

Jadranka Deže

DOI: <https://dx.doi.org/10.21857/yrvqqtw6o9>

Pregledni članak

Rukopis prihvaćen za tisak: 20.4.2023.

INTELEKTUALNI KAPITAL U AGRARNOM PODUZETNIŠTVU – DETERMINANTE I MJERENJE

Sažetak

Razvoj velikog broja malih gospodarskih subjekata u poljoprivredi, kao primarnoj gospodarskoj grani, povezan je s implementacijom poduzetništva. Agrarno poduzetništvo u praktičnom smislu doprinosi tehnološkom i tehničkom osuvremenjivanju, samozapošljavanju i zapošljavanju u ruralnim područjima, ekonomskom osnaživanju te općenito konkurentnosti. Temelji su ovih procesa znanja, sposobnosti i vještine poduzetnika koje koristi u organizaciji poslovanja za stvaranje novih vrijednosti. Ove navedene nematerijalne vrijednosti, povezane s ljudskim, strukturalnim i potrošačkim kapitalom, čine intelektualni kapital poslovanja. Stoga je cilj ovoga rada prepoznati osnovne determinante intelektualnog kapitala poljoprivrednih gospodarstava te metodu mjerenja. Svako poljoprivredno gospodarstvo sadrži vlastite i jedinstvene nematerijalne vrijednosti. Njihovo postojanje utječe na uspješnost proizvodnje i poslovanja te na taj način predstavlja original u velikom broju sličnih gospodarstava. Budući da se radi o proizvodnji hrane, osnovnih životnih namirnica, poljoprivredno tržište je iznimno brojno i aktivno. Agrarni poduzetnici su pod pritiskom, kako konkurencije istovrsnih proizvođača, tako i tržišne potražnje. U takvim uvjetima proces usvajanja novih znanja i inovacija te brzina njihovog prijenosa u poslovanje iznimno je važna. Nematerijalna vrijednost, odnosno kapital gospodarstva, snažno utječe na ostale resurse te nastaju nove vrijednosti i učinkovitiji poslovni rezultati. Točnije, novonastale vrijednosti rezultat su ljudske komponente, tj. ljudskog kapitala, što utječe na inovacije u poslovnim procesima, odnosno strukturalni kapital, a sinergijski nastaju kvalitetnije usluge za potrošače, čime se povećava lojalnost kupaca, odnosno potrošački kapital. Koncept mjerenja intelektualnog kapitala, koji je prikazan u radu, prati determinante kroz različite uvjete koje ima svako poljoprivredno gospodarstvo. U postupak mjerenja uvrštene su pojedinačne determinante intelektualnog kapitala, što dopušta vrednovanje svakog pojedinačnog ili cjelokupnog poslovanja gospodarstva. Na ovaj način moguće je provesti usporednu analizu i rangiranje prema determinantama ili kao vrijednost intelektualnog kapitala cjelokupnog poslovanja poljoprivrednog gospodarstava.

Ključne riječi: intelektualni kapital, agrarno poduzetništvo, determinante, mjerenje, konkurentnost.

1. UVOD

Strateško planiranje razvoja poslovanja ima svrhu doprinijeti dugoročnosti i održivosti poljoprivrednih gospodarstava u postojećim uvjetima eksternog okruženja. Fenomen stvaranja održive konkurentnosti, s jedne strane kao konstante, a s druge dinamične sposobnosti prilagođavanja, naglašava važnost ljudi koji osmišljavaju i provode aktivnosti prilagođavanja s ciljem održivosti. U tom smislu konkurentnost na tržištu prema Bischoffu i suradnicima (2011) izravno je povezana sa znanjima i inovativnom sposobnosti kao ključnim atributima za održivu konkurentnost, te je zbog toga mjerenje intelektualnog kapitala i njegove vrijednosti preduvjet primjene inovacijskih procesa. Jedan je od strateških ciljeva Republike Hrvatske (MINGOR) jačanje intelektualnog kapitala za inovacije kroz poticanje suradnje između dionika inovacijskog sustava te povezivanje znanstvene i istraživačke zajednice s poduzetnicima. Aktivnostima Ministarstva, odnosno Sektora za inovacije, jačaju se i proširuju partnerstva za inovacije i mreže interesnih partnera iz gospodarstva, poduzetništva, javnog znanstveno-istraživačkog te obrazovnog sektora kako bi se primjenjivale nove tehnologije te razvijale i komercijalizirale inovacije u cilju jačanja konkurentnosti. Proteklih su se godina transformirali činitelji koji doprinose razvitku poljoprivrede iz klasičnih resursa poljoprivredne proizvodnje: zemljišta, mehanizacije, proizvodnih objekata i kapitala u suvremeni resurs poslovanja – intelektualni kapital. Sve veći dio novostvorene vrijednosti *outputa* pripada nematerijalnoj vrijednosti. U tradicionalnom pristupu razvitku poslovanja poljoprivrednih gospodarstava ključni pokretač razvitka bio je kapital, dok su u suvremenom pristupu to ljudski potencijali i njihova znanja, sposobnosti i vještine (Deže i sur., 2008). Poduzetnički potencijali u razvoju poljoprivrede aktiviraju se strateškom analizom u kojoj se identificiraju i kvantificiraju prilike i prijetnje razvoju poduzetništva koje nastaju u vanjskom okruženju, te snage i slabosti ljudskih resursa poljoprivrednih gospodarstava (Deže, 2021).

Prema Kahanu (2012) poduzetnici u poljoprivredi trebaju upravljati poljoprivrednim gospodarstvom na profitabilan i održiv način te se fleksibilno prilagođavati poslovnom okruženju koje se sve brže mijenja. Postoji razlika između agrarnog menadžera i agrarnog poduzetnika. Agrarni menadžer upravlja poslovanjem tako da planira, realizira planove, kontrolira i upravlja rizikom. Agrarni poduzetnik inkubator je novih ideja, identificira poslovne prilike, stvara vizije o tome kako poslovanje može rasti, primjenjuje inovacije i svjesno preuzima rizike.

Edvinsson i Malone (1997) razlikuju financijski i intelektualni kapital koji zajedno predstavljaju tržišnu vrijednost poduzeća. Financijski kapital formira se iz materijalne i dugotrajne imovine poduzeća, dok je intelektualni kapital specifičan.

Edvinsson i Brünig (2000) razlikuju ljudski i strukturni kapital. Po njihovom mišljenju ljudski se kapital temelji na iskustvu, vještinama i znanjima. Nasuprot tome, strukturni se kapital sastoji od dva dijela: kapitala kupaca (korisnička baza, odnosi s kupcima i potencijal kupaca) i organizacijskog kapitala. U organizacijskom kapitalu opisuje se razlika između inovacijskog i procesnog kapitala.

U svojim istraživanjima Gupta i sur. (2002) ističu važnost korištenja znanja, ali i njegovu složenu prirodu koja se sastoji od osobnosti ljudi, sredstava za pohranu i prijenos informacija te učinaka učenja novih znanja i primjenjivosti u praksi. Mjerenje i upravljanje takvim nematerijalnim resursima može se uspješno provoditi samo uz korištenje potencijala sveukupnog intelektualnog kapitala.

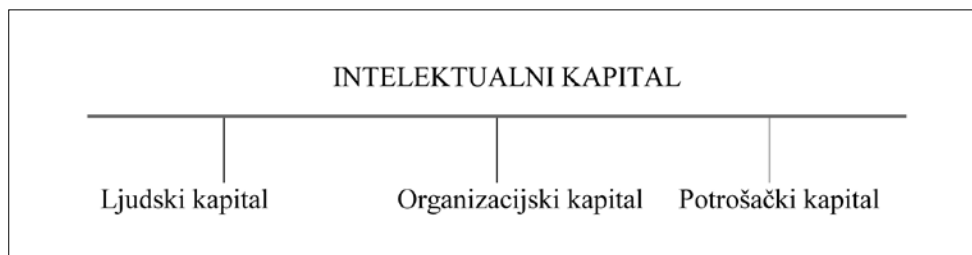
Istraživanjima metodologija mjerenja intelektualnog kapitala bavili su se autori Lock Lee i Guthrie (2010) koji ih nazivaju „Metode mjerenja nematerijalne imovine“. U svojem istraživanju nastojali su uočiti nedostatke postojećih formulacija i mjerenja intelektualnog kapitala: Human Resource Accounting (HRA), Economic Value Added (EVA), Balanced scorecard (BSC), Skandia Navigator te Value-Added Intellectual Capital (VAIC). Opisali su istraživačku metodu koja se uspješno koristi za proučavanje intelektualnog kapitala i tokova u visoko umreženom i globalnom tržišnom sektoru.

Mjerenje i upravljanje intelektualnim kapitalom objašnjava Kolaković (2006) koji ove postupke svrstava u strateške aktivnosti poduzetnika usmjerene na poboljšanje performansi njegove neopipljive imovine. Suvremena poduzeća, osobito mala, trebaju implementirati metode mjerenja i razvijati vlastite sustave za upravljanje intelektualnim kapitalom. Na taj način mogu, ne samo identificirati i pratiti, već mjeriti i valorizirati svoje nematerijalne imovine.

Prema navedenom, uspješno agrarno poduzetništvo, mjerenje i upravljanje intelektualnim kapitalom, doprinose prepoznavanju komparativnih prednosti poljoprivrednog gospodarstva unutar internih i tržišnih uvjeta okruženja, definiranju strateških razvojnih ciljeva, utvrđivanju značenja zaposlenika u postizanju konkurentnosti, djelovanju i motiviranju zaposlenika na stjecanje novih znanja i primjenu inovacija, ohrabriranju u istraživačkim postupcima te razvoju novih proizvoda i njihove novostvorene dodane vrijednosti.

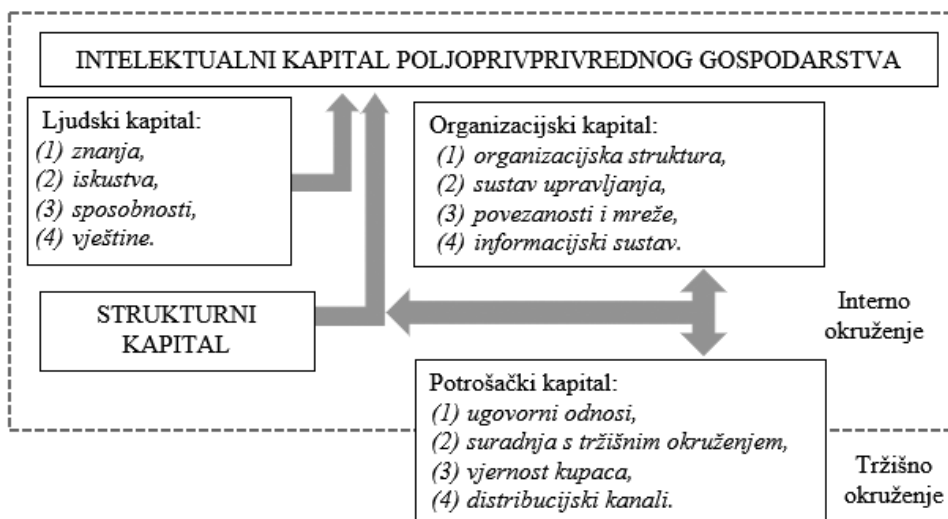
2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U svrhu determiniranja i mjerenja intelektualnog kapitala primijenjena je metodologija kojom se obuhvaćaju: a) sociodemografska obilježja ispitanika, b) atributi ljudskog kapitala, c) atributi organizacijskog kapitala te d) atributi potrošačkog kapitala. Za prepoznavanje determinanti intelektualnog kapitala potrebno je uočiti strukturu:



Slika 1. Struktura determinanti intelektualnog kapitala; Izvor: Autor

Svaka determinanta sastoji se od jednakog broja atributa (15) kojima se prepoznaje i opisuje ukupno 45 karakteristika. U determinanti ljudskog kapitala su: znanja, iskustva, sposobnosti i vještine ljudskih potencijala. Kao sastavni dio strukturnog kapitala organizacijski je povezan s atributima: organizacijska struktura, sustavi upravljanja, razina povezanosti i mreža u sustavu te primjena informatizacije. Sljedeća determinanta kao sastavnica strukturnog kapitala je potrošački kapital koji se opisuje atributima: ugovorni odnosi, suradnja s eksternim okruženjem, vjernost kupaca te distribucijski kanali (Kozera, 2011). Definirana struktura determinanti intelektualnog kapitala s atributima za mjerenja prikazana je sljedećom slikom:



Slika 2. Struktura atributa ljudskog, organizacijskog i potrošačkog kapitala
Izvor: prilagodio autor prema Kozeri, 2011.

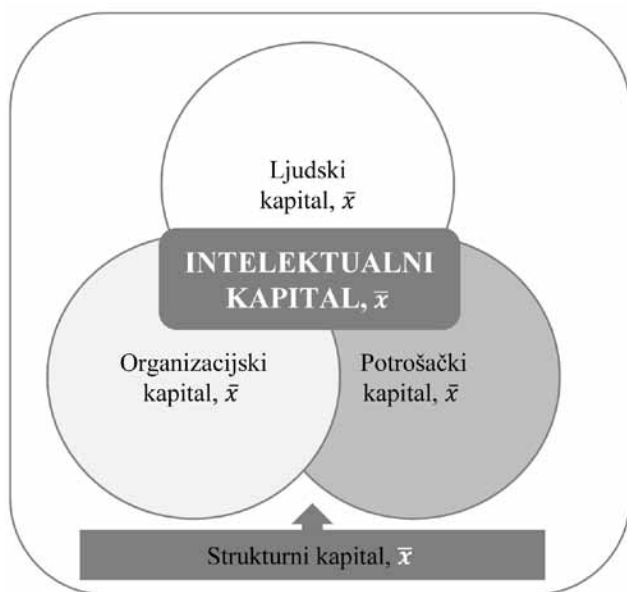
Na intelektualni kapital poljoprivrednog gospodarstva utječu interni činitelji poslovanja, dok na vrijednost potrošačkog kapitala utječu interni i tržišni uvjeti eksternog okruženja.

Postupak vrednovanja atributa provodi se primjenom Likertove skale (1 - 5) nakon čega se može pristupiti metodi utvrđivanja strukture i udjela zastupljenosti u determinanti.

Prema autorima Gutiću i Rudelju (2012) kvantifikacija vrijednosti determinanti izračunava se metodom prosječnih ocjena u svakoj pojedinoj determinanti. Utvrđivanje različitosti u mjerenju pojedinih determinanti (x) korištenjem ponderirane vrijednosti kako bi se utvrdila važnost (p) pojedinog atributa prema:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i p_i}{\sum_{i=1}^n p_i} = \frac{x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_n p_n}{p_1 + p_2 + \dots + p_n}$$

Korištenjem obrasca izračunava se vrijednost ljudskog, organizacijskog i potrošačkog kapitala čijom je sumom moguće izraziti cjelokupnu vrijednost intelektualnog kapitala.



Slika 3. Vrijednosti determinanti intelektualnog kapitala; Izvor: Autor

Množenjem pondera važnosti s prosječnom ocjenom izračunava se vrijednost pojedine determinante, odnosno sumarno vrijednost intelektualnog kapitala poljoprivrednih gospodarstava.

3. REZULTATI I RASPRAVA

Poljoprivrednik, koji o svojem gospodarstvu razmišlja kao o obliku poslovanja koje ima potencijal za rast i razvoj, jest poduzetnik. Kako bi agrarni poduzetnici ostvarili svoje ideje, potrebne su im poduzetničke prilike i resursi. Znanje im omogućuje informacije do kojih dolaze slušanjem, učenjem, promatranjem drugih primjera i samostalnom vježbom kojom postaju sposobniji i vještiji.

Informacije i komunikacije važan su aspekt usvajanja i akumulacije znanja – temeljnog resursa agrarnog poduzetništva. Poljoprivrednici su u svakodnevnom kontaktu s dobavljačima *inputa* i kupcima *outputa* te su im potrebne poduzetničke sposobnosti, vještine te učenje iz iskustva.

Koncept istraživačkog procesa mjerenja i vrednovanja ljudskog, kao sastavnice intelektualnog kapitala, prikazan je sljedećom tablicom:

Tablica 1. Atributi za mjerenje determinante ljudskog kapitala

Struktura atributa ljudskog kapitala	Atributi	Red. broj	Opis atributa	1	2	3	4	5
	Znanja	1.		Upravljam gospodarstvom više od 25 godina.				
2.			Imam stručno znanje u proizvodnji.					
3.			Uspješno realiziram planove.					
4.			Imam ekonomsko znanje.					
5.			Imam visoku razinu formalnog obrazovanja.					
Sposobnosti	6.		Marljivost i strpljenje su mi važni.					
	7.		Poduzetničko ponašanje je važno.					
	8.		Sposoban sam primijeniti inovacije.					
	9.		Sposoban sam donositi kvalitetne poslovne odluke.					
Vještine	10.		Uložio sam puno vremena u učenje.					
	11.		Uložio sam puno novca za stjecanje novih znanja.					
	12.		Vješt sam u korištenju računala.					
	13.		Govorim strani jezik/e.					
Iskustva	14.		Teško sam stekao poljoprivredno gospodarstvo.					
	15.		Imam iskustvo rada u poljoprivredi duže od 10 godina.					

*1-potpuno se ne slažem; 2-samo djelomično se slažem; 3-slažem se; 4-uglavnom se slažem; 5-u potpunosti se slažem

U postupku mjerenja atributa ljudskog kapitala moguće je opisno mijenjati i sadržajno prilagođavati tvrdnje.

Slijedi konceptualizacija postupka mjerenja organizacijskog kapitala s pripadajućim atributima koji su povezani s organizacijskim strukturiranjem i planiranjem razvoja proizvodnje i poslovanja. U agrarnom poduzetništvu važna je primjena inovacija, inventivnost i kreativnost u poslovanju, što se povezuje sa sustavima upravljanja kadrovima, strateškim ciljevima, investicijama te inovacijama. Kroz atribut, povezanost i mreže utvrđuje se kvaliteta komunikacijskih procesa sa tržištem i institucijama te kontrola kvalitete proizvoda. Četvrti atribut opisuje razinu informatizacije proizvodnje i poslovanja kao važne komponente koja doprinosi brzini pristupa informacijama neophodnima za prilagođavanje proizvodne strukture i poslovnih procesa. Navedeni atributi s opisima za postupak mjerenja prikazani su u tablici koja slijedi:

Tablica 2. Atributi za mjerenje determinante organizacijskog kapitala

Struktura atributa organizacijskog kapitala	Atributi	Red. broj	Opis atributa	1	2	3	4	5
	Organizacijska struktura		16.	Organizacijsko strukturiranje proizvodnje i poslovanja				
		17.	Planiranje razvoja proizvodnje					
		18.	Izrada poslovnih planova					
		19.	Strateško planiranje razvoja					
Sustav upravljanja		20.	Upravljanje kadrovima					
		21.	Upravljanje realizacijom dugoročnih ciljeva					
		22.	Upravljanje investicijama					
		23.	Uvođenje inovacija					
Povezanost i mreže		24.	Načini pristupa tržištu					
		25.	Prikupljanje podataka o dobavljačima i kupcima					
		26.	Suradnja i savjetovanje s vanjskim okruženjem					
		27.	Kontrola kvalitete proizvoda					
Informacijski sustavi		28.	Proizvodnja je informatizirana					
		29.	Razina informatizacije na gospodarstvu					
		30.	Unaprjeđivanje informacijske infrastrukture					

*1-potpuno loše; 2-loše; 3-dobro; 4-vrlo dobro; 5-izuzetno dobro

Iz prikazane strukture atributa organizacijskog kapitala moguće je izdvojiti grupe koje opisuju pojedine attribute i zasebno pratiti svaki od njih te utvrditi kojem pripadaju niže ili više vrijednosti.

Posljednji dio procesa mjerenja intelektualnog kapitala u agrarnom poduzetništvu povezan je s determinantom potrošačkog kapitala. Učinkovitost poslovnog komuniciranja pretpostavka je za dugoročan i kvalitetan razvoj poslovanja. U prvom atributu opisno se navode oblici suradnje s dobavljačima, konkurentima i potrošačima. Za agrarne poduzetnike, koji su najčešće mali gospodarski subjekti, važno je osigurati tržišnu poziciju kojom će biti konkurentni na iznimno velikom tržištu prehrambenih proizvoda. Zbog toga se u sljedećem atributu utvrđuje stanje u vezi s ugovornim odnosima kroz razinu ugovorene prodaje i razvoj tržišta s novim kupcima. Atribut, kojim je moguće mjeriti funkcionalnost distribucijskih kanala, opisuje se prodajom na kućnom pragu, tržnicama, te kroz veletrgovačke lance, ugovorenu prodaju i izvoz proizvoda. Posebno značajan atribut, koji predstavlja razinu povezanosti s tržišnim okruženjem, opisuje se kroz vjernost kupaca, odnosno ponašanje kojim se aktivno ne traži ostale ponuđače, ne prihvaćaju se ponekad niti primamljive ponude ostalih, nego se koriste, preporučuju i prenose pozitivna iskustva o proizvodima koji su izabrani. Ovaj atribut opisuje se kroz kontinuitet u povezanosti s kupcima, izravnu prodaju, korištenje baze kontakata o kupcima, te procjenu zadovoljstva kupaca i njihove lojalnosti.

Tablica 3. Atributi za mjerenje determinante potrošačkog kapitala

Struktura atributa potrošačkog kapitala	Atributi	Red. broj	Opis atributa	1	2	3	4	5
	Suradnja s eksternim okruženjem		31.	Suradnja s dobavljačima				
		32.	Suradnja s konkurentima					
		33.	Komunikacija s potrošačima					
Ugovorni odnosi		34.	Razina ugovorene prodaje					
		35.	Ugovori s novim kupcima					
Distribucijski kanali		36.	Prodaja na kućnom pragu					
		37.	Prodaja na tržnicama					
		38.	Veleprodaja					
		39.	Ugovorena prodaja					
		40.	Izvoz					
Vjernost kupaca		41.	Kontinuitet u povezanosti sa stalnim kupcima					
		42.	Povezanost proizvođača s potrošačima bez posrednika					
		43.	Postojanje baze kontakata s kupcima					
		44.	Procijenjena razina zadovoljstva kupaca					
		45.	Vjernost postojećih kupaca					

*1-potpuno nezadovoljan; 2-nezadovoljan; 3-zadovoljan; 4-vrlo zadovoljan; 5-izuzetno zadovoljan

Potrošački kapital kao sastavnica intelektualnog kapitala jedina je determinanta koja uz interni utjecaj poslovnog okruženja ima i utjecaj tržišnog okruženja te ju je zbog toga kompleksnije mjeriti.

4. ZAKLJUČAK

Posljednjih godina sve je aktualnija primjena znanja, kako u ostalim gospodarskim djelatnostima, tako i u poljoprivredi. Krucijalni činitelji, koji u proizvodnji stvaraju novostvorenu vrijednost, povezuju se s nematerijalnim činiteljima. Budući da je pojam nematerijalnog činitelja sveobuhvatan, potrebno ga je konkretizirati u pojam intelektualnog kapitala koji kombinira ljudski i strukturni kapital, odnosno njegove dijelove u obliku organizacijskog i potrošačkog kapitala. Mjerenje i vrednovanje intelektualnog kapitala strateška je aktivnost kojom se mijenja pristup tradicionalnim poljoprivrednim resursima – materijalnim, u odnosu na suvremene – nematerijalne resurse, kojima nastaju novi proizvodi i novostvorene vrijednosti.

Agrarni poduzetnici izloženi su izazovima ograničenih internih resursa, uz uvijek prisutna financijska ograničenja, a posebno se naglašava nedostatak ljudskih resursa s inovativnim sposobnostima i vještinama. Pretpostavka je kako će se ubuduće intenzivnije pratiti prijenos generiranog znanja u praksu te zbog toga i njegovo determiniranje i vrednovanje u obliku intelektualnog kapitala neophodnog za inovacijsko agrarno poduzetništvo.

Literatura

1. Bischoff, S., Vladova, G., Jeschke, S. (2011) Measuring Intellectual Capital, in: Enabling Innovation, Ed. by Sabina Jeschke, Ingrid Isenhardt, Frank Hees, and Sven Trantow, Berlin, Heidelberg, Springer Berlin Heidelberg, str. 337-347
2. Deže, J., Kanisek, J., Ranogajec, Lj., Tolušić, Z., Lončarić, R., Zmaić, K., Tolić, S., Sudarić, T., Kralik, I., Turkalj, D., Kristić, J., Crnčan, A. (2008.): Agroekonomika, sveučilišni priručnik, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Osječko-baranjska županija, str. 6-11
http://www.obz.hr/hr/pdf/poljoprivredni_info_pult/2010/Agroekonomika.pdf
3. Deže, J. (2021) Poduzetnički potencijali ljudskih resursa u poljoprivredi. Zbornik radova Globalni izazovi, regionalne posebnosti, Filozofski fakultet, Osijek, str. 98-111
4. Edvinsson, L., Brünig, G. (2000) Aktivposten Wissens kapital: Unsichtbare Werte bilanzierbar machen. Gabler, Wiesbade
5. Edvinsson, L., Malone, S. (1997) Intellectual Capital – Realizing your company's true value by finding its hidden Brainpower. Harpar Business, New York
6. Gupta, O., Pike, S., Roos, G. (2002) Evaluating Intellectual Capital and measuring knowledge management effectiveness, Third International Conference on

- Performance Measurement and Management, PMA At: Centre for Business Performance: Cranfield, UK
7. Gutić, D., Rudelj, S. (2012) Menadžment ljudskih resursa – primjeri, testovi, alati i modeli. Grafika d.o.o. Osijek
 8. Kahan, D. (2012) Entrepreneurship in farming, Farm Management Extension Guide, Food and Agriculture Organization of the United Nations Rome, <https://www.fao.org/3/i3231e/i3231e.pdf>
 9. Kolaković, M. (2006) Poduzetništvo u ekonomiji znanja. Sinergija, Zagreb
 10. Kozera, M. (2011) Intellectual capital in agriculture – measurement and determinants, *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 10(3), str. 83–95
<https://aspe.sggw.edu.pl/article/view/596>
 11. Lock Lee, L., Guthrie, J. (2010) Visualising and measuring intellectual capital in capital markets: A research method, *Journal of Intellectual Capital* 11(1), str. 4-22
 12. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja Republike Hrvatske (MINGOR), <https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug/uprava-za-internacionalizaciju-6087/inovacije/6970> (20. 9. 2021.)

Intellectual capital in agrarian entrepreneurship – determinants and measurement

Summary

A large number of small businesses in agriculture development, as the primary economic branch, is related to the implementation of entrepreneurship. Agrarian entrepreneurship, in practical terms, contributes to technological and technical modernization, self-employment and employment in rural areas, economic strengthening and competitiveness in general. The basis of these processes is the knowledge, abilities and skills of entrepreneurs used in business organization to create new innovated values. These are the intangible values associated with human, structural and consumer capital that make up the intellectual capital of a business. The aim of this paper is to identify the basic determinants of the intellectual capital on farm and the method of measurement. Each farm contains its own and unique intangible assets. Their existence affects the success of production and business. In that way it represents the original in a large number of similar farms. The agricultural market is extremely large and active due to the importance of food production and basic foodstuffs. Agrarian entrepreneurs are under pressure from competitors and market demand. In such conditions, it is extremely important to adopt new knowledge and innovations as well as the speed of their transfer to business. Intangible value has strong influences to other resources that create a new values and more efficient business. Furthermore, the newly created values are the result of the human potential – human capital, which affects innovation in business processes – structural capital, and synergistically creating better quality services for consumers, which in-

creates customer loyalty – consumer capital. The intellectual capital measuring concept presented in this paper follows the determinants through the different farm conditions. Each determinants of intellectual capital are included in the measurement process, that allows the evaluation of individual or entire farm business. In this way, it is possible to conduct a comparative analysis and ranking according to the determinants or as intellectual capital value of overall farm business.

Key words: intellectual capital, agrarian entrepreneurship, determinants, measurement, competitiveness.

Prof. dr. sc. Jadranka Deže
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet agrobiotehničkih
znanosti Osijek, Zavod za biekonomiju i ruralni razvoj, Katedra za
menadžment i financije,
Vladimira Preloga 1, 31000 Osijek
jdeze@fazos.hr

