovine i posla od oca, češće od muža, stoga zaključujemo da je ovdje osnovno pitanje legalnosti i legitimnosti ženina zahtjeva za vlasništvom nad imovinom. Osim lošije početne pozicije u poslovnim pothvatima žena s obzirom na imovinu, razlika između muškaraca i žena također može biti i s obzirom na aspiracije za rast. Društveni uvjeti, tradicionalizam u shvaćanju uloge žena, ali i ekonomske odrednice – struktura industrije i gospodarstva – dovela je do pretežite strategije u poslovnim pothvatima žena, strategije preživljavanja. Budući da je većina njih započela posao zbog nužnosti, takvi pothvati imaju manjih izgleda za rast. Iz zapisa koji su ostali, primjerice Dnevnika Dragojle Jarnević (2003), može se primijetiti da su žene rabile niz strategija kako bi za života u promjenljivim životnim okolnostima poboljšale svoj materijalni status. Čini se da su mnoge više puta ulazile u samostalne poslove koji nisu bili duga vijeka, pojavljujući se na tržištu kako bi im se životna sreća mijenjala. Pothvati koji se izmjenjuju s brakovima, strategija koegzistencije braka i poduzetničkoga pothvata u svrhu ostvarivanja obiteljskoga dohotka, pothvat kao supstitut za brak, pothvat kao slobodan izbor žene – različita je pozadina poduzetničke aktivnosti žena. Žene su bile

serijski mali poduzetnici. Iako su žene koje su osnivale i vodile poduzeća i obrte bile koncentrirane na djelatnosti kojima se daje atribut "ženski", žene su bile prisutne i u ostalim djelatnostima, malo je djelatnosti u kojima možemo vidjeti potpuno odsutnost žena.

Bez sustavnijega pristupa koji bi se temeljio na kvantitativnim podacima o dinamičkim obilježjima populacije obrta i poduzeća – stopama rasta i neuspjeha poduzetničkih pothvata – teško je zaključiti o tome koliko su žene bile uspješne poduzetnice. Iz dostupnih izvora možemo opaziti da je prosječna veličina poduzetničkoga pothvata koje su vodile žene bila mala (s obzirom na djelatnosti u kojima je velika koncentracija žena), no tendencija smanjenja prosječne veličine poduzeća u pojedinim razdobljima 19. stoljeća nije samo osobina poduzetničke aktivnosti žena nego i karakteristika poduzetništva u Hrvatskoj uopće. Moglo bi se reći da je poduzetništvo žena velikim dijelom bilo odraz strukture i organizacije hrvatskoga gospodarstva, u kojem je prevladavala ekonomija malog opsega a temeljila se na promjenjivom ukusu potrošača i trendovima na tržištu, ali je i odraz posebnih uvjeta žena – ograničenja u pristupu obrazovanju i imovini, kao i percepcije društvene uloge žene.

Možemo se zapitati što se promijenilo u Hrvatskoj od početaka moderne ekonomije do danas oko položaja žena u ekonomiji i poduzetništvu. Uočavamo sličnosti u općim uvjetima u ekonomiji i društvu – liberalizacija, otvaranje tržištu, društvene promjene i osiromašenje, deprivacija žena u promjenjivim ekonomskim okolnostima u kojima se smjenjuju konjunktura i recesija, promjena zakonske regulative. Hrvatska, koja je s ostatkom europske periferije (Gross i Szabo, 1992) propustila "dvostruku revoluciju" (političku i industrijsku), nije poput, primjerice, skandinavskih zemalja, uspjela uhvatiti priključak. Odmak od europske "periferije" ostaje nam i danas velik izazov. Jedan od načina jačanja poduzetničkoga kapaciteta jest uključivanje podzastupljenih skupina društva u poduzetničke aktivnosti, prije svega žena, a žene su do danas u Hrvatskoj ostale podzastupljene u poduzetničkoj populaciji. Iako se uočava lagano smanjenje jaza između poduzetničke aktivnosti muškaraca i žena, promjene se događaju vrlo sporo (Singer, Šarlija, Pfeifer i Oberman Peterka, 2011). Danas postoje poduzetničke politike u Europskoj uniji, a trebale bi se primijeniti i u Hrvatskoj, kojoj je cilj sustavnim institucionalnim pristupom kroz poduzetništvo ostvarivati ekonomski rast i smanjenje nezaposlenosti te uključivanje svih podzastupljenih skupina društva u poduzetništvo. Očit napredak u pogledu poduzetništva žena vidi se s obzirom na pristup žena obrazovanju. Tako se rješava komparativni nedostatak

ljudskoga kapitala za potrebe poslovanja u odnosu na muške kolege. Barijere poput vlasništva, pristupa kapitalu i dalje postoje. Žene se podjednako kao i muškarci odlučuju za poduzetništvo iz nužnosti, ali se manje u odnosu na muškarce odlučuju na poduzetništvo zbog uočene prilike (Singer i sur., 2011).

Žene u 19. stoljeću u Hrvatskoj zbog manjka financijskoga i ljudskoga kapitala nisu znatno sudjelovale u svijetu velikih poduzetnika, ali su zauzele čvrstu poziciju na području samozapošljavanja te osnivanja i vođenja malih obrta i poduzeća. Iako je ukidanje cehovskih restrikcija otvorilo nove mogućnosti za žene, moć ograničavanja prava žena premjestila se na muške članove obitelji i pravila slobodnoga tržišta. Poduzetnička strategija preživljavanja, koja karakterizira većinu poduzetničkih pothvata žena, bila je ujedno i životna strategija preživljavanja. U tadašnjoj hijerarhiji zvanja mali pothvati obrta i trgovine nisu predstavljali karijerni izbor. Kako god se činile zarobljenima u društvu rigidnih rodni uloga, žene su svojom poslovnom i poduzetničkom aktivnošću izmaknule društvenoj kontroli, jer su uz borbu za osobnu egzistenciju i/ili egzistenciju obitelji kroz poduzetničku aktivnost osigurale pomak u ostvarivanju prava na individualnost i ekonomsku neovisnost.

LITERATURA

- Barker, H. (2006). *The business of women: Female enterprise and urban development in Northern England 1760-1830*. Oxford: Oxford University Press. doi:10.1093/acprof:oso/9780199299713.001.0001
- Cihlar Nehajev, M. (2009). Veliki grad. U J. Matanović (Ur.), *Još uvijek lijepe* (str. 339–364). Čakovec: Zrinski.
- Craig, B., Beachy, R. i Owens, A. (2006). Introduction. U B. Craig, R. Beachy i A. Owens (Ur.), *Women, business and finance in nineteenth century Europe, rethinking separate spheres* (str. 1–19). Oxford: Berg Press.
- Davidoff, L. (2003). Gender and the "great divide": Public and private in British gender history. *Journal of Women's History*, 15(1), 11–27. doi:10.1353/jowh.2003.0020
- Davidoff, L. i Hall, C. (2002). *Family fortunes: Men and women of the English middle class, 1780-1850*. London and New York: Routledge.
- Despot, M. (1970). *Industrija građanske Hrvatske 1860-1873*. Zagreb: Institut za historiju radničkog pokreta Hrvatske.
- Europska komisija (2001). *The charter for small enterprises*. Brussels, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/charter/docs/charter_en.pdf (20. 2. 2014.)
- Europska komisija (2003). *Green paper on entrepreneurship in Europe*. Brussels, http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2003/com2003_0027en01.pdf (20. 2. 2014.)
- Europska komisija (2008). "Think small first", A "small business act" for Europe. Brussels, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:EN:PDF> (10. 2. 2014.)

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 24 (2015), BR. 1,
STR. 133-151

VUKOVIĆ, K.:
POČECI...

Galičić, V. i Avelini Holjevac, I. (2005). Žene u poduzetništvu. *Kruh i ruže*, 26(1), 34–45. Dostupno na: <http://www.ceeol.com/aspx/issuedetails.aspx?issueid=f71017d7-203f-4544-87c3-d331ae4ce5c8&articleId=653c1cb6-eb47-48aa-8f4c-ad879a755a33>

Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380. doi:10.1086/225469

Grdešić, M. (2007). Što je Laura? Otkuda je ona?: ženski nered u romanu U registraturi Ante Kovačića. U D. Duda, G. Slabinac i A. Zlatar (Ur.), *Poetika pitanja*. Zbornik radova u povodu 70. rođendana Milivoja Solara (str. 251–266). Zagreb: Filozofski fakultet u Zagrebu.

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.

Healey, E. (1978). *Lady unknown: The life of Angela Burdett Coutts*. New York: Coward, Mc Gann & Georghegan.

Iveljić, I. (2007). *Očevi i sinovi – Privredna elita Zagreba u drugoj polovici 19. stoljeća*. Zagreb: Leykam International.

Jarnević, D. (2003). *Izabrana djela* (priredila D. Detoni Dujmić). Zagreb: Matica hrvatska.

Kay, A. (2004). Small business, self-employment and women's work-life choices in nineteenth century London. U J. Brown, D. Mitch i M. van Leeuwen (Ur.), *Origins of the modern career* (str. 191–206). Aldershot: Ashgate.

Kay, A. C. (2009). *The foundation of female entrepreneurship: Enterprise, home and household in London, c. 1800-1870*. London and New York: Routledge.

Kolar-Dimitrijević, M. (2005). Obilježja gospodarskog razvoja hrvatske u drugoj polovici 19. stoljeća. U M. Valentić i L. Čoralija (Ur.), *Povijest Hrvata, knj. 2, Od kraja 15. st. do kraja Prvog svjetskog rata, Hrvatska u 19. i početkom 20. stoljeća* (str. 541–551). Zagreb: Školska knjiga.

Le, A. T. (1999). Empirical studies of self-employment. *Journal of Economic Surveys*, 13(4), 381–416. doi:10.1111/1467-6419.00088

Lewis, J. (1991). Separate spheres: Threat or promise? Family, love and work in the lives of Victorian gentlewoman. By M. Jeanne Peterson. Bloomington: Indiana University Press, 1989. *The Journal of British Studies*, 30(1), 107–108. doi:10.1086/385976

Licini, S. (2011). Assessing female wealth in nineteenth century Milan, Italy. *Accounting History*, 16(1), 35–54. doi:10.1177/1032373210389591

Logan, D. A. (1998). *Fallenness in Victorian women's writing: Marry, stitch, die, or do worse*. Columbia, London: University of Missouri Press.

Luetić, T. (2003). Demografska analiza stanovništva grada Samobora od kraja 18. stoljeća do 1857. godine. *Zbornik odsjeka za povijesne znanosti Zavoda za povijesne i društvene znanosti HAZU*, 21(1), 201–242. Dostupno na http://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCMQFjAA&url=http%3A%2F%2Fhrcak.srce.hr%2Ffile%2F12117&ei=DhsLU9KHGbOI7Aa89IDoDA&usg=AFQjCNFfszgnPTiTELv-bvu_kXKncqysgg&bvm=bv.61725948,d.ZGU

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 24 (2015), BR. 1,
STR. 133-151

VUKOVIĆ, K.:
POČECI...

Mazzeo, T. J. (2011). *Udovica Cliquot: Priča o šampanjskom carstvu i ženi koja je njime upravljala*. Zagreb: Naklada Zadro.

Mirchandani, K. (1999). Feminist insight on gendered work: New directions in research on women and entrepreneurship. *Gender, Work and Organization*, 6(4), 224–235. doi:10.1111/1468-0432.00085

Owens, A. (2007). Una inversió oculta? Dones i empresa a Anglaterra, 1750-1900. *Recerques: Història, economia y cultura*, 56(1), 61–89.

Portes, A. (1999). Conclusion: Towards a new world – the origins and effects of transnational activities. *Ethnic and Racial Studies*, 22(2), 463–477. doi:10.1080/014198799329567

Rutterford, J. i Maltby, J. (2009). Women and wealth in fiction in the long nineteenth century 1800-1914. U A. Laurence, J. Maltby i J. Rutterford (Ur.), *Women and their money 1700-1950* (str. 151–165). London and New York: Routledge.

Scott, J. W. (1998). Comment: Conceptualizing gender in American business history. *Business History Review*, 72(2), 242–249. doi:10.2307/3116277

Shane, S. (2003). *A General theory of entrepreneurship. The individual-opportunity nexus*. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing. doi:10.4337/9781781007990

Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S. i Oberman Peterka, S. (2011). *Što čini Hrvatsku (ne) poduzetničkom zemljom?* GEM Hrvatska, CEPOR, <http://www.cepor.hr/GEM-brosura-2002-2011.pdf>

Stipetić, V. (2012). *Dva stoljeća razvoja hrvatskoga gospodarstva (1820.-2005.)*. Zagreb: HAZU.

Supek, O. (1996). Žensko poduzetništvo i raspadanje zadruga u 19. stoljeću u Slavoniji. *Studia Ethnologica Croatica*, 7-8(1), 259–266.

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://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=87074

Szabo, A. (1989). Gradska uprava i privredni razvoj Karlovca 1884-1914. *Historijski zbornik*, 42(1), 183–210. Dostupno na http://www.historiografija.hr/hz/1989/HZ_42_17_SZABO.pdf

Szabo, A. (1997). Barunica Vilhelmina Kulmer u kulturnom i gospodarskom životu Samobora i njegove okolice. *Kaj*, 30(1), 81–94.

Šenoa, A. (2009). Kanarinčeva ljubovca. U J. Matanović (Ur.), *Još uvijek lijepe* (str. 151–206). Čakovec: Zrinski.

Šporer, D. (2005). *Novi historizam: Poetika kulture i ideologija drame*. Zagreb: AGM.

Tkalčević, A. V. (2009). Nadala Bakarka. U J. Matanović (Ur.), *Još uvijek lijepe* (str. 55-82). Čakovec: Zrinski.

Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D. i Thurik, R. (2002). An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, institutions and culture. U D. Audretsch, R. Thurik, I. Verheul i S. Wennekers (Ur.), *Entrepreneurship: Determinants and policy in a European-US comparison* (str. 11–81).

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 24 (2015), BR. 1,
STR. 133-151

VUKOVIĆ, K.:
POČECI...

Boston, Dordrecht, London: Kluwer Academy Publishers. Dostupno na <http://people.few.eur.nl/thurik/Research/Books/Chapter%20Two.pdf>

Zlatar Violić, A. (2007). *Predfeminizam, feminizam i postfeminizam u hrvatskoj književnosti*. Zagrebačka slavistička škola, Hrvatski plus. Dostupno na http://www.hrvatskiplus.org/index.php?option=com_content&view=article&id=54%3Aazlatar-predfeminizam&catid=35%3Aaraspave-koncepti&Itemid=55&limitstart=2

The Beginning of Female Entrepreneurship in Scientific and Fictional Works of Croatian Authors

Ksenija VUKOVIĆ
Faculty of Organization and Informatics, Varaždin

The purpose of this paper is to make visible the entrepreneurial role of women in the 19th century in Croatia as well as to emphasize the diversity of women's experiences. The analysis of the features of female entrepreneurship is based on the scientific, mostly historiographic sources of Croatian researchers, such as quantitative data (census data, reports of chamber of trade and crafts, statistical yearbooks), court cases, newspapers notes. This array of analytic tools is also enriched by adding citations from fictional works of Croatian 19th century writers. The aim of the article is to reconstruct the image of the female entrepreneur in Croatia, compare it with its European counterparts and transpose this image into the Croatian socio-cultural and economic context. The author tries to investigate if there are consistent determinants such as culture and values that affect entrepreneurship and economic growth in the long run. The concentration of female entrepreneurs in "female segments" of the economy was a way of avoiding barriers to entry. Although they were faced with a lack of education, property and capital that ensure business success, women conquered the vital and dynamic segment of small businesses in the services sector. Using the effective survival strategies, they quietly created their own individual space and economic independence.

Keywords: entrepreneurship, women, 19th century, Croatia, Europe