

Psihološki profil uspješnih poduzetnika i razvoj mentalne snage u poduzetništvu

Sabađija, Madlen

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:155864>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-20**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository -
Polytechnic of Međimurje Undergraduate and
Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

Madlen Sabađija, 0313026533

**Psihološki profil uspješnih poduzetnika i razvoj mentalne
snage u poduzetništvu**

Završni rad

Čakovec, rujan 2024.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

STRUČNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

Madlen Sabađija, 0313026533

**Psihološki profil uspješnih poduzetnika i razvoj mentalne
snage u poduzetništvu**

**Psychological profile of successful entrepreneurs and
development of mental strength in entrepreneurship**

Završni rad

Mentorica:

dr. sc. Ivana Bujan Katanec, prof. struč. stud.

Čakovec, rujan 2024.



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

PRIJAVA TEME I OBRANE ZAVRŠNOG/DIPLOMSKOG RADA

Stručni prijediplomski studij:

Računarstvo Održivi razvoj Menadžment turizma i sporta

Stručni diplomski studij Menadžment turizma i sporta:

Pristupnik: MADLEN SABADIJA, JMBAG: 0313026533
(ime i prezime)

Kolegij: PODUZETNIŠTVO
(na kojem se piše rad)

Mentor: dr.sc. IVANA BUJAN KATANEC, prof.struč.stud.
(ime i prezime, zvanje)

Naslov rada: Psihološki profil uspješnih poduzetnika i razvoj mentalne snage u poduzetništvu

Naslov rada na engleskom jeziku: Psychological profile of successful entrepreneurs and development of mental strength in entrepreneurship

Članovi povjerenstva: 1. Tamara Huber, v. pred., predsjednik
(ime i prezime, zvanje)
2. Neven Brekalo, v. pred., član
(ime i prezime, zvanje)
3. Ivana Bija Katanec, prof.struč.stud., mentor
(ime i prezime, zvanje)
4. Andreja Kos Katanec, prof.struč.stud., zamjenski član
(ime i prezime, zvanje)

Broj zadatka: 2023-MTS-1

Kratki opis zadatka: _____

U ovom završnom radu istražiti će se i pobliže predstaviti poduzetništvo, psihološki profil uspješnih poduzetnika, uključujući motivacije, osobine i strategije te razvoj mentalne snage u poduzetništvu,

mindfulness, upravljanje rizikom i odlukama te određene karakteristike uspješnosti.

Cilj rada je detaljno opisati i time predstaviti koncept uspješnog poduzetništva kroz raznovrsne oblike informacija.

U završnom radu će biti navedeni primjeri uspješnih poduzetnika i uspješnih poduzeća na svjetskom tržištu za bolje predstavljanje i razumijevanje rada.

Datum: 02.09.2024.

Potpis mentora: 

Predgovor

Kroz obrazovanje stekla sam nova znanja i iskustva, ali uvijek me privlačila ljubav prema psihologiji, koju sam u završnom radu, povezala s temom uspješnog poduzetništva. Vjerujem da se o razumijevanju psihologije poduzetnika ne progovara dovoljno i zato sam toj temi pridodala posebnu pažnju. Željela sam ukazati na to da razumijevanje ljudskog uma i ponašanja može značajno doprinijeti uspjehu u poslovnom svijetu.

Izrada ovog završnog rada ne bi bila moguća bez stručnog vodstva i podrške mentorice dr. sc. Ivane Bujan Katanec, prof. struč. stud. koja neprestanom ljubaznošću, stručnošću i pravednošću pruža izvrstan uzor studentima.

Uvelike zahvaljujem svojoj obitelji i prijateljima na bezuvjetnoj podršci i razumijevanju tijekom izrade ovog rada. Vaša vjera u mene bila je moj najveći izvor snage i motivacije.

Ovaj rad posvećujem svim poduzetnicima koji se svakodnevno suočavaju s neizvjesnostima i ne odustaju od svojih snova. Njihova ustrajnost, marljivost, i čvrsta mentalna snaga predstavljaju inspiraciju za sve nas koji težimo uspjehu u raznim aspektima.

Madlen Sabađija

Sažetak

Ovaj završni rad s teorijskog i empirijskog stajališta analizira psihološki profil uspješnih poduzetnika i razvoj mentalne snage u poduzetništvu. Kvalitativno sekundarno istraživanje primjenjuje se za prikaz mjernih skala za određivanje psihološkog profila uspješnih poduzetnika, poput skale poduzetničke samoefikasnosti, skale poduzetničkog stava i modela poduzetničkih kompetencija. Nadalje se opisuje psihološki profil uspješnih poduzetnika koji obuhvaća ključne osobine, poput samopouzdanja, ustrajnosti, marljivosti i strpljivosti, a koji su temelj za ostvarenje uspješnosti poslovanja i psihološke ravnoteže poduzetnika. Jedan od specifičnih ciljeva rada je prikazati i analizirati razvoj mentalne snage u poduzetništvu koji se mjeri kroz: razvoj samodiscipline, poduzimanje proračunatih rizika i suočavanje sa strahovima, uz ostale pokazatelje. Rad se osvrće i na primjenu mindfulness prakse (pomnosti) u poduzetništvu koja obuhvaća razne načine opuštanja i oslobađanja poduzetnika od svakodnevnog stresa. Primarnim empirijskim istraživanjem u ovom završnom radu analiziran je psihološki profil na uzorku od 100 poduzetnika u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. Rezultati istraživanja upućuju da su najvažnije karakteristike uspješnih poduzetnika: ustrajnost, samopouzdanje, marljivost, strpljivost i zalaganje. Posjedovanjem ovih karakteristika naglašava se uspjeh poduzetnika i njegovog poslovanja, dok je najvažnija karakteristika ustrajnost koja jača motivaciju i kreativnost poduzetnika. Korištenjem strategija protiv stresa, redovitim planiranjem i organiziranjem aktivnosti te uvježbavanjem samopouzdanja, definitivno se jača mentalna snaga poduzetnika.

Ključne riječi: *poduzetnik, karakteristike uspješnih poduzetnika, psihologija poduzetništva, mentalna snaga poduzetnika, emocionalna inteligencija, mindfulness*

Abstract

This Bachelor thesis analyzes the psychological profile of successful entrepreneurs and the development of mental strength in entrepreneurship from a theoretical and empirical point of view. Qualitative secondary testing is used to display metrics for determining the psychological profile of successful entrepreneurs, such as the entrepreneurial self-efficacy scale, the entrepreneurial attitude scale and the model of entrepreneurial competencies. Furthermore, the psychological profile of successful entrepreneurs is described, which includes key traits, such as self-confidence, perseverance, diligence and patience, which are the basis for achieving business success and the entrepreneur's psychological balance. Every single specification of the tool is used to analyze and analyze mental strengths and make the most of them: developing self-discipline, taking calculated risks and facing fears, among other indicators. The thesis looks at the application of mindfulness practice and entrepreneurship, which includes various ways of relaxing and freeing entrepreneurs from everyday stress. Primary empirical research in this thesis analyzed the psychological profile of a sample of 100 entrepreneurs in northwestern Croatia. The research results indicate that the most important characteristics of successful entrepreneurs are: perseverance, self-confidence, diligence, patience and dedication. Having these characteristics emphasizes the success of the entrepreneur and his business, while the most important characteristic is perseverance, which strengthens the motivation and creativity of the entrepreneur. By using anti-stress strategies, regularly planning and organizing activities, and practicing self-confidence, the entrepreneur's mental strength is definitely strengthened.

Keywords: *entrepreneur, characteristics of successful entrepreneurs, psychology of entrepreneurship, mental strength of entrepreneurs, emotional intelligence, mindfulness*

Popis korištenih kratica

LOC Lokus kontrole

LCS Ljestvica lokusa kontrole

ART Teorija regulacije djelovanja

EPS Sustav poduzetničke osobnosti

EA Skala orijentacije stava

TA Skala tolerancije dvosmislenosti

ECM Model kompetencije poduzetnika

MBTI Indikator tipa Myers Briggs

MBA Magistar poslovne administracije

ESE Skala poduzetničke samoefikasnosti

EAO Skala poduzetničkog stava

ECM Modeli poduzetničkih kompetencija

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. PREGLED OSNOVNIH TEORIJA O PODUZETNIČKIM OSOBINAMA.....	3
2.1. McClellandova teorija - teorija motivacije postignuća u poduzetništvu	3
2.2. Rotterova teorija lokusa kontrole	4
2.3. Teorija regulacije djelovanja	5
2.4. Ostale teorije poduzetničkih osobina.....	6
3. PRIMJENA PSIHOLOGIJE U PODUZETNIŠTVU	8
3.1. Poduzetničke osobine	11
3.1.1. Sklonost riziku i primjena inovativnosti u poduzetništvu	12
3.1.2. Proaktivnost, stabilnost i rast poduzetništva.....	15
3.1.5. Strateška orijentacija poduzetnika i poduzetnička autonomija.....	17
3.2. Psihološki profil uspješnih poduzetnika	19
4. VAŽNOST EMOCIONALNE INTELIGENCIJE U PODUZETNIŠTVU	24
5. UTJECAJ MINDFULNESS PRAKSE U PODUZETNIŠTVU KAO OSNOVA ZA RAZVIJANJE MENTALNE SNAGE PODUZETNIKA.....	26
6. ISTRAŽIVANJE PSIHOLOŠKOG PROFILA USPJEŠNIH PODUZETNIKA.....	29
6.1. Metodologija istraživanja	29
6.2. Karakteristike uzorka.....	29
6.3. Rezultati istraživanja	30
6.4. Ograničenja istraživanja	34
7. ZAKLJUČAK	35
Izjava o autorstvu	36
Popis ilustracija	41
Popis slika	42
Prilozi	43

1. UVOD

U ovom završnom radu predstaviti će se i pobliže prikazati teorije vezane uz poduzetničke osobine, kombinacija i primjena psihologije u poduzetničkom sustavu, ključne osobine (karakteristike) poduzetnika vezane za uspješno vođenje poslovanja, pojasnit će se i naglasiti važnost emocionalne inteligencije u poduzetništvu, utjecaj *mindfulness* prakse u poduzetništvu koja je osnova za razvijanje mentalne snage samog poduzetnika te predstaviti istraživanje karakteristika pojedinih uspješnih poduzetnika u Republici Hrvatskoj.

Cilj završnog rada je prikazati i pojasniti tematiku uspješnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj kroz pojedine aspekte informativnog sadržaja uključujući određene karakteristike, odnosno temeljne psihološke osobine koje su ključ uspješnih poduzetnika, njihovo suočavanje i rješavanje raznih pitanja, problema i stresa vezanih uz samo vođenje poduzeća, te na koje načine je moguće steći određenu razinu potrebne mentalne snage poduzetnika. Znanstvene metode korištene u ovom radu su kvalitativne naravi, indukcija i dedukcija kod analize literature, te opisno istraživanje uzorka istraživanja. Istraživačke metode su strukturirani intervju s mjernim ljestvicama čija je konzistentnost testirana u prethodnim istraživanjima ostalih autora. Na uzorku istraživanja psihološkog profila uspješnih poduzetnika utvrdit će se važne karakteristike i strategije koje predstavljaju pojam uspješnog poduzetništva u Republici Hrvatskoj.

Postoje mnogobrojna pojmovna određenja poduzetništva, međutim najopćenitija je da je poduzetništvo ukupnost organizacijskih, nadzornih, usmjeravajućih, voditeljskih i upravljačkih funkcija poslovnog čovjeka (Hrvatska enciklopedija, 2024). U ekonomskoj se teoriji poduzetništvo promatra kao poseban faktor proizvodnje^I. Primarni zadatak poduzetništva je kombinirati i koordinirati druge faktore proizvodnje na najpovoljniji način te tako održati maksimizirati zadovoljavajući profit^{II}. Učestali sinonimi koji se upotrebljavaju za ovaj pojam su „poduzetništvo“ i „menadžment“, ali se bitno razlikuju jer poduzetništvo podrazumijeva snošenje određenih rizika, dok menadžment to ne mora uključivati (Hrvatska enciklopedija, 2024). Poduzetnik se definira kao fizička i pravna osoba koja posluje na vlastiti rizik, isporučuje dobra ili obavlja usluge. Raspolože

^I Faktori proizvodnje, proizvodni činitelji, čimbenici ili elementi proizvodnje potrebni za proizvodnju dobara ili koji pridonose njezinoj većoj efikasnosti. Dijele se na primarne (prirodni uvjeti, rad, kapital) i izvedene (koji se odnose na poboljšanje kvalitete tih faktora, kao što su napredak tehnologije, istraživanje i razvoj, znanje, izobrazba, poboljšanje organizacije i motiviranje).

^{II} Novčani iznos zarađen u trgovini ili poslovanju nakon plaćanja troškova proizvodnje i prodaje dobara i usluga.

sredstvima potrebnima za obavljanje određene gospodarske djelatnosti samostalno donoseći odluke koje se odnose na tu djelatnost, organizira i kombinira proizvodne čimbenike, koordinira njihovo djelovanje, nadzire cjelokupni rad i poslovanje i njima upravlja (Hrvatska enciklopedija, 2024).

Pozitivne karakteristike poduzetnika uključuju: disciplinu, kreativnost, samosvijest, snalažljivost, orijentiranost na proces, empatiju, komunikativnost, samomotiviranost, samouvjerenost, fleksibilnost, spremnost na rizik i otpornost (Hubspot, 2024). Neke od negativnih karakteristika poduzetnika mogu biti: pretjerana višezadaćnost^{III} (engl. *Multitasking*), visoka perfekcija, čvrsta uvjerenja koja graniče s tvrdoglavošću, nezainteresiranost za timski rad, pretjerana samouvjerenost, odgađanje određenih izazova, paranoičnost do mjere zablude, sklonost radoholičarenju, emocionalnost i temperamentnost te eskapizam^{IV} (Forbes, 2024).

Ovaj završni rad podijeljen je na sedam dijelova. Nakon uvoda, u drugom poglavlju analiziraju se osnovne teorije koje predstavljaju poduzetničke osobine. Treći dio opisuje primjenu psihologije u poduzetništvu na više načina, a četvrti dio važnost emocionalne inteligencije u poduzetništvu. Peti dio završnog rada ističe utjecaj *mindfulness* prakse u poduzetništvu kao osnova za razvijanje mentalne snage poduzetnika te se na samom kraju završnog rada opisuje istraživanje karakteristika uspješnih poduzetnika kao temelj ovog rada i zaključni dio rada.

^{III} Višezadaćnost se može dogoditi tijekom pokušaja obavljanja dva ili više zadataka istovremeno u brzom slijedu.

^{IV} (engl. *Escapism*), »bijeg od života«, »bijeg od stvarnosti«, izbjegavanje odgovornosti.

2. PREGLED OSNOVNIH TEORIJA O PODUZETNIČKIM OSOBINAMA

Razumijevanje psihologije poduzetništva može pružiti uvid u ono što poduzetnike čini uspješnima. Njihove jedinstvene osobine i navike često ih razlikuju od drugih, tjerajući ih na upotrebu inovacije, preuzimanje proračunatih rizika i izgradnju uspješnih poduzeća. Prema Frese (2020) one stavljaju naglasak na emocionalne i mentalne aspekte pojedinaca koji pokreću njihove poduzetničke aktivnosti, a dijele se na tri primarne teorije: McClellandova teorija, Rotterova teorija lokusa kontrole i teorija regulacije djelovanja.

2.1. McClellandova teorija - teorija motivacije postignuća u poduzetništvu

McClelland (1967) je razvio teoriju motivacije postignuća te je pokušao objasniti zašto su neka društva ekonomski uspješnija od drugih. Za odgovore je pogledao poduzetnička ponašanja pojedinaca, za koja je smatrao da su ključna za razvoj svih gospodarstava. Prema McClellandu (1967), poduzetnici rade stvari na noviji i bolji način i donose odluke u neizvjesnosti. Karakterizira ih potreba za postignućem ili usmjerenost na postignuće, što je želja za isticanjem, napredovanjem i rastom. Usredotočujući se na određenu potrebu, uspio je osporiti tada prevladavajuću teoriju velikog čovjeka o poduzetništvu, kao i religijske teorije poduzetništva. Smatrao je da se poduzetništvo uči i da se takvo učenje može plodonosno poticati.

Potreba za postignućem razlikuje se od potrebe za posjedovanjem moći, tj. težnjom za dominacijom nad drugima u svim situacijama, i potrebom za pripadnošću - to jest težnjom za bliskim međusobnim odnosima. Moć i legitimitet^v mogu pomoći u postizanju postignućima i stoga se smatraju vrijednim sredstvima ili resursima koji mogu pomoći u zadovoljenju potrebe za postignućem. McClelland je vjerovao da se orijentacija na postignuće razvija tijekom srednjeg djetinjstva kroz obiteljsku socijalizaciju koja naglašava visoke standarde, samopouzdanje i manje dominantne očeve. Manifestira se u ponašanju kao što je rješavanje problema, traženje povratnih informacija, postizanje ciljeva i preuzimanje rizika. Tvrdio je da je potreba za postignućem djelomično kulturološki određena s tim da neka društva proizvode manje pojedinaca s

^v Legitimitet. Koji je osnovan na zakonu; opravdan, zakonit.

orijentacijama na postignuće. Očekuje se da će društva u kojima nedostaju pojedinci orijentirani na postignuća imati niže prosječne prihode (Entrepreneurship theories, 2024).

Suprotna tvrdnja teorije je da se razvoj gospodarstva s lošijim rezultatima može potaknuti usvajanjem socijalnih politika koje mijenjaju procese socijalizacije na načine koji potiču razvoj većeg broja pojedinaca s motivacijom za postignuće. Također, postoje meta-analički dokazi da je potreba za postignućem jača kod poduzetnika nego kod menadžera (Stewart i Roth, 2007). Problem s ovakvim teorijama je taj što, dok mnogi poduzetnici mogu pokazivati potrebu za postignućem, mnogi ne-poduzetnici također mogu imati snažnu potrebu za postignućem koja je zadovoljena uspjehom u drugim profesionalnim karijerama. Stoga, predstavlja djelomičnu sliku pokretača ulaska u poduzetništvo (Entrepreneurship theories, 2024).

2.2. Rotterova teorija lokusa kontrole

Lokus kontrole (LOC)^{VI} je važna osobina u poduzetništvu i odskočna daska za samoučinkovitost (samopouzdanje). Za poduzetnika se kaže da ima unutarnji lokus kontrole ako vjeruje da je „gospodar svoje sudbine“. Lokus kontrole (slika 1) dijeli se na unutarnji i vanjski, a mjeri se ljestvicom lokusa kontrole (engl. *Locus Control Scale*,)^{VII} (LCS). Osobe s vanjskim lokusom kontrole lako se prepuštaju sudbini i vjeruju da njihove živote kontroliraju vanjske sile kao što su: ekonomski uvjeti, tehnologija, politika i društveni čimbenici. Osobe s unutarnjim lokusom kontrole vjeruju da mogu utjecati na ishode svojom vlastitom sposobnošću, trudom ili vještinama, a ne vanjskim silama koje kontroliraju te ishode (LinkedIn, 2024).

„Slijedeći Rotterove glavne četiri komponente modela teorije socijalnog učenja, naime potencijal ponašanja, očekivanje, vrijednost pojačanja/ishod ponašanja i njihovu ukupnu kombinaciju prediktivne formule, on tvrdi da ljudi koji pokazuju unutarnji lokus kontrole vjeruju da odgovornost za to hoće li u konačnici dobiti pojačanje ili ne, leži na njima samima. Ova grupa donosi odluke koje su originalne i neovisne, pokazuju sposobnost rješavanja nastalih problema i preuzimaju punu odgovornost za njihov uspjeh ili neuspjeh.“ (LinkedIn, 2024).

^{VI} Lokus kontrole (lat. *locus* – mjesto) opisuje se kao uvjerenje u to koliko je ono što se događa unutar ili izvan kontrole, odnosno kao način na koji pojedinac percipira kontrolu nad svojim životom i okolinom.

^{VII} Ljestvica lokusa kontrole upitnik je od 29 čestica koji mjeri razinu unutarnje-vanjske kontrole pojedinca, drugim riječima, stupanj do kojeg pojedinac tumači događaje kao rezultat vlastitih postupaka ili vanjskih čimbenika.

Uspješni lideri imaju visok stupanj unutarnjeg lokusa kontrole. Veza između internog lokusa kontrole i vodstva može se objasniti činjenicom da pojedinci s internim lokusom kontrole vjeruju u svoju sposobnost da postignu ciljeve i transformiraju okruženje. Smatraju se odgovornima za uspjeh i prihvaćaju svoje nedostatke u slučaju neuspjeha. Poduzetnici pokazuju odgovornost za svoje postupke i pokazuju pozitivan odnos između orijentacije na kontrolu i poduzetništva. Pojedinci s unutarnjim lokusom kontrole razlikuju se od onih s vanjskim lokusom kontrole. Prvi preuzimaju inicijativu i odgovornost u situaciji izvedbe, spremni su brzo pretraživati i koristiti informacije te pokazuju znakove da su u kontaktu s vanjskim svijetom. Prema Rotter-u, oni izravno prihvaćaju zadatke i preuzimaju svoje odgovornosti. Pretpostavlja se da poduzetnici koji su vođeni interno mogu postati uspješniji. Proces ulaska u poduzetnički pothvat težak je i zahtjeva odlučnost i usmjerenost ka cilju. Orijehtacija, tj. vlastiti stav utječe na sposobnost pojedinca da započne, preuzme umjereni rizik i ustraje (LinkedIn, 2024).

Slika 1. Prikaz lokusa kontrole u poslovanju



Izvor: Selekcija.hr, <https://selekcija.hr/2022/02/lokus-kontrole-na-poslu-koliki-utjecaj-ima-na-razlicite-aspekte-posla/> (20. 5. 2024.)

2.3. Teorija regulacije djelovanja

Teorija regulacije djelovanja (engl. *Action Regulation Theory*) (ART) je teorija o regulaciji ciljano usmjerenog ponašanja. ART se usredotočuje na veze između istih kognitivnih procesa, ponašanja, objektivnog okruženja i objektivnih ishoda. Razvijena je 1980-ih godina od strane njemačkog psihologa Winfried-a Hacker-a. Poduzetnici i zaposlenici razvijaju mentalne razine orijentirane na poduzimanje akcije koje uključuju dugoročne mentalne reprezentacije ulaznih uvjeta, ciljeva, planova, te očekivanih i propisanih rezultata akcije, kao i znanja o graničnim uvjetima akcije i postupcima transformacije koji ciljeve pretvaraju u očekivane rezultate. Jedna od

triju važnih stavki u prvom planu regulacije djelovanja može biti: zadatak, društveni kontekst ili pojedinac. Fokus na zadatak povezan je s visokom učinkovitošću i djelotvornošću regulacije djelovanja jer povezuje ciljeve vezane uz zadatak s relevantnim planovima, ponašanjem i povratnim informacijama. Teorija regulacije djelovanja primijenjena je za razumijevanje nekoliko fenomena u području industrijske, radne i organizacijske psihologije, uključujući: proaktivno radno ponašanje, učenje povezano s radom i upravljanje pogreškama, poduzetništvo, profesionalni napor i dobrobit, uzajamne utjecaje između osobnosti i posla, inovativnost, timski rad i razvoj karijere (Oxford University Press, 2024).

2.4. Ostale teorije poduzetničkih osobina

Razumijevanje poduzetništva iz psihološke perspektive pomaže utvrditi ima li društvo zdravu ponudu pojedinaca koji posjeduju poduzetničke karakteristike. Također, pomaže u razvoju cjelokupnog koncepta poduzetništva koje je dinamično i mijenja se u skladu s tržišnim uvjetima. Postoje i ostale psihološke teorije vezane uz poduzetništvo, a neke od njih su (Project Guru, 2024):

1. Model „Velikih pet“.

2. Sustav poduzetničke osobnosti.

3. Hagenova teorija poduzetništva.

1. Model „Velikih pet“ (engl. „*Big Five*“ model), poznat i kao model pet faktora, najprihvaćenija je teorija ličnosti koju danas drže psiholozi. Ovaj model tvrdi da je svaka osobina ličnosti zasebni spektar za promatranje. Teorija kaže da se osobnost može svesti na pet ključnih čimbenika. Primarni čimbenici ovog modela, tj. teorije su (Simply Psychology, 2024):

a) Savjesnost (engl. *Conscientiousness*)– impulzivnost nasuprot opreznosti .

b) Ugodnost (engl. *Agreeableness*)– sumnjičavost nasuprot povjerenja, pomoći.

c) Neuroticizam^{VIII} (engl. *Neuroticism*)– smirenost nasuprot tjeskobi.

d) Otvorenost prema iskustvu (engl. *Openness to Experience*)– praktičnost nasuprot maštovitosti.

e) Ekstravertnost (engl. *Extraversion*)– suzdržanost nasuprot društvenosti.

^{VIII} Predstavlja mjeru opće osjetljivosti na neugodne emocije: bol, tugu, ljutnju, strah i tjeskobu.

2. Obschonka i Stuetzer (2017) predstavljaju sustav poduzetničke osobnosti (EPS) (engl. *The Entrepreneurial Personality System*). Karakteristične prilagodbe u EPS-u odnose se na širok raspon uže definiranih i promjenjivih poduzetničkih karakteristika kao što su samoeфикаsnost, lokus kontrole i preuzimanje rizika (što se u studijama često naziva specifičnim poduzetničkim osobinama), ali i poduzetnički stavovi, vrijednosti, motivi, spoznaje i afekti (npr. poduzetnička strast) – faktori koji se ističu kao proksimalni^{IX} prediktori u psihološkim modelima poduzetničke motivacije, ponašanja i uspjeha.

3. Hagenova teorija poduzetništva (engl. *Hagen's theory of entrepreneurship*). Hagenova poduzetnička teorija o povlačenju statusa govori o tome da kada pripadnici pojedine društvene skupine osjećaju da društvo ne poštuje i ne vrednuje njihove stavove i kvalitete, okreću se inovacijama kako bi postigli bolji društveni status (Entrepreneurship Development & Project Management, 2024).

Hagen navodi četiri događaja koji mogu dovesti do povlačenja statusa (Entrepreneurship Development & Project Management, 2024):

- a) Premještanje konvencionalne grupe iz njenog ranijeg statusa u drugu, konvencionalnu grupu.
- b) Defamacija^X vrijednosnih simbola kroz promjenu stava nadređene skupine.
- c) Nedosljednost statusnih simbola s promjenjivom raspodjelom ekonomske moći.
- d) Prihvatanje očekivanog statusa pri migraciji u novo društvo.

Nadalje, navodi da bi povlačenje statusa dovelo do sljedećeg: inovativnosti (poduzetnik koji je inovativan i pokušava postići svoje ciljeve koje je sam postavio), perzistiranja (poduzetnik koji nastavlja raditi u društvu, ali ostaje ravnodušan prema svom poslu ili statusu), održavanja rutine (poduzetnik radi u skladu s pravilima društva, ali nema nade u poboljšanje svog statusa) i reformiranja (poduzetnik koji se buni i pokušava prenijeti nove načine rada i razviti novo društvo) (Entrepreneurship Development & Project Management, 2024).

^{IX} Pojam koji se koristi u anatomiji i biologiji kako bi se opisala lokacija nečega što je bliže tijelu ili centralnom dijelu tijela.

^X Defamacija (kasnolat. *Diffamatio*), ozloglašivanje, širenje glasina koje sramote nečiju čast, blaćenje, klevetanje.

3. PRIMJENA PSIHOLOGIJE U PODUZETNIŠTVU

Kako bi se odredio psihološki profil uspješnih poduzetnika, znanost psihologije utvrdila je pojedine načine određivanja istog. Tu se ubrajaju razne mjerne skale, ankete i ostali bitni instrumenti. Mjerne skale u ovom slučaju mogu biti: skala poduzetničke samoefikasnosti (ESE), skala orijentacije stava (EA), skala tolerancije dvosmislenosti (TA) i ostale mjerne skale (VentureWell, 2024). Anketni instrumenti koji istražuju psihološke karakteristike poduzetnika mogu biti: model kompetencije poduzetnika (ECM), indikator tipa Myers Briggs (MBTI), DISC procjene i ostalo (Entrepreneur Scan, 2024).

1. Samopouzdanje ili samoefikasnost (engl. *Self-efficacy*) temelji se na vlastitoj percepciji pojedinaca o njegovim ili njezinim vještinama i sposobnostima. Ovaj koncept odražava najdublje percepcije razmišljanja o sposobnostima koje se smatraju važnima za obavljanje zadataka, kao i uvjerenje da će se te vještine moći učinkovito pretvoriti u odabrani ishod. Istraživanja u ovom području naglašavaju važnost samoučinkovitosti kao ključnog čimbenika u određivanju ljudskog djelovanja i pokazano je da oni s visokom samoučinkovitošću za određeni zadatak imaju veću vjerojatnost nastaviti i ustrajati u tom zadatku. (Bandura, 1997)

Marlino i Wilson (2003) navode da je poduzetnička samoefikasnost (slika 2) mjerena sa šest stavaka skale poduzetničke samoefikasnosti (ESE) (engl. *Entrepreneurial Self-Efficacy Scale*). Stavke na ovoj skali predstavljaju kompetencije vezane uz poslovanje/poduzetnički uspjeh, a razvijene su na temelju stručnih razgovora s poslovnim subjektima. U svakom uzorku od ispitanika tražila se usporedba. Primjerice, u određenom istraživanju, učenici srednje škole bili su traženi da se usporede s drugim učenicima u svom razredu. MBA^{XI} ispitanici bili su zamoljeni da se usporede s drugim osobama u poslovnom svijetu. Stavke ispitivanja uključivale su: sposobnost rješavanja problema, donošenje odluka, upravljanje novcem, kreativnost, navođenje ljudi da se slože s njima i biti vođom. Ispitanici u svim uzorcima ocijenili svoju razinu samoučinkovitosti na Likertovoj skali^{XII} od 5 stupnjeva (1 = puno lošije; 5 = puno bolje). Samoocjenjivanje u svakom području

^{XI} Magistar poslovne administracije (engl. *Master of business administration*) diplomski je studij koji pruža teorijsku i praktičnu obuku za upravljanje poslovanjem ili ulaganjem.

^{XII} Likertova skala (engl. *Likert scale*) ili sustav ocjenjivanja je mjerna metoda koja se koristi u istraživanju za procjenu stavova, mišljenja i percepcija. Za svako pitanje ili izjavu ispitanici biraju iz niza opcija odgovora. Na primjer: „Potpuno se slažem.“ „Slažem se.“ „Neutralan.“ „Ne slažem se.“

obuhvaća zbroj i ukupnu srednju vrijednost korištenu za izradu složene mjere samoefikasnosti poduzetništva za analize.

Slika 2. Poduzetnička samoefikasnost



Izvor: Inc. <https://www.inc.com/martin-zwilling/6-ways-an-entrepreneur-wins-with-supreme-self-confidence.html> (10.6.2024.)

2. Robinson et al. (1991) ističu da je skala poduzetničkog stava (EAO) (engl. *Entrepreneurial Attitude Orientation*) instrument razvijen za predviđanje poduzetništva na temelju tripartitnog modela stava korištenjem papira i olovke. Hunt et al. (1989) dodatno pojašnjavaju da tripartitni model ili ABC model (engl. *Tripartite model of Attitudes*) obuhvaća afektivne^{XIII}, kognitivne^{XIV} i bihevioralne (ponašajne) komponente stava. Postoje četiri podstavke skale. Prva broji uspjeh u poslovanju koji se odnosi na konkretni rezultat povezan s pokretanjem i rastom poslovnog pothvata. Druga broji inovativnost u poslovanju koja se odnosi na sagledavanje novih i jedinstvenih poslovnih aktivnosti i djelovanje u skladu s njima. U treću podstavku spada percipirana osobna kontrola poslovnih rezultata koja se odnosi na pojedinačevu percepciju kontrole i utjecaja na svoje poslovanje. U zadnju podstavku ubraja se percipirano samopoštovanje u poslu koje se odnosi na samopouzdanje i percipiranu kompetentnost pojedinca u vezi s njegovim ili njezinim poslovnim aktivnostima. Raspon četiriju rezultata na ovoj skali je od 10 do 100. Na svakoj podstavci, što je viša vrijednost, to je veća šansa da će pojedinac biti „poduzetniji“. EAO je stvoren posebno za mjerenje poduzetništva i uspješno je razvijen između poduzetnika i ne-poduzetnika u nekoliko istraživačkih konteksta.

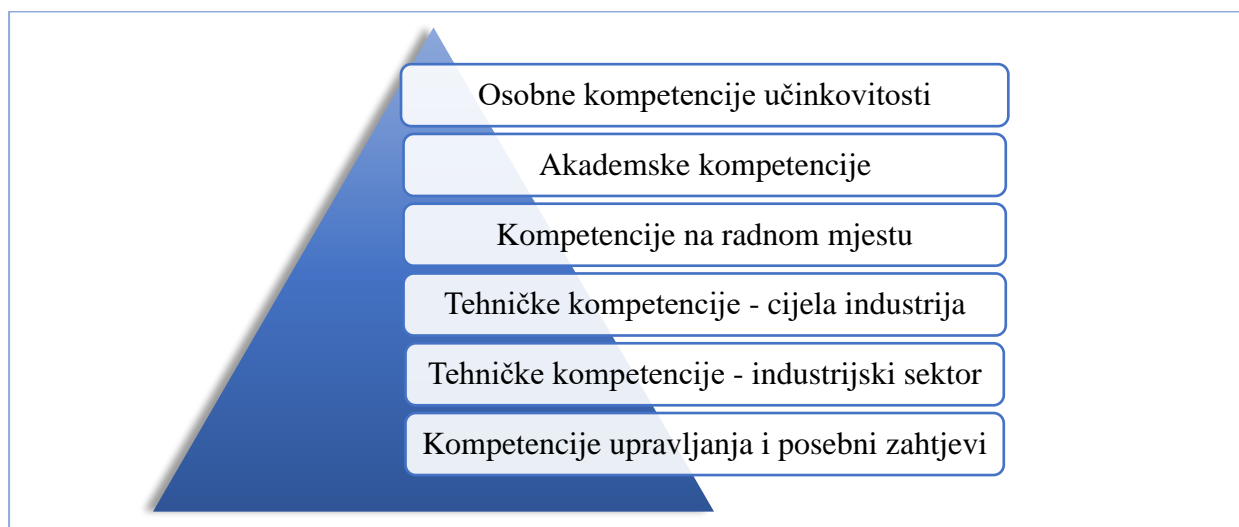
^{XIII} Afekt (lat. *Affectus*) je duševno stanje; snažan osjećaj, strast; težnja.

^{XIV} Psihološka funkcija prepoznavanja, svjesna spoznaja osjeta.

3. Almeida i Buzady (2019) definiraju da modeli poduzetničkih kompetencija (ECM) (engl. *Entrepreneurship Competence Models*) uspostavljaju piramidu kompetencija od šest razina (shema 1):

1. Osobne kompetencije učinkovitosti (npr. međuljudske vještine, ambicija, prilagodljivost).
2. Akademske kompetencije (npr. čitanje, pisanje, znanost i tehnologija).
3. Kompetencije na radnom mjestu (npr. kreativno razmišljanje, umrežavanje, planiranje).
4. Tehničke kompetencije u cijeloj industriji (npr. inovacija, marketing, poslovanje).
5. Tehničke kompetencije u industrijskom sektoru (npr. mikro poduzeća, razvoj malog poduzetništva).
6. Kompetencije upravljanja i zahtjevi specifični za zanimanje.

Shema 1. Piramida poduzetničkih kompetencija



Izvor: Vlastita izrada autora prema Almeida i Buzady (2019)

Bacigalupo et al. (2016) definiraju da su modeli poduzetničkih kompetencija razvijeni u Europskoj Uniji, Ujedinjenom Kraljevstvu i Sjedinjenim Američkim Državama. Ovi modeli opisuju koje su vještine uključene u poduzetničku kompetenciju. Manje se fokusiraju na to kako se te vještine razvijaju, a više na to na čemu se te vještine, znanje i stavovi temelje (npr. hijerarhijska struktura), što ih čini manje prenosivima u različite kontekste učenja (npr. osnovne

škole, učenici koji sebe ne vide kao poduzetnike). Stvaranje modela, koji uključuje empirijski^{XV} dokazane kompetencije, omogućuje potencijalno razvijanje kod svih učenika, a može biti korisno za nastavnike da bolje razumiju mogućnosti razvoja studijskih programa odabirom relevantnih modela poučavanja i stvaranjem okruženja za učenje u učionici usmjerenog na učenika.

3.1. Poduzetničke osobine

Begley i Boyd (1987) precizno definiraju: „Psihološke karakteristike čine temeljnu osnovu za transformaciju pojedinca u osnivača poduzeća. Tijekom godina istraživanja, mnoge od individualnih karakteristika su odbačene, diskreditirane ili su neučinkovito mjerene. Gospodarski, socijalni, demografski, kulturni i drugi čimbenici pomažu u donošenju odluka o stvaranju novog pothvata, ali nijedan od njih pojedinačno ili zajedno ne mogu stvoriti poduzeće. Pojedinac je taj koji to omogućuje. On predviđa inovacije u konceptu i ima motivaciju da izvrši zadatak.“

Ljudi koji imaju slične karakteristike poduzetnicima, imat će veću šansu da u budućnosti posluju kao poduzetnici, za razliku od onih koji nemaju te karakteristike (Lachman, 1980). Harvardska poslovna škola ključnim karakteristikama uspješnih poduzetnika pripisuje: znatiželju, spremnost na eksperimentiranje, prilagodljivost, odlučnost, samosvijest (o vlastitim snagama i slabostima), toleranciju rizika (svođenje rizika na minimum), toleranciju neuspjeha (određena razina udobnosti i prihvaćanja neuspjeha), upornost, inovativnost i dugoročno fokusiranje (poslovanje ne završava samim početkom istog) (Harvard Business School Online, 2024). Drugim važnim psihološkim karakteristikama uspješnih poduzetnika pripisuju se (slika 3): motivacija, strast (pomaže održavanju ili opstanku poduzetnika tijekom razdoblja neuspjeha), vizija (što se želi postići, kako ostvariti ciljeve i slično), samouvjerenost, donošenje odluka (dobre vještine i sposobnost donošenja odluka), inovativnost (nove ideje), preuzimanje rizika (spremnost, prepoznavanje rizika), znatiželja (razumijevanje načina i razloga poslovanja), ustrajnost (neuspjeh kao prilika za otkrivanje pogrešaka i načina za izbjegavanje istih) i liderstvo (uzor zaposlenima) (Vistage, 2024).

^{XV} Koji je u skladu s iskustvom, koji je na iskustvu utemeljen; iskustven.

Slika 3. Primjeri karakteristika uspješnih poduzetnika

Izvor: Vistage, <https://www.vistage.com/research-center/business-leadership/20161027-5-characteristics-of-an-entrepreneur/> (25. 4. 2024.)

3.1.1. Sklonost riziku i primjena inovativnosti u poduzetništvu

Preuzimanje rizika u poslovanju, tj. poduzetničkom poduhvatu odnosi se na spremnost i sposobnost poduzetnika da donose odluke i poduzimaju radnje koje uključuju neizvjesnost, potencijalni gubitak i mogućnost neuspjeha. Preuzimanje rizika u poduzetništvu uključuje analizu potencijalnih rizika, procjenu njihovog potencijalnog utjecaja i preuzimanje proračunatih rizika koji nude povoljan omjer rizika i nagrade. Vrste rizika kojima se poduzetnici učestalo podlažu su: financijski rizik (upravljanje novčanim tokom, osiguravanje financiranja i praćenje troškova ključni su aspekti ublažavanja financijskog rizika), tržišni rizik (održavanje informacija o tržišnim trendovima, provođenje istraživanja tržišta i prilagodba strategija u skladu s tim mogu pomoći u upravljanju tržišnim rizicima), operativni rizik (implementacija^{XVI} učinkovitih procesa, provođenje procjene rizika i uspostavljanje planova za nepredviđene situacije ključni su za upravljanje ovom vrstom rizika), reputacijski rizik (krucijalna je izgradnja snažnog brenda, isporuka kvalitetnih proizvoda ili usluga i aktivno upravljanje odnosima s klijentima) te poslovni rizik (potrebno je pažljivo razmotriti preuzimanje rizika u poslovanju) (Nexford University, 2024).

Preuzimanje određene razine rizika u poduzetništvu je važno za razvitak i nastavak poslovanja poduzeća. Prednosti preuzimanja rizika donose: potencijalni rast poslovanja, stjecanje

^{XVI} (engl. *Implementation*), provedba, izvršenje, uvrštenje; primjena.

konkurentne prednosti na tržištu, učenje i prilagodljivost poduzetnika te prevladavanje njegovog straha od neuspjeha (Nexford University, 2024).

1. Poduzetnici koji su spremni preuzeti poslovne rizike često slijede nove ideje, izazivaju konvencionalno razmišljanje i remete postojeća tržišta. Prihvatanjem neizvjesnosti i eksperimentiranjem s novim pristupima, poduzetnici mogu uvesti inovativne proizvode, usluge i poslovne modele koji odjekuju kod kupaca i potiču njihove pothvate do uspjeha.
2. Poduzetnici koji preuzimaju proračunate rizike često stječu konkurentnu prednost na tržištu. Prepoznavanjem i traženjem prilika koje drugi mogu zanemariti ili smatrati previše riskantnim, poduzetnici se mogu razlikovati od konkurencije, a preuzimanje rizika omogućuje poduzetnicima da zauzmu nova tržišta, istraže neiskorištene niše i pozicioniraju svoje poslovanje na jedinstven način, dajući im konkurentnu prednost i povećavajući šanse za dugoročni uspjeh.
3. Preuzimanje rizika u poduzetništvu pruža vrijedna iskustva učenja. Ako pothvat ne uspije, lekcije naučene iz preuzimanja rizika pridonose osobnom rastu i profesionalnom razvoju poduzetnika. Osobe koje preuzimaju rizik razvijaju otpornost, prilagodljivost i vještine rješavanja problema, a one su ključne za snalaženje u izazovima poduzetništva i iskorištavanje budućih prilika. Prihvatanjem rizika, poduzetnici uče upravljati neizvjesnošću, donositi informirane odluke i prilagođavati svoje strategije na temelju povratnih informacija s tržišta i promjenjivih okolnosti.
4. Strah od neuspjeha uobičajena je psihološka prepreka za poduzetnike. Međutim, preuzimanje rizika omogućuje poduzetnicima da se suoče s tim strahom i prevladaju ga. Priznajući da je neuspjeh mogućnost, poduzetnici mogu usvojiti način razmišljanja o rastu i gledati na neuspjeh kao na vrijedna iskustva učenja, a ne kao na nepremostive prepreke. Pomaže poduzetnicima da izgrade otpornost, upornost i sposobnost da se oporave od neuspjeha, što su ključne kvalitete za dugoročni uspjeh (Nexford University, 2024).

„Inovacija (kasnolat. *Innovatio*), novina, prinova, novotarija; obnova, promjena; uvođenje novih sustava i mjerila; razvoj i primjena novih rješenja, proizvoda, procesa, postupaka i sl. To može biti potpuna novost ili novost za neku okolinu (ostvaruje se prenošenjem tuđih iskustava koja u dotičnoj okolini dotad nisu bila korištena), a može biti i poboljšanje i unaprjeđenje već poznatih rješenja. Inovacija je plod istraživačke i razvojne sposobnosti pojedinca (inovatora) ili organiziranih skupina

stručnjaka. Za razliku od znanstvenog otkrića, koja se ne mogu prisvajati i pravno štititi, inovacija se može pravno zaštititi kao intelektualno vlasništvo.“ (Hrvatska enciklopedija, 2024).

Inovacija u poduzetništvu odnosi se na proces smišljanja novih i kreativnih ideja, njihovo pretvaranje u proizvode ili usluge i njihovo iznošenje na tržište, a vidljivo je na slici 4. To je sposobnost da se identificira praznina na tržištu i stvori nešto što popunjava tu prazninu ili da se pronade bolji način rada. Također, inovacija izdvaja poduzetnike od drugih i pokreće njihov uspjeh te je ono što tvrtke čini relevantnima i konkurentnima u svijetu koji se brzo i kontinuirano mijenja. Može imati mnogo različitih oblika, od stvaranja novog proizvoda, poboljšanja postojećeg, do pronalaženja novog načina za doseganje kupaca i povećanja prodaje. Također, ključna je za poslovni uspjeh jer omogućuje tvrtkama da se istaknu od svojih konkurenata i ponude nešto novo i vrijedno svojim kupcima. Tvrtke koje prihvaćaju inovacije bolje su opremljene za prilagodbu novim tehnologijama i tržišnim trendovima, što im može dati značajnu prednost u odnosu na one koje to ne čine. Također, inovacije mogu dovesti do povećane učinkovitosti, smanjenih troškova i poboljšanog zadovoljstva kupaca, a sve su to ključne komponente poslovnog uspjeha. Smatra se da inovativnost pokreće gospodarski rast zemlje čime se zauzvrat stvara bogatstvo i potiče gospodarska aktivnost (AIContentfy, 2024).

Slika 4. Inovacija u poduzetništvu



Izvor: LinkedIn, <https://www.linkedin.com/pulse/role-innovation-entrepreneurship-atul-garg-pytof/> (10.6.2024.)

Odnos između inovacije i poduzetništva je kompleksan, ali u svojoj srži radi se o stvaranju vrijednosti na tržištu. Poduzetništvo se odnosi na pokretanje i razvoj poslovanja bez obzira radi li se o malom poduzeću ili startup korporaciji, a inovacija se temelji na pronalaženju novih i boljih

načina za stvaranje vrijednosti za kupce. Neke od prepreka inovacije u poduzetništvu mogu biti: nedostatak resursa (vrijeme, novac i osoblje), nesklonost preuzimanju rizika, nedostatak raznolikosti (homogena radna snaga može dovesti do nedostatka raznolikosti u razmišljanju i rješavanju problema, što može ugušiti inovacije), birokracija^{XVII} (u velikim organizacijama), otpornost promjenama i nedostatak uvažavanja zaposlenika (demotivacija i smanjenje samopouzdanja) (AICContentfy, 2024).

3.1.2. Proaktivnost, stabilnost i rast poduzetništva

„Proaktivno ponašanje je, u najširem smislu, svaki oblik ponašanja koji ima za cilj stjecanje poslovne dobrobiti za sebe i okolinu u situacijama kada nadređenima i poslovnoj okolini nije evidentna jasna potreba za tom aktivnosti i nije jasnije izražen poslovni pritisak da se upravo ta aktivnost treba obavljati, ali postoje opravdani razlozi da bi takav oblik ponašanja mogao donijeti dobrobit u budućnosti.“ (Selekcija.hr, 2024).

U poslu, biti proaktivan može značiti razliku između uspjeha i neuspjeha. Proaktivne tvrtke uvijek traže načine poboljšanja, nove prilike i planiraju budućnost. Predviđaju izazove i poduzimaju korake kako bi ih spriječili. Na primjer, proaktivno poduzeće može ulagati u novu tehnologiju ili sustave za poboljšanje učinkovitosti ili razviti plan za nepredviđene situacije za potencijalne poremećaje u opskrbnom lancu. Također, proaktivnost znači više se strateški^{XVIII} odnositi u donošenju odluka. Veća je vjerojatnost da će ulagati u istraživanje i razvoj, obuku zaposlenika i druge inicijative koje se možda neće odmah vratiti, ali će se dugoročno isplatiti. Nasuprot tome, reaktivne^{XIX} tvrtke imaju tendenciju biti kratkovidnije, fokusirajući se na trenutne probleme ili prilike bez razmatranja dugoročnih implikacija. Vjerojatnije je da će donositi odluke na temelju emocija ili impulsa, a ne na temelju pažljive analize i planiranja (LinkedIn, 2024).

^{XVII} Vladavina uprave, zapravo administrativnog osoblja koje radi po uredima (biroima) državne uprave te svake velike organizacije. Danas se riječi birokracija i birokrat sve češće upotrebljavaju u pogrdnom smislu za neefikasnu javnu upravu i lošeg, sporog i nemotiviranog činovnika. Pretjerana birokratizacija društva stavlja pravila iznad čovjeka i uglavnom se odnosi prema njemu kao prema objektu.

^{XVIII} Strategija (grč. *στρατηγία*), u užem i izvornom smislu, znanje i vještina vođenja - rata ili većih vojnih operacija; odnosi se na stvarnu i potencijalnu uporabu oružane sile (proučava rat, vojne doktrine, naoružanje, logistiku, suparničke i druge oružane snage i sl.).

^{XIX} Koji djeluje u suprotnom smjeru.

Jedna od osnovnih poslovnih osobina je imati proaktivan način razmišljanja o stalnom poboljšanju, ali postoji mnogo strategija za to. Potrebno je od strane poduzetnika redovito proučavati, učiti i usvajati nove metode koje mogu pomoći razvitku otpornosti organizacije za dostignuća u nove visine za izvedbu i održivost. Važno je radno okruženje koje potiče svakoga da teži motivaciji i boljem radu, pojedinačno i kao cjelina, pruža ljudima put do većeg potencijala. Bitno je identificirati i podijeliti svoj stav i uvjerenja prema ključnim vrijednostima i načelima, što može pomoći poduzetnicima u razumijevanju uloge tvrtke na tržištu. Kako bi se izgradio još aktivniji angažman, povjerenje i razumijevanje, poželjno je posjedovanje opsežnog programa društvenih medija. Mnoštvo poduzeća ne komunicira dovoljno s publikom putem društvenih medija ili to čini sporadično^{XX} i zato je najbolje početi s jačanjem svoje prepoznatljivosti na većim platformama kao što su *LinkedIn*, *Facebook* i *Twitter* (Forbes, 2024).

Rast, tj. razvoj je riskantan korak za svakog poduzetnika, ali neophodan je za poduzeće. Bez kontinuiranog rasta, poslovanje će stagnirati^{XXI}. To može rezultirati nižim standardima kvalitete za proizvode ili usluge, smanjenom uslugom za korisnike, lošim moralom zaposlenika i nizom drugih problema. Razvoj može pojačati razinu poslovanja, omogućujući proširenje vlastite baze opskrbe te povećanje stabilnosti i profita. Ključan za dugoročni opstanak poduzeća, ukazujući na sljedeće jasne prednosti (The Alternative Board, 2024):

1. Olakšano je dodavanje resursa.
2. Pronalazak i identifikacija novih prodajnih prilika.
3. Proširenje asortimana proizvoda ili usluga.
4. Stjecanje novih klijenata.

Mnoštvo drugih razloga potiče poslovne vođe da usvoje način razmišljanja "kontinuiranog rasta". Rastuća, financijski sigurna tvrtka često uživa tržišnu dominaciju (što podrazumijeva manju prijetnju konkurencije), što zauzvrat donosi povećanu moć pregovaranja o kupnji velikih razmjera (npr. nove tehnologije). Učinkovit rast isto pomaže u otklanjanju potencijalno negativnih učinaka fluktuacija^{XXII} na tržištu i nacionalnom gospodarstvu, a ugled rastuće tvrtke često privlači

^{XX} Na sporadičan način [javljati se sporadično]; sporadički, ponegdje, mjestimično, povremeno, ovdje-ondje, tu i tamo.

^{XXI} Stagnacija (od lat. *Stagnare*). Mirovanje, zastoje. U prenesenom smislu, mrtvilo, tromost.

^{XXII} Periodično kolebanje i mijenjanje gospodarskih pojava, odnosa i procesa, odnosno gospodarske djelatnosti društva i njegovih članova. Očituje se u obliku fluktuacije nekoga određenoga gosp. fenomena (cijena, radne snage, ponude, potražnje, zaposlenosti itd.) ili ukupne gosp. djelatnosti.

najtalentiranije, tj. uvelike vješte i sposobne potencijalne zaposlenike. Rast nije moguć bez određenih rizika. Za poduzetnike koji cijene osobnu kontrolu, rastuća tvrtka predstavlja cijela područja poslovanja - zapošljavanje, marketing, financije, prodaju, gdje je mikroupravljanje^{XXIII} nemoguće. Uspješan rast služi kao podsjetnik da nitko ne može nadgledati sve aspekte poslovanja odjednom. U budućnosti, postoji mogućnost da će biti nužno prepustiti kontrolu nad nekim ili mnogim operativnim funkcijama, što uključuje vješte, dobro obučene zaposlenike. Bez spremnosti na delegiranje (prebacivanje zadatka), nijedan poduzetnik ne može očekivati nastavak rasta bez komplikacija. Još jedna prijetnja koja nastaje rastom poslovanja je gubitak osobnog kontakta s klijentima što podrazumijeva razine od osiguravanja visokokvalitetnih proizvoda i usluga do pouzdane isporuke i brzog odgovora na upite ili pritužbe kupaca (The Alternative Board, 2024).

3.1.5. Strateška orijentacija poduzetnika i poduzetnička autonomija

Prema Obeidat (2016) korištenje strategije je jedan od najvažnijih faktora koji ima velike implikacije na organizacijsku strukturu, aktivnosti, ulaganja i odnose s tržištem (slika 5). Strategija pomaže poduzetnicima da pronađu rješenja za probleme, stvore nove sposobnosti i poboljšaju poslovnu izvedbu dopuštajući poduzećima da prikupe specifične resurse, prepoznaju prilike za pružanje kvalitetnih proizvoda i usluga i prenesu te proizvode i usluge višoj dobiti. Usvajanje kvalitetne strategije zahtijeva od poduzetnika da koordiniraju svoje pristupe u uspostavljanju pozicija industrije i/ili oslanjanjem na njezine resurse, kompetencije i sposobnosti u nastojanju da postignu usklađenost sa svojim unutarnjim i vanjskim okruženjima. Kako bi postigli te ciljeve, moraju se usredotočiti na svoju stratešku orijentaciju jer ona vodi smjer koji tvrtka namjerava slijediti kako bi nadzirala svoje aktivnosti radi boljeg poslovnog učinka. Stoga, strateška orijentacija poduzeća odražava njegovu operativnu, marketinšku i poduzetničku poziciju. Čineći to, tvrtka postiže svoje ciljeve na tržištima: preuzimanjem rizika, ulaganjem u inovacije, proaktivnošću i razvojem predviđanja usmjerenog na budućnost.

Obeidat (2016) pojašnjava da je strateška orijentacija dobila široku pozornost stručnjaka za menadžment, marketing i poduzetništvo. Strateška orijentacija odnosi se na način na koji se tvrtka prilagođava svom vanjskom okruženju. Drugim riječima, odnosi se na obrazac odgovora koje

^{XXIII} Mikroupravljanje (engl. *Micromanagement*) je stil upravljanja koji karakteriziraju takva ponašanja kao što su pretjerana usredotočenost na promatranje i kontrolu podređenih i opsjednutost detaljima.

organizacija daje na svoje operativno okruženje u nastojanju da poboljša izvedbu i stekne konkurentsku prednost. Drugi znanstvenici vide stratešku orijentaciju kao aspekt organizacijske kulture koja je oblik nematerijalnih resursa te će raspoređivanje tih resursa imati različite utjecaje na organizaciju. Sve veći tok studija danas podupire usvajanje različitih strateških orijentacija kao što su: tržišna orijentacija (pomaže organizacijama da ostanu konkurentne u današnjem neizvjesnom poslovnom okruženju), poduzetnička orijentacija (određuje spremnost poduzeća da ostane ispred svojih konkurenata i da iskoristi nove prilike za uključivanje u inovacije u neizvjesnom okruženju) i tehnološka orijentacija (tvrtka nastoji steći nove i napredne tehnologije za razvoj novih procesa, proizvoda i usluga).

Slika 5. Slikovni prikaz strateške orijentacije poduzetnika



Izvor: Entrepreneurship Hub, <https://paulburnsentrepreneurship.wordpress.com/2017/10/07/entrepreneurs-should-use-strategic-frameworks/> (10.6.2024.)

Psihološka potreba za autonomijom temelji se na teoriji determinacije. Ova teorija objašnjava ljudsku motivaciju i osobnost, a bavi se motivacijom iza izbora koje ljudi donose bez utjecaja drugih. Potreba za autonomijom ključna je kompetencija poduzetnika i to je uglavnom potreba koja dolazi duboko iznutra, predstavlja želju za slobodom. Ako postoji implikacija da osoba ne može raditi s drugima, to se može pretvoriti u negativnu motivaciju. Pojedinci imaju osnovni psihološki poriv da sami donose odluke, žele sami odlučivati, biti sami sebi šefovi, dok se drugi osjećaju ugodno kada netko drugi odlučuje umjesto njih samih (Entrepreneur Scan, 2024).

Neovisnost je sinonim za potrebu za autonomijom, ali nisu potpuno istog značenja. Autonomija je potreba i sposobnost osobe da donosi vlastite odluke, dok neovisnost znači iskazivanje želje za slobodom i ne podlijevanjem tuđoj kontroli. Potreba za autonomijom često je svjesni ili nesvjesni

razlog zašto neki ljudi odlučuju pokrenuti posao, a poriv da donose vlastite odluke i rade ono što žele je vrlo jak. Uspješni poduzetnici žele biti autonomni jer time mogu djelovati neovisno o drugima, sami donositi odluke, rješavati probleme i sami uspješno izvršavati svoje zadatke. Manje uspješni poduzetnici trebaju podršku ili pomoć i skloni su odlučivanje najčešće prepustiti drugima (Entrepreneur Scan, 2024).

„U organizaciji s visokim stupnjem autonomije zaposlenika, važan je rezultat, a manje je važan način na koji će on biti ostvaren. U takvoj organizaciji zaposlenici su sretniji, predaniji svomu poslu, produktivniji pa stoga postoji i manja vjerojatnost da će otići iz nje.“ (Poduzetnik.biz, 2024).

Postoji nekoliko načina koji mogu pomoći poduzetnicima da kod svojih zaposlenika potaknu autonomiju (Poduzetnik.biz, 2024):

1. Potrebno je smireno postupati s pogreškama. Kada je menadžment destruktivno^{XXIV} kritičan prema greškama svojih zaposlenika, umanjuje njegovu inicijativu i time ostavlja negativan utjecaj na njegovu daljnju angažiranost, odnosno produktivnost.
2. Zapošljavanje autonomnih ljudi je poželjno jer su skloni samoinicijativi i angažiranosti u poslovnim aktivnostima, potrebno im je osigurati povoljne radne uvjete te ih pustiti da na miru obavljaju svoje zadatke. To ih potiče da se suoče s rizikom kad je potrebno te budu inovativni.
3. Izgradnjom povjerenja u organizaciji zaposlenicima se šalje poruka da su oni ti koji upravljaju vlastitim vremenom te načinom obavljanja posla. Zaposlenik bi trebao vjerovati svom menadžeru, a menadžer bi trebao vjerovati svom zaposleniku.
4. Unutar organizacije, ključno je kreirati mogućnost izbora unutar određenih granica. Čvrste granice i sustav koji ljude drži odgovornima za nastale rezultate, nužni su za razvoj autonomije. Tako zaposleni osjećaju veću motivaciju da sami odrede način na koji izvršavaju dobivene zadatke.

3.2. Psihološki profil uspješnih poduzetnika

Psihologija poduzetništva proširuje se na specifične osobine koje poduzetnici pokazuju, a koje ih motiviraju i u konačnici dovode do njihovog uspjeha. Kvintesencijalni^{XXV} poduzetnici posjeduju duboki izvor strasti za ono što rade. Određena će ih motivacija podržati kada naiđu na neizbježne

^{XXIV} Destruktivan. Koji nanosi štetu, koji djeluje uništavalački; razoran, rušilački.

^{XXV} Najčišća, nepomućena bit čega [kvintesencija problema; kvintesencija teorije; kvintesencija naučavanja]; srž, esencija ili najčišći, najjasniji ili najuobičajeniji primjer nečega.

prepreke i neuspjehe koji ih čekaju na putu do izgradnje uspješnog poslovanja. Ako poduzetnici ne vjeruju da je ono što rade vrijedno toga, mogli bi doći u iskušenje da odustanu čim se susretnu s poteškoćama, gubeći i vrijeme i potencijal. Vjerovanje u sebe i svoj poslovni pothvat imperativ je za dugovječnost nastojanja poduzeća, a samopouzdanje pokazuje kako poduzetnici sebe i svoje proizvode ili usluge predstavljaju drugima. U nekim slučajevima to može biti odlučujući čimbenik u tome hoće li izvršiti prodaju ili im klijent vjeruje da će to učiniti. Što više uspiju, to će imati više samopouzdanja i veća je vjerojatnost da će ponovno uspjeti u budućnosti (University of Southern California, 2024).

Putovanje je, također, jedan od načina na koji poduzetnici traže nova iskustva. Izloženost stranom mjestu ili kulturi pruža priliku za uvid i inspiraciju koja se inače ne bi dogodila. Kad su ljudi otvoreniji prema novim iskustvima, sposobniji su pronaći poticaje koji mogu dovesti do kreativnosti. Poduzetnici mogu imati koristi od buntovničkog duha koji „cvjeta“ na riziku. Mnogi poduzetnici kreću tim putem jer su nezadovoljni svojim poslodavcima, politikama kojih su se prisiljeni pridržavati ili svrhom posla kojim se bave. Imati ovu psihološku karakteristiku znači pobuniti se protiv statusa quo^{xxvi} i uspjeti usprkos preprekama na putu (University of Southern California, 2024).

Stvari koje igraju jednako važnu ulogu u definiranju uspjeha poduzetnika su: sposobnost osobe da razmišlja izvan okvira, kapital koji može prikupiti, vlastiti odnos s relevantnim ljudima u industriji, sposobnost uloge timskog igrača, kao i poduzetnikova stručnost te odlučnost i otpornost. U neke od najpoželjnijih psiholoških čimbenika vezanih uz poduzetnički stav, motivacije i strategije ubrajaju se: emocionalna stabilnost, ekstrovertnost, otvorenost i savjesnost (Wealth Dynamics, 2024).

^{xxvi} Status quo (lat. *Status quo ante*; Stanje kao prije) je izraz kojim se označuje nepromijenjenost sadašnjeg ili prošloga stanja.

Shema 2. Odrednice uspjeha poduzetnika

Izvor: Vlastita izrada autora prema Wealth Dynamics

1. Visoki kvocijent emocionalne stabilnosti je poželjna psihološka osobina jer naglašava otpornost osobe. Prilikom stresnih situacija ili stresnih procesa donošenja odluka, poduzetnik mora „držati svoje živce pod kontrolom“ i poduzeti praktične korake koji su najbolji za poslovanje. Cijeli bi proces mogao biti poremećen ako se osoba ne može dobro nositi s teškim vremenima i lako bi mogla doživjeti mentalni slom ili paniku.

2. Ekstrovertnost je ključna osobina za poduzetnike zato što trebaju biti otvoreni, umrežavati se u svakoj dostupnoj prilici te izgraditi dobar odnos sa svojim zaposlenicima i utjecajnim ljudima iz industrije.

3. Otvorenost – postizanje visokog broja u ovoj psihološkoj osobini iznimno je korisno za poduzetnika. Pokazuje želju poduzetnika da isproba nove ideje, prihvati mentalitet izvan okvira razmišljanja svojih zaposlenika i na kraju, spremnost da preuzme rizik. Osoba posjedovanjem ovog stava uvijek će biti otvorena za izazove i isprobavanje inovativnih načina pronalaženja rješenja u kompleksnim trenucima.

4. Poduzetnici s visokim stupnjem savjesnosti su najbolji vođe. Stalno teže postignućima, paze na ljude oko sebe i na to kako njihovi postupci utječu na druge. Također su vrlo usredotočeni na cilj i imaju visoku razinu samodiscipline (Wealth Dynamics, 2024).

Poduzetničke strategije su namjerne, planirane radnje koje koriste vlasnici poduzeća kako bi ostvarili svoje ciljeve i stekli tržišnu prednost. Podrazumijevaju niz izbora i radnji namijenjenih uočavanju prilika, kontroli rizika i promicanju ekonomske ekspanzije. Poduzetnici se koriste raznim strategijama kako bi uspješno prebrodili poteškoće i neizvjesnosti poslovnog svijeta, istovremeno povećavajući svoje šanse za uspjeh. Vlasnicima tvrtki daju vodič o tome kako mudro koristiti resurse, mudro birati i razlikovati se od konkurencije. Ovisno o ciljevima i situaciji u kojoj se nalaze, poduzetnici mogu koristiti različite poduzetničke strategije. To uključuje: segmentaciju tržišta^{XXVII}, diferencijaciju^{XXVIII}, troškovno vodstvo, inovacije i poremećaje, strateške saveze^{XXIX} i diversifikaciju^{XXX}. Učinkovite poduzetničke strategije koje potiču korporativni uspjeh moraju se razviti uz pažljivo razmatranje ciljnog tržišta, konkurentskog okruženja i ciljane publike (Entrepreneursdata, 2024).

Poduzetnička motivacija (slika 6) je proces koji aktivira i motivira poduzetnika da uloži veću razinu napora za postizanje svojih poduzetničkih ciljeva, odnosi se na snage ili poriv unutar poduzetnika koji utječu na smjer, intenzitet i postojanost njegovog/njezinog dobrovoljnog ponašanja kao poduzetnika. Motivirani poduzetnik će biti voljan uložiti određenu razinu napora (intenzitet), određeno vrijeme (ustrajnost) prema određenom cilju (smjeru). Većina istraživača je sve čimbenike koji motiviraju poduzetnike podijelila na unutarnje i vanjske čimbenike. Unutarnji čimbenici predstavljaju: želju za bavljenjem nečim novim, postizanje neovisnosti, ostvarenje onog što poduzetnik želi imati u životu, dobivanje priznanja za svoj doprinos, vlastito ili tuđe obrazovanje te profesionalno iskustvo i iskustvo u relevantnom području. Vanjski faktori uključuju: državnu pomoć i podršku, dostupnost radne snage i resursa, poticaj velikih poslovnih kuća i potencijalnu potražnju za proizvodom ili uslugom (Entrepreneurship Development, 2024).

^{XXVII} Segmentacija tržišta je postupak podjele tržišta u manje skupine potrošača, odnosno korisnika sa specifičnim potrebama, osobinama ili ponašanjem, koji iziskuje različite proizvode ili marketinške spletove.

^{XXVIII} Diferencijacija u sociologiji je razdvajanje prema pripadnosti različitim društvenim skupinama.

^{XXIX} Strateški savez je koalicija, ujedinjavanje organizacija u svrhu postizanja važnih poslovnih ciljeva.

^{XXX} Diversifikacija je proširenje gospodarske djelatnosti na veći broj proizvoda ili usluga i proširenje asortimana proizvodnje ili prodaje proizvoda.

Slika 6. Odrednice motivacije poduzetnika

Izvor: Principal Relocation Company, <https://www.principalrelocation.com/motivation/> (10.6.2024.)

Poduzetničke motivacije se također mogu klasificirati kao financijske i nefinancijske motivacije, a učestali motivi su (Vaia, 2024):

1. Monetarni dobici (svaki poslovni pothvat ima motiv stvaranja profita).
2. Veća sloboda (poduzetnici žele imati radnu strukturu koja osigurava veću fleksibilnost i više slobode donošenja odluka za koje misle da će dugoročno koristiti pothvatu).
3. Više ovlasti (više ovlasti poduzetnike čini samoodgovornima, od razvoja proizvoda do osiguravanja održive baze kupaca, poduzetnici imaju posljednju riječ u svakoj od ovih odluka).

4. VAŽNOST EMOCIONALNE INTELIGENCIJE U PODUZETNIŠTVU

Emocionalna inteligencija (EQ) (engl. *Emotional intelligence*) je sposobnost razumijevanja i upravljanja svojim osjećajima i osjećajima drugih. To je jedan od najvažnijih elemenata poduzetničkog uspjeha jer pomaže tijekom suočavanja s izazovima, izgradnje snažnih odnosa i vođenja s empatijom. U vođenju, potrebno je posjedovati solidnu emocionalnu inteligenciju za samoupravljanje i stvaranje povezanosti sa zaposlenicima, klijentima i ostalim sudionicima (slika 7). Uključuje umijeće strateškog razumijevanja, upravljanja i pozitivnog iskorištavanja emocija. Započinje empatijom, tj. razumijevanjem tuđih osjećaja i misli. U poslovanju je vrlo važna jer omogućuje povezivanje poduzetnika sa svojim timom (Forbes, 2024).

Slika 7. Slikovni prikaz emocionalne inteligencije poduzetnika



Izvor: BRENDfulness, <https://brendfulness.com/mozemo-li-biti-uspjesni-lideri-bez-emocionalne-inteligencije/>

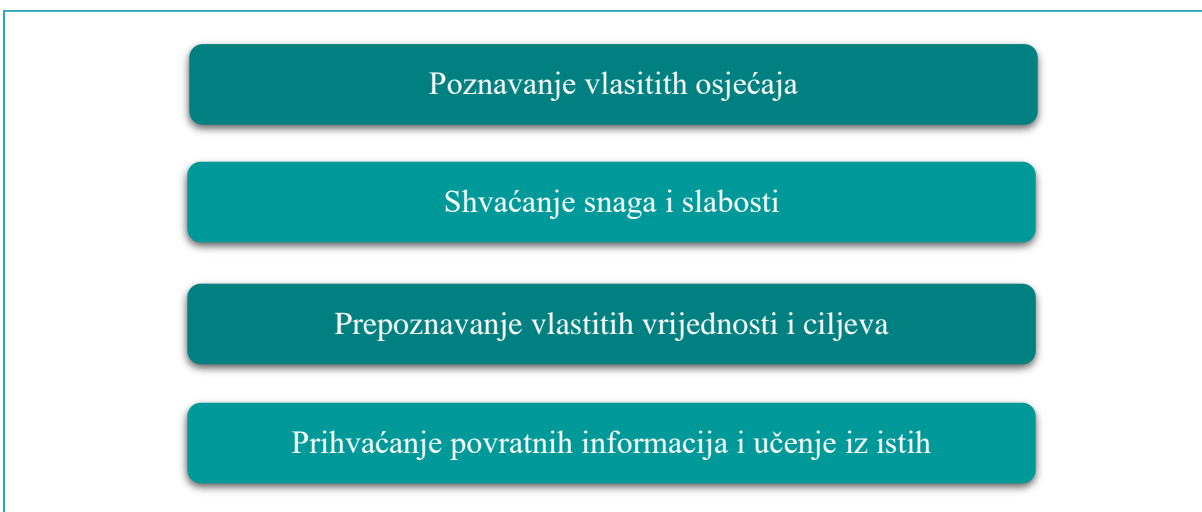
(10.6.2024.)

Pokazivanjem empatije prema timu stvara se radno okruženje karakterizirano krutim temeljima povjerenja i timskog rada. Prenosi poruku timu da je poduzetnik uvijek spreman ponuditi podršku zaposlenicima tijekom teških razdoblja i da će učiniti sve kako bi se osjećali cijenjenima. Naglašava se važnost slušanja prijedloga, komplimenata ili žalbi zaposlenika. Ovakvim stavom poduzetnik može znatno ojačati kreativnost, vještine rješavanja problema i osjećaj za timski rad te time izražava izvanredno vodstvo. Pretpostavlja se da poduzetnici s visokom razinom emocionalne inteligencije često posjeduju visoku razinu otpornosti, što im omogućava da se brže oporave od

kompleksnih vremena, prilagode promjenama i ostaju usredotočeni na ciljeve bez ometanja, te istovremeno potiču organizaciju da se razvija i napreduje. Poduzetnik vlastitu emocionalnu inteligenciju može poboljšati: promatranjem osjećaja, primjedbom vlastitog ponašanja i/ili učestalim razmišljanjem o pozitivnim situacijama (bez potpunog zanemarivanja negativnih) (Forbes, 2024).

Određena istraživanja iskazuju da 95% ljudi navodi kako ima visoku samosvijest, ali zapravo samo njih 10 do 15% ima. To znači da većina ljudi ne zna koje su njihove snage i slabosti ili kako njihove riječi i ponašanje utječu na druge ljude. Osobe s nižom samosviješću: ne mogu prihvatiti povratne informacije, vjerojatno nisu svjesni svojih snaga i slabosti, ne razumiju njihove ciljeve i vrijednosti te mogu imati prenapuhano mišljenje o vlastitoj izvedbi. Osobama visoke samosvijesti pripisuje se (shema 3): znanje onog što osjećaju i zašto to osjećaju, shvaćanje njihovih snaga i slabosti, prepoznavanje vlastitih vrijednosti i ciljeva, prihvaćanje povratne informacije i učenje iz nje i slično. Razlika je u tome što EQ i samosvijest igraju ulogu u sposobnosti poduzetnika da inspiriraju ljude, uvjere ih da ih slijede, rade za njih, kupe njihov proizvod i ulažu u njihovu tvrtku. Također, ključno je suočiti se sa strahovima, koristiti fleksibilno razmišljanje te postati emocionalno snažan (poduzetnici ne mogu učiniti i riješiti sve, potreban im je jak tim za pomicanje tvrtke naprijed) (Techstars, 2024).

Shema 3. Obilježja visoke samosvijesti



Izvor: Vlastita izrada autora prema Techstars

5. UTJECAJ MINDFULNESS PRAKSE U PODUZETNIŠTVU KAO OSNOVA ZA RAZVIJANJE MENTALNE SNAGE PODUZETNIKA

„Pomnost (engl. *Mindfulness*) je vrsta meditacije u kojoj se osoba fokusira na to da bude intenzivno svjesna onoga što osjeća u tom trenutku, bez tumačenja ili prosuđivanja. Vježbanje svjesnosti uključuje metode disanja, vođene slike i druge prakse za opuštanje tijela i uma i smanjenje stresa.“ (MayoClinic, 2024). Ukupni dokazi podupiru učinkovitost meditacije za različita stanja, uključujući: stres, anksioznost, bol, depresiju, nesanicu i visoki krvni tlak (hipertenzija). Također se pokazalo da meditacija može: poboljšati pažnju, smanjiti izgaranje na poslu, poboljšati san i kontrolu dijabetesa, što ju čini ključnom za uspješno funkcioniranje poduzetnika. Načini primjene *mindfulness* prakse su (Mayo Clinic, 2024):

1. Obraćanje pažnje – poduzetnicima je teško usporiti i primijetiti stvari u užurbanom svijetu, poželjno je odvojiti vrijeme i doživjeti okruženje svim osjetilima – dodirom, zvukom, vidom, okusom i mirisom.
2. Življenje u trenutku – važno je privući i prihvatiti vlastitu pozornost na sve aktivnosti i pronaći radost u jednostavnim stvarima.
3. Prihvatanje sebe – preporučuje se usredotočivanje na disanje, tijekom negativnih misli sjesti te duboko udahnuti i zatvoriti oči, minimalno u trajanju od jedne minute.
4. Strukturiranje vježbe svjesnosti – npr. meditacija skeniranja tijela ležanjem na leđima s ispruženim nogama i rukama uz tijelo ili lagano hodanje uz potpunu svijest o stajanju i održavanju ravnoteže.

Mindfulness otvara mentalni prostor potreban za inovativno razmišljanje. Uz mnoštvo ljudi koji se bore za uspjeh i stalno se uspoređuju s drugima, poduzetnicima je lako upasti u tešku utrku. Kao rezultat toga, mnogi se ambiciozni ljudi osjećaju kao da nikad nisu dovoljno dobri ili da uvijek trče za drugima koji izgledaju bolje od njih. To može dovesti do nezdrave opsjednutosti uspjehom koji dolazi pod svaku cijenu — uključujući žrtvovanje odnosa, zdravlja ili drugih važnih aspekata života. Poduzetnička svjesnost uključuje budnost i svjesnost sadašnjeg trenutka (slika 8). To je stav koji poduzetnicima pomaže da budu otvoreniji, više primjetljivi i suosjećajni (Medium, 2024).

Slika 8. Koristi od *mindfulness*-a

Izvor: Medium, <https://medium.com/@sebastianshultz1721/the-benefits-of-mindfulness-meditation-for-the-youth-1e38d8747f13> (20.6.2024.)

Poduzetnici su konstantno pretrpani informacijama s pametnih telefona, a najviše društvenih medija i e-pošte. Posljedica toga je da imaju manje vremena za kreativno razmišljanje i rješavanje problema jer ih neprestano ometaju najnovije vijesti ili informacije. Sposobnost usmjeravanja pažnje na ono što je najvažnije jedan je od ključeva uspjeha u poslu. Omogućuje poduzetnicima da vide prilike tamo gdje drugi vide probleme, iskoriste prilike kada ih drugi propuste i donesu bolje odluke u vezi strategije i taktike kada im je to najpotrebnije. Za ambiciozne poduzetnike, primjena *mindfulness* prakse može uključivati: smanjenje stresa dubokim disanjem, poboljšanje kreativnosti fokusiranjem na ciljeve, poboljšanjem donošenja odluka (sve veći broj istraživanja pokazuje da su poduzetnici koji prakticiraju svjesnost, obraćajući pozornost na sadašnji trenutak bez prosuđivanja, sposobni donositi bolje odluke). Također, u praktične savjete za poduzetničku samosvjesnost ubrajaju se: početak dana s nekoliko trenutaka savjesnosti, kratke stanke tijekom radnog dana, redovito isključivanje digitalnih uređaja i vježbanje zahvalnosti (Medium, 2024).

Kada se poduzetnik nalazi usred situacije koja izaziva stres, pretpostavlja da se njegova organizacija povećava većom brzinom, postaje iscrpljen i osjeća pritisak da donosi kritične i

destruktivne odluke, a u međuvremenu mu nedostaje vremena za razmatranje svih opcija. Pomnost može pomoći poduzetnicima da se pripreme za poteškoće. Također, u trenucima kada nastupa važna uloga, poduzetniku je lako izgubiti perspektivu i postati reaktivan, a pomnost može pomoći u takvim situacijama stvaranjem određene mentalne distance između njega i izazova. Vezano za komunikaciju poduzetnika, planiranje što će reći ili kako će odgovoriti na zahtjev je ključno. Vježbanje svjesnosti pomaže da bolje komunicira pružajući prostor da istinski sluša drugu osobu umjesto da se drži scenarija koji je mentalno pripremio ili reagira. Ako je poduzetnik u bilo kojoj ulozi koja se suočava s klijentima, svjesnost mu može pomoći tijekom slušanja istih. Može povećati empatiju i pomoći u razumijevanju njihove perspektive (Founder's Journey, 2024).

6. ISTRAŽIVANJE PSIHOLOŠKOG PROFILA USPJEŠNIH PODUZETNIKA

6.1. Metodologija istraživanja

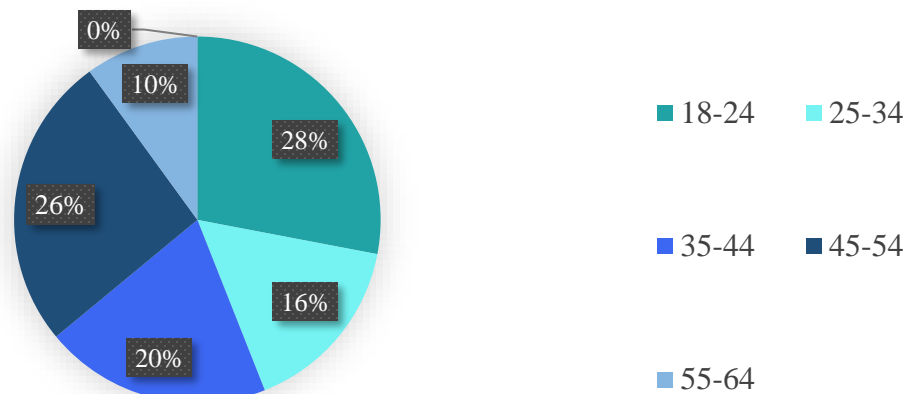
U poduzetništvu je važno razumijevati psihologiju poduzetništva na optimalan način jer ona pruža potencijal razvitka poduzetnikovog mentalnog stanja, a i njegovog poduzeća. Ciljevi ovog istraživanja su: predstaviti ključne karakteristike uspješnih poduzetnika prema mišljenjima ispitanika, utvrditi rezultate istraživanja prema temeljima teorijskog pregleda literature, predstaviti važnost određenih faktora uspješnosti poduzetnika te potaknuti ispitanike na svjesnost o važnim psihološkim čimbenicima u ulozi poduzetnika.

Provedeno je jednokratno opisno istraživanje na uzorku korištenjem metode ispitivanja jer najbolje prikazuje psihološki profil uspješnih poduzetnika i detaljno opisuje karakteristike (osobine) i važne stavove istih. Kao instrument istraživanja korišten je anketni upitnik putem interneta. Internetski anketni upitnik je bio kombiniran prema teorijama koje opisuju poduzetničke osobine i ciljevima istraživačkog rada. Anketni upitnik obuhvaćao je pretežito pitanja višestrukog odabira, pitanja prema strukturi Likertove skale, tj. mjerne skale određenih stavova te izborno pitanje kratkog odgovora. Konstrukcija anketnog upitnika podijeljena je na sedamnaest pitanja u dva dijela. Prva dva pitanja odnose se na ispitivanje demografskih karakteristika ispitanika, a pitanja od trećeg do petnaestog odnose se na ispitivanje određenih stavova ispitanika kako bi se utvrdio psihološki profil uspješnih poduzetnika.

Istraživanje je provedeno u razdoblju od 7. svibnja do 20. svibnja 2024. godine. Uzorak istraživanja je bio namjerni *on-line* uzorak ispitanika koji su bili poduzetnici iz područja Republike Hrvatske. Ukupni broj uzorka obuhvaća 100 ispitanika. Prikupljeni podaci obrađeni su upotrebom Microsoft Excel softvera za obradu podataka.

6.2. Karakteristike uzorka

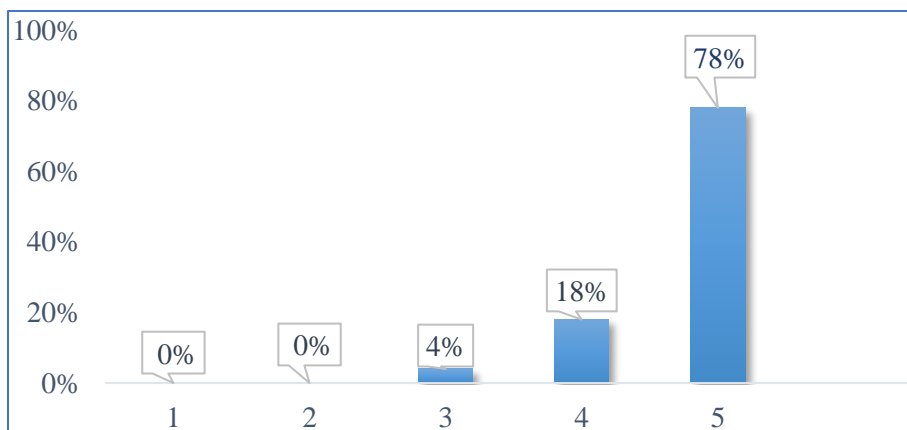
Anketni upitnik ispunjen je od strane ispitanika čiji je ukupan broj bio 100. Ispitanici muškog spola iznosili su 33 % od ukupnog broja ispitanika, dok su ispitanice ženskog spola iznosile 67 % od ukupnog broja ispitanika. Prema razvrstavanju dobne skupine, sudjelovale su punoljetne osobe, a dobna skupina ispitanika od 18 do 24 godine prevladavala je u istom ispitivanju (grafikon 1).

Grafikon 1. Dobna skupina ispitanika

Izvor: Izrada autora

6.3. Rezultati istraživanja

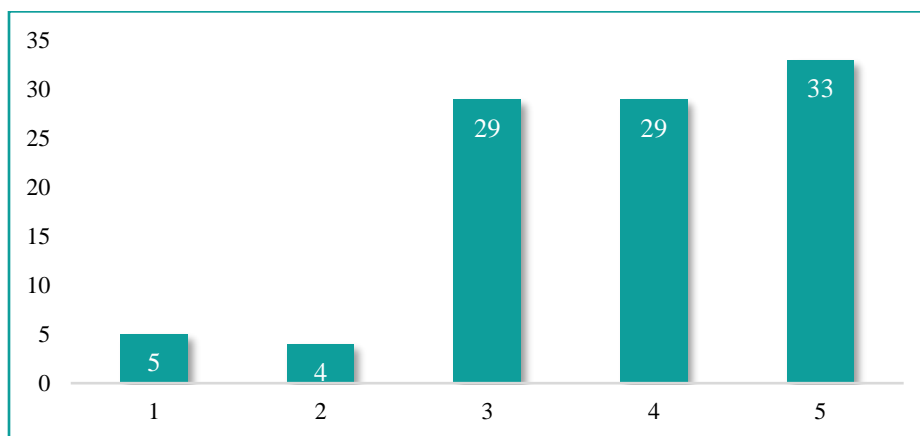
Prema podacima iz Likertove skale od pet stupnjeva, 78 % ispitanih poduzetnika je označilo da je samopouzdanje u potpunosti važno u vođenju poslovanja (grafikon 2). To predstavlja velik doprinos optimalnom poduzetničkom pothvatu i bitan faktor u opstanku poduzetnika na tržištu i njegovoj produktivnosti. Također, samopouzdanje uvelike izražava pozitivan stav poduzetnika prema određenom kriteriju poslovanja što ga čini uspješnim.

Grafikon 2. Važnost samopouzdanja prema ispitanicima

Izvor: Izrada autora

Grafikon 3 prikazuje stupnjeve korištenja strategija za upravljanje stresom (pozitivno razmišljanje, opuštanje, tjelovježba, primjerice) koje su ispitanici označili kako bi održali visoku razinu produktivnosti u svakodnevnom poslovanju. 33 % ispitanika od ukupnog broja istih izrazilo je da u potpunosti koristi navedene strategije, čime značajno jačaju vlastitu mentalnu snagu i fizičku izdržljivost tijekom radnog vremena, što im pruža bolju fleksibilnost i uspješnost u potencijalnim promjenama na tržištu. 29 % ispitanika izrazilo je da povremeno koriste iste strategije tijekom slobodnog vremena, što solidno pridonosi psihološkoj i fizičkoj izdržljivosti istih. Ujedno, prekomjeran rad može dovesti do fizičke i psihičke iscrpljenosti poduzetnika, a to može uzrokovati smanjenje motiviranosti i kreativnosti, stoga je vrlo važno povremeno koristiti barem jednu od strategija upravljanja stresom.

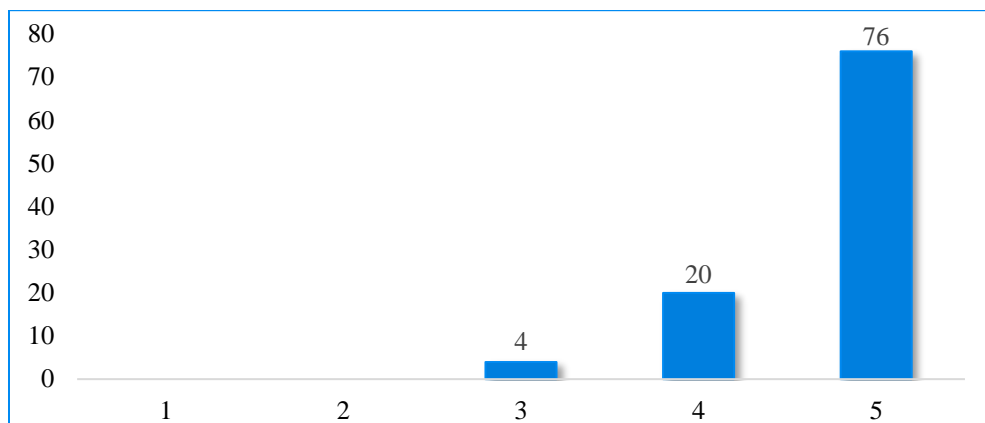
Grafikon 3. Korištenje strategija za upravljanje stresom od strane ispitanika



Izvor: Izrada autora

76 od 100 ispitanika izrazilo je da konstantna upornost i redovito ulaganje truda u vlastito poduzeće imaju pozitivan utjecaj na prevladavanje raznih izazova u svakodnevnom poslovanju, što je moguće vidjeti u grafikonu 4. Ovim stavom, ispitanici su naglasili da je izuzetno važno u što većoj mjeri naglašavati ustrajnost i ulagati vlastiti trud i napore u svom poslovanju da bi poslovanje bilo dugoročno uspješno. Nadalje, taj način poslovanja može uvelike doprinijeti budućnosti poduzetničkog pothvata i pružiti veću šansu za opstanak na poduzetnika tržištu.

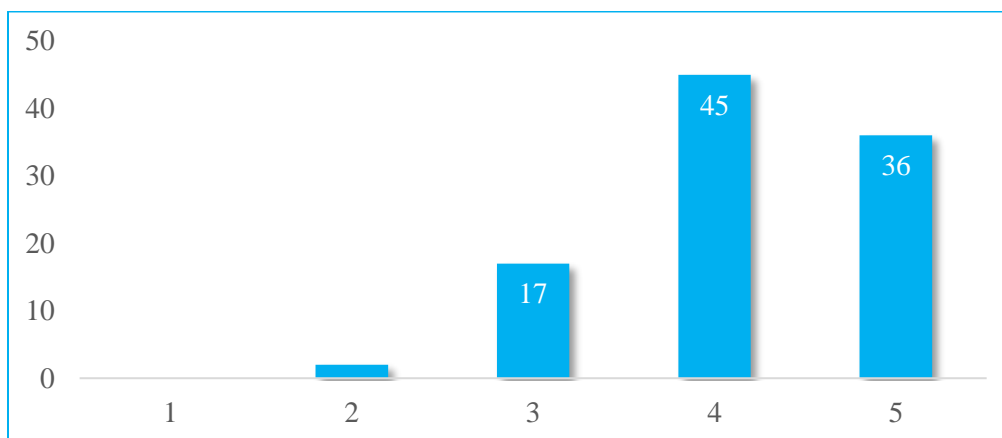
Grafikon 4. Stavovi ispitanika prema upornosti i ulaganju u poslovanju



Izvor: Izrada autora

Vežano uz planiranje i organiziranje vlastitih aktivnosti, većina ispitanika utvrdila je da su uglavnom skloni tim radnjama (grafikon 5). To podrazumijeva važnost prijevremenog planiranja aktivnosti te organizacije određenih segmenata vezanih uz obavljanje budućih aktivnosti. Takav način poslovanja i životni stil poduzetnika omogućuje im manju razinu stresa, veću razinu produktivnosti te bolju ravnotežu i fleksibilnost u svakodnevicu. Optimalna organiziranost poduzetnicima pruža postavljanje primarnih ciljeva te olakšano ispunjenje istih, što im pruža manju preopterećenost i doprinosi kvaliteti slobodnog vremena i života, uključujući odnose s obitelji i bavljenje hobbijima.

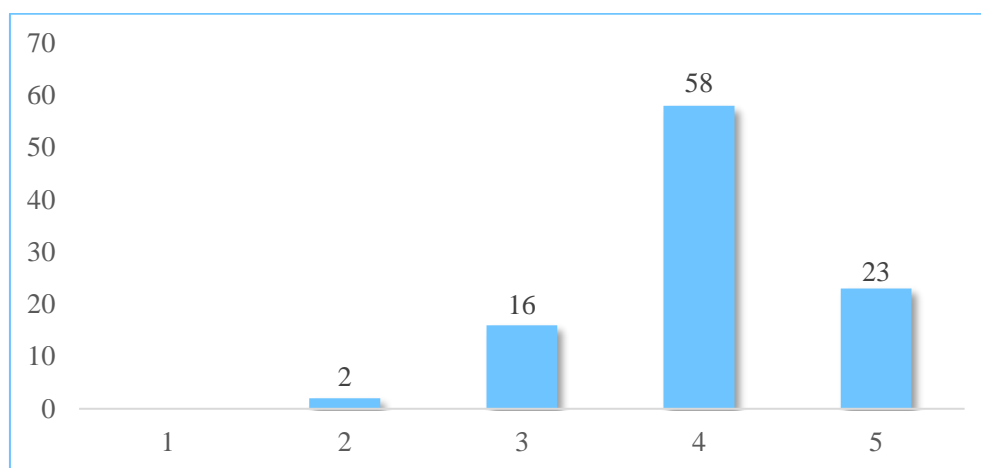
Grafikon 5. Sklonost ispitanika planiranju i organiziranju aktivnosti



Izvor: Izrada autora

Vlastitu sposobnost suočavanja s izazovima i preprekama u poduzetništvu, većina poduzetnika označila je na ljestvici vrlo dobrom, što podrazumijeva poželjan stupanj prilagodbe raznim situacijama na tržištu. Takav usvojeni stav omogućuje ispitanicima: fleksibilnost, veću šansu izdvajanja od konkurencije, veći stupanj samopouzdanja i veću motivaciju, što će im pružiti bolje zadovoljstvo vezano uz rezultate poslovanja. Kontinuiranim praćenjem tržišnih trendova, edukacijom, inovativnošću i pravovremenim upravljanjem rizicima poduzetnici mogu razviti kvalitetnu prilagodljivost na tržištu.

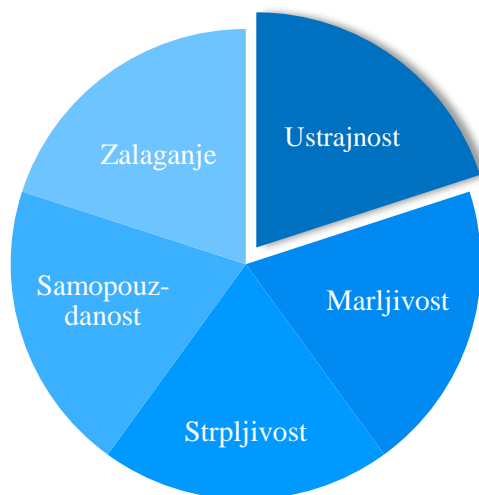
Grafikon 6. Sposobnost suočavanja s poslovnim izazovima i preprekama



Izvor: Izrada autora

U opciji slobodnog odgovora koja je pripadala pitanju izbornog odabira, ispitanici su vlastite ključne karakteristike i strategije koje su doprinijele njihovom uspjehu u ulozi poduzetnika naveli u više različitih obilježja. Prema mišljenjima ispitanika, izdvojeno je pet najvažnijih karakteristika koje doprinose uspjehnosti u ulozi poduzetnika (grafikon 7): ustrajnost, marljivost, strpljivost, samopouzdanost i zalaganje. Većina ispitanika misli da je ključno slijediti, odnosno posjedovati ove karakteristike, čime se znatno naglašava poduzetnički uspjeh, održivost poslovanja je kvalitetnija te postoji siguran potencijal razvoja i opstanka u budućnosti. Najvažnija karakteristika uspješnog poduzetnika izražava neprestanu ustrajnost u svakodnevnom poslovanju. Jača se mentalna snaga poduzetnika i njegova šansa za podizanjem ljestvice uspjeha, tj. dostignuća u „utrci“ s konkurencijom.

Grafikon 7. Karakteristike uspješnih poduzetnika prema stavovima ispitanika



Izvor: Izrada autora

6.4. Ograničenja istraživanja

Ograničenja istraživanja obuhvaćaju probleme poput nesigurnosti donošenja temeljitih i čvrstih zaključaka na temelju osnovnog skupa i kratak period za prikupljanje dovoljnog broja ispitanika. U ograničenje istraživanja ubraja se i veća kompleksnost prikupljanja osnovnog skupa u koji izravno pripadaju poduzetnici, jer bi veći broj ispitanika doveo do kvalitetnijih podataka za predstavljanje istraživanja. U usporedbi sa, primjerice, provođenjem dubinskog intervjua ili fokus grupe, teže je prikupiti podatke *on-line* anketnim upitnikom, zbog masovne prisutnosti osoba koje ne pripadaju osnovnom skupu (u ovom slučaju, osobe koje nisu poduzetnici) te neprisutnosti i manjka motivacije potencijalnih ispitanika.

7. ZAKLJUČAK

Ovaj završni rad, te njemu pripadajuće provedeno istraživanje, prikazuju da uspješni poduzetnici posjeduju određene važne psihološke karakteristike koje čine psihološki profil uspješnih poduzetnika. Ključne karakteristike ponajviše ubrajaju samopouzdanje, upornost, marljivost, kontinuirano zalaganje, strpljivost i zalaganje. Od sporednih karakteristika, čvrstoća mentalne snage poduzetnika obuhvaća i otpornost na stres, odlučnost pod većim pritiskom raznih faktora, optimalno suočavanje s izazovima i emocionalna inteligencija, koji su svakodnevni i neizbježan dio poduzetničkog pothvata.

Pojam razvoja mentalne snage kod poduzetnika učestali je rezultat kombiniranja raznih faktora sklonosti poduzetnika i kontinuiranog truda u poslovanju. Tehnika opuštanja poput *mindfulness*-a omogućuje poduzetnicima relaksaciju i odvajanje od stresa poslovanja i užurbanosti te, ako je u kontinuiranoj upotrebi, donosi im vrlo povoljan rezultat za psihološku ravnotežu. Poduzetnici koji se aktivno bave razvijanjem vlastite psihološke ravnoteže, jasno izražavaju veću fleksibilnost u raznim situacijama i kreativnost. Strategije poput kontinuiranog učenja i osobnog razvoja znatno povećavaju šansu za prepoznavanje i iskorištavanje raznih poslovnih prilika. Psihološki profil uspješnih poduzetnika i razvoj mentalne snage poduzetnika igraju jednu od najvažnijih uloga u postizanju uspjeha i prestiža.

Provedeno istraživanje na temeljima teorija i stavova ispitanika pruža kvalitetnije i detaljnije informacije za razumijevanje psihologije u poduzetništvu, važnost mentalne snage poduzetnika i definiciju psihološkog profila uspješnih poduzetnika, koji predstavlja potencijal za dugoročno poslovanje i daljnji razvoj poduzeća, te psihološke ravnoteže poduzetnika. Praktična primjena navedenih strategija i karakteristika ponašanja može pomoći budućim poduzetnicima i edukatorima u razvoju programa koji potiču psihološku otpornost i emocionalnu inteligenciju, čime se povećava šansa za uspjeh poduzetnika na tržištu.

Uspješni poduzetnici ne samo da moraju imati poslovne vještine, već trebaju biti i psihološki pripremljeni za izazove koji dolaze s vođenjem poduzeća. Integracija psiholoških strategija u svakodnevni rad poduzetnika može im pomoći da budu učinkovitiji, inovativniji i otporniji na stres. Time se stvara čvrsta osnova za dugoročni uspjeh i održivost njihovih poslovnih pothvata.

Izjava o autorstvu

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU

Bana Josipa Jelačića 22/a, Čakovec

IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, internetskih i drugih izvora) bez pravilnog citiranja. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom i nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Madlen Sabađija (ime i

prezime studenta) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću,

izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog rada pod naslovom

Psihološki profil uspješnih poduzetnika i
razvoj mentalne snage u poduzetništvu

te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

Madlen Sabađija
(vlastoručni potpis)

Literatura

1. AIContentfy [online]. Dostupno na: <https://aicontentfy.com/en/blog/role-of-innovation-in-entrepreneurship> (20.3.2024.)
2. Almeida, F., Buzady, Z. (2019). *Assessment of entrepreneurship competencies through the use of FLIGBY*. Barcelona: Digital Education Review.
3. Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Luksemburg: Publication Office of the European Union.
4. Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy*. Cambridge: Harvard Health Publishing.
5. Begley, T. M. i Boyd, D. P. (1987). *A comparison of entrepreneurs and managers of small business firms*. Thousand Oaks: Sage Publications.
6. Entrepreneur Scan [online]. Dostupno na: <https://entrepreneurscan.com/blog/psychometric-tests-for-entrepreneurs/> (27.3.2024.)
7. Entrepreneur Scan [online]. Dostupno na: <https://entrepreneurscan.com/blog/need-for-autonomy/> (4.4.2024.)
8. Entrepreneursdata [online]. Dostupno na: <https://www.entrepreneursdata.com/15-entrepreneurial-strategies/> (4.4.2024.)
9. Entrepreneurship Development & Project Management [online]. Dostupno na: <https://ebooks.inflibnet.ac.in/mgmt09/chapter/theories-of-entrepreneurship/> (6.4.2024.)
10. Entrepreneurship Development [online]. Dostupno na: <https://sites.google.com/somaiya.edu/entrepreneurshipdevelopment/entrepreneurial-motivation> (6.4.2024.)
11. Entrepreneurship theories [online]. Dostupno na: <https://entrepreneurshiptheories.blogspot.com/2017/08/need-for-achievement-achievement.html> (7.4.2024.)
12. Forbes [online]. Dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2021/07/20/why-businesses-should-embrace-a-proactive-mindset/?sh=144461cf1873> (7.4.2024.)

13. Forbes [online]. Dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2023/10/13/harnessing-emotional-intelligence-a-gateway-to-entrepreneurial-success/?sh=4fe2d18ec75e> (20.4.2024.)
14. Forbes [online]. Dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/martinzwilling/2013/06/21/the-10-worst-traits-of-even-the-great-entrepreneurs/?sh=2e10915656a6> (21.2.2024.)
15. Founder's Journey [online]. Dostupno na: <https://founders-journey.org/building-the-business/founder-ceo-roles-challenges/mindfulness-entrepreneurs-how-meditation-makes-you-a-better-leader/> (27.3.2024.)
16. Frese, M. (2020). *The Psychology of Entrepreneurship*. New York: Routledge.
17. Harvard Business School Online [online]. Dostupno na: <https://online.hbs.edu/blog/post/characteristics-of-successful-entrepreneurs> (24.2.2024.)
18. Hrvatska enciklopedija [online]. Dostupno na: <https://enciklopedija.hr/clanak/poduzetnik> (15.2.2024.)
19. Hrvatska enciklopedija [online]. Dostupno na: <https://enciklopedija.hr/clanak/inovacija> (15.2.2024.)
20. Hrvatska enciklopedija [online]. Dostupno na: <https://enciklopedija.hr/clanak/poduzetnistvo> (20.2.2024.)
21. HubSpot [online]. Dostupno na: <https://blog.hubspot.com/sales/entrepreneur-personality-traits> (20.2.2024.)
22. Hunt, R. G., Krzystofiak, F. J., Meindl, J. R., Yousry, A. M. (1989). *Cognitive style and decision making*. Amsterdam: Elsevier.
23. Lachman, R. (1980). *Toward measurement of entrepreneurial tendencies*. Berlin: Springer Nature.
24. LinkedIn [online]. Dostupno na: <https://www.linkedin.com/pulse/entrepreneur-internal-locus-control-wasara-r-p-acc-z-mba-acis/> (20.2.2024.)
25. LinkedIn [online]. Dostupno na: <https://www.linkedin.com/pulse/importance-being-proactive-business-anticipating-dr-marcio-borlenghi/> (3.3.2024.)
26. Marlino, D. L. (2003). *Teen girls on business: are they being empowered?* Boston: Simmons College School of Management.

27. Mayo Clinic [online]. Dostupno na: <https://www.mayoclinic.org/healthy-lifestyle/consumer-health/in-depth/mindfulness-exercises/art-20046356> (25.3.2024.)
28. McClelland, D. C. (1967). *The Achieving society*. New York: The Free Press.
29. Medium [online]. Dostupno na: https://medium.com/@ruchirathor_23436/entrepreneurial-mindfulness-balancing-ambition-and-well-being-11888722d318 (25.3.2024.)
30. Nexford University [online]. Dostupno na: <https://www.nexford.edu/insights/risk-taking-in-entrepreneurship> (2.3.2024.)
31. Obeidat, B. (2016). The Effect of Strategic Orientation on Organizational Performance: The Mediating Role of Innovation. *International Journal of Communications, Network and System Sciences*, 9(11), str. 478-505. Preuzeto s: https://www.researchgate.net/publication/310142456_The_Effect_of_Strategic_Orientation_on_Organizational_Performance_The_Mediating_Role_of_Innovation (20.3.2024.)
32. Obschonka, M., & Michael, S. (2017). Integrating Psychological Approaches to Entrepreneurship: The Entrepreneurial Personality System. *Small Business Economics*, 49(1), str. 203-231. Preuzeto s: https://www.researchgate.net/publication/326736347_Integrating_psychological_approaches_to_entrepreneurship_The_Entrepreneurial_Personality_System_EPS (24.2.2024.)
33. Oxford University Press [online]. Dostupno na: <https://oxfordre.com/psychology/display/10.1093/acrefore/9780190236557.001.0001/acrefore-9780190236557-e-1> (20.2.2024.)
34. Poduzetnik.biz [online]. Dostupno na: <https://poduzetnik.biz/produktivnost/kakopotaknuti-autonomiju-zaposlenika/> (20.3.2024.)
35. Project Guru [online]. Dostupno na: <https://www.projectguru.in/psychological-theories-entrepreneurship/> (22.2.2024.)
36. Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J., Hunt, H. K. (1991). *An attitude approach to the prediction of entrepreneurship*. Thousand Oaks: Sage Publications.
37. Selekcija.hr [online]. Dostupno na: <https://selekcija.hr/2012/11/proaktivno-ponasanje-u-poslu/> (3.3.2024.)
38. Simply Psychology [online]. Dostupno na: <https://www.simplypsychology.org/big-five-personality.html> (24.2.2024.)

39. Stewart, W. H., Roth, P. L. (2007). A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers. *Journal of Small Business Management*, 45(4), str. 401–421. Preuzeto s: https://www.researchgate.net/publication/228264278_A_Meta-Analysis_of_Achievement_Motivation_Differences_between_Entrepreneurs_and_Managers (20.3.2024.)
40. Techstars [online]. Dostupno na: <https://toolkit.techstars.com/eq-for-entrepreneurs> (25.3.2024.)
41. The Alternative Board [online]. Dostupno na: <https://www.thealternativeboard.com/blog/why-is-growth-important-for-a-company> (6.3.2024.)
42. University of Southern California [online]. Dostupno na: <https://appliedpsychologydegree.usc.edu/blog/the-psychology-of-entrepreneurship> (25.3.2024.)
43. Vaia [online]. Dostupno na: <https://www.vaia.com/en-us/explanations/business-studies/introduction-to-business/motivation-in-entrepreneurship/> (25.3.2024.)
44. VentureWell [online]. Dostupno na: <https://venturewell.org/wp-content/uploads/EMS-Assessment-Reviews.pdf> (24.2.2024.)
45. Vistage [online]. Dostupno na: <https://www.vistage.com/research-center/business-leadership/20161027-5-characteristics-of-an-entrepreneur/> (25.2.2024.)
46. Wealth Dynamics [online]. Dostupno na: <https://wealthdynamics.geniusu.com/blog/psychological-profile-successful-entrepreneur/> (25.3.2024.)

Popis ilustracija

Grafikon 1. Dobna skupina ispitanika	30
Grafikon 2. Važnost samopouzdanja prema ispitanicima	30
Grafikon 3. Korištenje strategija za upravljanje stresom od strane ispitanika	31
Grafikon 4. Stavovi ispitanika prema upornosti i ulaganju u poslovanju	32
Grafikon 5. Sklonost ispitanika planiranju i organiziranju aktivnosti.....	32
Grafikon 6. Sposobnost suočavanja s poslovnim izazovima i pretekama.....	33
Grafikon 7. Karakteristike uspješnih poduzetnika prema stavovima ispitanika	34
Shema 1. Piramida poduzetničkih kompetencija.....	10
Shema 2. Odrednice uspjeha poduzetnika	21
Shema 3. Obilježja visoke samosvijesti	25

Popis slika

Slika 1. Prikaz lokusa kontrole u poslovanju	5
Slika 2. Poduzetnička samoefikasnost.....	9
Slika 3. Primjeri karakteristika uspješnih poduzetnika	12
Slika 4. Inovacija u poduzetništvu.....	14
Slika 5. Slikovni prikaz strateške orijentacije poduzetnika.....	18
Slika 6. Odrednice motivacije poduzetnika.....	23
Slika 7. Slikovni prikaz emocionalne inteligencije poduzetnika.....	24
Slika 8. Koristi od mindfulness-a	27

Prilozi

Anketni upitnik

Anketni upitnik - istraživanje psihološkog profila uspješnih poduzetnika

U svrhu prikupljanja podataka i analize psihološkog profila uspješnih poduzetnika u Republici Hrvatskoj vezanog uz završni rad, studentica Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Madlen Sabađija, provodi anketno istraživanje.

Ispitivanje ovog anketnog upitnika će oduzeti otprilike 5 minuta Vašeg vremena.

Napomena

Ova anketa u potpunosti je anonimna. Vaši odgovori biti će strogo povjerljivi i korišteni isključivo u istraživačke svrhe.

Koji je Vaš spol? *

Muški

Ženski

Other: _____

Koja je Vaša dobna skupina? *

- 18-24 godine
- 25-36 godine
- 35-44 godine
- 45-54 godine
- 55-64 godine
- 65 godina ili više

1. U kojoj mjeri smatrate važnost samopouzdanja u vođenju poslovanja? *

- 1 2 3 4 5
- Uopće nije važno U potpunosti je važno

2. Koliko ste skloni preuzimanju rizika u svom poduzetničkom pothvatu (poslovanju)? *

- 1 2 3 4 5
- Uopće nisam sklon/a U potpunosti sam sklon/a

3. Kako procjenjujete svoju sposobnost suočavanja s izazovima i preprekama u poduzetništvu? *

	1	2	3	4	5	
Veoma nisko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Veoma visoko

4. U kojoj mjeri smatrate da je Vaša kreativnost ključna za inovacije i razvoj Vašeg poslovanja? *

	1	2	3	4	5	
Ni malo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Izuzetno je važna

5. Koristite li strategije za upravljanje stresom (npr. pozitivno razmišljanje, opuštanje, tjelovježba i sl.) kako biste održali visoku razinu produktivnosti? *

	1	2	3	4	5	
Nikada ne koristim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	U potpunosti koristim

6. U kojoj mjeri Vas vlastita poslovna vizija motivira da radite na ostvarenju poslovnih ciljeva? *

1 2 3 4 5

Uopće me ne motivira Potpuno me motivira

7. Kako biste ocijenili svoju sposobnost prilagođavanja promjenama na tržištu? *

1 2 3 4 5

Veoma loše Izuzetno dobro

8. Koliko ste skloni planiranju i organiziranju svojih aktivnosti? *

1 2 3 4 5

Ni malo nisam sklon/a Izuzetno sam sklon/a

9. U kojoj mjeri se osjećate opušteno u grupnim aktivnostima? *

1 2 3 4 5

Uopće se ne osjećam opušteno Osjećam se potpuno opušteno

10. Koliko smatrate da vanjski faktori poput sreće i slučajnosti utječu na Vaš uspjeh u poslu? *

1 2 3 4 5

Uopće ne utječu U potpunosti utječu

11. U kojoj mjeri smatrate da Vaša osobna inicijativa i aktivno sudjelovanje utječu na uspjeh Vašeg poduzeća? *

1 2 3 4 5

Uopće ne smatram U potpunosti smatram

12. U kojoj mjeri smatrate da upornost i trud mogu utjecati na prevladavanje izazova u poslovanju? *

1 2 3 4 5

Uopće ne smatram Potpuno smatram

13. Kako biste opisali vlastitu razinu otvorenosti za nove ideje i promjene u poslovanju? *

1 2 3 4 5

Vrlo zatvoren/a Vrlo otvoren/a

14. Kako biste opisali svoju sposobnost da ostanete prisutni i fokusirani tijekom * radnih zadataka?

1 2 3 4 5

Vrlo loša sposobnost Vrlo dobra sposobnost

15. Kako biste ukratko opisali vlastite ključne karakteristike i strategije koje su doprinjele Vašem uspjehu u ulozi poduzetnika?

Your answer
