

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA POVEZAVE MED OSEBNOSTJO PODJETNIKOV IN
NAGNJENOSTJO K TRAJNOSTNIM POSLOVNIM PRAKSAM**

Ljubljana, april 2024

SAŠA MALENKOVIĆ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Saša Malenković, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza povezave med osebnostjo podjetnikov in nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko izr. prof. dr. Alenko Slavec Gomezel

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.
11. da sem preverila verodostojnost informacij, ki izhajajo iz zapisov na podlagi uporabe orodij umetne inteligence.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

1	UVOD	1
2	PSIHOLOGIJA OSEBNOSTI	2
2.1	Psihološko proučevanje posameznikov	2
2.2	Velikih pet faktorjev osebnosti.....	8
2.2.1	Ekstravertnost	10
2.2.2	Nevroticizem	12
2.2.3	Prijetnost.....	13
2.2.4	Vestnost	14
2.2.5	Odprtost do izkušenj.....	15
2.3	Regulacijska osredotočenost.....	16
2.3.1	Teorija regulacijske osredotočenosti	16
2.3.2	Osredotočenost na spodbujanje uspehov in preprečevaje napak.....	17
2.4	Podjetniška samoučinkovitost.....	19
3	TRAJNOSTNI RAZVOJ IN NJEGOVE DIMENZIJE	20
3.1	Dimenzije trajnostnega razvoja	22
3.2	Trajnostni razvoj v podjetjih ter koncept trojnega izida	24
3.3	Trajnostne poslovne prakse.....	26
3.3.1	Okoljska dimenzija.....	26
3.3.2	Socialna dimenzija.....	28
3.3.3	Ekonomska dimenzija	31
4	EMPIRIČNA PREVERBA	33
4.1	Raziskovalna vprašanja, konceptualni model in hipoteze.....	33
4.2	Zbiranje podatkov in vzorec	43
4.3	Raziskovalne metode.....	45
4.4	Statistične metode.....	50
5	GLAVNE UGOTOVITVE	52
5.1	Struktura faktorjev	52
5.2	Prileganje modelov podatkom.....	55
5.3	Rezultati modela povezave med osebnostnimi značilnostmi podjetnikov in njihove nagnjenosti k trajnostnim poslovnim praksam	56
5.4	Sumarni pregled testiranja raziskovalnih hipotez	62
6	DISKUSIJA.....	65

6.1	Diskusija o glavnih ugotovitvah	65
6.2	Teoretične implikacije ugotovitev	67
6.3	Praktične implikacije ugotovitev	67
6.4	Omejitve raziskave	68
7	SKLEP	69
	LITERATURA IN VIRI	70
	PRILOGE	92

KAZALO TABEL

Tabela 1:	Dimenzije modela velikih pet z značilnostmi	10
Tabela 2:	Razlika med motivacijskima sistemoma spodbujanja uspeha in preprečevanja napak	17
Tabela 3:	Konfirmatorna faktorska analiza konstruktov, ki so sestavljali velikih pet osebnostnih značilnosti	52
Tabela 4:	Konfirmatorna faktorska analiza konstrukta podjetniške samoučinkovitosti	54
Tabela 5:	Konfirmatorna faktorska analiza konstruktov, ki sta sestavljala regulacijsko osredotočenost	54
Tabela 6:	Konfirmatorna faktorska analiza konstrukta nagnjenosti k trajnostnim poslovnim praksam	55
Tabela 7:	Indeksi prileganja modelov podatkov	55

KAZALO SLIK

Slika 1:	Hipotetični model motivacijskih izvorov	5
Slika 2:	Trikomponentna struktura odnosa	7
Slika 3:	Razmerje med družbeno, okoljsko in gospodarsko trajnostjo	24
Slika 4:	Predlog konceptualnega modela	34
Slika 5:	Rezultati preučevanja direktnih povezav med osebnostnimi značilnostmi iz modela velikih pet in nagnjenostjo k trajnostnemu razvoju pri podjetnikih	56
Slika 6:	Rezultati preučevanja direktnih povezav med osebnostnimi značilnostmi iz modela velikih pet in regulacijsko osredotočenostjo pri podjetnikih	57
Slika 7:	Rezultati preučevanja direktnih povezav med regulacijsko osredotočenostjo in nagnjenostjo k trajnostnemu razvoju pri podjetnikih	59
Slika 8:	Rezultati preučevanja mediacijskega učinka regulacijske osredotočenosti na povezavo med osebnostnimi značilnostmi iz modela velikih pet in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam	60
Slika 9:	Rezultati preučevanja moderacijskega učinka podjetniške samoučinkovitosti na povezavo med regulacijsko osredotočenostjo podjetnikov in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam	61

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Kritike in pomanjkljivosti modela velikih pet	1
Priloga 2: Globalni cilji trajnostnega razvoja	4
Priloga 3: Sestava vzorca	6
Priloga 4: Anketni vprašalnik	7
Priloga 5: Korelacije	15

SEZNAM KRATIC

angl. – angleško

16PF – (angl. 16 personallity factors); 16 osebnostnih dejavnikov

BF – (angl. big five); velikih pet (osebnostnih značilnosti)

CFI – (angl. comparative fit index); primerjalni indeks prileganja

EPI – (angl. Eysenck Personality Inventory); Eysenckov osebnostni vprašalnik

EPQ – (angl. Eysenck Personality Questionnaire); Eysenckov osebnostni vprašalnik (nova verzija)

ESE – (angl. entrepreneurial self-efficacy); podjetniška samoučinkovitost

HERO – (angl. health enhancement research organisation); raziskovalna organizacija za krepitev zdravja

IAS – (angl. interpersonal adjective scales); medosebna lestvica pridevnikov

KMO – (angl. Kayser-Mayer-Olkin); Kayser-Mayer-Olkin test

MSP – mikro, majhna in srednje velika podjetja

PRF – (angl. personality research forum); osebnostni raziskovalni obrazec

RF – (angl. regulatory focus); regulacijska osredotočenost

RFT – (angl. regulatory focus theory); teorija regulacijske osredotočenosti

RMSEA – (angl. root mean square error of approximation); kvadratni koren srednje kvadratne napake zaradi aproksimacije

ROA – (angl. return on assets); dobičkonosnost sredstev

ROE – (angl. return on equity); dobičkonosnost kapitala

SGDs – (angl. the sustainable development goals); cilji trajnostnega razvoja

SPSS – (angl. statistical package for social sciences); statistični paket za družbene vede

SRMS – (angl. standardized root mean square residual); povprečni kvadratni odklon

TBL – (angl. tripple bottom line); koncept trojnega izida

TPI – trajnostni poslovni indeks

TPP – trajnostne poslovne prakse

1 UVOD

V zadnjih desetletjih je zaznan močan trend poudarjanja pomembnosti trajnosti, kar je vodilo v intenzivnejše raziskovanje tudi na področju trajnostnega razvoja v podjetjih (Chungyalpa, 2021). Ena od raziskovalnih smeri se ukvarja z raziskovanjem pomena osebnosti podjetnikov pri trajnostnem delovanju podjetij. Novejša raziskava je bila izvedena leta 2021 v Pakistanu. Skupina strokovnjakov je raziskovala vpliv velikih petih osebnostnih značilnosti služnostnih vodij v mikro, majhnih in srednje velikih podjetjih na oblikovanje zaznave in namenov v zvezi s trajnostnim podjetništvom. Analiza je pokazala, da ima ekstravertnost daleč najmočnejšo povezavo s trajnostnimi nameni. Sledi ji vestnost, pozitivno povezavo z nameni trajnostnega razvoja pa je dokazala tudi prijetnost. Odprtost se je pri dotični raziskavi izkazala za najmanj močno, ampak še značilno povezavo, medtem ko nevroticizem ni prikazal nobene povezave s trajnostnim razvojem (Khan in drugi, 2021). Pa vendar raziskava ni proučevala vpliva regulacijske osredotočenosti in podjetniške samoučinkovitosti, ki se kot dva dodatna vidika osebnostnih značilnosti pogosto pojavljata v kontekstu podjetništva in velikih petih. Poljska raziskava (Bak, 2009) je npr. potrdila, da obstaja močna povezava med modelom velikih pet in regulacijsko osredotočenostjo, pri čemer je ta najboljše predvidena z ekstravertnostjo. Raziskava avtorjev Xing in drugi (2017) pa je ob sočasnem ugotavljanju vpliva regulacijske osredotočenosti vključila tudi podjetniško samoučinkovitost.

V magistrskem delu sem proučevala povezavo med osebnostnimi značilnostmi podjetnikov in nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam v njihovih podjetjih. Pri tem sem se osredotočila na slovenska mikro, majhna in srednje velika podjetja (v nadaljevanju MSP), ki predstavljajo kar 99,8 % vseh slovenskih podjetij. Osebnostne značilnosti podjetnikov sem raziskovala z vidika velikih pet osebnostnih značilnosti, regulacijske osredotočenosti, ki predstavlja odnos (angl. attitude) kot vidik osebnosti ter podjetniške samoučinkovitosti, ki predstavlja prepričanje (angl. belief) kot vidik osebnosti.

Namen magistrskega dela je tako bil bolje razumeti dejavnike nagnjenosti k trajnostnim poslovnim praksam, ki jih izvajajo podjetniki v MSP in izvirajo iz osebnosti njih samih. Iz tega razloga sem nameravala ugotoviti, kako so osebnostne značilnosti (specifično velikih pet), uravnavanje regulacijske osredotočenosti in podjetniška samoučinkovitost povezane s trajnostnimi poslovnimi praksami podjetnikov MSP.

Cilj magistrskega dela je bil konceptualno opredeliti in empirično preveriti povezanost ekstravertnosti, prijetnosti, vestnosti, nevroticizma, odprtosti (velikih pet osebnostnih značilnosti), regulacijske osredotočenosti ter podjetniške samoučinkovitosti z nagnjenostjo k trajnostnim praksam podjetnikov v MSP v Sloveniji. Praktična implikacija moje raziskave zajema vključevanje spoznanj o vlogi osebnosti pri spodbujanju trajnostnega poslovanja in razvijanju vidikov osebnosti podjetnikov v MSP, ki pripomorejo k nagnjenosti k trajnostnim poslovnim praksam.

Pri izdelavi magistrskega dela sem v prvem, teoretičnem delu, uporabljala opisno (deskriptivno) metodo znanstveno-raziskovalnega dela, ki zajema opisovanje, primerjavo, analizo in sklepanje povezav o proučevanih pojavih. Poglobljen pregled izbrane tuje in domače ter znanstvene in strokovne literature mi je pripomogel pri oblikovanju hipotez, ki sem jih preverjala v drugem delu magistrskega dela. Drugi, empirični, del tega magistrskega dela je osredotočen na zbiranje primarnih podatkov. Filion (2011, str. 78) je na podlagi proučenih definicij vseh pomembnejših pionirjev na področju podjetništva podjetnika definiral kot: »akterja, ki inovira s prepoznavanjem priložnosti ter sprejema zmerno tvegane odločitve, ki vodijo v dejanja, ki prispevajo dodano vrednost in zaradi katerih je potrebna učinkovita raba virov«. Tako je Filion (2011) pritrdil ugotovitvam Low in MacMillan (1988), ki sta podjetništvo definirala kot: »obvladovanje in uporaba virov za ustvarjanje inovativne gospodarske organizacije (ali mreže organizacij) za doseganja dobička ali rasti v pogojih tveganja in negotovosti«. Pri zbiranju vzorca sem sledila tudi merilu, ali je posameznik (so)lastnik podjetja, ki je bilo ustanovljeno na podlagi prepoznane poslovne priložnosti.

V svoj vzorec sem zajela 265 podjetnikov MSP v Sloveniji. Anketo sem oblikovala v spletnem orodju 1KA in jo pilotsko preverila na treh poizkusnih anketirancih. Po pridobitvi odgovorov sem uporabila program Excel za urejanje baze. Program IBM SPSS verzija 29.0 za macOS mi je bil v pomoč pri oblikovanju deskriptivne statistike, enačbe pa sem strukturno modelirala v programu IBM SPSS Amos verzija 26 in preverila hipoteze, ki sem jih postavila v teoretičnem delu magistrskega dela.

Znanstveni prispevek magistrskega dela je večplasten. Prvič: gre za prvo raziskavo, ki poveže velikih pet (angl. big five, v nadaljevanju BF) s trajnostnimi poslovnimi praksami (v nadaljevanju TPP) preko mediacijskega učinka regulacijske osredotočenosti (angl. regulatory focus, v nadaljevanju RF) in moderacijskega učinka podjetniške samoučinkovitosti (angl. entrepreneurial self-efficacy, v nadaljevanju ESE). S tem poglobljam znanje na področju povezav BF z rezultati podjetniškega udejstvovanja. Drugič: na vzorcu MSP sem preverila zanesljivost in veljavnost trajnostnega poslovnega indeksa (v nadaljevanju TPI) ter mero zajela v konceptu TPP. Tretjič: z raziskavo doprinašam k razumevanju TPP v MSP z različnih vidikov osebnosti in podajam teoretične implikacije za prihodnje raziskovanje tega področja.

2 PSIHOLOGIJA OSEBNOSTI

2.1 Psihološko proučevanje posameznikov

Psihološko proučevanje posameznikov izhaja iz psihologije, ki jo je James (1890, str. 15) definiral kot »znanost o duševnem življenju, tako o njegovih pojavih kot tudi o njegovih pogojih«. Ladd (1887) pa je v svoji definiciji v središče postavil zavest in psihologijo

opredelil kot opis in razlago stanj zavesti kot takih. Dandanes je psihologija pogosto opisana kot študija uma in vedenja (Antonides, 1996, str. 9). V zadnjih desetletjih so znani raziskovalci, kot sta Katona (1951) in Kahneman (2003), razvili različna dognanja, s katerimi so potrdili tesno in neposredno meddisciplinarno povezanost med psihologijo in ekonomijo. Pri tem ne gre zgolj za skupne meje, gre tudi za prekrivanje vprašanj, ki jih disciplini postavljata. Tako se je postopoma oblikovala nova skupna disciplina »ekonomska psihologija« (Roland-Lévy in Kirchler, 2009). Danes se ekonomska psihologija ukvarja predvsem z razumevanjem človeških izkušenj in človeškega vedenja v ekonomskem kontekstu (Kirchler in Hölzl, 2003; Lewis, 2008). Tovrstne študije so med drugim dokazale, da pozitivno ali negativno efektivno počutje managerjev in notranje zadovoljstvo pri delu vodita k povečani ali zmanjšani uspešnosti (Hosie in drugi, 2012); povezale so podjetništvo in psihične motnje (Wiklund in drugi, 2016) ter ugotavljale povezanost med psihološkimi spremembami v mentalnem zdravju in uspešnostjo zaposlenih (Panchal in drugi, 2022).

Psihologija je veda, ki na znanstveni način proučuje osebnost, duševne procese, odnos posameznika do samega sebe, soljudi in okolice ter vedenje posameznika. Prvi element, osebnost, je Allport (1961, str. 28) označil kot »dinamična organizacija tistih psihofizičnih sistemov v posamezniku, ki določajo njegovo značilno vedenje in mišljenje«. Larsen in Buss (2017, str. 4) sta osebnost konceptualizirala kot »skupek relativno trajnih in organiziranih psiholoških značilnosti in mehanizmov znotraj posameznika, ki vplivajo na njegovo interakcijo z intrapsihičnim, fizičnim in družbenim okoljem in tudi na posameznikovo prilaganje nanj«. Funder (2019, str. 68) pa trdi, da se osebnost »nanaša na značilne vzorce mišljenja, čustvovanja in vedenja osebe, skupaj s (skritimi ali ne) psihološkimi mehanizmi, ki stojijo za temi vzorci«. Ob tem je potrebno poudariti, da so Mischel in drugi (2007) opozorili, da ima izraz osebnost več definicij, pri čemer pa noben pomen še ni splošno sprejet. Kljub temu pa se številni raziskovalci strinjajo, da je osebnost kot celota sestavljena iz posameznih enot, t. i. osebnostnih značilnosti, ki so lahko zelo kompleksne ali specifične (Musek, 2015, str. 17). Na podlagi številnih definicij in njihovih skupnih točk lahko osebnost generalno razumemo kot celostni sistem naših značilnosti, ki so (Bergner, 2020):

- trajne (v nasprotnem primeru govorimo zgolj o »epizodah«, ki izkazujejo dotično značilnost);
- konsistentne (gre za ponavljajočo se vedenjsko težnjo);
- relativistične (na podlagi česa je posamezna značilnost predmet obravnave iz vidika dimenzionalnosti, pri kateri ima spremenljivka lahko relativno visoko ali nizko vrednost).

Veliko število osebnostnih značilnosti tradicionalno delimo na štiri velika področja osebnosti (ki predstavljajo prvo področje psihološkega proučevanja): temperament, značaj, sposobnosti in telesno zgradbo oz. konstitucijo (Musek, 2004). Costa in McCrae (1995, str. 235) sta osebnostne značilnosti definirala kot »dimenzije oz. razsežnosti posameznikovih razlik v nagnjenosti k doslednim vzorcem, misli, čustev in dejanj«. Osebnostne značilnosti

so dejavniki medosebnega razlikovanja in sodijo med najpomembnejše vzorčne dejavnike našega obnašanja in doživljanja, zato imajo velik vpliv na vsa področja našega življenja (Musek, 2015, str. 17). Osebnostne značilnosti voditeljev so predmet številnih raziskav, ki ugotavljajo, kako so le-te povezane z uspešnostjo podjetja (Farrington, 2012), načinom vodenja (Simic in drugi, 2017), učinkovitim vodenjem s strani voditeljev (Parr in drugi, 2016) ter številnimi drugimi vidiki poslovanja.

Drugo področje psihološkega proučevanja so duševni procesi, ki jih sestavljajo čustva, motivacije in kognicije (Hilgard, 1980). Prvi element (motivacija) je psihološki proces, ki spodbuja in usmerja naše vedenje. Nanaša se tako na čustva, misli in stališča, kot tudi na pojmovanja, prepričanja in druge psihične vsebine (Petri, 2012). Motivacija odgovarja na vprašanje, zakaj oz. čemu se ljudje obnašamo tako kot se. Odgovor na prvo vprašanje se nanaša predvsem na razlog, drugo pa se osredotoča predvsem na ciljno vedenje oz. namen. Medtem ko različni raziskovalni pristopi pojem motivacije razlagajo zelo različno, so vsi skladni v opredelitvi, da je motivacija (Kobal Grum, 2021, str. 8):

- doživljena napetost, ki je usmerjena k določenemu ciljnemu objektu;
- notranji proces, ki vpliva na smer, vztrajnost in intenzivnost k cilju usmerjenemu vedenju;
- specifična potreba, želje ali težnja po dosežku, ki spodbuja vedenje v skladu s ciljem.

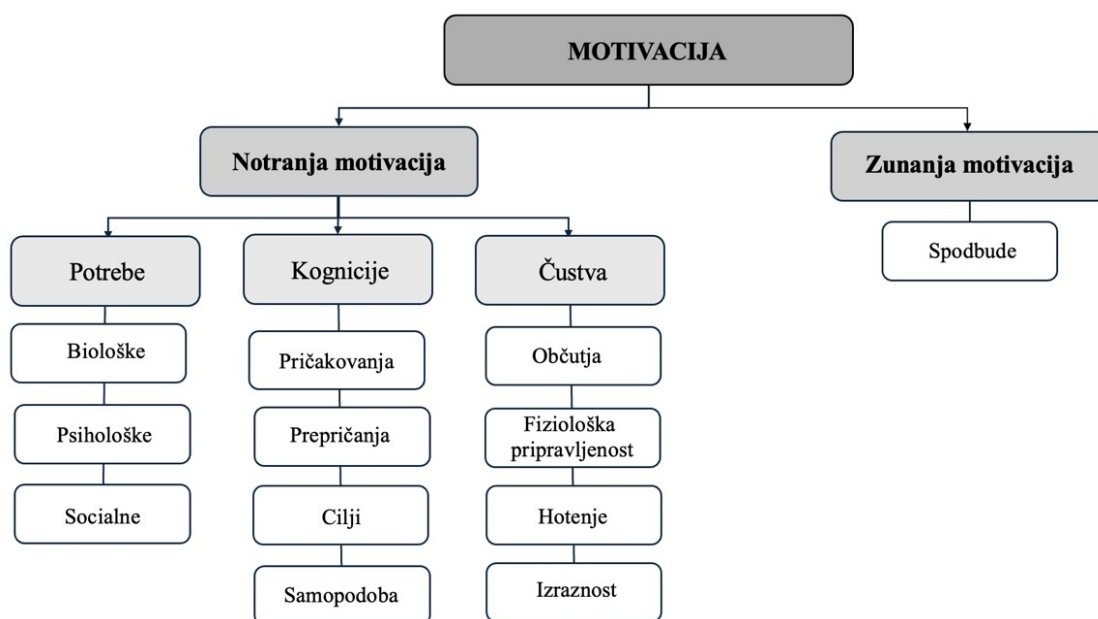
Reeve (2014) je na vprašanje, zakaj se ljudje obnašamo kot se, odgovoril z modelom dveh virov motivacije. Z njim je prikazal, da splošno motivacijo posameznika sestavljata notranja motivacija (ki izvira iz potreb, kognicije in čustev) ter zunanja motivacija (katere vir predstavljajo predvsem spodbude). Nadaljnjo razdelitev motivacijskih izvorov predstavljam na sliki 1.

Motivacijo številne študije umeščajo tudi v ekonomski kontekst. Kolonoski (2011) je v svoji raziskavi dokazal, da je nacionalna raven delovne motivacije močno povezana z vidiki kulture in gospodarskega razvoja. Abbey (2002) je v svoji raziskavi opravil medkulturno primerjavo motivacije za podjetništvo in ugotovil, da je določene razlike v tovrstni motivaciji mogoče pripisati njihovem kulturnemu okvirju. Koudelková in Milichovský (2015) pa sta v svoji raziskavi dokazala korelacijo med motiviranostjo zaposlenih in uspešnimi inovativnimi procesi ter opozorila na pomembnost inovacijskih iniciativ s strani vodij.

Drug element duševnih procesov je kognicija, ki je, kot je razvidno iz hierarhičnega modela Reeve (2014), ki je prikazan na sliki 1, prav tako del notranje motivacije. Kognitivna psihologija je v 20. stoletju močno pripomogla k hitremu in pomembnemu razvoju raziskav na področju zaznavanja sveta ter področju oblikovanja spominov in mišljenja (Solso in drugi, 2005). V splošnem se kognicija nanaša na vse kognitivne procese; torej psihološke procese, ki se dogajajo v naših možganih, ko zaznavamo, obdelujemo, shranjujemo in

predelujemo informacije, ki jih dobimo s pomočjo zaznav, prepričanj in izkušenj (Kobal Grum, 2021, str. 11), celo ko te informacije niso prisotne v okolju – npr. v sanjah (Barnes-Holmes in drugi, 2016), in jih pretvarjamo v znanje (Kobal Grum, 2021, str. 11). Med kognitivne procese spadajo občutenje, zaznavanje, učenje, spomin, jezik, govor in zavest; ti se delijo še na posamezne podprocese (Kobal Grum, 2021, str. 11). Neisser (1967) trdi, da je kognicija ključna za psihologe, saj je lahko osnova za vse, kar ljudje počnemo. Primerja jo s programom v računalniku, ki shranjuje in ponovno uporablja informacije in poudarja, da bi psihologi radi razumeli, kako se ti procesi odvijajo v človeških možganih.

Slika 1: Hipotetični model motivacijskih izvorov



Vir: prirejeno po Reeve (2014).

Kognicija v povezavi z ekonomijo tvori področje kognitivne ekonomije, znotraj katere so opravljene številne študije, ki odgovarjajo na vprašanja obeh področij. Crusius in drugi (2012) so v svoji študiji raziskali ekonomsko obnašanje iz socialno-kognitivne perspektive. Poudarili so, da lahko na videz podobne pojave uravnavajo zelo različni psihološki procesi. Situacijski kontekst so označili kot ključno determinanto psiholoških procesov, ki uravnavajo, kako ljudje procesiramo informacije in preko tega vplivajo na vedenje. De Carolis in Saporito (2006) sta v svoji raziskavi na podlagi socialno-kognitivne teorije postavila model, ki kaže, da je podjetniško vodenje posledica medsebojnega delovanja okolij in določenih kognitivnih predsodkov pri podjetnikih. Simon in drugi (2000) pa so v svoji študiji povezali kognitivno pristranskost, zaznavanje tveganja in ustanavljanje podjetij ter prišli do spoznanja, da posamezniki z iluzijo nadzora slabše zaznavajo tveganje, kar posredno pozitivno vpliva na sprejemanje odločitve o ustanavljanju podjetja.

Tudi čustva so sočasno element duševnih procesov in tako tretji del notranje motivacije. Kljub temu, da obstaja literatura o psihobiologiji afekta, še vedno splošno sprejeta

opredelitev čustev ne obstaja. Cabanac (2002) je v svoji raziskavi kot definicijo predlagal naslednjo opredelitev: »Čustvo je vsako duševno doživetje z visoko intenzivnostjo in visoko hedoničnostjo«. V splošnem čustva predstavljajo duševne procese in stanja, ki izražajo človekov vrednostni sistem do zunanjega sveta in samega sebe (Lamovec, 1991). Z njimi spoznamo osebe, dogodke in situacije ter jih čustveno ovrednotimo. Čustva so torej del evalvacije in se pojavljajo ob objektih, ki so za posameznika pomembni (Šadl, 1999). Z vidika funkcionalnosti imajo čustva prilagoditveno funkcijo (omogočajo, da se organizem učinkovito prilagaja okolju), delujejo kot motivi (usmerjajo nas k objektom in situacijam, ki sprožajo pozitivna čustva), pomembno vlogo pa imajo tudi pri komunikaciji in uravnavanju socialnih odnosov. Osnovne značilnosti čustev so naslednje (Kobal Grum in Seničar, 2012, str. 25):

- čustva so namenska stanja, saj se nanašajo na določen objekt, ki ga vrednotimo;
- vrednostni odnos je notranje ocenjen, saj gre za izrazito subjektivno stanje;
- čustva so prehodno in časovno omejena stanja.

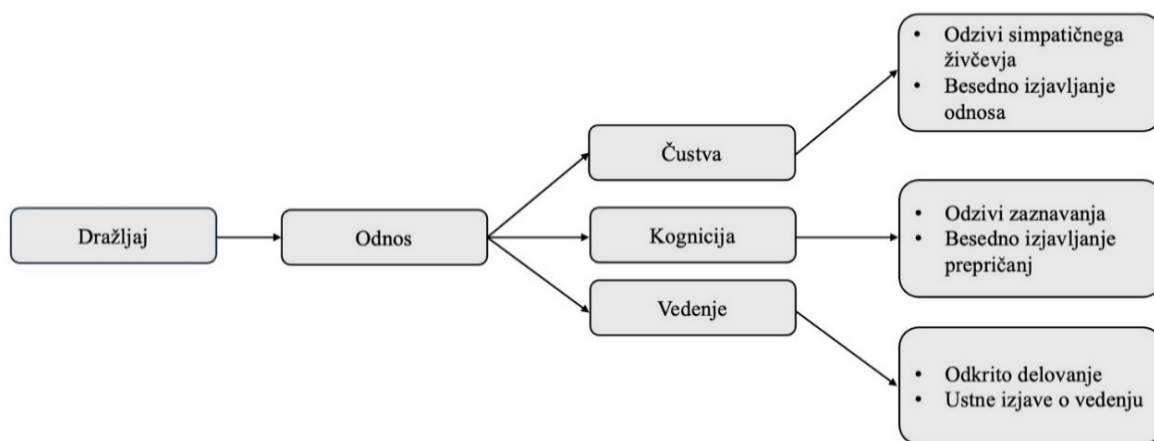
Integracija čustev v ekonomske raziskave je pogosta predvsem v študijah, ki raziskujejo vlogo čustev v ekonomskem vedenju (Loewenstein, 2000; Virlic, 2012), Enachescu in drugi (2019) pa so v svoji multidisciplinarni študiji raziskali vlogo čustev pri izpolnjevanju davčnih obveznosti. Rezultati študije so pokazali, da je mogoče posebna čustva, ki so pomembna v procesu plačevanja davkov, združiti v pozitivna čustva na splošno in na drugi strani v posebna, negativna čustva samoobtoževanja, jeze in strahu. Grichnik in drugi (2010) so v svoji študiji odkrivali, kako čustva vplivajo na vrednotenje in izkoriščanje podjetniških priložnosti. Rezultati so pokazali, da pozitivna čustva na eni strani pozitivno vplivajo na vrednotenje priložnosti, a sočasno negativno vplivajo na njihovo izkoriščenje. Nepresenetljivo pa se je pokazalo tudi, da negativna čustva ne vplivajo negativno zgolj na vrednotenje, pač pa tudi na izkoriščanje podjetniških priložnosti.

Tretje področje psihološkega proučevanja je posameznikov odnos do samega sebe, soljudi in okolice. Izraz »odnos« sta v psihologijo uvedla Spencer in Bain leta 1860, z njim pa opisala notranje stanje pripravljenosti na vedenje (Cacioppo in drugi, 1994). Allport (1935) ga je opisal kot duševno in nevronske stanje pripravljenosti, ki je organizirana na podlagi izkušenj in ima usmerjevalni ali dinamičen vpliv na odziv posameznika na vse predmete in situacije, s katerimi je povezan. Eagly in Chaiken (1993, str. 155) pa sta ga opredelila kot »težnjo po ocenjevanju entitete z določeno stopnjo naklonjenosti ali nenaklonjenosti, ki se običajno izražajo v kognitivnih, afektivnih in vedenjskih odzivih.« Podobno je odnos razumel tudi Rosenberg (1960), ki je oblikovala tridelni pogled nanj. Ta predpostavlja, da je odnos sestavljen iz treh komponent (Rosenberg, 1960):

- spoznanja o entiteti (prepričanja),
- afektivni odzivi (čustva ali občutki),
- vedenja ali vedenjskih teženj do predmeta.

Na sliki 2 predstavljam trikomponentni pogled na odnos. Gre za teoretično podlago, ki zagovarja, da odnos (med drugim) korelira z vedenjem.

Slika 2: Trikomponentna struktura odnosa



Vir: prirejeno po Rosenberg (1960).

Tudi Festinger (1957) je v teoriji kognitivne disonance poudaril, da ljudje čutimo potrebo po ohranjanju skladnosti med svojimi spoznanji. V kolikor se posameznik zave neskladnosti med svojimi spoznanji, doživi kognitivno disonanco – neprijetno stanje, ki ga bo motiviralo neskladje odpraviti. Tako teorija kognitivne disonance vodi k napovedi, da sta odnos in vedenje posameznika med seboj skladna oz. bosta k skladnosti težila. Odnos se dandanes pojavlja tudi v številnih ekonomskih študijah. Zhong in drugi (2009) so v svoji raziskavi s pomočjo eksperimentalnega ekonomskega protokola v kombinaciji s klasično strategijo dvojčkov proučili nagnjenost oz. odnos do prevzemanja ekonomskega tveganja in zagotovili neposredne dokaze o 57 % dednosti. Diržytė in Rakauskienė (2016) sta ugotovila, da ni nujno, da odnos porabnikov do zelene potrošnje vpliva na njihovo nakupno vedenje. Kot najbolj verjetni razlog za tovrstno dognanje sta navedla višjo ceno eko-prijaznih proizvodov, vendar domneva zahteva dodatne raziskave. Lee in Wong (2003) pa sta v svoji študiji na študentih terciarnega izobraževanja raziskala povezanost med odnosom do podjetniškega izobraževanja in ustvarjanja novih podjetij ter ugotovila pozitivno korelacijo.

V svojem magistrskem delu se bom osredotočila na tri postavke psiholoških proučevanj: osebnost, duševni procesi in odnos do soljudi/okolice. Pri postavki osebnost se bom usmerila na osebnostne značilnosti podjetnikov, ki jih bom proučevala po modelu BF. Gre za splošno priznan model, ki je pogosto v uporabi tudi v podjetniškem kontekstu. S postavke duševnih procesov se bom osredotočila na prva dva elementa, motivacijo in kognicijo. Pri elementu motivacija bom podrobneje preučila RF podjetnikov. Teorija regulacijske osredotočenosti obravnava motivacijo, ki jo imajo ljudje pri zasledovanju ciljev (Higgins, 1997). Iz elementa kognicija pa bom v svojo magistrsko delo vpeljala ESE, ki se nanaša na mero prepričanosti podjetnikov v lastne sposobnosti za izvajanje različnih nalog in projektov, povezanih s

podjetništvom (Boyd in Vozikis, 1994). Tretji element duševnih procesov – čustva v mojem magistrskem delu ne bo inkorporiran direktno, kljub temu pa bo imel posredni vpliv na rezultate. Ne le, da čustva predstavljajo pomemben vidik notranje motivacije, ampak so zastopana tudi v našem kognitivnem sistemu. Naše kognitivne sheme namreč implementiramo v znanje o čustvih, ki ga pridobivamo z vsakdanjo izpostavljenostjo različnim dražljajem. To vpliva na naše doživljanje in izražanje čustev; čustva, obogatena z znanjem, pa posledično vplivajo na naše zaznave, spomin in odločanje. Tretjo postavko psiholoških proučevanj, odnos do soljudi/okolice, bom raziskovala preko nagnjenosti k TPP oz. trajnostnemu razvoju. Ta namreč predstavlja usmeritev v širši družbeni dobrobit preko zasledovanja ravnotežja med želenimi družbenimi, gospodarskimi in okoljskimi vidiki razvoja. Kljub temu, da četrti del psihološkega proučevanja (vedenje) v svojem magistrskem delu ne bom inkorporirala neposredno, pa je ta vključen preko njegove korelacije z odnosom.

2.2 Velikih pet faktorjev osebnosti

Velik del znanstvenega raziskovanja osebnosti se osredotoča na odkrivanje najkompleksnejših in najbolj informativnih osebnostnih značilnosti, še posebej temeljnih dimenzij osebnosti (Musek, 2011, str. 13). Zato je psihologija osebnosti potrebovala opisni model ali taksonomijo svojega raziskovalnega predmeta, ki bi opredelil krovna področja, znotraj katerih bi bilo mogoče poenostavljeno razumeti veliko število specifičnih primerov. Takšna taksonomija je raziskovalcem omogočila proučevanje določenih področij osebnostnih značilnosti, da ne bi ločeno proučevali tisoče posameznih značilnosti, ki delajo posameznike edinstvene. Poleg tega je splošno sprejeta taksonomija zelo olajšala poročanje empiričnih ugotovitev, saj je ponudila standardni nabor besed (John in Srivastava, 1999, str. 2).

Naravni jezik je bil prepoznan kot vir atributov za znanstveno taksonomijo s strani številnih psihologov. Tudi Allport in Odbert (1936) sta leta 1936 pričela odkrivati osebnostno pomembne izraze z leksikalnim pristopom. Tovrsten pristop je temeljil na leksikalni hipotezi, ki med drugim predpostavlja, da so družbeno pomembne razlike med posamezniki zakodirane v jeziku (Allport, 1937). Allport in Odbert (1936) sta preučila več kot milijon besed v Websterjevem mednarodnem slovarju in iz njega poskušala izluščiti besede, za katere sta sklepala, da opisujejo opazne in relativno stabilne človeške značilnosti, na podlagi katerih je mogoče razlikovati vedenje enega človeka od vedenja drugega. V tem postopku sta opredelila 18.000 potencialnih besed, vendar jih je zgolj 45 ustrezalo njuni opredelitvi osebnosti.

Klasifikacija, ki sta jo pripravila Allport in Odbert (1936), je predstavljala dobro izhodišče, a ni zagotavljala sistematičnega okvirja za razlikovanje, razvrščanje in poimenovanje individualnih razlik v vedenju in doživljanju ljudi, zato ni imela praktične vrednosti (John, 1989). Z razvojem tovrstnega večdimenzionalnega modela osebnostne strukture je leta 1946

začel psiholog Cattell (1943). Seznam besed, ki sta ga oblikovala Allport in Odberg (1936), je želel zmanjšati na bolj obvladljivo velikost in ugotoviti, katere človeške značilnosti so temeljne. Cattell (1943) je sprva iz seznama združil besede, za katere je smatral, da so sopomenke ali zelo podobne v pomenu in oblikoval 160 grozdov (skupin besed). Ker se ni zadovoljil zgolj z besedami iz običajnega jezika, je dodal še 11 novih skupin, ki so temeljile na strokovnih izrazih iz psiholoških raziskav. V naslednjem koraku je Cattell (1943) poznavalcem (stotim odraslim osebam) naročil, naj ocenijo, kako značilna ali neznačilna je bila vsaka od 171 skupin pri opisovanju osebnosti ciljne osebe, nato pa izračunal Pearsonove korelacijske koeficiente med vsemi spremenljivkami – s tem je ugotovil, kako močno sta povezani dve skupini besed. Na podlagi ugotovitev je ocenil katere besede merijo isto stvar in katere besede so si dovolj podobne, da lahko tvorijo večjo skupino. Tako je Cattell (1943) 4.500 besed, ki so opisovale osebnostne značilnosti, zmanjšal na 35 grozdov. V zadnjem koraku svoje raziskave je izkoristil moč takrat nove tehnologije – računalnika. Na 35 grozdih je opravil faktorsko analizo, ki je podala 12 leksikalnih faktorjev. S tem številom Cattell (1943) ni bil zadovoljen, zato je dodal štiri osebnostne konstrukte, za katere je menil, da so potrebni za pokritje vseh bistvenih osebnostnih značilnosti. V poznih 40. letih je s skupino sodelavcev oblikoval vprašalnik za samoporočanje in merjenje 16 osebnostnih dejavnikov (angl. 16 personality factors, v nadaljevanju 16PF) (Cattell in drugi, 1970). Njegovih 16PF se še danes uporablja v številnih raziskavah, tudi na ekonomskem področju (Fahr in Irlenbusch, 2008; Noël in drugi, 2003; Brandstätter, 1997).

Cattell (1943) je ostalim raziskovalcem predstavil močno skrajšan seznam spremenljivk, kar je spodbudilo proučevanje dimenzij osebnostnih značilnosti. Pri odkrivanju in pojasnjevanju dimenzij BF je sodelovalo več neodvisnih raziskovalcev. Njegovo delo sta med drugim nadaljevala tudi Costa in McCrae (1976), ki sta na postavkah 16PF izvedla analizo grozdov. Prva dva grozda, ki ju je pokazala analiza, sta bila nevroticizem in ekstravertnost – dimenziji, ki sta bili v zgodovini osebnostnih vprašalnikov že dolgo znani (Goldberg, 1971). Tretji grozd je bil odprtost za izkušnje, ki je bil v literaturi do tedaj obravnavan redko. Costa in McCrae (1976) sta sprva trdila, da vestnost in prijetnost nista objektivni osebnostni značilnosti, pač pa odražata vrednote opazovalcev. Po posvetovanju z ostalimi strokovnjaki na področju osebnostnih značilnosti, pa sta v svojo lestvico za merjenje dimenzij vključila tudi slednji in jo poimenovala NEO PI-R (Costa in McCrae, 1985). To lestvico sta uporabila kot osnovo za integracijo številnih drugih vprašalnikov, vključno z lestvicama, ki sta ju razvila Eysenck in Eysenck (1964, 1975), torej Eysenckov osebnostni vprašalnik (angl. Eysenck personality inventory – EPI) ter novi Eysenckov osebnostni vprašalnik (angl. Eysenck personality questionnaire – EPQ), lestvico, ki jo je razvil Jackson (1984), torej osebnostni raziskovalni obrazec (angl. personality research form – PRF) ter medosebno lestvico pridevnikov (angl. interpersonal adjective scales – IAS), ki jo je razvil Wiggins (1979). Costa in McCrae sta tako postala najvplivnejša zagovornika modela BF, vprašalnik NEO PI-R pa je postal najpogosteje uporabljen osebnostni vprašalnik v raziskavah BF (Johnson, 2017). Tabela 1 prikazuje dimenzije modela BF po McCrae in Costi (1985) ter njihove značilnosti in nasprotja.

Tabela 1: Dimenzije modela velikih pet z značilnostmi

Dimenzije modela velikih pet	Značilnosti	Nasprotja
EKSTRAVERTNOST	Družabnost, odločnost, dejavnost, navdušenost, pozitivnost, oddajanje topline, samozavestno obnašanje, zanimanje za dogodke, zabavo in družbo, veselost	Nedružabnost, zadržanost, odmatknjenost, hladnost, pesimizem, resnost, uživanje v samoti
NEVROTICIZEM	Jeza, depresija, skrbi, bojazni, impulzivnost, občutljivost, tesnoba, zaskrbljenost, negotovost, pritoževanje, občutki nezadovoljstva	Čustvena stabilnost, mirnost, zadovoljstvo, kontrola čustev, gotovost, sproščenost
PRIJETNOST	Neposrednost, tolerantnost, nesebičnost, zaupanja vreden, upoštevanje drugih, skromnost, vljudnost, sočutnost, pripravljenost pomagati, ljubeznivost, odkritost	Krutost, sumničavost, tekmovalnost, grobost, neprijaznost, trdota
VESTNOST	Kompetentnost, ubogljivost, prizadevanje k uspehu, samodisciplina, odgovornost, delavnost, vestnost, zaupanje vase, storilnost, preudarnost	Neurejenost, brezbržnost, nevestnost, lenobnost, nezaupanje vase, nezanesljivost
ODPRTOST	Ideje, domiselnost, estetika (ustvarjalnost, umetnost), dejanja, radovednost, odprtost, globoko doživljanje, eksperimentiranje, iskanje neodvisnosti	Pomanjkanje domišljije, nedomiselnost, nezanimanje za informacije in novosti, vztrajanje pri rutini in tradiciji

Vir: prirejeno po Musek (2005, str. 44).

Po več desetletjih raziskav je stroka sprejela konsenz o splošni taksonomiji osebnostnih značilnosti – BF osebnostnih dimenzijah. Taksonomija BF ne nadomešča vseh prejšnjih sistemov, pač pa ima integrativno funkcijo, saj raznolike sisteme opisovanja osebnosti predstavi v skupnem okvirju. Tako zagotavlja izhodišče za raziskovanje in teoretiziranje, ki lahko sčasoma privede do razlage in revizije opisne taksonomije v vzročnem in dinamičnem smislu. Kljub temu pa ima BF tudi svoje pomanjkljivosti, zato v prilogi 1 navajam najpogostejše navedene pomanjkljivosti. V nadaljevanju podrobneje opisujem vseh pet dimenzij osebnosti.

2.2.1 Ekstravertnost

Ekstravertnost – introvertnost, ki je v praksi poimenovana ekstravertnost (angl. extraversion) je izjemno široka osebnostna dimenzija, ki se nanaša na splošni odnos osebe do socialnega

sveta. Ljudje, ki so bližje ekstravertnemu delu tega kontinuuma, so bolj usmerjeni v zunanji družbeni svet, kar se odraža kot spontanost, družabnost, zgovornost in energičnost. Nasprotno so ljudje, ki so bližje introvertiranemu delu tega kontinuuma bolj usmerjeni v notranji zasebni svet, zato so bolj zadržani, tihi in premišljeni (Jung, 1923).

Ekstravertnost vključuje številne bolj specifične značilnosti, kot so družabnost, asertivnost, visoka stopnja aktivnosti, pozitivna čustva in impulzivnost (Lucas in Diener, 2001). Bucik (1998) trdi, da so ljudje z visoko stopnjo ekstravertnosti (energije) dinamični, aktivni, energični, dominantni ter gostobesedni. Ljudje z nizko stopnjo dotične dimenzije so manj dinamični in aktivni, manj energični, podrejeni ter pogosto molčeči. Zato sta poddimenziji ekstravertnosti tudi aktivnost in dominantnost (Bucik, 1998, str. 10).

Eysenck (1967) je zagovarjal, da je dimenzija ekstravertnosti posledica spremenljivosti kortikalnega vzburjenja. Osebe z nizko stopnjo ekstravertnosti (introverti) imajo nižje prage odzivanja in so posledično bolj kortikalno vzburjeni kot osebe z visoko stopnjo ekstravertnosti. Pri nizkem potencialu okoljskega vzburjenja naj bi bila uspešnost ekstravertov nižja od uspešnosti introvertov. Ob povečevanju okoljskega vzburjenja se uspešnost ekstravertov povečuje (in tako preseže uspešnost introvertov), uspešnost introvertov pa se ob tem zmanjšuje (Eysenck, 1994).

Jung (1923) je predstavil ključno razliko med ekstraverti in introverti z vidika psihične energije. Pri ekstrovertiranih ljudeh energija navadno potuje navzven, proti ljudem in objektom. Zunanji svet jih privablja, zato so radi del skupnosti, so temperamentni in radi sklepajo prijateljstva. Pri introvertih, kot nasprotni strani spektra, psihična energija potuje navznoter. Takšni ljudje so zaprti za družbene dogodke, omejujejo svoj družbeni krog, pogosto pa so tudi zasanjani.

Ekstravertnost je bila raziskana tudi v številnih raziskavah, kjer so dokazali pozitivno korelacijo med ekstravertnostjo ter srečo (Pavot in drugi, 1990). Dotična dimenzija osebnostnih značilnosti pa je vedno bolj proučevana tudi v ekonomskem kontekstu. Hinkley (2005) je raziskal korelacijo med voditeljskimi kvaliteta in introvertnostjo – ekstravertnostjo, medtem ko sta Seibert in Kraimer (2001) v svoji raziskavi dokazala pozitivno povezavo med ekstravertnostjo ter višino plače, napredovanji in zadovoljstvom s kariero.

V podjetniškem kontekstu so Antončič in drugi (2014) odkrili pozitivno povezanost med ekstravertnostjo in podjetniškimi nameni. Podobno sta v svoji raziskavi dokazala tudi Babb in Babb (1992), ki sta ugotovila pozitivno povezanost med ekstravertnostjo in tem, ali posameznik postane podjetnik. Mei in drugi (2017) so v svoji raziskavi proučevali odnos med velikimi šestimi osebnostnimi značilnostmi (čustvena stabilnost, vestnost, prijetnost, ekstravertnost, odprtost in medosebni odnosi), ESE ter podjetniško namero v kitajskem kontekstu in med drugim dokazali, da je ekstravertnost pozitivno povezana z ESE (kar je

skladno z rezultati predhodnih študij). Raziskava Zeffane (2013) pa je razkrila, da je ekstravertnost pomembno povezana tudi s podjetniškim potencialom. Ta je, poleg ekstravertnosti, pojasnjen tudi s potrebo po dosežkih in kolektivizmom.

2.2.2 Nevroticizem

Nevroticizem (angl. neuroticism) je pogosto uporabljen kot sinonim čustveni labilnosti in je druga temeljna dimenzija, ki je prisotna pri vseh pomembnih modelih osebnostne strukture in modelov osebnosti, kot so po Eysencku, Cattellu ter tudi v BF modelu (Musek, 2015). Costa in McCrae (1985) sta nevroticizem opredelila kot nagnjenost k negativnim čustvom, kot sta žalost in tesnoba, ter k nihanju razpoloženja. Od njega je odvisno tudi naše obvladovanje stresnih situacij (Musek, 2015). Sestavljajo ga naslednje osebnostne značilnosti (poteze): tesnoba, sovražnost, depresivnost, samokritičnost, impulzivnost in ranljivost (Costa Jr in drugi, 1991).

Dimenzijo nevroticizem predstavlja čustvena labilnost na eni strani kontinuuma ter čustvena stabilnost na drugi (Eysenck in Eysenck, 1985). Emocionalno stabilni ljudje (z nizko stopnjo nevroticizma) so brezskrbni, mirni ter uravnovešeni. Nasprotno pa so čustveno labilni ljudje (z visoko stopnjo nevroticizma) nagnjeni k pretiranemu razmišljanju in zaskrbljenosti, zato so pogosto anksiozni, nemirni, občutljivi in muhasti (Larsson in drugi, 2000).

Visoka stopnja nevroticizma je pogosto temelj mnogim (predvsem čustvenim) psihičnim stanjem (Musk, 2015). Raziskava Gale in drugi (2016) je dokazala močno povezanost med visoko stopnjo nevroticizma ter bipolarno motnjo, mejno osebnostjo, depresivno motnjo ter shizofrenijo. Prav tako so raziskave pokazale, da so posamezniki, ki so v nevroticizmu ocenjeni višje, tudi bolj nagnjeni k tveganemu vedenju, ki predstavlja njihov način spoprijemanja z agresivnimi razpoloženskimi stanji (Cooper in drugi, 2000). Nevroticizem je negativno povezan z zadovoljstvom z lastnim življenjem (Schimmack in drugi, 2004) in samopodobo (Yao, 2020). Tudi Weed in Kwon (2007) trdita, da visoko nevrotični posamezniki običajno slabo rešujejo probleme in jih opisujeta kot obrambne pesimiste, hkrati pa poudarjata, da visoka stopnja nevroticizma ni vedno povezana z negativnimi značilnostmi. Zaradi visokonevrotičnega vedenja so ljudje nagnjeni k visoki anticipacijski zaskrbljenosti, zaradi česar so bolj pozorni na nepredvidene dogodke. Hkrati so izjemno pozorni tako na svoje notranje doživljanje, kot tudi na fizično nelagodje. Kljub temu, da so njihove pritožbe v zvezi z zdravjem pogostejše, je njihovo splošno zdravje pogosto celo boljše. Raziskovalci domnevajo, da je to ugotovitev mogoče pripisati zgodnjemu odkrivanju potencialno škodljivih simptomov, povezanih s pogostim vedenjem za ohranjanje zdravja.

Raziskave kažejo, da so individualne razlike v nevroticizmu v veliki meri dedne. Ocene dednosti, ki temeljijo na študijah dvojčkov, se gibljejo med 40 % in 60 %. Preostale individualne razlike se pripisujejo predvsem edinstvenim okoljskim (in ne družinskim)

razlikam (Weed in Kwon, 2007). Eysenckova biološka teorija (Eysenck, 1994) trdi, da visoka stopnja nevroticizma odraža povečano reaktivnost limbičnega sistema, zaradi česar naj bi se posamezniki močno odzivali na čustveno vznemirljive izkušnje in potrebovali več časa za vrnitev v stanje pred vznburjenjem.

Raziskave z vidika povezave nevroticizma in podjetništva niso enotne. Singh in De Noble (2003) sta v svoji raziskavi ugotovila negativno povezavo med nevroticizmom in stališčem o samozaposlitvi v smislu namere in zaznane sposobnosti. Tudi ugotovitve Goldberg (1990) nakazujejo negativno povezavo med slednjima, saj so samostojni, neodvisni in individualistično usmerjeni ljudje običajno čustveno precej stabilni. Na drugi strani pa je De Vries (1977) opozarjal, da so podjetniki pogosto zelo kompleksne osebe in trdil, da so lahko tudi nekoliko nevrotične. Tudi raziskava Antončiča in drugi (2014) ni ugotovila negativne povezave med nevroticizmom in podjetništvom.

2.2.3 Prijetnost

Prijetnost (angl. agreeableness) je dimenzija medosebnega vedenja – enako kot ekstravertnost. A medtem ko se ekstravertnost nanaša predvsem na željeno količino socialne stimulacije, prijetnost predstavlja značilno kakovost interakcije »na kontinuumu od sočutja do antagonizma« (Costa in McCrae, 1985, str. 2). Graziano in Eisenberg (1997) pravita, da je prijetnost oznaka za povzetek individualnih razlik v motivaciji za ohranjanje pozitivnih odnosov z drugimi. Trdita, da je daleč najbolj pomembna značilnost v medosebnih odnosih, saj se nanaša na sposobnost razumevanja drugih, zato bi moral biti njen vpliv najbolj viden na področju socialne prilagojenosti. Sestavljajo jo naslednje osebnostne poteze: zaupanje, neposrednost, altruizem, ustrežljivost, skromnost in nežnost (Costa Jr in drugi, 1991).

Visoka stopnja prijetnosti se odraža kot dobra, sodelovalna in spodbudna naravnost (Musek, 2010, str. 128). Takšni ljudje so empatični, radodarni, nesebični, empatični in prijateljski (Bucik, 1998, str. 10). Nasprotno je nizka stopnja prijetnosti povezana s tekmovalnostjo in nezaupanjem, ki ju v skrajnem primeru, spremljata tudi asocialno in antisocialno obnašanje (Musek, 2010, str. 128). Zelo nizke stopnje prijetnosti so pogosto znaki vedenja temne triade, kot je manipulacija (Kaufman in drugi, 2019).

Prijetnost je ena izmed osebnostnih potez, ki so se oblikovale evolucijsko. Biološki vidik prijetnosti pa je opazen v dejstvu, da je tudi ta dimenzija osebnosti znatno dedna in kaže univerzalno tendenco k porastu od mladostniškega obdobja dalje (Musek, 2010, str. 128).

Raziskava Jensen-Campbell in Graziano (2001) je pokazala, da je prijetnost med vsemi dimenzijami BF najtesneje povezana s procesi in izidi v medosebnih konfliktih. Osebe z visoko stopnjo prijetnosti bodo v konfliktu z drugimi bolj verjetno uporabljale taktike izogibanja konfliktom s pripravljenostjo pogostejšega popuščanja nasprotniku. V primerjavi

z njimi bodo osebe z nizko stopnjo prijetnosti bolj verjetno uporabile taktiko prisile. Raziskava Tobin in drugi (2000) je potrdila, da so ljudje z visoko stopnjo prijetnosti bolj čustveno odzivni v čustvenih situacijah in v obvladovanje čustev vlagajo več truda kot ljudje, ki so v dotični dimenziji ocenjeni nižje.

Antončič in drugi (2014) so v raziskavi ugotovili, da je za prijetne ljudi (v primerjavi z manj prijetnimi) manj verjetno, da bodo postali podjetniki oz. imeli tovrstne namere. Razlog za to so pripisali dvema različnima vidikoma. Osebnostne značilnosti, ki so povezane s prijetnostjo, so pogosto škodljive pri odločitvah in dejavnostih ustanavljanja novih podjetij. Hkrati pa iste osebnostne značilnosti posameznikom omogočajo lažjo prilagoditev normam, politikam in kulturam obstoječim organizacijam, zato ni potrebe, da bi ustvarjali svoje. Podobno sta dokazala tudi Zhao in Seibert (2006), ki sta v svoji raziskavi odkrila, da podjetniki (definirani kot lastniki podjetij) dosegajo na področju prijetnosti nižjo stopnjo kot managerji. Wang in drugi (2019) pa so v svoji študiji z metaanalizo proučili povezavo med podjetniškimi dosežki in prijetnostjo. Ugotovili so, da med spremenljivkama obstaja pozitivna povezava, pri čemer so poudarili tudi kulturne razlike, ki imajo pri tem vpliv. Povezava se je kot močnejša izkazala v vzhodni kulturi, medtem ko je v zahodni nekoliko manj močna.

2.2.4 Vestnost

Vestnost (angl. conscientiousness) se nanaša na posameznikovo zanesljivost pri opravljanju nalog ter obnašanje v skladu z lastnimi vrednotami. Lahko je opisana tudi kot samopreverjanje (Fiske, 1994), saj se nanaša na širok sklop konstruktov, ki odražajo nagnjenost k samokontroli, odgovornosti do drugih, delavnosti, urejenosti in spoštovanju pravil (Jackson in Roberts, 2015). Musek definira osebnostno dimenzijo vestnost kot odnos do vrednot, moralnih norm, dolžnosti in odgovornosti na eni strani, ter red, urejenost, samokontrolo, odločnost, premišljenost, marljivost, storilnost in težnjo po doseganju in dovršenosti na drugi strani (Musek, 2010, str. 133). Costa Jr in drugi (1991) so kot glavne značilnosti, ki sestavljajo vestnost navedli naslednje: kompetentnost, red, čut dolžnosti, storilnost, samodisciplina in odločnost. Boutwell (2018) trdi, da obstajajo dovolj prepričljivi dokazi, ki podpirajo trditev, da je variabilnost vestnosti delno dedna.

Bucik (1998, str. 10) opisuje osebe z visoko stopnjo vestnosti kot izrazito preudarne, natančne, urejene, skrbne ter vztrajne. Visoka stopnja vestnosti je povezana s številnimi pozitivnimi rezultati, vključno s fizičnim (Bogg in Roberts, 2013) in psihičnim (Kotov in drugi, 2010) zdravjem ter doseganjem večje akademske uspešnosti (Sharma in drugi, 2016). Vestni posamezniki vzdržujejo urejenost svojih bivalnih in delovnih prostorov, čutijo odgovornost za obveznosti v osebem in poklicnem življenju, so motivirani za vlaganje truda v doseganje uspeha in so sposobni uravnavati svoje vedenje, da bi dosegli svoje cilje (Carter in drugi, 2006). Izjemno visoka stopnja vestnosti se lahko odraža v obliki

kompulzivnosti, perfekcionizma in deloholičnosti. Na drugem koncu kontinuuma so posamezniki, ki imajo nizko stopnjo vestnosti, bolj brezskrbni in ležerni (Levesque, 2011).

Tudi vestnost ali njeno pomanjkanje ima velike posledice na medosebnem področju. Posamezniki imajo radi partnerje z visoko stopnjo vestnosti (Botwin in drugi, 1997); nizka stopnja vestnosti pri moških je celo napovednik kasnejše ločitve (Kelly in Conley, 1987). Med BF dimenzijami se je vestnost v več študijah izkazala za posebej pomembno v organizacijskem kontekstu, pri čemer so bile poudarjene njene povezave s pomembnimi delovnimi rezultati, kot so: odnos (Rubenstein in drugi, 2019), zadovoljstvo pri delu (Furnham in drugi, 2009), delovna uspešnost (Shaffer in Postlethwaite, 2013), odnos z vodjo (Huang in drugi, 2017) in organizacijsko vedenje (Lapierre in Hackett, 2007).

Zhao in drugi (2009) so ugotovili povezavo med podjetniškimi nameni in uspehi ter BF. Rezultati so pokazali, da sta vestnost ter odprtost do izkušenj osebno značilnosti, ki sta najbolj močno in konsistentno povezani tako z nameni, kot tudi s podjetniškimi uspehi. Raziskava je torej implicirala, da so vestni ljudje izjemno nagnjeni k podjetništvu in hkrati tudi bolj verjetno uspešni na tej poslovni poti. Stopnja vestnosti je v študiji Perry in drugi (2008) tudi dokazano negativno povezana s stopnjo izgorelosti med podjetniki. Kljub temu je raziskava Ensvick in Langford (2000) pokazala, da so managerji bolj vestni kot podjetniki. Izkazali so se kot bolj organizirani in previdni, medtem ko so podjetniki bolj impulzivni, nagnjeni k tveganju in prilagodljivi.

2.2.5 Odprtost do izkušenj

Odprtost do izkušenj (angl. openness to experience) je temeljni notranji psihološki dejavnik, ki se nanaša na to, kako posameznik filtrira in obdeluje kognitivne, čustvene in zaznavne informacije (McCrae in Costa Jr, 1997). Odraža, kako široko (v nasprotju z ozkim) in globoko (v nasprotju s plitvim) ljudje razmišljajo ter v kolikšni meri so prepustne meje v njihovi zavesti in doživljanju (McCrae in Costa Jr, 1997). Odprtost do izkušenj odraža stopnjo, do katere lahko informacije znotraj posameznika tečejo v več smereh, kar spodbuja ali zmanjšuje raznolikost misli, čustev in dejanj. Značilnosti, ki sestavljajo odprtost do izkušenj so: domišljija, estetski čut, globoko doživljanje, akcije, ideje in vrednote (Costa in drugi, 1991). Nekateri avtorji dimenzijo imenujejo tudi intelekt, kultura ali domišljija (De Raad in Perugini, 2002).

Posamezniki, ki so odprti do izkušenj cenijo novosti in raznolikosti, ustvarjajo oddaljene asociacije do idej, intenzivno se posvetijo svojim dejavnostim in sprejemajo, celo kultivirajo nejasnosti (McCrae in Sutin, 2009). Pogosto so večji govorci, humoristični in ekspresivni v medosebnih interakcijah (Sneed in drugi, 1998). Biti odprt do izkušenj tako odraža bogastvo notranjega življenjskega doživljanja in široke interese (Dollinger, 2012). Nasprotno so posamezniki, ki so do izkušenj zaprti, pragmatični in imajo zaprt način razmišljanja (McCrae

in Sutin, 2009). Zaprtost do izkušenj pogosto vključuje tradicionalnost oz. konvencionalnost ter nagnjenost k preizkušnim in preverjenim načinom razmišljanja (Dollinger, 2012). Te značilne oblike obdelave izkušenskih vhodov imajo razširjen vpliv na družbene interakcije na skoraj vseh ravneh: ljudje iščemo prijatelje in partnerje, ki so nam po stopnji odprtosti do izkušenj podobni in najbolje delujejo v skupinah z enako mislečimi. Odprtost do izkušenj je pomemben dejavnik družbenih stališč, vključno s predsodki in politično pripadnostjo. Voditelji, ki so do izkušenj odprti in spodbujajo organizacijske spremembe in kulturo, katere člani so, so v povprečju ocenjeni višje na lestvici odprtosti ter tudi bolj napredni in inovativni v družbeni politiki (McCrae in Sutin, 2009).

Odprtost do izkušenj je v veliki meri podedovana. Tako kot druge dimenzije kaže visoko stopnjo stabilnosti skozi odraslo življenjsko dobo, vendar pa izkazuje tudi značilne tendence maturacijskega razvoja z naraščanjem od zgodnjega obdobja adolescence do dvajsetih let, nato pa postopoma upada (Terracciano in drugi, 2006). Odprtost do izkušenj se vedno pogosteje pojavlja tudi v ekonomskih raziskavah. Ngeek (2017) je npr. v svoji raziskavi raziskoval ESE in uspešnost majhnih podjetij, pri tem pa je kot mediacijski učinek vključil tudi podjetniško miselnost in odprtost za izkušnje. Ugotovil je, da je odprtost do izkušenj pri podjetnikih pozitivno povezana z uspešnostjo podjetja, pri čemer podjetniška miselnost in odprtost za izkušnje močno vplivata na njun odnos.

Odprtost do izkušanja je najbolj sporen dejavnik med BF, saj nekateri raziskovalci ugotavljajo, da je njen pomen širši kot pomen ostalih štirih dimenzij (Dollinger, 2012). Povezuje izjemno ohlapno povezane značilnosti, zato je hkrati tudi v modelu BF razumljena najmanj (McCrae, 2004). Kljub temu pa je izjemno pomembna dimenzija osebnosti, ki se med vsemi BF najbolj povezuje z željo po informacijah in znanju z motivom radovednosti, raziskovalnimi in umskimi interesi na eni strani, z umetnostjo in ustvarjalnostjo na drugi ter z umskimi sposobnostmi na tretji. V podjetništvu je bila predlagana mera podjetniške odprtosti, ki se bolj neposredno veže na vidike odprtosti v podjetništvu. Slavec in drugi (2017) so v svoji študiji podjetniško odprtost konceptualizirali kot kognitivno spretnost, ki ima tri razsežnosti: vključevanje v učenje, iskanje novosti in prizadevanje za pridobivanje povratnih informacij. Te različne razsežnosti spodbujajo podjetnike k vedenju, ki je potrebno za uspešen razvoj njihovih podjetij.

2.3 Regulacijska osredotočenost

2.3.1 Teorija regulacijske osredotočenosti

V 90. letih je psiholog Higgins (1998) oblikoval teorijo regulacijske osredotočenosti (angl. regulatory focus theory – RFT). Gre za psihološko teorijo, ki preučuje odnos med motivacijo posameznikov ter načinom prizadevanja za doseg ciljev. Teorija regulacijske osredotočenosti temelji na hedonističnem načelu in njegovi predpostavki, da se posamezniki trudimo doseči užitek in izogniti bolečini. Pa vendar teorija hedonistično načelo še nadgradi

s predpostavko, da posamezniki razumemo svoj užitek ali bolečino na edinstven način, ki določa strateško osredotočenost oz. usmeritev, ki jo sprejmemo med zasledovanjem cilja (Vriend in drugi, 2022). Razlikovanje med temi cilji in strategijami je omogočilo diferencialno napovedovanje vpliva, kognicije, motivacije in vedenja pri samoregulaciji zasledovanja ciljev.

V skladu s teorijo regulacijske osredotočenosti (Higgins, 1998) vso ciljno usmerjeno vedenje pri posamezniku uravnava eden izmed dveh motivacijskih sistemov: osredotočenost na spodbujanje uspehov (promocijska samoregulacija) ali osredotočenost na preprečevanje napak (preventivna samoregulacija). Oba sistema služita svoji funkciji preživetja. Človeška RF na spodbujanje uspeha je povezana z dosežki in napredovanjem, pri čemer so hedonistični zametki vidni v prijetnosti ob prisotnosti pozitivnih rezultatov ter njihovo bolečo odsotnostjo. V nasprotju s tem je RF na preprečevanje napak povezana z varnostjo – hedonistične skrbi tovrstne osredotočenosti pa se nanašajo na prijetnost ob odsotnosti negativnih izidov in bolečo prisotnost ob negativnih izidih (Higgins in drugi, 2001). Osredotočenost na doseganje posameznega cilja ni pogojena zgolj osebno, ampak tudi situacijsko (Higgins, 1998). Tabela 2 prikazuje razliko med osredotočenostjo na spodbujanje uspehov in osredotočenostjo na preprečevanje napak z vidika potrebe, standardnega cilja, strateške tendence in rezultatov.

Tabela 2: Razlika med motivacijskima sistemoma spodbujanja uspeha in preprečevanja napak

Osredotočenost	Spodbujanje uspeha	Preprečevanje napak
Potreba	Rast in napredek	Varnost in zaščita
Standardni cilj	Idealni jaz (kar se odraža v upanju in željah)	Preko sebe (kar se odraža v dolžnostih in obveznostih)
Strateške tendence	Približevanje željenemu stanju	Preprečevanje, nedoseganje željenega stanja ali izogibanje nezaželenemu stanju
Rezultati	Prisotnost pozitivnega izida Zagotavljanje pozitivnih rezultatov ter izogibanje napakam in opustitvam	Odsotnost negativnih izidov Zagotavljanje odsotnosti napak in izbiranje dobrih zavrnitev

Vir: prirejeno po Boesen-Mariani in drugi (2010).

2.3.2 Osredotočenost na spodbujanje uspehov in preprečevanje napak

Razlika v omenjenih sistemih izvira iz razlik v temeljnih potrebah, saj se ljudje z različnimi osredotočenostmi navadno razlikujejo že po vrsti zelenih končnih stanj. Ljudje, ki so usmerjeni v spodbujanje uspehov, običajno zasledujejo cilje, povezane s posameznikovim idealnim jaz-om, njihova dejanja pa so v skladu z njihovimi upanji, željami in težnjami. V nasprotju s tem so ljudje, ki so usmerjeni v preprečevanje napak, usmerjeni v končna stanja,

ki so povezana s tem, kar bi morali biti – zato se obnašajo v skladu z dolžnostmi, odgovornostmi in obveznostmi (Higgins, 1998).

Ljudje, ki so RF na spodbujanje uspehov (bodisi zaradi predispozicije bodisi zaradi trenutne situacije, ki aktivira ta sistem) po uspehu doživljajo čustva, povezana z veseljem; po neuspehu pa čustva, povezana z žalostjo. V primerjavi s tem pa ljudje, ki so RF na preprečevanje napak po uspehu doživljajo čustva, povezana s tišino (mirnost in sproščenost), po neuspehu pa čustva, povezana z razburjenostjo (živčnost in napetost). Posamezniki, ki so RF na spodbujanje uspeha, tako tudi na splošno dogodke lažje ocenjujejo po dimenziji veselje-razočaranje; posamezniki, ki so RF na preprečevanje napak pa po dimenziji mirnost-nemirnost (Higgins in drugi, 1997).

Razlikovanje med promocijsko in preventivno samoregulacijo je bilo v zadnjem času opredeljeno kot »zgodba 0«, ki poudarja bistveno razliko med sistemoma, pri čemer se »0« smatra kot status quo (Higgins, 2018). Ljudje, ki so močno RF na spodbujanje uspeha, razumejo doseganje cilja kot »+1« uspeh; neuspeh in nedoseganje cilja pa ohranja »status 0«. V nasprotju z njimi ljudje, ki so RF na preprečevanje napak, uspeh doživijo kot »status 0« in s tem ohranjanje zadovoljivega stanja; nedoseganje cilja »-1« pa štejejo za neuspeh.

Pa vendar motivacija za doseganje cilja ni edina razlika med ljudmi z razlikami v RF. Teorija regulacijske osredotočenosti zagovarja, da se posamezniki z razlikami v usmeritvah razlikujejo tudi po sredstvih, ki jih uporabijo za regulacijo oz. doseganje zelenih končnih stanj (Higgins, 1997). Posameznik s situacijsko RF na spodbujanje uspehov se torej želi približati željenemu končnemu stanju (motivacijski vidik) – za ta namen bo nagnjen k izkoriščanju strateških sredstev (vidik sredstev za regulacijo). Na drugi strani se posameznik, ki je RF na preprečevanje napak, želi izogniti neskladju z željenim končnim stanjem (motivacijski vidik), za dosego svojih ciljev pa bo po navadi uporabil strateško sredstvo izgube (vidik sredstev za regulacijo) (Higgins, 2018).

Za lažje razumevanje RF in njenih razlik v praksi je pogosto naveden primer študenta, katerega cilj predstavlja visoka ocena na izpitu. V kolikor bo študent RF na spodbujanje uspeha, bo visoko oceno videl kot dosežek (premik iz nevtralnega stanja v pozitivno smer). V kolikor visoke ocene ne bi dosegel, bi tovrsten neuspeh predstavljal obstanek v nevtralnem stanju. Njegovo sredstvo za dosego cilja bo organizacija študijske skupine (izkoriščanje strateških sredstev). V primeru, ko bo študent RF na preprečevanje napak, bo cilj videl kot dolžnost (nedoseganje le-tega pa kot premik iz nevtralnega stanja v negativno smer). V kolikor svoj cilj doseže, bo ostal v enakem, naravnem stanju. Njegovo sredstvo za dosego bo neudeležba študentske zabave (sredstvo izgube) (Higgins in drugi, 2001).

Že Florack in drugi (2013) so v svoji raziskavi zagovarjali, da bo vedenje posameznikov v ekonomskih kontekstih bolje razumljeno, če bomo upoštevali, da okoliščine vzbudijo različne samoregulativne strategije, ki odražajo RF na uspeh ali preprečevanje napak. Teorija

regulacijske osredotočenosti se tako uporablja pri proučevanju različnih organizacijskih praks, motivacije in delovnega vodenja ter upravljanja uspešnosti, zaposlovanja in selekcije ter usposabljanja in razvoja (Bozer in Delegach, 2019; Brockner in Higgins, 2001; Gorman in drugi, 2012; Lanaj in drugi, 2012). Poljska raziskava (Bak, 2009) je dokazala, da obstaja močna povezava med modelom BF in RF, pri čemer je ta najbolj predvidena z ekstravertnostjo. Kot so pokazale novejšje raziskave, pa lahko RF pripomore tudi pri razumevanju rezultatov podjetniškega udejstvovanja. V raziskavi Slavec Gomezel in Stritar (2021) sta avtorja ugotovila, da je RF na spodbujanje uspeha pozitivno povezana s podjetniškim etičnim stilom vodenja.

2.4 Podjetniška samoučinkovitost

Leta 1977 je priznani stanfordski profesor Bandura predstavil svojo teorijo učenja, imenovano Teorija socialnega učenja, kasneje preimenovano v Socialno kognitivno teorijo. Teorija obravnava ljudi kot aktivne dejavnike, ki sočasno vplivajo na okolje in so pod njegovim vplivom. Temeljna sestavina teorije je opazovalno učenje: proces učenja zaželenega in nezaželenega vedenja z opazovanjem drugih ter ponavljanje naučenega z namenom čim večjega nagrajevanja. Ob tem posameznikovo prepričanje o samoučinkovitosti pomembno vpliva na to, ali bo opazovano vedenje ponovil ali ne (Vinney, 2019). Socialno-kognitivna teorija oziroma njena osrednja spremenljivka – samoučinkovitost je bila v zadnjih 25-ih letih proučena v več kot 10.000 raziskavah (Judge in drugi, 2007). Teorija je bila označena kot »ena redkih velikih teorij, ki se še vedno uspešno razvija na začetku 21. stoletja« (Zimmerman in Schunk, 2003, str. 448). Tako lahko trdimo, da se je samoučinkovitost izkazala za enega najbolj osrednjih konceptov v sodobnih psiholoških raziskavah (Judge in drugi, 2007).

Samoučinkovitost (angl. self-efficacy) sta Wood in Bandura (1989) definirala kot »prepričanje posameznika o svojih zmožnostih za mobilizacijo motivacije, kognitivnih virov in načinov ukrepanja, ki so potrebni za izvajanje nadzora nad dogodki v njihovem življenju«. Osnovna predpostavka teorije samoučinkovitosti je torej, da so prepričanja ljudi o njihovih zmožnostih, da z lastnimi dejanji dosežejo željene učinke, najpomembnejši dejavnik, ki določa, za kakšno vedenje se ljudje odločajo in kako dolgo vztrajajo pri svojih prizadevanjih, ko se soočajo z ovirami in izzivi (Maddux, 2009).

Prepričanje o učinkovitosti je ključni dejavnik v sistemu človekovih kompetenc. Ravno zato lahko ljudje s podobnimi sposobnostmi ali ista oseba v različnih okoliščinah nastopajo slabo, ustrezno ali izjemno, odvisno od razlik v njihovem prepričanju o samoučinkovitosti (Bandura, 1997). Čeprav so nekatere raziskave indicirale, da so individualne razlike v samoučinkovitosti predvsem posledica genetike (Waaktaar in Torgersen, 2013), so številni predhodniki zagovarjali, da se stopnja samoučinkovitosti izboljšuje z oblikovanjem mnenj o svojih sposobnostih in pridobivanjem izkušenj (Bandura, 1995), z vizualizacijo lastne

samoučinkovitosti v hipotetičnih situacijah (Williams, 1995) ter verbalnim prepričevanjem, pri čemer ima velik vpliv verodostojnost, strokovnost in privlačnost vira (Eagly in Chaiken, 1993).

Večina strokovnjakov se strinja, da je samoučinkovitost domensko specifična. To pomeni, da splošno samoučinkovitost, ki se nanaša na posameznikovo zmožnost za reševanje prihodnjih nalog ne glede na vrsto, ni mogoče prenesti na vsako področje, kar je skladno z Bandurovo (1997) konceptualizacijo konstrukta (Newman in drugi, 2019). Socialno kognitivna teorija poklicnega in akademskega zanimanja, izbire in uspešnosti poudarja, da je prav poklicno specifična samoučinkovitost (in ne splošna samoučinkovitost) tista, ki vpliva na razvoj kariere in uspešnosti (Lent in drugi, 1994).

Ena od vrst poklicno specifične samoučinkovitosti je ESE. Slednja se nanaša na prepričanje posameznika, da je sposoben uspešno izvajati vloge in naloge podjetnika (Boyd in Vozikis, 1994). Boyd in Vozikis (1994) sta ESE definirala kot pomembno pojasnjevalno spremenljivko pri določanju moči podjetniških namer in verjetnosti, da bodo te namere privedle do podjetniških dejanj. Proces podjetništva je poln izzivov, padcev in neuspehov, zato je za podjetnike pomembno, da imajo dobre psihološke značilnosti in ne zgubijo zaupanja v svoje podjetniške sposobnosti.

Visoka ESE je značilna značilnost podjetnikov, ki jim pomaga pri premagovanju različnih težav, doseganju podjetniškega uspeha in rasti podjetja (Gist in Mitchell, 1992). Podjetniki, ki imajo visoko stopnjo ESE, si postavljajo cilje, ki jim predstavljajo izziv, izkazujejo visoko stopnjo vztrajnosti in vlaganja truda v podjetniške naloge ter hitro okreva po neuspehih (Trevelyan, 2011). ESE se poveča, če podjetnik doseže svoj cilj in se zmanjša, če željenega končnega stanja ne doseže (Santos in Liguori, 2020).

Da se ESE pretvarja v prizadevanje, ki navsezadnje izboljšuje uspešnost podjetja, je danes potrjeno tudi z empiričnimi dokazi (Shen in drugi, 2021). Raziskava Wei in drugi (2020) je potrdila pozitiven učinek ESE na inovativnost, Srimulyani in Hermanto (2021) pa sta raziskovala vpliv ESE in motivacije na uspeh mikro in majhnih podjetij za hrano in pijačo. V nekaterih dosedanjih raziskavah, kot je npr. raziskava avtorjev Xing in drugi (2017), je bila ESE že inkorporirana, in to ob sočasnem ugotavljanju vpliva RF.

3 TRAJNOSTNI RAZVOJ IN NJEGOVE DIMENZIJE

Drugi sklop teoretičnega dela se nanaša na TPP, ki izhajajo iz trajnostnega razvoja in jih bom v tem magistrskem delu proučevala skozi TPI ter jih povezala z osebnostjo podjetnikov. Zato v tem poglavju najprej predstavljam pojem trajnostni razvoj in njegove tri dimenzije, nato pa sledi poglavje, znotraj katerega se bom osredotočila na TPI in TPP, ki se pojavljajo v podjetjih in jih indeks meri.

Družbeni razvoj ne predstavlja zgolj sredstva za zadovoljevanje osnovnih materialnih potreb; sočasno omogoča tudi izboljšanje kakovosti življenja na splošno. Ravno to je razlog, da so ga številne države skozi zgodovino močno prioritizirale (Jibril, 2011). Tovrsten pristop k razvojnemu procesu je močno obremenjeval okolje, izrabljal omejene naravne vire in posledično izjemno negativno vplival na prihodnje generacije. Komisija za trajnostni razvoj je izpostavila, da so se v 80. letih prejšnjega stoletja začela okoljska gibanja, ki so opozarjala na prekomerno izkoriščanje okolja ter neločljivo povezanost med okoljem in razvojem (v Jibril, 2011, str. 4). Poudarjala so hude negativne vplive, ki jih imajo človeške dejavnosti na planet ter na netrajnost rasti in razvoja, če bi se te nadaljevale brez nadzora. Tako se je v osemdesetih letih začelo radikalno preučevanje problematike razpoložljivosti virov, okoljskih posledic njihovega izkoriščanja ter povezave med okoljem, revščino in gospodarskimi spremembami (Taiwo, 2009). Odkritja so spodbudila razvoj novega pristopa k vprašanju okolja in razvoja – pristopa trajnostnega razvoja. Ta sloni na trditvi, da bogastvo naroda ne temelji zgolj na gospodarskem bogastvu, ampak tudi na pametnem razvoju in varstvu njegovih ljudi in naravnih virov ter predstavlja način usklajevanja človeških potreb s sposobnostjo okolja, da se prilagaja posledicam gospodarskih sistemov.

Leta 1972 so Združeni narodi v Stockholmu organizirali prvo mednarodno srečanje, v okviru katerega so obravnavali škodo, ki jo človeške dejavnosti povzročajo okolju in s tem ogrožajo ljudi. Kljub temu, da izraz »trajnostni razvoj« ni bil izrecno omenjen, se je mednarodna skupnost strinjala, da je razvoj in okolje, ki sta bila do tedaj obravnavana kot ločeni področji, mogoče upravljati na vzajemno koristen način (Sustainable Development Commission, brez datuma). Ob koncu konference je bila izdana deklaracija, v kateri so bili izpostavljeni problemi onesnaževanja, uničevanja virov in škode za okolje. V prihodnjih letih so sledile tudi številne druge mednarodne iniciative, ki so si prizadevale trajnost postaviti v središče globalnih pobud in predlogov.

Skozi desetletja se je oblikovalo več sto opredelitev trajnostnega razvoja. Danes najpogosteje citirana je še vedno definicija, ki jo je leta 1987 v poročilu »Naša skupna prihodnost« navedla Svetovna komisija Združenih narodov za okolje in razvoj, pogosto imenovana tudi Brundtlandova komisija. Poročilo, ki je močno populariziralo izraz »trajnostni razvoj«, ga je definiralo kot »razvoj, ki zadovoljuje sedanje potrebe, ne da bi pri tem ogrožala možnost prihodnjih generacij, da zadovoljijo svoje lastne potrebe«. Definicija Svetovne komisije Združenih narodov za okolje in razvoj vključuje dva ključna koncepta (United nations, 1987):

- koncept potreb (zlasti najbolj osnovnih potreb revnih po svetu, ki jim je potrebno dati prednost);
- zamisel o omejitvah, ki jih nalaga stanje tehnologije in družbene organizacije glede sposobnosti okolja, da zadovoljijo sedanje in prihodnje potrebe.

Široko definiranje koncepta je sprva vodilo v splošen konsenz, sčasoma pa je predstavljalo plodno podlago za nesoglasja. Daly (1996) je npr. zagovarjal, da je izraz premalo jasen in zato neuporaben kot vodilo za doseganje željenih sprememb; Holmberg (1996) pa je trdil, da trajnostni razvoj predstavlja zgolj še kliše, saj je koncept popolnoma razvrednoten. Nesoglasje je vodilo v oblikovanje novih definicij in tako je bilo do leta 1994 oblikovanih že več kot 80 različnih opredelitev izraza »trajnostni razvoj«. Pa vendar je Holmberg (1996) poudaril, da so si vse delile osrednji koncept opredelitve Svetovne komisije za okolje in razvoj. Podobno trdijo tudi Arowoshegbe in drugi (2016), ki zagovarjajo, da je osrednji element vseh opredelitev trajnostnega razvoja trajnost, ki se nanaša na tri elemente življenja: gospodarski vidik, varovanje in upravljanje okolja ter blaginjo skupnosti in posameznikov – trojni vidik trajnosti. To spoznanje je v skladu s sklepnim dokumentom svetovnega vrha Združenih narodov iz leta 2005, ki je kot tri soodvisne in vzajemno krepilne stebre trajnostnega razvoja navedel gospodarski razvoj (ekonomska dimenzija trajnostnega razvoja), socialni razvoj (socialna dimenzija) in varstvo okolja (okoljska dimenzija) (United Nations, 2005). Kljub temu, da so tri dimenzije postopoma postale precej stalne v literaturi, pa še vedno niso univerzalne. V nekaterih delih so inkorporirane dodatne dimenzije, kot so institucionalna (Turcu, 2013), kulturna (Soini in Birkeland, 2014) in tehnična (Hill in Bowen, 1997). Nekateri drugi modeli popolnoma zaobidejo ločevanje trajnosti. Milbrath (1989) predstavlja vizijo »trajnostne družbe«, ki temelji na nizu opredeljenih vrednot, konceptualizacija Giddings in drugi (2002) pa vključuje načela pravičnosti. Kljub temu se bom v okviru mojega magistrskega dela v okviru trajnostnega razvoja osredotočila na najbolj razširjeno konceptualizacijo: okoljske, socialne in ekonomske stebre trajnostnega razvoja, ki jih bom podrobneje predstavila v nadaljevanju.

3.1 Dimenzije trajnostnega razvoja

Prva izmed dimenzij v trodimenzionalnem modelu trajnostnega razvoja je okoljska dimenzija, ki zagovarja okoljski vidik trajnosti. Dimenzija poudarja predvsem nujnost ohranjanja naravnih virov in zmanjševanja zunanjih vplivov na okolje, s pomočjo česar se vzdržujejo naravni sistemi. Ti so ključni tudi za ljudi, saj nas oskrbujejo s pomembnimi naravnimi dobrinami, brez katerih ne bi mogli zadovoljevati svojih potreb. Skrb za okolje znotraj okoljske dimenzije torej vključuje skrb za čisto vodo, boj proti prekomernemu izseku gozdov, zmanjševanje emisij ipd. (Hedenus in drugi, 2016, str. 13–14). Sledenje okoljski trajnosti zagotavlja, da naravne vire ne pridobivamo hitreje, kot jih je mogoče obnoviti; proizvodnja odpadkov pa ni hitrejša od sposobnosti okolja, da jih asimilira (Evers, 2018). Podobno kot tradicionalna okoljska politika, si tudi okoljska dimenzija trajnosti prizadeva internalizirati zunanje učinke degradacije okolja, vendar ob sočasni integraciji ekonomske in socialne dimenzije pripomore pri konceptu ohranjanja virov za prihodnje generacije (Emas, 2015).

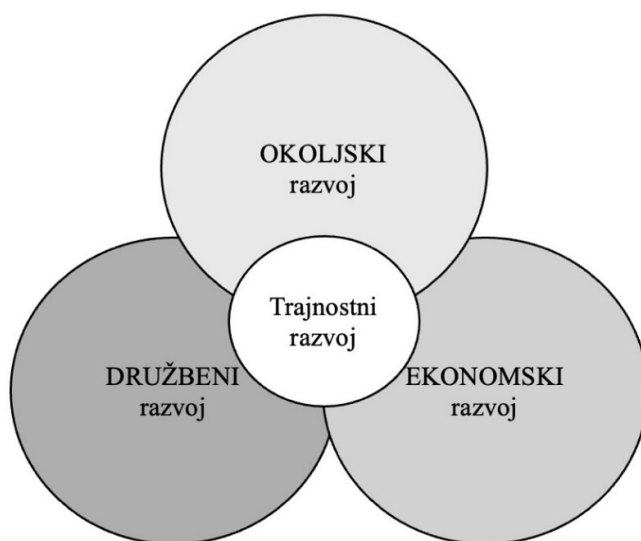
Naslednjo dimenzijo trajnostnega razvoja – socialno dimenzijo mnogi označujejo kot najširšo (Hedenus in drugi, 2016, str. 16–17). Temelj socialne trajnosti je oblikovanje družbenega sistema, ki zmanjšuje revščino (Littig in Grießler, 2005). Vključuje vprašanja o človekovih pravicah, pravičnosti in enakosti spolov, sodelovanju javnosti in pravnosti države (Guo, 2017). Socialna raven trajnosti spodbuja razvoj ljudi, skupnosti in kultur za doseganje smiselnega življenja, ki temelji na ustreznem zdravstvenem varstvu, izobraževanju, miru in stabilnosti po vsem svetu (Saith, 2006).

Kolk (2016) ob tem poudarja, da socialna trajnost ne pomeni zadovoljevanja vseh potreb širše javnosti. Njen cilj je zgolj odpraviti ovire, ki bi posameznikom to onemogočale in oblikovati pogoje, znotraj katerih je omogočena nemotena realizacija zadovoljevanja lastnih potreb s strani posameznika.

Zadnja dimenzija trajnostnega razvoja je ekonomska dimenzija. Gospodarska trajnost zagovarja sistem proizvodnje, ki zadovoljuje sedanjo raven potrošnje, ne da bi ogrožala zadovoljevanje potreb prihodnjih generacij (Lobo in drugi, 2015). V preteklosti so ekonomisti, ob predpostavki, da je ponudba naravnih virov neomejena, poudarjali sposobnost trga, da vire učinkovito razporedi (Du in Kang, 2016). Vendar pa naravne vire, ki so nam na voljo, ni mogoče brezmejno krepiti in tako zagotoviti, da bi sorazmerno rastle in zadostili potrebam človeštva (Dernbach, 2003). Ekonomska dimenzija trajnostnega razvoja se tako osredotoča na trajnostno gospodarsko rast, ki je mogoča in ekonomsko upravičena. Slednje vključuje odgovorno upravljanje virov, oblikovanje politik, ki spodbujajo naložbe v obnovljive vire energije in spodbujanje poštenih trgovinskih praks za zagotavljanje pravičnega dostopa do virov in koristi. Ekonomska dimenzija trajnostnega razvoja torej zagotavlja, da se (gospodarske) odločitve sprejemajo na pravičen in fiskalno vzdržen način, pri čemer je potrebno upoštevati tudi ostale vidike trajnosti (Zhai in Chang, 2019).

Porter in Van der Linde (1995) sta poudarila, da bodo tudi v prihodnje najboljše odločitve tiste, ki bodo izpolnjevale potrebe družbe, ki bodo okoljsko in gospodarsko izvedljive, gospodarsko in socialno pravične ter družbeno in okoljsko sprejemljive. Vse tri dimenzije trajnostnega razvoja so torej med seboj povezane in soodvisne, ključ do uspešne implementacije koncepta v praksi pa je njihovo sočasno upoštevanje. V akademski in poslovni literaturi ter politični dokumentaciji je tovrstni tridelni opis trajnosti predstavljen s pomočjo Vennovega diagrama – treh krogov (treh dimenzij trajnostnega razvoja), ki se med seboj delno prekrivajo (Purvis in drugi, 2018). Predstavljen je na sliki 3.

Slika 3: Razmerje med družbeno, okoljsko in gospodarsko trajnostjo



Vir: prirejeno po Purvis in drugi (2018).

Trajnostni razvoj je dandanes pogosto obravnavan tudi v ekonomskem kontekstu. Elliott (2005) je v svoji študiji preučeval trajnost iz ekonomske perspektive; Geissdoerfer in drugi (2017) so raziskovali krožno ekonomijo kot novo paradigmo trajnosti, Tomšič in drugi (2015) pa so ugotavljali povezavo med korporativno trajnostjo in ekonomsko uspešnostjo v majhnih in srednje velikih podjetjih. Se pa trajnostni razvoj vedno pogosteje pojavlja tudi v študijah v povezavi s podjetništvom. Dhahri in drugi (2021) so v svoji raziskavi preučevali vedenjsko podjetništvo za doseganje ciljev trajnostnega razvoja. Rezultati so pokazali, da se vpliv podjetniške dejavnosti na trajnostni razvoj razlikuje glede na vedenje in motivacijo podjetnikov. Priložnostno podjetništvo pozitivno vpliva na vse tri vidike trajnosti, medtem ko podjetništvo nujnosti negativno vpliva na okoljsko trajnost. Dhahri in Omri (2018) sta ugotovila, da podjetništvo v državah v razvoju pozitivno vpliva na gospodarsko in družbeno razsežnost trajnostnega razvoja, medtem ko je njegov vpliv na okoljsko razsežnost negativen.

Trajnostni razvoj je torej prepoznan kot potencialna pot za preusmerjanje razvoja v bolj vključujoč model, katerega cilj je doseči primerno razmerje med željenimi gospodarskimi, družbenimi in okoljskimi sistemi za sedanje in prihodnje generacije. Danes je razumljen kot širši družbeni dobrobit, zato se zanj zavzemajo vlade po vsem svetu, mednarodne institucije, lokalne organizacije in druge nevladne organizacije, ki so se zavezale k načelu trajnostnega razvoja in sprejele politike, ki ga spodbujajo (Jibril, 2011). V prilogi 2 so natančneje predstavljeni globalni cilji trajnostnega razvoja.

3.2 Trajnostni razvoj v podjetjih ter koncept trojnega izida

Sledenje trajnostnemu razvoju s strani podjetij in organizacij implicira vključevanje okoljskih, družbenih in ekonomskih vrednot v osnovno dejavnost podjetja, pri čemer se ne

smejo sprejemati kompromisi glede cene ali kakovosti. Tovrstna prizadevanja za trajnostni razvoj so v določeni meri opredeljena že s predpisi in zakonodajo, ki postavljajo omejitve pri izkoriščanju naravnih (in drugih) virov s strani podjetij ter predpisujejo sankcije za morebitne kršitve (Cordano in Frieze, 2000). Nidumolu in drugi (2009) ob tem poudarjajo, da je za podjetje priporočljiv proaktiven pristop k prilagajanju svojih dejavnosti predpisom, torej še preden so v to prisiljeni z močnejšimi zakoni. Na takšen način dosežejo konkurenčno prednost pri identifikaciji potencialnih tržnih priložnosti, hkrati pa pridobijo globlje razumevanje in predvidevanje pravnih izzivov, kar omogoča učinkovitejšo ohranjanje operativne učinkovitosti (Aragón-Correa in Sharma, 2003). A vendar zakonska usmeritev k trajnostnemu razvoju ni edini razlog za vedno močnejšo trajnostno naravnost podjetij. Močno gonilno silo predstavljajo tudi različne interesne skupine, kot so deležniki, lokalne skupnosti in organizacije za zaščito okolja, ki pritiskajo na podjetja k sprejemanju odločitev, s katerimi zmanjšujejo svoj negativni vpliv na okolje (Berry in Rondinelli, 1998). Poleg tega k temu teži še tretja determinantna motivacijska sila, slednja je ekonomske narave. Podjetja lahko namreč preko ekološko učinkovitega obnašanja (kot sta optimizacija rabe energije ter učinkovita ponovna uporaba materiala) sočasno zmanjšajo svoje operativne stroške, kar omogoča bolj donosno poslovanje (Porter in Van der Linde, 1995).

Konce 20. stoletja je Elkington (1994) oblikoval koncept trojnega izida (angl. tripple bottom line, v nadaljevanju TBL). TBL je način operacionalizacije družbene odgovornosti podjetja ter predstavlja okvir za merjenje uspešnosti trajnostnega poslovanja. Gre za konstrukt, ki izhaja iz paradigme trajnostnega razvoja in prav tako kot trajnost, temelji na iskanju ravnovesja med ekonomsko, socialno in okoljsko dimenzijo (ki so ponekod v teoriji imenovane tudi profit, ljudje in planet) (Elkington, 1994). TBL zagovarja, da vsaka dimenzija predstavlja pogoj za doseganje trajnosti. V kolikor podjetje ne podpira vseh treh razsežnosti, ne deluje trajnostno, zato je potrebno celotno uspešnost podjetja meriti na podlagi njegovega skupnega prispevka h gospodarski blaginji, kakovosti okolja in socialnemu kapitalu. Vse tri dimenzije TBL se med izvajanjem različnih poslovnih dejavnosti podjetja med seboj prepletajo in prekrivajo, občasno pa si medsebojno tudi nasprotujejo (Andersson in drugi, 2022).

Merjenje trajnostnega razvoja je absolutno nujno za zagotavljanje operativnosti koncepta, saj zagotavlja empirično in kvantitativno podlago za ocenjevanje uspešnosti in primerjave v času in prostoru ter ponuja priložnosti za iskanje novih korelacij. Tako ne predstavlja zgolj načina merjenja uspešnosti pri doseganju ciljev, ampak tudi podlago za načrtovanje prihodnjih ukrepov (Hardi in drugi, 1997, str. 7). Eden glavnih instrumentov za obravnavanje trajnosti je uporaba indeksov, ki merijo uspešnost različnih vidikov trajnostnega razvoja (Kwatra in drugi, 2020). Prvi trajnostni indeks (angl. domini 400 social index) so maja leta 1990 uvedli Kinder, Lydenber, Domini in drugi (Guerard, 1997). V naslednjih letih so jim sledili še drugi raziskovalci, ki so si prizadevali vzpostaviti različne strukture indeksov in znotraj njih čim bolj relevantno in sistematično zajeti širok nabor praks, ki sestavljajo vse tri stebre trajnostnega razvoja. Raziskovanje je posebej vzcvetelo v zadnjih petih letih, ko je

vedno večje sprejemanje trajnostnega razvoja v podjetjih in investicijskih skupnostih pripomoglo k uvedbi novih trajnostnih indeksov. Kljub temu pa še vedno ne obstaja generalno sprejeto merilno orodje, ki bi celovito kvantificiralo kompleksne pojave trajnostnega razvoja, zato je področje še vedno izjemno obetavno za nadaljnje raziskovalne študije (Fowler in Hope, 2007).

Žabkar in drugi (2022) so objavili raziskavo, v okviru katere so vzpostavili strukturo za model TPI, ki so ga v nadaljevanju uporabili za merjenje trajnostne naravnosti slovenskih podjetij. TPI je opredeljen kot indeks, ki ocenjuje razvoj podjetja s treh vidikov trajnosti – ekonomske, okoljske in družbene. Posamezne dimenzije so razčlenjene na strategije in prakse, ki se v podjetjih lahko izvajajo in so v pomoč pri smiselnem ocenjevanju trajnostne naravnosti.

3.3 Trajnostne poslovne prakse

V nadaljevanju bom obravnavala posamezne dimenzije TBL, ki pravzaprav predstavljajo dimenzije trajnostnega razvoja v okviru organizacij ter TPP, ki jih organizacije izvajajo za namene sledenja trajnostnemu razvoju znotraj posamezne dimenzije in so sestavni del TPI.

3.3.1 Okoljska dimenzija

V organizacijskem kontekstu ekološki vidik trajnostnega razvoja implicira sonaravnost, v okviru katere podjetja naravne vire obravnavajo kot ostala sredstva, ki prispevajo k njihovi rasti in razvoju. Ta pristop zahteva, da je okolje prepoznano kot svojevrstna oblika kapitala, ki ga je potrebno ohraniti za prihodnje generacije (Novak, 2018). Podjetja, ki sledijo konceptu trojnega izida, si prizadevajo svoje poslovne prakse prilagoditi na način, da minimalizirajo škodljiv vpliv na okolje (Onyali, 2014). Pri oblikovanju TPI so Žabkar in drugi (2022) izhajali iz teorije naravnih virov (angl. natural resource-based view) in modela skupne proizvodnje (angl. joint production model). Kot štiri skupine okoljskih praks podjetij so imenovali (Žabkar in drugi, 2022):

- prakso zmanjševanja porabe virov,
- zelenitev procesov in produktov,
- zmanjševanje odpadkov in znižanje emisij,
- podporne ekosistemske storitve.

Prva skupina poslovnih praks – **zmanjševanje porabe virov** in tretja skupina – **zmanjšanje odpadkov in znižanje emisij** sta močno povezani s cilji krožnega gospodarstva. Poslovne prakse, ki temeljijo na načelih krožnega gospodarstva, se osredotočajo na učinkovitejšo uporabo virov ter na podaljšanje življenjske dobe izdelkov (Blomsma in Brennan, 2017). Strokovna literatura predlaga tri glavne strategije, ki jih podjetja lahko uporabijo v tem

okviru: strategija zoževanja, upočasnjevanja in zapiranja zank virov (Bocken in drugi, 2016). Prva strategija, zoževanje zank virov, se osredotoča na zmanjšanje količine virov, ki so potrebni za posamezni izdelek. Poslovne prakse vključujejo uporabo učinkovitejših proizvodnih metod, zmanjšanje števila izdelkov, potrebnih za zadovoljevanje potreb strank (Bocken in drugi, 2016) ter dematerializiranje ponudbe preko digitalizacije (Geissdoerfer in drugi, 2020). Druga strategija, upočasnitev kroženja virov, se osredotoča na podaljšanje življenjske dobe izdelkov in zmanjšanje potrebe po njihovi razgradnji (Blomsma in Tennant, 2020). Poslovne prakse so usmerjene predvsem v podaljšanje kroženja materialov, kar vključuje oblikovanje možnosti za popraviljanje in nadgradnjo izdelkov ter možnost najema ali plačila po uporabi, kar omogoča bolj intenzivno izkoriščanje izdelkov in olajša proces njihovega vračanja podjetjem (Tukker, 2004). Nazadnje strategija zapiranja zank virov vključuje ukrepe za preprečevanje uhajanja materialov iz industrijskih sistemov. Tovrstne poslovne prakse vključujejo zbiranje odpadnih materialov in stranskih produktov proizvodnih procesov ter njihovo ponovno uporabo (znotraj dotičnega ali tujega podjetja v okviru industrijske simbioze) (Chertow, 2000). Poleg tega si podjetja v okviru tretje strategije prizadevajo zapreti poporabniške zanke, kar v praksi izvajajo preko oblikovanja ukrepov za zbiranje izdelkov, njihovo vrnitev ter nato ponovno uporabo virov.

Druga skupina poslovnih praks – **zelenitev procesov in produktov** se osredotoča na izhodni vidik organizacije. Vključuje inovacije in poslovne prakse, ki preoblikujejo poslovne procese z namenom zmanjšanja negativnega učinka na okolje (Žabkar in drugi, 2022). Ključno vprašanje je ustvarjanje okoljsko odgovornih proizvodov, kar zahteva celovit pristop k analizi življenjskega cikla produktov – od proizvodnje, distribucije in uporabe do končne odstranitve ali recikliranja (t. i. pristop 'od zibelke do groba'). Cilj inovacij zelenih procesov je torej zmanjšati porabo energije v proizvodnih postopkih, zmanjšanje emisijskega onesnaževanja zraka in vode, zmanjšanje uporabe vode, izboljšanje učinkovitosti virov in energije ter prehod iz uporabe fosilnih goriv v bioenergije. Zeleni izdelki so posledično bolj trajnostni in zaradi uporabe okolju prijaznih surovin tudi bolj primerni za recikliranje (Kivimaa in Kautto, 2010). Prakse razvoja zelenih produktov (angl. green product development) vključujejo investiranje v tehnologijo za zmanjševanje emisij, rabo materialov, ki so primerni za recikliranje in promoviranje energetske varčnih izdelkov (Swami in Shah, 2013).

Zadnja skupina poslovnih praks – podporne ekosistemske storitve se nanaša na aktivnosti podjetja, preko katerih prispeva k ohranjanju okolja, zaščiti pred podnebnimi spremembami ter trajnostni rabi tal in drugi naravnih virov (European Commission, 2011). Te poslovne prakse vključujejo (Rode in drugi, 2016): finančna in druga vlaganja organizacij v različne dejavnosti, ki povečujejo biotsko raznolikost, prizadevanje za ustvarjanje tokov prihodkov, ki temeljijo na trajnostni rabi zemljišč in naravnih virov, usmerjanje v proizvodnjo izdelkov iz divje narave (npr. med, sadje, naravna kozmetika) ter udomačevanje divjih vrst, npr. cvetja, zdravilnih rastlin ipd.

3.3.2 Socialna dimenzija

Socialna dimenzija trojnega izida v trajnostni koncept vpeljuje ljudi in zagotavlja, da podjetja pri sprejemanju odločitev za strateški razvoj dejavno upoštevajo družbo ter vračajo skupnosti (Arowoshegbe in drugi, 2016). Socialno trajnostna organizacija deluje v skladu s poštenimi poslovnimi praksami glede delovne sile, človeškega kapitala in skupnosti ter se osredotoča na socialno pravičnost (Elkington, 1997). Zanimanje za korporativno socialno (družbeno) odgovornost močno raste od leta 2010, zanjo pa se vedno bolj aktivno zanimajo tudi države v razvoju. Številna podjetja sledijo ISO26000 mednarodnemu standardu, ki zagotavlja smernice o temeljnih načelih socialne odgovornosti in s pomočjo katerega podjetja sprejemajo ukrepe za večjo socialno odgovornost (Pojasek, 2011). V okviru socialne dimenzije znotraj TPI so Žabkar in drugi (2022) izhajali iz teorije deležnikov, na podlagi katere so socialno (družbeno) odgovorne prakse podjetij razdelili v dve skupini: notranje in zunanje socialne prakse.

Prvi izmed notranjih poslovnih praks sta **naložba v izobraževanje zaposlenih ter zdravje in varnost na delovnem mestu**. Izobraževanje in usposabljanje zaposlenih sta pomembna tako z ekonomskega kot tudi socialnega vidika in predstavljata ključ do trajnostnega razvoja organizacije. Na eni strani vodita v večjo iniciativnost, kakovost dela ter zavzetost zaposlenih za doseganje organizacijskih ciljev, kar posledično močno povečuje učinkovitost in produktivnost zaposlenih v organizaciji (Nda in Fard, 2013), sočasno pa vodi tudi k večji motivaciji, predanosti in zadovoljstvu zaposlenih (Hutchings in drugi, 2009). Izobraževanje zaposlenih prav tako velja za enega najbolj učinkovitih načinov za **boj proti korupciji** (Hauser, 2019). Za namene usposabljanja in razvoja zaposlenih se organizacije poslužujejo različnih pristopov, kot so (Nassazi, 2013):

- coaching in mentorstvo,
- rotacija in premestitev delovnih mest,
- konference,
- formalni programi usposabljanja in razvoja.

Poslovne prakse za zagotavljanje varnosti zdravja in varnosti zaposlenih se osredotočajo na dejavnosti, kot so: prepoznavanje in obvladovanje nevarnosti za zdravje in varnost, izboljšanje odnosa do zdravja in varnosti, oblikovanje pobud za zdravje in varnost zaposlenih ter obvladovanje izzivov za zdravje in varnost zaposlenih v organizacijah (Quartey in Puplampu, 2012). Omenjeno poslovno prakso so Grawitch in drugi (2006) poleg vključevanja in prepoznavanja zaposlenih ter ravnovesja med delom in zasebnim življenjem imenovali kot ključne poslovne prakse za zagotavljanje **zdravega delovnega okolja**.

Naslednji notranji poslovni praksi sta **enake možnosti in management raznolikosti**, ki se borita za odpravljanje rasizma ter etične, spolne, verske in druge pristranskosti ter predsodkov na organizacijski, nacionalni in celo mednarodni ravni. Raznoliko delovno

okolje ima številne prednosti, med drugim namreč povečuje nabor kvalificiranega osebja iz različnih okolij in širi obseg primernih kandidatov, povečuje produktivnost, povečuje ustvarjalnosti in izboljšuje učinkovitost reševanja problemov. Vendar pa raznolikost vodi tudi v številne probleme, ki presegajo zgolj probleme diskriminacije; vključujejo namreč tudi komunikacijske težave v delovnem okolju in upiranje pri sprejemanju spremembe (Croitoru in drugi, 2022). Programi enakih možnosti, ki se borijo proti diskriminaciji, se raztezajo od preprostih izjav o politiki podjetja glede nediskriminacije do celovitih sklopov ukrepov za spremljanje položaja diskriminiranih skupin, ugotavljanja in odpravo virov diskriminacij ter izboljšanje priložnosti, ki so na voljo zaposlenim iz diskriminiranih skupin (Pe'rotin in Robinson, 2000). Strategije za antidiskriminiranje so bile v raziskavi Pe'rotin in Robinson (2000) dokazane kot učinkovit način izboljšanja produktivnosti znotraj podjetja.

Druge poslovne prakse, ki zagotavljajo učinkovito upravljanje raznolikosti znotraj podjetja ter pripomorejo k izkoriščanju prednosti raznolikosti med posameznimi skupinami so usposabljanja o raznolikosti za zaposlene na vseh ravneh, omogočanje afinitetnega mreženja med zaposlenimi s podobnim ozadjem ter razvijanje praks raznolikosti med zaposlovanjem, ocenjevanjem in odpuščanjem (Croitoru in drugi, 2022). Obe poslovni praksi sta močno povezani tudi s **poštenim plačilom**, ki zagovarja, da je visoka razpršenost plač poštena, kadar jo je mogoče razložiti z legitimnimi viri (kot so razlike v prispevkih zaposlenih) in je nepoštena, če je nerazložljiva (tj. preveč razpršena ali preveč stisnjena) (Park in drugi, 2017) in ni v skladu z **etičnim ravnanjem**. Raziskava Koh in Boo (2001) je dokazala pozitivno povezanost med organizacijsko etiko (merjeno z vidika stopnje podpore najvišjega vodstva za etično vedenje, ugodnejšo etično klimo v organizaciji ter povezanostjo med etičnim obnašanjem in kariernim uspehom) in zadovoljstvom pri delu. Ross (1988) je poročal, da je kodeks etike najbolj učinkovit način za podpiranje etičnega vedenja; Stevens (1999) pa je poudaril, da mora odražati ideale, v katere verjamejo zaposleni in postati del organizacijske kulture in nujnost usposabljanj, preko katerih se zaposleni učijo etičnih pričakovanj. Velik del korporacijske morale predstavlja tudi **zasebnost in varstvo podatkov**. V sodobnih raziskavah pereč problem predstavlja predvsem digitalna zasebnost, raziskava Pollach (2011) pa je pokazala, da le majhen delež največjih tehnoloških podjetij celovito obravnava zasebnost kot socialno odgovornost. Nenazadnje notranjo poslovno prakso predstavlja tudi korporativno upravljanje s prioritiziranjem transparentnosti pri vseh dejavnostih, zagotavljanjem vpogleda v pomembne podatke ter upoštevanjem pravil (borznih) trgov o korporativnem upravljanju (Baumgartner in Ebner, 2010).

S tem ko se podjetja zavedajo pomena zdravja na delovnem mestu, pa so se začela zavedati tudi povezave med zdravjem zaposlenih in skupnostmi, v katerih živijo njihovi zaposleni, družine ter stranke (Zellner in Bowdish, 2017). Zaradi časa, ki ga ljudje preživijo zunaj delovnega mesta, programi za dobro počutje na delovnem mestu ponujajo le delno rešitev zapletenega problema, ki je osredotočen na domače okolje podjetja (Christakis in Fowler, 2017). Zato v okviru socialne odgovornosti vedno več podjetij investira tudi v **javno zdravje in počutje, podpirajo šport in kulturo ter pripomorejo k lokalnemu in regionalnemu**

razvoju. Raziskovalci raziskovalne organizacije za krepitev zdravja (angl. health enhancement research organisation – HERO) (v Zellner in Bowdish, 2017, str. 2) so navedli več razlogov za organizacijske investicije v zdravje skupnosti, to so:

- boljše zdravje porabnikov,
- bolj zdravi, srečni in produktivnejši zaposleni,
- večji ugled podjetja v skupnosti,
- živahnejša skupnost, ki privablja nove in ohranja obstoječe zaposlene.

Med zunanje socialne prakse spada tudi **dobrodelnost**, ki predstavlja del filantropske socialne odgovornosti podjetja. Podjetja običajno izberejo namen ali organizacijo, na katero bodo osredotočila svoje prispevke, ki lahko vključujejo donacijo opreme ali tehnologije, čas zaposlenih (prostovoljstvo) ali denar (Kerlin in Gagnaire, 2009). Vendar Houque in drugi (2021) poudarjajo, da razlogi za doniranje sredstev pogosto niso zgolj altruistični, pač pa podjetja pogosto pričakujejo tudi posredne ali neposredne koristi. V svoji raziskavi so dokazali, da sta stopnja donacij in stopnja rasti delnice pozitivno povezani. Pod zunanje poslovne prakse spada tudi **zaščita človekovih pravic**. V zadnjih treh desetletjih se je zato za raziskovalce razvilo novo raziskovalno področje: podjetja in človekove perspektive (angl. business and human rights), ki raziskuje odgovornosti podjetij na področju človekovih pravic. To vključuje spoštovanje in varstvo človekovih pravic v vrednostnih verigah podjetij, preprečevanje povzročanja ali prispevanja h kršitvam človekovih pravic s poslovnimi dejavnostmi in ravnanjem ter zagotavljanje pravnih sredstev tistim, katerih pravice so bile kršene s strani podjetij (Bernaz, 2017). Znotraj njega so bila v raziskavah obravnavana nekatera vprašanja človekovih pravic in z njimi povezana ravnanja, kot so delavske pravice (Soundararajan in Brammer, 2018), delo otrok (Ballet in drugi, 2014) in sodobno suženjstvo (Monciardini in drugi, 2019). Eden najpogostejše omenjenih socialnih učinkov krožne ekonomije pa je povezan z **ustvarjanjem delovnih mest**. Pričakuje se, da bo prehod na dejavnosti popravila, ponovne uporabe in recikliranja prinesel koristi ter hkrati ustvaril nove možnosti za zaposlovanje, pogosto na mestu porabe, kar je v skladu s trendi bolj lokalnih pristopov (Clube in Tennant, 2020). Akcijski načrt za krožno gospodarstvo ob tem poudarja, da bo prehod pozitivno vplival na ustvarjanje delovnih mest le, če se bodo delavci temu prilagodili in pridobili spretnosti, ki jih zahteva zeleni prehod (Circular Economy Action Plan, 2020). Vendar pa Clube (2022) v svoji raziskavi opozarja, da primanjkuje empiričnih dokazov in raziskav o ustreznih znanjih in spretnostih, ki bodo potrebna za opravljanje krožnih poklicev. Kljub temu se podjetja, ki zasledujejo trajnostni razvoj, lahko zavzemajo za ohranjanje delovnih mest preko ponujanja štipendij, ustvarjanje novih delovnih mest znotraj podjetja itd. (Gallardo-Vázquez in Sanchez-Hernandez, 2014). Nenazadnje pa med socialne poslovne prakse sodita še **pošteno poročanje o izdelkih** ter druge **poštene poslovne prakse**. Pošteno poročanje o izdelkih temelji predvsem na transparentnosti, ki je bila z organizacijskega vidika obravnavana predvsem v smislu stopnje vidnosti in dostopnosti informacij (Wilkin, 2009). Ta je za stranke izjemno pomembna, saj se pri ocenjevanju izdelka ali storitve običajno sooča z določeno stopnjo negotovosti (Crosby in

drugi, 1990), transparentnost pa jim omogoča bolj informirano odločanje in podjetje predstavlja kot bolj zanesljivo (Stewart, 2009). Empirična študija Merlo in drugi (2018) je dokazala, da bodo stranke plačale več, če bo podjetje transparentno. Ob tem so podjetjem priporočala slediti načelom transparentnosti, četudi ta podjetje pokaže v nekoliko slabši luči.

3.3.3 Ekonomska dimenzija

Ekonomska dimenzija trojnega izida vzpostavlja povezavo med ekonomskim uspehom organizacije in njenim prispevkom v makroekonomskem kontekstu. Osredotoča se na gospodarsko vrednost, ki jo organizacija zagotavlja okoliškemu sistemu na način, ki ga razvija ter spodbuja njegovo sposobnost podpiranja prihodnjih generacij (Alhaddi, 2015, str. 8). Ekonomska dimenzija trajnosti je med vsemi tremi dimenzijami podjetjem najbližje, saj zagovarja, da podjetje ne more biti trajnostno, ne da bi sočasno bilo tudi dobičkonosno (Beattie, 2023). Vendar pa je potrebno poudariti, da trajnostni izid ne zagovarja dobička za vsako ceno, ampak zahteva, da se gospodarske odločitve sprejemajo na pravičen in fiskalno vzdržen način, pri čemer je potrebno upoštevati tudi ostale vidike trajnosti (Zhai in Chang, 2019). V okvir ekonomske dimenzije znotraj TPI so Žabkar in drugi (2022) zajeli tako finančno kot nefinančno izraženo uspešnost. Med klasične ekonomske kazalce finančne uspešnosti spadajo **dobičkonosnost sredstev** (angl. return on assets – ROA) **in kapitala** (angl. return on equity – ROE), **rast** (prodaja, dobiček in zaposleni) ter **dodana vrednost na zaposlenega**. Pogosteje zanemarjene nefinančne kazalce uspešnosti obravnavam v nadaljevanju.

Prva nefinančna kazalca uspešnosti sta **zavzetost in zadovoljstvo zaposlenih**, ki sta bila v raziskavi Bin (2016) znanstveno potrjena kot tesno povezana konstrukta. Zavzeti zaposleni predstavljajo ambasadorje organizacije, jo aktivno podpirajo in promovirajo med poslovnimi kolegi, zavzeto pristopajo k potencialnim strankam (Bin, 2016) ter vlagajo dodaten čas, trud in pobude pri opravljanju svojih delovnih nalog (Baumruk in Gorman, 2006). Nič presenetljivega torej ni, da so mnoge empirične študije potrdile pozitivno povezavo med zavzetostjo in zadovoljstvom zaposlenih ter različnimi kazalci uspešnosti organizacije, ki zajemajo zadovoljstvo strank (Coffman, 2000), produktivnost (Ellis in Sorensen, 2007), poslovno uspešnost (Coffman in Gonzalez-Molina, 2002) in fluktuacijo zaposlenih (Ashraf in Siddiqui, 2020). Khan in drugi (2017) so v svoji študiji proučevali dejavnike, ki vplivajo na zadovoljstvo zaposlenih in kot najpomembnejša dejavnika identificirali zasebnost (med spremenljivkami fizičnega okolja pisarne) ter časovni pritisk (med psihosocialnimi značilnostmi delovnega mesta). Sočasno se zavzetost zaposlenih gradi predvsem preko vključevanja zaposlenih pri sprejemanju odločitev, podpiranja izražanja njihovih idej, ponujanja možnosti za razvoj dela ter preko skrbi za zdravje in dobro počutje zaposlenih (Robinson in drugi, 2004).

Med poslovne prakse, ki pripomorejo k zagotavljanju zadovoljstva in zavzetosti med zaposlenimi, spadajo vzpostavljanje prepoznavne kulture podjetja (kar promovira usklajenost ciljev in vrednot med posameznimi oddelki podjetja), vpeljava močnega sistema povratnih informacij ter zagotavljanje možnosti za razvoj, napredovanje in avtonomijo pri delu (Markos in Sridevi, 2010).

Druga nefinančna kazalca uspešnosti sta **zavzetost in zvestoba strank**, ki sta medsebojno izjemno povezana koncepta. Zavzetost se namreč nanaša na povezavo, ki jo porabnik vzpostavi z drugimi porabniki, podjetjem in blagovno znamko (Brodie in drugi, 2011) in vodi v psihološki proces, ki spodbuja zvestobo porabnikov (Bowden, 2008). Zavzetost torej predstavlja predstopnjo ponovnih nakupov (psihološko lojalnost), ki se potencialno izraža tudi v vedenjski lojalnosti. Lojalnost je za podjetja izjemno pomembna, saj povratne stranke kupujejo več (kar zmanjša stroške poslovanja za njihovo oskrbo), pripravljene so plačati višjo ceno (ker vedo, da jim podjetje ustreza), hkrati pa podjetje tudi priporočajo znancem in s tem pripeljejo nove kupce (Reichheld, 2001). Reichheld (2001) trdi, da rast stopnje ohranjanja strank za 5 % poveča dobiček za kar od 25 % do 95 %. Lojalnost zato velja za ključni dejavnik pri doseganju trajnosti in uspeha v daljšem časovnem obdobju (Keating in drugi, 2003). Grajenje zavzetosti in zvestobe med strankami je bilo obravnavano v številnih raziskavah. Eisingerich in drugi (2019) so v svoji študiji proučevali, kako povečati zavzetost strank z gamifikacijo; Homburg in drugi (2017) so poudarili pomen trženja, Menguc in drugi (2017) pa so se osredotočili na povezavo med zavzetostjo zaposlenih in strank. Poleg zavezanosti na lojalnost strank močno vpliva tudi zaznana kakovost storitve, zadovoljstvo in zaupanje (Chio in Droge, 2002), pomemben vpliv ima tudi cena izdelkov in stroški prehoda h konkurentu (Parasuraman in Grewal, 2000). Za izgradnjo lojalne baze strank se podjetja poslužujejo različnih poslovnih praks, med katere spadajo tudi implementacija programov lojalnosti in personalizacija ponudb, kar je še posebej pomembno v industrijah z nizkimi stroški prehoda (Nastasoiu in Vandenbosch, 2019).

Zadnji nefinančni kazalec uspešnosti predstavlja **konkurenčna prednost**. Ta je za podjetja v poslovnem svetu ključnega pomena, saj jih ločuje od konkurenčnih akterjev in prispeva k njihovem uspehu preko povečevanja dobičkonosnosti, privabljanja novih strank ter s krepitevijo zvestobe znamki med obstoječimi strankami (Peterdy, 2023). Konkurenčna prednost obstaja, kadar zmore podjetje potencialnim strankam zagotavljati enake koristi kot konkurenti, vendar z nižjimi stroški (kar prepoznamo kot stroškovno prednost) ali pa preko ponujanja koristi, ki presegajo koristi konkurenčnih izdelkov (razlikovalna prednost). V tem okviru podjetje sledi eni od štirih osnovnih strategij za doseg konkurenčne prednosti. Prva strategija (strategija diferenciacije) temelji na ponujanju dodatne vrednosti za porabnike, edinstvenim pozicioniranjem na trgu in (običajnim) postavljanjem nekoliko višje cene. Sorodna ji je strategija diferenciacijskega fokusa, pri kateri se podjetje osredotoča na konkurenčno razlikovanje znotraj specifičnega tržnega segmenta, ki mu prilagodi svoje proizvode. Nasprotno tretja strategija, strategija vodilnega na področju stroškov, temelji na ideji o znižanju proizvodnih stroškov, kar omogoča nižje cene za porabnike in s tem

povečanje prodaje. Podjetje si na takšen način pribori večji tržni delež, ne da bi ob tem znižali marže. Podobna je strategija osredotočenosti na stroške, kjer podjetje išče ugodnosti nižjih stroškov v majhnem številu tržnih segmentov.

Poslovne prakse, ki se znotraj posameznega podjetja izvajajo z namenom konkurenčnosti, so odvisne od področja, ki je prepoznan kot potencialni vir poslovne prednosti. Kadar so vir konkurenčne prednosti tehnologija in inovacije, podjetja običajno prioritizirajo intenzivno investiranje v neprestano iskanje izboljšav in uspešno komercializacijo nadgradenj, s pomočjo tega pa proizvode učinkovito pozicionirajo na trgu. Če konkurenčnost podjetja izvira v človeških virih, je v podjetje smiselno vpeljati poslovne prakse, ki pripomorejo k učinkovitejšemu upravljanju. Ključna je implementacija sistemov za usposabljanje in zagotavljanje notranjih kariernih možnosti, oblikovanje občutka varnosti med zaposlenimi, ponujanje možnosti za sporočanje predlogov za izboljšave ter vključevanje zaposlenih pri sprejemanju odločitev. Nenazadnje pa lahko konkurenčna prednost izvira tudi iz organizacijske kulture. V tem primeru je izjemno pomembno, da organizacija s svojimi poslovnimi praksami omogoča izkoriščanje individualnih veščin, kar povečuje prilagodljivost in ustvarjalnost znotraj organizacije ob sočasnem ohranjanju reda in nadzora, ki omogočata spremljanje procesov (Wang in drugi, 2011).

4 EMPIRIČNA PREVERBA

V drugem delu tega magistrskega dela na podlagi teoretičnega dela predstavljam kvantitativno raziskavo. Postavitvi raziskovalnih vprašanj, konceptualnemu modelu in hipotezam sledita opisa zbiranja podatkov in uporabljenih metod, empiričen del pa zaključujem s poglavjem o glavnih ugotovitvah.

4.1 Raziskovalna vprašanja, konceptualni model in hipoteze

V sklopu svojega magistrskega dela nameravam odgovoriti na štiri glavna raziskovalna vprašanja:

RV1: Kako je velikih pet povezanih z nagnjenostjo k trajnosti?

RV2: Kako je regulacijska osredotočenost povezana z nagnjenostjo k trajnostnim praksam?

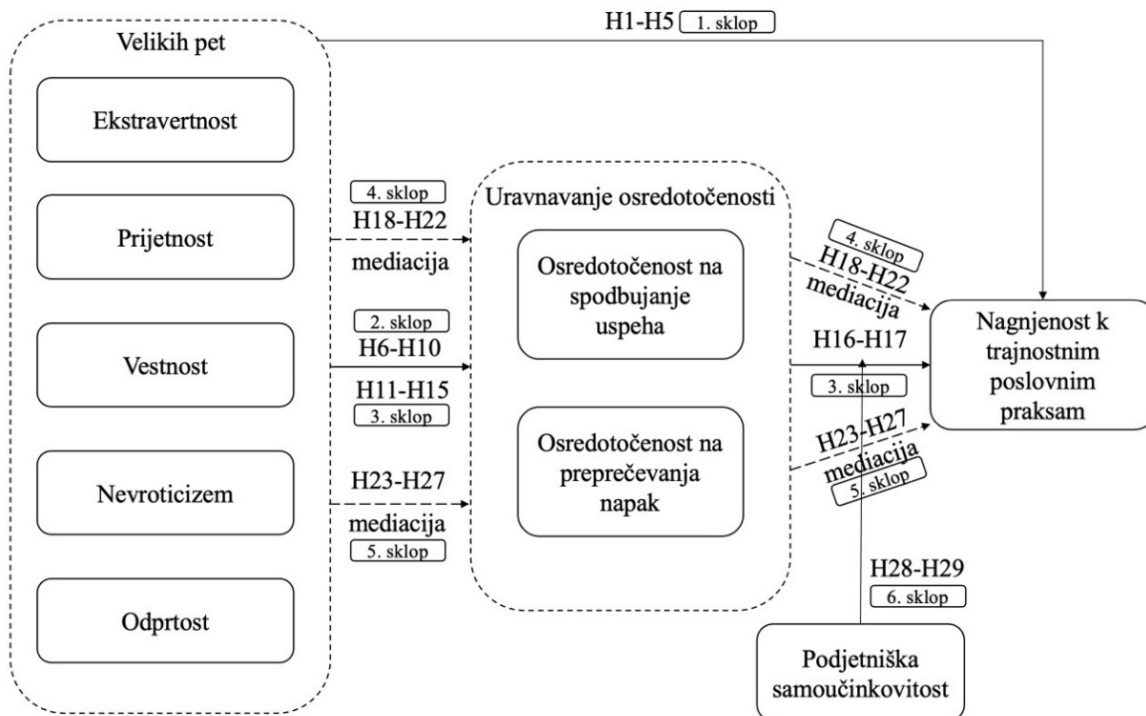
RV3: Kako je velikih pet povezanih z nagnjenostjo k trajnostnim praksam, pri čemer je povezava medirana z regulacijsko osredotočenostjo?

RV4: Kako je stil reševanja izzivov povezan z nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam, pri čemer je povezava moderirana s podjetniško samoučinkovitostjo?

Svoja raziskovalna vprašanja sem razdelila na več hipotez, ki jih v nadaljevanju raziskave empirično preverjam. Hipoteze so zastavljene po pregledu literature, ki je zasnova

teoretičnega dela, in so predstavljene v nadaljevanju. Na sliki 4 prikazujem konceptualni model povezanosti proučevanih dejavnikov, ki ga preverjam v empiričnem delu te raziskave.

Slika 4: Predlog konceptualnega modela



Vir: lastno delo.

Prvi sklop hipotez, torej hipoteze od 1 do 5, se nanašajo na direktno povezavo med osebnostnimi značilnostmi BF in nagnjenostjo k TPP. Navajam jih v nadaljevanju.

H1: Ekstravertnost pri podjetnikih je pozitivno povezana z nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Postavljanje hipoteze H1 temelji na dveh ločenih raziskavah. V raziskavi Ali (2019) je bila dokazana pozitivna povezava med ekstravertnostjo in inovativnostjo, kar zagotovo pripomore tudi k enostavnejšemu prilaganju izzivom, ki jih predstavlja trajnostni razvoj. Še pomembnejšo iztočnico pa predstavlja raziskava Khan in drugi (2021), kjer so raziskovalci proučevali vpliv osebnostnih značilnosti služnostnih vodij na njihove trajnostno usmerjene podjetniške namene. Povezava med ekstravertnostjo in trajnostnimi nameni se je izkazala za najmočnejšo in pozitivno ($\beta = 0.297$). Študija se je torej osredotočala na posebno obliko vodenja – služnostno vodenje. V tej raziskavi se bom osredotočila na podjetnike, pri katerih njihov stil vodenja ne bo predmet raziskave. Kljub temu predvidevam, da pri podjetnikih ne bo prišlo do večjih razlik in da bo povezava med ekstravertnostjo in nagnjenostjo k TPP med podjetniki pozitivna.

H2: Prijetnost pri podjetnikih je pozitivno povezana z nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Hipotezo H2 utemeljujem z rezultati raziskave Khan in drugi (2021), kjer se je povezava med prijetnostjo in nagnjenostjo k trajnostnemu razvoju med vodji s služnostnim stilom vodenja izkazala za pozitivno in drugo najmočnejšo med osebnostnimi značilnostmi v modelu BF ($\beta = 0.234$). Sočasno so Wang in drugi (2019) v svoji študiji ugotovili pozitivno korelacijsko povezavo med podjetniškimi dosežki in prijetnostjo. Glede na to, da se je trajnostna naravnost izkazala tudi kot pomemben vir konkurenčne prednosti predvidevam, da bodo podjetniki (ne glede na njihov stil vodenja) z višjo stopnjo prijetnosti v splošnem bolj nagnjeni k TPP.

H3: Vestnost pri podjetnikih je pozitivno povezana z nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

V hipotezi H3 predvidevam, da bodo podjetniki z višjo stopnjo vestnosti bolj nagnjeni k TPP. Visoka stopnja vestnosti se med drugim izraža kot močan občutek dolžnosti in odgovornosti do drugih (Musek, 2010, str. 133), kar je lahko močna osnova za močnejše prizadevanje za trajnostni razvoj. Svoje predvidevanje dodatno utemeljujem z rezultati študije Khan in drugi (2021), ki je dokazala pozitivno povezanost med vestnostjo in nagnjenostjo k trajnostnemu razvoju pri vodjah s služnostnim stilom vodenja. V sklopu tega magistrskega dela pa predvidevam, da bo vestnost pozitivno povezana z nagnjenostjo k TPP tudi pri podjetnikih (ne glede na njihov stil vodenja).

H4: Nevroticizem pri podjetnikih in nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam sta negativno povezani.

Pri postavljanju hipoteze H4 sem se oprla na študijo Hopwood in drugi (2021), ki so proučevali povezave med osebnostmi ter trajnostnimi stališči in vedenji. Raziskava je dokazala negativno povezanost med nevroticizmom ter okoljsko požrtvovalnostjo oz. osebno okoljsko učinkovitostjo. Nadalje hipotezo utrjujem z raziskavo Ali (2019), kjer je bilo dokazano, da je nevroticizem edina osebnostna značilnost iz modela BF, ki je negativno povezana z inovativnostjo. Glede na to, da prilagajanje zahtevam trajnostnega razvoja zahteva določeno inovativnost pri iskanju novih rešitev, predvidevam, da bo visoka stopnja nevroticizma negativno povezana s TPP podjetnikov.

H5: Odprtost pri podjetnikih je pozitivno povezana z nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

V hipotezi H5 sem predvidevanja postavila na podlagi ugotovitev, da posamezniki, ki imajo visoko stopnjo odprtosti do izkušenj, cenijo novosti in raznolikost (McCrae in Sutin, 2009) ter imajo široke interese (Dollinger, 2012). Na podlagi tega predvidevam, da bodo podjetniki

z visoko stopnjo odprtosti bolj pripravljeni prevzeti spremembe, ki jih zahteva trajnostna naravnost. Mojo hipotezo je dodatno utrdila študija Khan in drugi (2021), kjer se je povezava med odprtostjo pri vodjah s služnostnim stilom vodenja in nagnjenostjo k trajnostnemu razvoju izkazala za pozitivno. Zato pri podjetnikih ne glede na njihov stil vodenja predvidevam pozitivno povezavo med odprtostjo do izkušenj in njihovo nagnjenostjo k TPP.

Drugi sklop hipotez, H6 do H15, se osredotoča na direktno povezavo med osebnostnimi značilnostmi v modelu BF in RF. Pri tem se prvih pet hipotez nanaša na povezavo med osebnostnimi značilnostmi in RF na spodbujanje uspeha, drugih pet pa na povezavo med osebnostnimi značilnostmi in RF na preprečevanje napak.

H6: Ekstravertnost pri podjetnikih je pozitivno povezana z osredotočenostjo na spodbujanje uspeha.

V raziskavi Gorman in drugi (2012) so s pomočjo povzetka 77 empiričnih raziskav odkrivali povezavo med predhodniki RF (med drugimi tudi osebnostnimi značilnostmi) ter posledicami, ki so povezane z delom (npr. zadovoljstvom na delu). Gorman in drugi (2012) so dokazali pozitivno povezanost med ekstravertnostjo in RF na spodbujanje uspeha ($\rho = 0,33$), vendar pa se v sklopu študije avtorji niso specifično usmerili v določeno vrsto delavcev (npr. managerje, vodje ali zaposlene), zato se bom v okviru svojega magistrskega dela z vidika vzorca nekoliko bolj omejila in se osredotočila na podjetnike. Ti so se v raziskavi Carland in drugi (1984) izkazali kot pomembno drugačni od managerjev ter celo lastnikov majhnih podjetij. Kljub temu v hipotezi H6 predvidevam, da bodo rezultati podobni tudi za podjetnike in da bo ekstravertnost pri podjetnikih pozitivno povezana z RF na spodbujanje uspeha.

H7: Prijetnost pri podjetnikih je pozitivno povezana z osredotočenostjo na spodbujanje uspeha.

Hipoteza H7 je postavljena na podlagi raziskave Lanaj in drugi (2012), v okviru katere so avtorji raziskovali RF in njene posledice na področju dela. V okviru raziskave je bila dokazana pozitivna, vendar šibka, povezava med prijetežnostjo in RF na spodbujanje uspeha. Vendar pa je tudi tukaj šlo za metaanalizo študij s področja organizacijskega vedenja, ki niso vključevale specifičnih študij o podjetnikih. S tega vidika se raziskava Lanaj in drugi (2012) pomembno razlikuje od mojega magistrskega dela, kjer bodo vzorec predstavljali zgolj podjetniki. V hipotezi H7 tako predvidevam, da bodo podjetniki z bolj dobro, sodelovalno in spodbudno naravnostjo (Musek, 2010, str. 128) izkazovali tudi večjo stopnjo RF na spodbujanje uspeha.

H8: Vestnost pri podjetnikih je pozitivno povezana z osredotočenostjo na spodbujanje uspeha.

Pri postavljanju hipoteze H8 sem se ponovno naslonila na raziskavo Gorman in drugi (2012), kjer so odkrivali povezavo med predhodniki RF (med drugim tudi osebnostnimi značilnostmi) ter posledicami, ki so povezane z delom. Ugotovljena je bila pozitivna povezava med vestnostjo in RF na spodbujanje uspehov ($\rho = 0,28$). Kot omenjeno, pa so v raziskavi proučevali članke na področju organizacijskega vedenja, torej ni nujno, da so inkorporirali tudi študije, ki bi se osredotočale na podjetnike. V magistrskem delu pa bodo vzorec predstavljali ravno podjetniki, zato v hipotezi H8 predvidevam pozitivno povezanost med vestnostjo in RF na spodbujanje uspehov pri slednjih.

H9: Nevroticizem pri podjetnikih je negativno povezan z osredotočenostjo na spodbujanje uspeha.

Hipoteza H9 je postavljena na podlagi raziskave Gorman in drugi (2012), kjer je bila ugotovljena negativna povezanost med vestnostjo in RF na spodbujanje uspehov ($\rho = -0,19$). Kljub temu, da se študija ni osredotočila na podjetnike (temeljila je na študijah organizacijskega vedenja), je za posameznike z visoko stopnjo nevroticizma tudi v splošnem pomenila nagnjenost k negativnim čustvom (Costa in McCrae, 1985). Na podlagi tega v hipotezi H9 predvidevam, da bom v okviru magistrskega dela ugotovila negativno povezavo med nevroticizmom pri podjetnikih in RF na spodbujanje uspeha.

H10: Odprtost do izkušenj pri podjetnikih je pozitivno povezana z osredotočenostjo na spodbujanje uspeha.

Vaughn in drugi (2008) so v svoji študiji raziskovali motivacijo posameznika, da zasleduje cilj, povezan s spodbujanjem uspeha oz. preprečevanjem napak. Raziskava je bila izvedena na 163 dodiplomskih študentih. Ugotovljena je bila pozitivna povezava med odprtostjo do izkušenj in motivacijo do zasledovanja ciljev, povezanih s spodbujanjem uspeha. V svojem magistrskem delu se bom osredotočila na drug vzorec, vendar na tej podlagi v hipotezi H10 predvidevam pozitivno povezavo med odprtostjo do izkušenj ter RF na spodbujanje uspeha pri podjetnikih.

H11: Ekstravertnost pri podjetnikih je negativno povezana z osredotočenostjo na preprečevanje napak.

V hipotezi H11 sem predvidevanja postavila na podlagi raziskave Gorman in drugi (2012) in Lanaj in drugi (2012), kjer so avtorji v dveh ločenih raziskavah proučevali RF in njene posledice na področju dela. Dokazana je bila negativna povezava med ekstravertnostjo in RF na preprečevanje napak. V obeh študijah je šlo za metaanalizo študij s področja organizacijskega vedenja, ki niso specifično usmerjene na podjetnike, ki bodo predstavljali vzorec v tem magistrskem delu. Tako v hipotezi H11 predvidevam, da bodo rezultati raziskave pokazali negativno povezavo med ekstravertnostjo in RF na preprečevanje napak tudi pri podjetnikih.

H12: Prijetnost pri podjetnikih je pozitivno povezana z osredotočenostjo na preprečevanje napak.

Hipoteza temelji na raziskavi Bak (2009), kjer je bila (ob uporabi vprašalnika RF) dokazana pozitivna povezava med prijetnostjo in RF na preprečevanje napak. Ob uporabi lestvice RF povezava med spremenljivkama ni bila ugotovljena. Raziskava Bak (2009) je bila izvedena na posameznikih s povprečno starostjo 21,8 let, od česar je 60 % vzorca predstavljal ženski spol. Moja raziskava bo usmerjena bolj ekonomsko, saj bodo moj vzorec predstavljali zgolj podjetniki. Kljub temu ne pričakujem bistveno drugačnih rezultatov, zato v hipotezi H12 predvidevam, da bo prijetnost pri podjetnikih pozitivno povezana z RF na preprečevanje napak.

H13: Vestnost pri podjetnikih je pozitivno povezana z osredotočenostjo na preprečevanje napak.

Ugotovitve študij so bile pri raziskovanju povezave med vestnostjo ter RF na preprečevanje napak precej konsistentne, čeprav nekoliko presenetljive. Raziskava Gorman in drugi (2012) je dokazala pozitivno povezavo, čeprav so bila v hipotezi pričakovanja drugačna ($\rho = 0,18$). Podobno je bilo prikazano tudi v raziskavi Bak (2009), kjer je bila pozitivna povezava med vestnostjo in RF na preprečevanje napak dokazana ne glede na način merjenja (vprašalnik za regulacijsko usmerjenost (angl. regulatory focus questionnaire) ali regulativna lestvica osredotočenosti (angl. regulatory focus scale)). Kljub temu, da nobena izmed omenjenih raziskav ni bila osredotočena na podjetnike, pa pri hipotezi H13 predvidevam, da bo vestnost pozitivno povezana z RF na preprečevanje napak tudi pri podjetnikih.

H14: Nevroticizem pri podjetnikih je pozitivno povezan z osredotočenostjo na preprečevanje napak.

Weed in Kwon (2007) sta trdila, da so visoko nevrotični posamezniki slabi pri reševanju problemov, opisujeta pa jih celo kot obrambne pesimiste. Ob tem sta poudarila, da so zaradi visokonevrotičnega vedenja nagnjeni k visoki anticipacijski zaskrbljenosti. Tako ugotovitve Gorman in drugi (2012), ki so v svoji raziskavi ugotovili pozitivno povezanost med nevroticizmom in RF na preprečevanje napak ($\rho = 0,31$), ne presenečajo. Kot omenjeno, se raziskava ni osredotočala na podjetnike, kar jo močno razlikuje od mojega magistrskega dela. Na podlagi ugotovitev v hipotezi H14 predvidevam pozitivno povezanost med nevroticizmom in RF na preprečevanje napak pri podjetnikih.

H15: Odprtost do izkušenj pri podjetnikih je pozitivno povezana z osredotočenostjo na preprečevanje napak.

V hipotezi H15 sem se ponovno sklicevala na raziskavo Vaughn in drugi (2008), kjer je bila na vzorcu 163 dodiplomskih študentih dokazana negativna povezava med odprtostjo do izkušenj in motivacijo do zasledovanja ciljev, povezanih s preprečevanjem napak. Ponovno poudarjam, da gre v raziskavi za popolnoma drugačen vzorec, kar jo pomembno razlikuje od mojega magistrskega dela. Kljub temu sem na podlagi ugotovitev avtorjev vzpostavila hipotezo H15, znotraj katere predvidevam, da bodo podjetniki, ki so bolj odprti do izkušenj tudi močnejše RF na preprečevanje napak.

Tretji sklop hipotez, ki vključuje zgolj hipotezi H16 in H17, se nanaša na direktno povezavo med posamezno RF in nagnjenostjo k TPP. Na področju podjetniških raziskav nisem zasledila študije, ki bi proučevala povezavo med RF in nagnjenostjo k TPP, zato bom hipotezi utemeljila na podlagi študij v organizacijski kulturi. Kljub temu, da tudi te niso proučevale neposredne povezave med RF ter nagnjenostjo k TPP, pa mi bodo v pomoč pri vzpostavljanju sklepanj in posledično hipotez.

H16: Osredotočenost na spodbujanje uspeha pri podjetnikih je pozitivno povezana z nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Lee in Jung (2023) sta v svoji študiji raziskovala vpliv RF direktorjev na korporacijsko uspešnost z vidika socialne dimenzije v zahtevnih tržnih razmerah. Rezultati so pokazali, da je povezava med RF na spodbujanje uspeha in organizacijsko socialno uspešnostjo statistično značilna in pozitivna. V okviru svoje raziskave sta torej proučevala socialno dimenzijo TPP, vendar sem zaradi omejenega nabora dosedanjih raziskav na tem področju potegnila vzporednico tudi z ostalima dvema dimenzijama trajnostnega razvoja (torej okoljsko in ekonomsko dimenzijo) in predvidevala, da bo RF na spodbujanje uspeha tudi v splošnem vzpodbudila managerje k TPP. V raziskavi Lee in Jung (2023) so vzorec predstavljali managerji, vendar sklepam, da lahko podobno predvidevam tudi pri podjetnikih. Pomen trajnosti je namreč vedno bolj poudarjen, zato so TPP lahko razumljene kot pokazatelj organizacijske uspešne prilagoditve novim trendom ter zahtevam iz institucionalnega in družbenega okolja. Ker je za podjetnike značilna visoka stopnja potrebe po uspehu (Shane in Eckhardt, 2005), menim, da se bo ta potreba pokazala preko RF na spodbujanje uspeha, ki bo spodbujala višjo nagnjenost k TPP. Te ugotovitve so izhodišče pri oblikovanju hipoteze H16, v kateri predvidevam, da bodo podjetniki z večjo RF na spodbujanje uspehov tudi bolj nagnjeni k TPP.

H17: Osredotočenost na preprečevanje napak pri podjetnikih je negativno povezana z nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Hipoteza H17 temelji na raziskavi Wagner in Fischer-Kreer (2023), ki sta v svoji raziskavi odkrivala vpliv RF direktorjev na povečanje oz. zmanjšanje emisij ogljika s strani podjetja, v katerem delujejo. Rezultati so implicirali negativno povezavo med RF na preprečevanje napak in upravljanjem korporacijskih ogljikovih emisij. Čeprav gre v raziskavi za

proučevanje majhnega obsega poslovnih praks iz okoljske dimenzije trajnostnega razvoja, pa sem za namene postavitve hipoteze H17 ugotovitev posplošila na celotno dimenzijo in ob tem potegnila vzporednico z ostalima dvema dimenzijama trajnostnega razvoja. Vzorec moje raziskave bo sicer drugačen, vendar tudi tukaj predvidevam, da v tem primeru ne bo večjih razlik med direktorji in podjetniki. Tako v hipotezi H17 predvidevam, da bo RF na preprečevanje napak pri podjetnikih negativno povezana z nagnjenostjo k TPP.

Četrty sklop hipotez, znotraj katerega spadajo hipoteze H18 do H22, obravnavajo mediacijski učinek RF na spodbujanje uspeha na povezavo med BF osebnostnimi značilnostmi podjetnikov in njihovo nagnjenostjo k TPP (torej obravnavajo posredno povezavo med osebnostnimi značilnostmi in nagnjenostjo). Predstavljam jih v nadaljevanju.

H18: Osredotočenost na spodbujanje uspeha ima mediacijski učinek na povezavo med ekstravertnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Pri konceptualizaciji mediacijske vloge RF na spodbujanje uspeha se vrnemo k argumentu, ki podpira neposredno pozitivno povezavo med ekstravertnostjo in RF na spodbujanje uspeha (hipoteza H6) ter neposredno pozitivno povezavo med RF na spodbujanje uspeha in nagnjenostjo k TPP (hipoteza H16). Na podlagi tega predvidevam, da bo ekstravertnost pri podjetnikih svoj učinek na TPP prenesla preko RF na spodbujanje uspeha, kar predstavlja hipotezo H18.

H19: Osredotočenost na spodbujanje uspeha ima mediacijski učinek na povezavo med prijetnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Predvidevanje o mediacijski vlogi RF na spodbujanje uspeha v povezavi med prijetnostjo pri podjetnikih ter njihovo nagnjenostjo k TPP, kar predstavlja hipotezo H19, izhaja iz predhodnih argumentov za predvidevanje neposrednih povezav. Neposredna negativna povezava med prijetnostjo in RF na spodbujanje uspeha je argumentirana pri hipotezi H7, medtem ko je neposredno pozitivna povezava med RF na spodbujanje uspeha in nagnjenostjo k TPP argumentirana pri hipotezi H16. Na podlagi teh argumentov napovedujem hipotezo H19, ki predvideva, da bo prijetnost pri podjetnikih svoj učinek na nagnjenost k TPP prenesla preko RF na spodbujanje uspeha.

H20: Osredotočenost na spodbujanje uspeha ima mediacijski učinek na povezavo med vestnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Hipoteza H20 temelji na predhodnih hipotezah H8 in H16. Hipoteza H8 predvideva neposredno pozitivno povezavo med vestnostjo in RF na spodbujanje uspeha, hipoteza H16 pa predvideva neposredno pozitivno povezavo med RF na spodbujanje uspeha in nagnjenostjo k TPP. Na podlagi tega lahko sklepam, da bo vestnost pri podjetnikih svoj

učinek na nagnjenost k TPP prenesla preko RF na spodbujanje uspeha (ki bo torej predstavljal mediatorja v povezavi), kar predvideva hipoteza H20.

H21: Osredotočenost na spodbujanje uspeha ima mediacijski učinek in ne povezavo med nevroticizmom pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Pri konceptualizaciji mediacijske vloge RF na spodbujanje uspeha se vrnemo k argumentu, ki podpira neposredno negativno povezavo med nevroticizmom in RF na spodbujanje uspeha (hipoteza H9) ter neposredno pozitivno povezavo med RF na spodbujanje uspeha in nagnjenostjo k TPP (hipoteza H16). Na podlagi tega predvidevam, da bo nevroticizem pri podjetnikih svoj učinek na nagnjenost k TPP prenesel preko RF na spodbujanje uspeha, kar predstavlja hipotezo H21.

H22: Osredotočenost na spodbujanje uspeha ima mediacijski učinek ne povezavo med odprtostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Predvidevanje o mediacijski vlogi RF na spodbujanje uspeha na povezavi med odprtostjo pri podjetnikih ter njihovo nagnjenostjo k TPP, kar predstavlja hipotezo H22, izhaja iz predhodnih argumentov za predvidevanje neposrednih povezav. Neposredna pozitivna povezava med odprtostjo in RF na spodbujanja uspeha je argumentirana pri hipotezi H10; medtem ko je neposredno pozitivna povezava med RF na spodbujanje uspeha in nagnjenostjo k TPP argumentirana pri hipotezi H16. Na podlagi teh argumentov napovedujem hipotezo H22, ki predvideva, da bo odprtost pri podjetnikih svoj učinek na nagnjenost k TPP prenesla preko RF na spodbujanje uspeha.

Peti sklop hipotez, v katerega sodijo hipoteze od H23 do H27, obravnavajo posredno povezavo med BF osebnostnimi značilnostmi in nagnjenostjo k TPP preko mediacijskega učinka RF na preprečevanje napak. Predstavljam jih v nadaljevanju.

H23: Osredotočenost na preprečevanje napak ima mediacijski učinek na povezavo med ekstravertnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Pri konceptualizaciji mediacijske vloge RF na preprečevanje napak se vrnemo k argumentu, ki podpira negativno neposredno povezavo med ekstravertnostjo in RF na preprečevanje napak (hipoteza H11) ter neposredno negativno povezavo med RF na preprečevanje napak ter nagnjenostjo k TPP (hipoteza H17). Na podlagi tega predvidevam, da bo ekstravertnost pri podjetnikih svoj učinek na nagnjenost k TPP prenesla preko RF na preprečevanje napak, kar predstavlja hipotezo H23.

H24: Osredotočenost na preprečevanje napak ima mediacijski učinek na povezavo med prijetnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Predvidevanje o mediacijski vlogi RF na preprečevanje napak na povezavi med prijetnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k TPP, kar predstavlja hipotezo H24, izhaja iz predhodnih argumentov za predvidevanje neposredne pozitivne povezave med prijetnostjo in RF na preprečevanje napak (argumentirano v hipotezi H12) ter neposredno negativno povezavo med RF na preprečevanje napak ter nagnjenostjo k TPP (argumentirano pri hipotezi H17). Na podlagi teh argumentov vzpostavljam hipotezo H24, ki predvideva, da bo prijetnost pri podjetnikih dala svoj učinek na nagnjenost k TPP preko RF na preprečevanje napak.

H25: Osredotočenost na preprečevanje napak ima mediacijski učinek na povezavo med vestnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Pri konceptualizaciji mediacijske vloge RF na preprečevanje napak se vrnemo k argumentu, ki podpira negativno neposredno povezavo med vestnostjo in RF na preprečevanje napak (hipoteza H13) ter neposredno negativno povezavo med RF na preprečevanje napak ter nagnjenostjo k TPP (hipoteza H17). Na podlagi teh argumentov v hipotezi H25 predvidevam, da bo povezava med vestnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k TPP medirana z RF na preprečevanje napak oz. da bo svoj učinek na nagnjenost k TPP prenesla preko RF na preprečevanje napak.

H26: Osredotočenost na preprečevanje napak ima mediacijski učinek na povezavo med nevroticizmom pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Predvidevanje o mediacijski vlogi RF na preprečevanje napak na povezavi med nevroticizmom pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k TPP, kar predstavlja hipotezo H26, temelji na predhodnih argumentih, s pomočjo katerih sem v hipotezi H14 argumentirala pozitivno neposredno povezavo med nevroticizmom in RF na preprečevanje napak, v hipotezi H17 pa neposredno negativno povezavo med RF na preprečevanje napak ter nagnjenostjo k trajnostnemu razvoju. Na podlagi teh argumentov vzpostavljam hipotezo H26, ki predvideva, da bo nevroticizem pri podjetnikih svoj učinek na nagnjenost k TPP prenesel preko RF na preprečevanje napak.

H27: Osredotočenost na preprečevanje napak ima mediacijski učinek na povezavo med odprtostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam.

Pri konceptualizaciji mediacijske vloge RF na preprečevanje napak se vrnemo k argumentu, ki podpira pozitivno neposredno povezavo med odprtostjo in RF na preprečevanje napak (hipoteza H15) ter neposredno negativno povezavo med RF na preprečevanje napak ter nagnjenostjo k trajnostnemu razvoju (hipoteza H17). Na podlagi tega predvidevam, da bo odprtost pri podjetnikih svoj učinek na nagnjenost k TPP prenesla preko RF na preprečevanje napak, kar predstavlja hipotezo H23.

Zadnji sklop hipotez predstavljata dve hipotezi, hipotezi 28 in 29, ki se nanaša na moderatorski učinek ESE na povezavi med posamezno RF podjetnikov ter nagnjenostjo k TPP. Predstavljeni sta v nadaljevanju.

H28: Podjetniška samoučinkovitost moderira direktno povezavo med osredotočenostjo na spodbujanje uspeha in nagnjenostjo k trajnostnemu razvoju na način, da je pozitiven učinek osredotočenosti na spodbujanje uspeha močnejši ob višji podjetniški samoučinkovitosti.

Hipoteza H28 temelji na argumentih, ki zagovarjajo pozitivno povezavo med RF na spodbujanje uspeha ter nagnjenostjo k TPP (hipoteza H16), ob sočasnem upoštevanju ugotovitev na področju ESE, ki zagovarjajo njeno pozitivno povezavo s postavljanjem visokih ciljev, vztrajnostjo, vlaganjem truda v podjetniške naloge in hitrim okrevanjem po neuspehih (Trevelyan, 2011). Zato predvidevam, da bo skupni učinek večje RF na uspehe in večje ESE na TPP pri podjetnikih večji.

H29: Pozitivni učinek podjetniške samoučinkovitosti moderira direktno povezavo med osredotočenostjo na preprečevanje napak ter nagnjenost k trajnostnemu razvoju na način, da je negativen učinek osredotočenosti na preprečevanje šibkejši ob višji podjetniški samoučinkovitosti.

Hipoteza H29 predvideva, da bo višja ESE zmanjšala negativni učinek RF na preprečevanje napak na nagnjenost k TPP pri podjetnikih. Argumentacija temelji na predhodni hipotezi H17, ki predvideva negativno povezavo med RF na preprečevanje napak ter nagnjenostjo k TPP, ter ugotovitvah na področju podjetniške samoučinkovitosti, ki zagovarjajo njeno pozitivno povezavo s postavljanjem visokih ciljev, vztrajnostjo, vlaganja truda v podjetniške naloge in hitrim okrevanjem po neuspehih (Trevelyan, 2011). Na teh temeljih v hipotezi H29 predvidevam, da bo pozitiven učinek ESE moderiral direktno povezavo med RF na preprečevanje napak ter nagnjenostjo k TPP na način, da bo negativen učinek RF na preprečevanje šibkejši ob višji ESE.

4.2 Zbiranje podatkov in vzorec

Za namen pridobivanja relevantnih podatkov o podjetnikih, na podlagi katerih sem v nadaljevanju proučevala povezavo med njihovimi osebnostnimi značilnostmi in nagnjenostjo k TPP, sem se osredotočila na lastnike MSP v Sloveniji. V identifikaciji primernih podjetij sem tako upoštevala dva kriterija:

- lastnik podjetja je fizična oseba;
- podjetje ima zaposlenih manj od 249 oseb, čisti prihodki od prodaje ne presegajo 40.000.000 eur, vrednost aktive pa ne presega 20.000.000 (kar je v skladu z identifikacijo MSP podjetij v Zakonu o gospodarskih družbah (ZGD-1), Ur. L. RS, št.

65/09, 33/11, 91/11, 32/12, 57/12, 44/13, odl. US, 82/13, 15/17, 22/19 – ZposS, 168/20-ZintPK-C, 18/21, 18/23, ZDU-10 in 75/23).

Ker opazovanje celotne populacije ni bilo izvedljivo, sem se odločila za slučajno vzorčenje. Pri oblikovanju baze mi je bil v veliko pomoč Poslovni asistent Bizi, znotraj katerega sem naključno izbrala 3.500 podjetij, ki so izpolnjevala zastavljene pogoje. Anketni vprašalnik sem oblikovala v programu 1KA. Prvo, testno različico vprašalnika sem posredovala trem podjetnikom znancem (po enem predstavniku posamezne skupine podjetij) ter jih prosila za povratne informacije, na podlagi katerih sem anketo dovršila z vidika razumljivosti in uporabnosti.

Anketni vprašalnik je bil razdeljen na štiri glavne sklope, nazadnje pa sem anketirance prosila še za demografske specifikke. Sklopi so se smiselno skladali s teoretičnim delom magistrskega dela ter predlaganim strukturnim modelom, z njihovo pomočjo pa sem ločila vprašanja, ki so se nanašala na BF osebnostnih značilnosti (1. sklop), ESE (2. sklop), RF (3. sklop) ter nagnjenost k TPP (4. sklop). Vsa vprašanja znotraj posameznega sklopa so bila obvezna in zaprtega tipa. Anketiranci pa so nanj odgovarjali na podlagi pet- in sedem-stopenjske Likertove lestvice. Pri 1. in 2. sklopu vprašanj (BF osebnostnih značilnosti in ESE) je lestvico predstavljala stopnja (ne)strinjanja do posamezne deskriptivne trditve; pri 3. sklopu vprašanj (RF) so anketiranci ocenjevali stopnjo (ne)prepričanosti v svojo sposobnost opravljanja določene naloge; v 4. sklopu (nagnjenosti k TPP) pa so določili stopnjo (ne)veljavnosti posamezne poslovne prakse v njihovem podjetju. Anketo natančneje predstavljam v nadaljevanju.

Z razpošiljanjem ankete sem pričela 25. 12. 2023 in nadaljevala vse do 25. 1. 2024, ko sem z anketo zaključila in pričela z obdelavo podatkov. Z reševanjem ankete je pričelo 308 podjetnikov, vendar je niso vsi dokončali. V anketo je bilo vključenih 64 obveznih vprašanj (in še dodatno 11 demografskih vprašanj). Mejo inkluzivnosti sem postavila pri 50 %, kar pomeni, da sem odgovore posameznega respondenta vključila v raziskavo zgolj, če je odgovoril na vsaj 32 vseh obveznih vprašanj. Zaradi trdega opozorila, ki respondentom ni dopustil nadaljevati z anketo dokler niso odgovorili na vsa vprašanja, so se pomanjkljivi odgovori pojavljali zgolj pri nagnjenosti k TPP. Manjkajoče vrednosti sem nadomestila s povprečnim odgovorom na posamezno trditev. Končni vzorec je tako sestavljalo 265 podjetnikov. 56 % vzorca je sestavljala moška populacija, preostalih 44 % pa ženska; 74 % vseh vprašanih pa so bili tudi ustanovitelji podjetja (preostalih 26 % je bilo zgolj lastnikov). Največji delež veljavnih anketirancev je spadalo v starostno skupino od 50 let do vključno 59 let (29 %) in je imelo končano višjo šolo, visoko šolo ali bolonjsko prvo stopnjo (31 %). Več o sestavi vzorca je razvidno v grafih v prilogi 3.

4.3 Raziskovalne metode

V okviru raziskave sem merila tri vrste spremenljivk: neodvisne, odvisne in kontrolne. V nadaljevanju bom definirala način merjenja posamezne spremenljivke z vidika trditve, ki so jo sestavljale in merske lestvice, ki je bila za ta namen uporabljena v vprašalniku. Nekatere trditve (ali celo spremenljivke), ki so bile vključene v vprašalnik, so bile skozi analizo odstranjene iz modela zaradi prenizkega regresijskega koeficienta na namenjen faktor. Navedla sem tudi, katera vprašanja so bila uporabljena v končnem modelu. Celoten anketni vprašalnik je prikazan v prilogi 4.

Prvi sklop ankete je zajemal vprašanja, ki so se nanašala na BF osebnostnih značilnosti. Gre za neodvisno spremenljivko znotraj te raziskave, za katero sem predvidevala, da bo povezana z odvisnimi spremenljivkami. BF osebnostnih značilnosti sem merila z mersko lestvico, ki sta jo validirala Soto in John (2017). Vprašalnik je sestavljen iz šestih vprašanj za posamezno trditev. Zaradi velikih podobnosti v pomenu posameznih trditve, do katerih je prišlo zaradi prevajanja iz angleščine v slovenščino, v moj anketni vprašalnik nisem vključila eno vprašanje iz dimenzije ekstrovertiranosti in eno iz dimenzije odprtosti do izkušenj. V anketnem vprašalniku sem vprašanja znotraj različnih dimenzij med seboj pomešala z namenom minimaliziranja subjektivnosti pri podajanju odgovorov. Odgovori anketirancev so bili merjeni s pet-stopenjsko Likartovo lestvico, pri čemer je število 1 predstavljalo popolno nestrinjanje, število 5 pa popolno strinjanje. Dimenzija ekstravertnosti znotraj BF osebnostnih značilnosti je bila merjena z naslednjimi trditvami:

- Pogosto sem tiho.
- Sem dominanten/-na, pogosto sem vodja.
- Sem poln/-a energije.
- Sem družaben/-na.
- Raje imam, da vodstveno vlogo prevzamejo drugi.

V dimenziji ekstravertnosti so bile vse trditve statistično značilno povezane z namenjenim faktorjem, zato so bile v nadaljevanju vse uporabljene tudi v analizi. Nadaljevala sem z vprašanji, ki so merila dimenzijo prijetnosti znotraj modela BF:

- Sem sočuten/-na, imam nežno srce.
- Včasih sem do drugih nesramen/-na.
- O ljudeh predpostavljam najboljše.
- Včasih sem hladen/-na in brezbrizen/-na.
- Sem spoštljiv/-a do drugih.
- V drugih pogosto najdem napake.

Ker nekatere trditve niso bile statistično značilno povezane z namenjenim faktorjem, sem pri analizi v okviru prijetnosti uporabila zgolj tri trditve (2., 4. in 5. alineja). Tretja dimenzija modela, vestnost, je bila merjena z naslednjimi trditvami:

- Imam tendenco k neorganiziranosti.
- Pogosto odlašam z nalogami, ki jih moram opraviti.
- Sem zanesljiv/-a.
- Stvari ohranjam urejene in pospravljene.
- Pri delu vztrajam, dokler naloga ni povsem zaključena.
- Včasih sem malomaren/-na.

V konstrukt vestnosti so bile vse trditve statistično značilno povezane z namenjenim faktorjem, zato so bile vse inkorporirane pri nadaljnji analizi. Nevroticizem, četrto osebnostno značilnost modela BF, sem merila s pomočjo naslednjih trditev:

- Veliko se sekiram, obremenjujem.
- Nagnjen/-a sem k melanholičnemu počutju.
- Sem čustveno stabilen/-na, redko se vznemirim.
- Sem sproščen/-na, dobro obvladujem stres.
- Sam/-a s seboj se počutim prijetno.
- Sem temperamenten/-na, hitro se odzovem čustveno.

Konstrukt nevroticizma je predstavljal velik problem z vidika zanesljivosti mere, saj je njegov Cronbach alfa koeficient znašal zgolj 0,492 (torej pod dovoljeno mejo 0,7). Poleg slabe zanesljivosti mere se je zanj v programu AMOS ob analizi pojavila negativno definitna matrika, kar ni dovoljeno. V kolikor bi konstrukt z nezanesljivo mersko lestvico ohranila v modelu, bi bil rezultat celotnega modela nezanesljiv. Iz omenjenih razlogov sem nevroticizem odstranila iz modela in analizo nadaljevala s štirimi dimenzijami BF osebnostnih značilnosti. Nazadnje sem zadnjo značilnost, odprtost do izkušenj, merila z naslednjimi trditvami:

- Glasba, umetnost in literatura me fascinirajo.
- Imam originalne, nove ideje.
- Imam bolj malo umetniških interesov.
- Sem kompleksen, globok mislec.
- Opisal/-a bi se kot nekoliko bolj neustvarjalnega/-no.

Za nadaljnjo raziskavo sem iz dimenzije odprtosti do izkušenj uporabila zgolj dve trditvi (1. in 3. alineja). Preostale trditve se statistično niso izšle, zato sem jih iz modela odstranila.

V drugem sklopu ankete sem merila podjetnikovo prepričanost v svoje podjetniške sposobnosti (ESE), ki je predstavljala odvisno spremenljivko. V anketi sem uporabila skrajšano različico merske lestvice za ESE, ki sta jo po Chen in drugi (1998) validirala Prodan in Drnovšek (2010). Anketiranci so za vsako trditev izbrali oceno na Likartovi lestvici od 1 do 5, ki je ustrezala njihovem prepričanju o tem, ali so določeno nalogo sposobni izvršiti, pri čemer je število 1 pomenilo 'popolnoma neprepričan', 5 pa 'popolnoma prepričan'. Trditve v tem sklopu ankete so se glasile:

- Sposoben/-na sem opredeliti odgovornosti.
- Sposoben/-na sem opredeliti organizacijske vloge.
- Sposoben/-na sem nadzorovati stroške.
- Sposoben/-na sem razviti nove ideje.
- Sposoben/-na sem razviti nove storitve.
- Sposoben/-na sem določiti in dosegati ciljne dobičke.
- Sposoben/-na sem se uveljaviti na trgu proizvodov in storitev.
- Sposoben/-na sem razviti nove proizvode.

Ker nekatere trditve niso bile statistično značilno povezane z namenjenim faktorjem, sem za nadaljnjo analizo uporabila zgolj štiri (4., 5., 7. in 8. alineja). V tretjem sklopu ankete sem se osredotočila na odvisno spremenljivko RF podjetnikov, ki je v modelu predstavljala mediacijsko spremenljivko. Za namen merjenja sem uporabila anketni vprašalnik z osmimi trditvami, ki sta ga validirala Scott in Bruce (1995). Anketiranci so na pet-stopenjski Likartovi lestvici ocenjevali stopnjo (ne)strinjanja s posamezno trditvijo, pri čemer je število 1 pomenilo 'sploh se ne strinjam', 5 pa 'povsem se strinjam'. Trditve v tem sklopu ankete so bile naslednje:

- V primerjavi z drugimi ljudmi od življenja običajno dobim to, kar si želim.
- Stvari, ki se jih lotim, mi gredo običajno dobro od rok.
- Občutek imam, da se v življenju premikam v smeri uspeha.
- Nimam veliko hobijev oz. aktivnosti, ki bi me zanimali dovolj, da bi vanje vložil/a napor.
- V času odraščanja sem pogosto prekoračil/a meje in počel/a stvari, ki jih moji starši niso dopuščali.
- Svoje starše sem skozi odraščanje pogosto spravljaj/a ob živce.
- V času odraščanja sem pogosto ravnal/a na načine, ki so se staršem zdeli vprašljivi.
- Ker nisem bil/a dovolj pazljiv/a, sem včasih zašel/la v težave.
- Če vložim dovolj časa in truda, verjamem, da lahko rešim večino problemov, s katerimi se soočim.
- Ko se soočim z novo situacijo, zaupam vase, da lahko rešim večino težav, ki se pojavijo.
- Zaupam svojim sposobnostim reševanja novih in težkih problemov.
- Ko se odločam, pretehtam in primerjam posledice vseh možnosti.

- Ko sem zmeden/a zaradi nekega problema, najprej preučim situacijo in zberem vse relevantne informacije.
- Ko se odločam glede možne rešitve problema, si ne vzamem čas, da bi pretehtal/a verjetnost uspeha vseh možnosti.
- Običajno zberem kar prvo dobro idejo, ki mi pade na misel.
- Ko se soočim s problemom, običajno ne preučim različnih situacijskih dejavnikov, ki prispevajo k problemu.

V nadaljnji analizi sem uporabila zgolj trditve, ki so bile statistično značilno povezane z namenjenim faktorjem (alineje 1., 2. in 3. z vidika osredotočenosti na spodbujanje uspeha ter 5., 6., 7. in 8. alineja z vidika osredotočenosti na preprečevanje napak). Četrty sklop vprašanj se je osredotočal na odvisno spremenljivko nagnjenosti k TPP. Za namene merjenja spremenljivke sem TPI, ki so ga oblikovali Žabkar in drugi (2022), poskušala prilagoditi podjetnikom. V vprašalnik sem vključila štiri trditve za posamezno dimenzijo trajnostnega razvoja (okoljsko, socialno in ekonomsko). Anketiranci so na Likartovi lestvici od 1 do 7 ocenjevali, v kolikšni meri posamezna trditev velja za njihovo podjetje (pri čemer je število 1 pomenilo 'sploh ne velja', 7 pa 'povsem velja'). Vprašanja znotraj dotičnega sklopa ankete so naslednja:

- Stranke so na splošno z izdelki oz. storitvami našega podjetja zadovoljne.
- Naši zaposleni so zadovoljni s sedanjim delom.
- Ustvarjamo zdravo delovno okolje z upoštevanjem zdravstvenih in varnostnih ukrepov.
- Izvajamo politike enakih možnosti pri zaposlovanju.
- Nagrajevanje naših zaposlenih je povezano z njihovimi znanji in rezultati.
- V svojih poslovnih aktivnostih si prizadevamo zmanjšati onesnaževanje vode, zraka in tal.
- Usposabljanju naših zaposlenih namenjamo veliko časa.
- Naše trajnostne poslovne prakse izboljšujejo konkurenčni položaj našega podjetja.
- Zmanjšujemo porabo neobnovljivih materialov.
- Uporabljamo obnovljive vire ali vire, ki jih je mogoče reciklirati.
- Preoblikovali smo poslovne procese za izboljšanje okoljske učinkovitosti.
- Veliko naših kupcev ne bi kupilo izdelkov, ki jih ponujajo naši konkurenti.

Tudi v tem primeru se nekatere trditve statistično niso izšle, zato sem v analizi uporabila zgolj devet od vprašanih 12 (označene s 3., 4., 6., 7., 8., 9., 10., 11. in 12. alinejo). Nazadnje sem izmerila še nekaj kontrolnih oz. demografskih spremenljivk:

- Uspešnost podjetja v zadnjih treh letih v primerjavi s konkurenti, ki je bila merjena s sedem-stopenjsko Likartovo lestvico (1 = bistveno znižanje, 7 = bistveno povišanje):
 - Sprememba števila zaposlenih
 - Sprememba tržnega deleža

- Sprememba prihodkov od prodaje
- Sprememba dobička

- Spol (merjen z nominalno mersko lestvico), pri čemer je število:
 - 1 = moški spol
 - 2 = ženski spol
 - 3 = drugo

- Starostna skupina (merjena z ordinalno mersko lestvico), pri čemer je število:
 - 1 = starostna skupina do vključno 19 let
 - 2 = skupina med od 20 do vključno 29 let
 - 3 = skupina med 30 in 39 let
 - 4 = skupina med 40 in 49 let
 - 5 = skupina med 50 in 59 let
 - 6 = skupina nad 60 let

- Najvišje dosežena stopnja izobrazbe (merjena z ordinalno mersko lestvico), pri čemer je število:
 - 1 = osnovna šola (ali manj)
 - 2 = poklicna šola (2- ali 3-letna strokovna šola)
 - 3 = štiriletna srednja šola
 - 4 = višja šola, visoka šola ali bolonjska prva stopnja
 - 5 = univerzitetna izobrazba ali bolonjska druga stopnja (magistrski študij)
 - 6 = znanstveni magisterij ali doktorat

- (So)ustanoviteljstvo podjetja (merjeno z dihotomno spremenljivko), pri čemer je vrednost:
 - 1 = Da
 - 2 = Ne

- Dejavnost podjetja (merjena z nominalno mersko lestvico), pri čemer je vrednost:
 - 1 = pretežno proizvodno
 - 2 = pretežno storitveno
 - 3 = uravnoteženo proizvodno in storitveno)

- Tržna usmerjenost (merjena z nominalno mersko lestvico), pri čemer je število:
 - 1 = lokalni trg (domač kraj z okolico)
 - 2 = regionalni trg (Slovenija)
 - 3 = tujina).

V končni analizi sem uporabila zgolj kontrolno spremenljivko spol, starost in izobrazbo podjetnika. Gre namreč za spremenljivke, ki so bile statistično značilno povezane z odvisno spremenljivko TPP.

4.4 Statistične metode

Osnovno analizo pridobljenih podatkov sem izvedla v SPSS, različica 29.0 za macOS, v katerem sem uporabila deskriptivne statistike, analize zanesljivosti oz. koeficient Cronbach alfa, konfirmatorno faktorsko analizo in Pearsonove korelacije. V nadaljevanju sem predlagane strukturne modele testirala s pomočjo programa IBM SPSS Amos 26 za Windows. Vse spremenljivke sem standardizirala.

V prvi fazi analize podatkov sem s pomočjo preverjanja veljavnosti in zanesljivosti merjenja ugotavljala konsistentnost in s tem posredno tudi kakovost raziskave. Z ocenjevanjem veljavnosti (angl. validity) sem ugotavljala, kolikšen obseg koncepta, ki sem ga nameravala meriti, uporabljeni merski inštrument v resnici meri (Hair in drugi, 1998). Kvaliteta raziskave pa ni odvisna samo od odsotnosti sistematičnih napak, ki se nanašajo na veljavnost, pač pa tudi slučajnih napak, ki se nanašajo na zanesljivost merjenja. Zanesljivost (angl. reliability) merskega pripomočka oz. merjenja posameznega teoretičnega konstrukta je opredeljena s ponovljivostjo merjenja; kar pomeni, da bi ponovitev merjenja v enakih ali podobnih razmerah privedla do enakih ali zelo podobnih rezultatov. Dovolj visoka zanesljivost merjenja dokazuje še dopustno stopnjo slučajnih napak pri ocenjevanju, zato potrjuje kakovost raziskave (Ferligoj in drugi, 1995). Oceno zanesljivosti lestvice za posamezno lestvico, ki jo je sestavljalo več spremenljivk, sem merila s Cronbachovim alfa koeficientom (Cronbach, 1951). Cronbach alfa koeficient predstavlja merilo notranje konsistentnosti mere, ki opisuje obseg, v katerem vse postavke (trditve) v konstruktu merijo isti koncept (Tavakol in Dennick, 2011). Splošno sprejeta spodnja meja Cronbach alfa koeficienta je 0,70 (Hair in drugi, 1998); vendar pa pionirskost raziskave povezave med izbranimi koncepti na slovenskem vzorcu podjetnikov izjemoma znižuje spodnjo mejo koeficienta na 0,65 (Goforth, 2015).

V nadaljevanju sem želela potrditi predvideno strukturo latentnih spremenljivk. Za ta namen sem s pomočjo konfirmatorne faktorske analize preverjala statistično značilnost povezave posamezne trditve na namenjen faktor. Faktorsko analizo sem začela z Bartlettovim in Kaiser-Mayer-Olkin (v nadaljevanju KMO) testom, s katerima sem preverjala, ali so pridobljeni podatki za faktorsko analizo sploh primerni (Craig in Douglas, 2005). Spodnja meja KMO testa znaša 0,50; kar pomeni, da nižja vrednost dokazuje neprimernost podatkov za faktorsko analizo. Vrednost med 0,50 in 0,60 pomeni sprejemljivo primernost podatkov; med 0,60 in 0,70 zadovoljivo primernost; med 0,70 in 0,80 povprečno primernost – ko je vrednost KMO nad 0,80 pa so podatki optimalno primerni za faktorsko analizo (Hair in drugi, 1998).

Teoretični model, zastavljen v magistrskem delu, sem ocenjevala s pomočjo statistične metode modeliranja strukturnih enačb (angl. structural equation modeling) v programu IBM SPSS Amos 26. Gre za statistično metodo, katere izhodišče predstavlja konceptualni model, ki ga predstavimo z diagramom povezav med spremenljivkami. Z združevanjem različnih multivariantnih metod za raziskovanje strukturnih razmerij in vzročne povezanosti med posameznimi koncepti (De Carvalho in Chima, 2014) pristopa k analizi strukturne teorije konfirmatorno (torej s testiranjem hipotez). Osnovni strukturni model je razdeljen na dva dela. Prvi, merski model se osredotoča na odnose med opazovanimi spremenljivkami in faktorji; drugi, strukturni model pa določa odnose med faktorji in (ne)posrednost vpliva faktorja na spremembe vrednosti drugega faktorja (Byrne, 2006).

V nadaljevanju sem ocenjevala ustreznost celotnega modela, s katero se, z različnimi indeksi prileganja, ugotavlja stopnjo skladnosti modela z opazovanimi podatki vzorca. Indeksi z različnimi kriteriji ovrednotijo, ali je vzorec varianc in kovarianc v podatkih skladen s predpostavljenim modelom (De Carvalho in Chima, 2014). Ustreznost mere prileganja s podatki pomeni, da so predpostavljeni odnosi med spremenljivkami verjetni. Če mera prileganja ni ustrezna, verjetnost takih odnosov zavrnilo (Byrne, 2006, str. 3). V raziskavah se pogosto pojavlja težava, saj različni indeksi med seboj nasprotujoče si izkazujejo v kolikšni meri se model dejansko prilega opazovanim podatkom. Iz tega razloga je priporočljivo, da se ne zanašamo zgolj na en kriterij prileganja, pač pa konceptualni model izberemo s kombinacijo različnih indeksov (Schermelleh-Engel in drugi, 2003). Temu priporočilu sem sledila tudi pri oceni prileganja modela s podatki znotraj tega magistrskega dela, kjer sem uporabila naslednje indekse (Byrne, 2006; Hair in drugi, 1998; Browne in Cudeck, 1992; Henseler in drugi, 2014):

- Primerjalni indeks prileganja (angl. comparative fit index, v nadaljevanju CFI): temelji na primerjavi med predpostavljenim in ničelnim modelom. Indeks ni odvisen od velikosti vzorca, zaradi česar je njegovo poročanje v raziskavah vedno bolj nepogrešljivo. Vrednost CFI indeksa je med 0 in 1, pri čemer vrednost, ki so 0,90 in več dokazujejo dobro prileganje.
- Kvadratni koren srednje kvadratne napake zaradi aproksimacije (angl. root mean square error of approximation, v nadaljevanju RMSEA): Indeks predstavlja mero absolutnega prileganja, s katero ugotavljamo, kako bi se model z neznanimi, a optimalno izbranimi vrednostmi parametra, prilegal kovariančni matriki populacije, če bi ta bila na razpolago. Splošna mera sprejemljive vrednosti znaša med 0,08 in 0,10; pri čemer vrednost pod 0,08 dokazuje dobro prileganje modela.
- Povprečni kvadratni odklon (angl. standardized root mean square residual – SRMS): je opredeljen kot razlika med opazovano korelacijo in modelsko implicirano korelacijsko matriko. Omogoča oceno povprečne velikosti razlik med opazovano in pričakovano korelacijo kot absolutno merilo lestvice ustreznosti modela. Merilo se lahko uporablja za preprečevanje napačne specifikacije modela. Dobro ujemanje dokazuje vrednost, manjša od 0,10 (oz. 0,08 v konzervativnejši različici).

5 GLAVNE UGOTOVITVE

V naslednjem poglavju tega magistrskega dela predstavljam glavne ugotovitve raziskave. Najprej bom predstavila strukturo posameznih faktorjev in prileganje modela podatkom, nadaljevala z rezultati modela povezave med osebnostnimi značilnostmi podjetnikov in njihovo nagnjenostjo k TPP ter nazadnje zaključila s sumarnim pregled testiranja raziskovalnih hipotez. Korelacije med proučevanimi spremenljivkami so prikazane v prilogi 5.

5.1 Struktura faktorjev

S pomočjo konfirmatorne faktorjske analize sem ugotavljala latentne spremenljivke, ki bi pojasnile korelacije med posameznimi opazovanimi spremenljivkami. Na podlagi rezultatov sem iz analize odstranila spremenljivke, ki niso dovolj korelirale s faktorjem, ki naj bi ga (so)sestavljale in tiste spremenljivke, ki so korelirale z drugimi faktorji preveč. Ohranila sem tiste, katerih standardizirani koeficient je znašal več kot 0,35, kar pomeni, da so bile statistično značilno povezane z namenjenim faktorjem. Primernost konfirmatorne faktorjske analize je potrdil izračun KMO test, ki je znašal 0,805. Značilnost Bartlettovega testa je nižja od 0,001, zato lahko trdim, da so podatki ustrezni. Zanesljivost mere posameznega konstrukta sem potrdila s Cronbach alfa testom, ki meri korelacije med trditvami znotraj posameznega konstrukta in mora znašati več kot 0,5.

Tabelo 3 sestavljajo konstrukti, ki so sestavljali BF osebnostnih značilnosti. Poleg Cronbach alfa posameznega konstrukta so navedene tudi trditve, ki so dotičen konstrukt sestavljale, ter standardiziran koeficient posamezne trditve.

Tabela 3: Konfirmatorna faktorjska analiza konstruktov, ki so sestavljali velikih pet osebnostnih značilnosti

Faktor	Spremenljivka	β	p
Ekstravertnost	Pogosto sem tiho.	0,458	< 0,001
Ekstravertnost	Sem dominanten/-na, pogosto sem vodja.	0,580	< 0,001
Ekstravertnost	Sem polna energije.	0,678	<0,001
Ekstravertnost	Sem družaben/-na.	0,542	<0,001
Ekstravertnost	Raje imam, da vodstveno vlogo prevzamejo drugi.	0,483	< 0,001
Prijetnost	Včasih sem do drugih nesramen/-na.	0,819	< 0,001
Prijetnost	Včasih sem hladen/-na in brezbrizen/-na.	0,597	< 0,001
Prijetnost	Sem spoštljiv/-a do drugih.	0,459	< 0,001
Vestnost	Imam tendenco k neorganiziranosti.	0,452	< 0,001

se nadaljuje

Tabela 3: Konfirmatorna faktorska analiza konstruktov, ki so sestavljali velikih pet osebnostnih značilnosti (nad.)

Vestnost	Pogosto odlašam z nalogami, ki jih moram opraviti.	0,555	< 0,001
Vestnost	Sem zanesljiv/-a.	0,534	< 0,001
Vestnost	Stvari ohranjam urejene in pospravljene.	0,486	< 0,001
Vestnost	Pri delu vztrajam, dokler naloga ni povsem zaključena.	0,575	< 0,001
Vestnost	Včasih sem malomaren/-na.	0,643	< 0,001
Odprtost do izkušenj	Glasba, umetnost in literatura me fascinirajo.	0,692	< 0,001
Odprtost do izkušenj	Imam bolj malo umetniških interesov.	0,749	< 0,001

Vir: lastno delo.

Cronbach alfa koeficient konstrukta ekstravertnosti je znašal 0,719, s čimer sem potrdila zanesljivost mere konstrukta in dokazala, da je raziskava kakovostna. KMO je znašal 0,727, Barlettov test pa 263,777 in je statistično značilen ($p = < 0,001$), kar dokazuje povprečno primernost podatkov.

Vrednost Cronbach alfa koeficienta pri konstrukt prijetnosti s tremi trditvami je znašala 0,624, kar nakazuje zadovoljivo zanesljivost mere konstrukta. KMO je znašal 0,575; Barlettov test pa 113,409 in je statistično značilen ($p = < 0,001$). Rezultati kažejo, da so podatki sprejemljivo primerni.

Cronbach alfa koeficient faktorja vestnosti je znašal 0,698, kar predstavlja zadovoljivo zanesljivost mere konstrukta. KMO je znašal 0,773; Barlettov test pa 328,580 in je statistično značilen ($p = < 0,001$), kar dokazuje povprečno primernost podatkov.

Vrednost Cronbach alfa konstrukta odprtosti do izkušenj je znašala 0,681, kar potrjuje zanesljivost mere konstrukta. KMO je znašal 0,5; Barlettov test pa 81,885 in je statistično značilen ($p = < 0,001$). Rezultati kažejo, da so podatki sprejemljivo primerni.

V tabeli 4 prikazujem faktorje podjetniške samoučinkovitosti. Prikaz zajema trditve, ki konstrukt sestavljajo na podlagi konfirmatorne faktorske analize ter njihov standardiziran koeficient.

Cronbach alfa konstrukta ESE je znašal 0,832 in s tem dokazal dobro zanesljivost mere. KMO znaša 0,770; Barlettov test pa 444,093 in je statistično značilen ($p = < 0,001$), na podlagi česar potrjujem povprečno primernost podatkov.

Tabela 4: Konfirmatorna faktorska analiza konstrukta podjetniške samoučinkovitosti

Faktor	Spremenljivka	β	p
Podjetniška samoučinkovitost	Sposoben/-na sem razviti nove ideje.	0,683	< 0,001
Podjetniška samoučinkovitost	Sposoben/-na sem razviti nove proizvode.	0,709	< 0,001
Podjetniška samoučinkovitost	Sposoben/-na sem razviti nove storitve.	0,934	< 0,001
Podjetniška samoučinkovitost	Sposoben/-na sem se uveljaviti na trgu proizvodov in storitev.	0,619	< 0,001

Vir: lastno delo.

V tabeli 5 predstaviljam zanesljivost merjenja pri konstrukti RF (osredotočenost na spodbujanje uspeha in osredotočenost na preprečevanje napak). Prav tako sem ob posamezni trditvi, ki sestavlja dotičen konstrukt, navedla njihov standardiziran koeficient.

Tabela 5: Konfirmatorna faktorska analiza konstruktov, ki sta sestavljala regulacijsko osredotočenost

Faktor	Spremenljivka	β	p
Osredotočenost na spodbujanje uspeha	V primerjavi z drugimi ljudmi od življenja običajno dobim to, kar si želim.	0,661	< 0,001
Osredotočenost na spodbujanje uspeha	Stvari, ki se jih lotim, mi gredo običajno dobro od rok.	0,650	<0,001
Osredotočenost na spodbujanje uspeha	Občutek imam, da se v življenju premikam v smeri uspeha.	0,801	<0,001
Osredotočenost na preprečevanje napak	V času odraščanja sem pogosto prekoračil/-a meje in počela stvari, ki jih moji starši niso dopuščali.	0,856	< 0,001
Osredotočenost na preprečevanje napak	Svoje starše sem skozi odraščanje pogosto spravljaj/-a ob živce.	0,823	< 0,001
Osredotočenost na preprečevanje napak	V času odraščanja sem pogosto ravnal/-a na načine, ki so se staršem zdeli vprašljivi.	0,861	< 0,001
Osredotočenost na preprečevanje napak	Ker nisem bil/-a dovolj pazljiv/-a, sem včasih zašel/-a v težave.	0,763	< 0,001

Vir: lastno delo.

Cronbach alfa koeficient konstrukta osredotočenosti na spodbujanje uspeha znaša 0,745; koeficient konstrukta osredotočenosti na preprečevanje napak pa 0,895, kar potrjuje zanesljivost mere obeh konstruktov. KMO konstrukta osredotočenosti na spodbujanje uspeha je znašal 0,686, Barlettov test pa 185,639 in je statistično značilen ($p = < 0,001$), kar dokazuje zadovoljivo primernost podatkov. KMO konstrukta osredotočenosti na preprečevanje napak je 0,833; pri čemer Barlettov test znaša 626,392 in je statistično značilen ($p = < 0,001$), kar dokazuje optimalno primernost podatkov.

Tabela 6 nazadnje predstavlja trditve, ki sestavljajo faktor nagnjenosti k TPP ter njihov standardiziran koeficient. Trditve so bile izbrane na podlagi konfirmatorne faktorske analize.

Tabela 6: Konfirmatorna faktorska analiza konstrukta nagnjenosti k trajnostnim poslovnim praksam

Spremenljivka	β	p
Preoblikovali smo poslovne procese za izboljšanje okoljske učinkovitosti.	0,671	< 0,001
V svojih poslovnih aktivnostih si prizadevamo zmanjšati onesnaževanje vode, zraka in tal.	0,727	< 0,001
Zmanjšujemo porabo neobnovljivih materialov.	0,838	< 0,001
Uporabljamo obnovljive vire ali vire, ki jih je mogoče reciklirati.	0,730	< 0,001
Ustvarjamo zdravo delovno okolje z upoštevanjem zdravstvenih in varnostnih ukrepov.	0,654	< 0,001
Izvajamo politiko enakih možnosti pri zaposlovanju.	0,488	< 0,001
Usposabljanju naših zaposlenih namenjamo veliko časa.	0,626	< 0,001
Veliko naših kupcev ne bi kupilo izdelkov, ki jih ponujajo naši konkurenti.	0,413	< 0,001
Naše trajnostne poslovne prakse izboljšujejo konkurenčni položaj našega podjetja.	0,679	< 0,001

Vir: lastno delo.

Cronbach alfa koeficient faktorja nagnjenosti k TPP je znašal 0,863; kar dokazuje dobro zanesljivost mere. KMO je znašal 0,885; Barlettov test pa 896,043 in je statistično značilen ($p = < 0,001$), kar dokazuje optimalno primernost podatkov.

5.2 Prileganje modelov podatkom

V tabeli 7 navajam indekse prileganja modela podatkom. Indeksi so v skladu s splošno sprejetimi sprejemljivimi mejami prileganja in kažejo na dobro prileganje podatkov modelu.

Tabela 7: Indeksi prileganja modelov podatkov

SP	P	CFI	RMSEA	SRMR
206	0,000	0,92	0,040	0,0592

***Legenda:** SP = stopinje prostosti, P = stopnja verjetnosti.

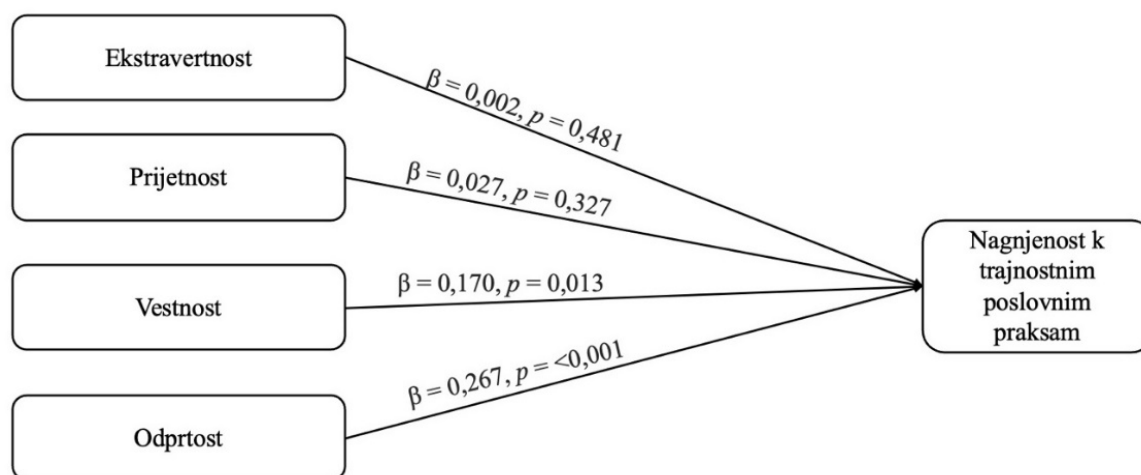
Vir: lastno delo.

5.3 Rezultati modela povezave med osebnostnimi značilnostmi podjetnikov in njihove nagnjenosti k trajnostnim poslovnim praksam

V nadaljevanju magistrskega dela predstavljam rezultate empirične raziskave za povezave med BF osebnostnimi značilnostmi podjetnikov in njihovo nagnjenostjo k TPP. Strukturne odnose v modelu sem preverjala v programu IBM SPSS Amos 26 za Windows.

Slika 5 obravnava predpostavke hipoteze od H1 do hipoteze H5 in prikazuje raziskovalne rezultate direktne povezave med osebnostnimi značilnostmi iz modela BF in nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih. Izjemo predstavlja nevroticizem, ki je iz modela odstranjen zaradi problemov v meri zanesljivosti. Iz tega razloga hipoteze H4, ki predpostavlja, da sta nevroticizem pri podjetnikih in nagnjenost k TPP povezana negativno, ne morem preveriti.

Slika 5: Rezultati preučevanja direktnih povezav med osebnostnimi značilnostmi iz modela velikih pet in nagnjenostjo k trajnostnemu razvoju pri podjetnikih



Vir: lastno delo.

S hipotezo H1 sem preučevala povezanost med ekstravertnostjo in nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih. Na podlagi dosedanjih raziskav (Ali, 2019; Khan in drugi, 2012) sem predvidevala, da bo ekstravertnost pozitivno povezana z nagnjenostjo k TPP. Vendar na podlagi rezultatov iz slike 1 ne morem trditi, da sta spremenljivki (pozitivno) povezani, saj je regresijski koeficient, ki znaša 0,002, statistično neznačilen. Hipoteze H1 torej ne potrjujem.

Hipoteza H2 je obravnavala povezavo med prijetnostjo in nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih. Predvidevala sem, da bo povezava med spremenljivkama pozitivna, kar sem utemeljevala z rezultati dosedanjih raziskav (Khan in drugi, 2012; Wang in drugi, 2007). Vendar so tudi pri hipotezi H2 rezultati precej presenetili. Kot je razvidno iz slike 1, je regresijski koeficient povezave med prijetnostjo in nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih znašal

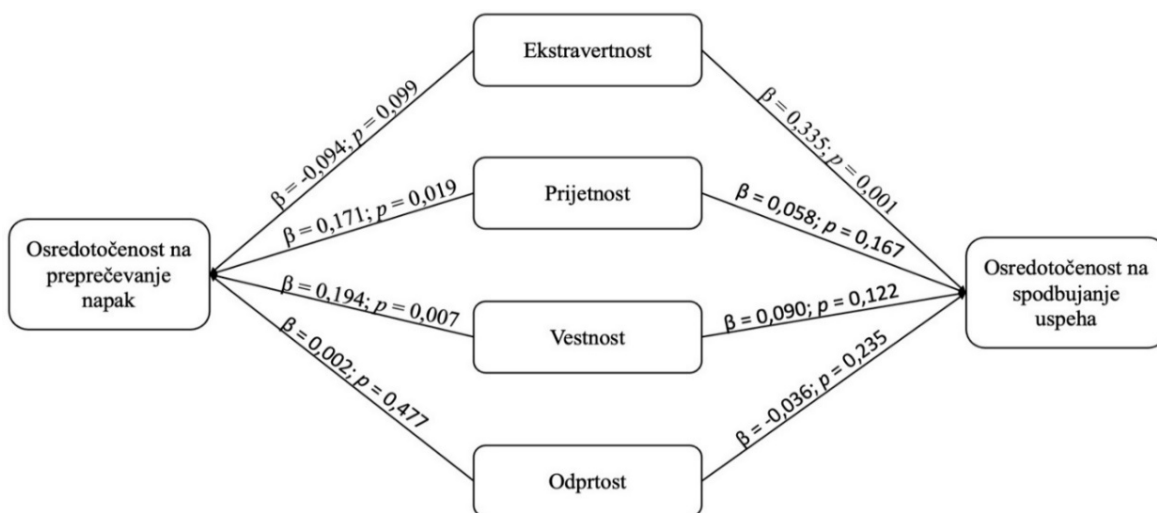
0,027, vendar je statistično neznačilen. Posledično na podlagi rezultatov hipotezo H2 ne potrjujem.

V hipotezi H3 sem na podlagi dosedanjih raziskav (Khan in drugi, 2011) predvidevala, da bo vestnost pri podjetnikih pozitivno povezana z nagnjenostjo k TPP. Rezultati, prikazani na sliki 5, so v skladu s pričakovanji. Regresijski koeficient med spremenljivkama znaša 0,170 in je statistično značilen pri stopnji značilnosti 0,013; kar dokazuje šibko pozitivno povezavo med spremenljivkama. Na podlagi rezultatov hipotezo H3 sprejemam ($\beta = 0,170$; $p = 0,013$).

Nazadnje sem s hipotezo H5 preučevala še povezavo med odprtostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k TPP. Rezultati moje raziskave so bili v skladu s predvidevanji in dokazali, da je povezava statistično značilna pri stopnji značilnosti $< 0,001$ pozitivna in šibka, pri čemer regresijski koeficient znaša 0,267. Ugotovitve so v skladu s preteklimi raziskavami (Khan in drugi, 2021). Hipotezo H5 torej sprejemamo ($\beta = 0,267$; $p = < 0,001$).

Slika 6 se nanaša na drugi sklop hipotez, hipoteze od H6 do H15, in predstavlja rezultate raziskovanja direktne povezave med osebnostnimi značilnostmi iz modela BF in uravnavanjem RF pri podjetnikih. Posebej obravnavani nista zgolj hipotezi H9, ki predvideva negativno povezavo med nevroticizmom in osredotočenostjo na spodbujanje uspeha, ter hipoteza H14, ki predvideva pozitivno povezavo med nevroticizmom in osredotočenostjo na preprečevanje napak. Ker je nevroticizem iz modela odstranjen, omenjeni hipotezi potemtakem ne morem preveriti.

Slika 6: Rezultati preučevanja direktnih povezav med osebnostnimi značilnostmi iz modela velikih pet in regulacijsko osredotočenostjo pri podjetnikih



Vir: lastno delo.

V hipotezi H6 sem preučevala direktno povezavo med ekstrovertnostjo pri podjetnikih in RF na spodbujanje uspeha. Na podlagi dosedanjih raziskav (Gorman in drugi, 2012) sem

predvidevala, da bo povezava med spremenljivkama pozitivna. Kot je razvidno na sliki 2, so rezultati te raziskave pri stopnji značilnosti 0,001 potrdili šibko pozitivno povezavo med ekstrovertnostjo pri podjetnikih in RF na spodbujanje uspeha ($\beta = 0,335$). Na drugi strani sem v hipotezi H11 na podlagi dosedanjih raziskav (Gorman in drugi, 2012; Lanaj in drugi, 2012) predvidevala negativno povezavo med ekstravertnostjo pri podjetnikih in njihovo RF na preprečevanje napak. Vendar rezultati moje raziskave, prikazani na sliki 2, povezave med omenjenimi spremenljivkami niso dokazali. Regresijski koeficient med ekstravertnostjo pri podjetnikih in RF na preprečevanje napak znaša -0,094 in je statistično neznačilen. Na podlagi rezultatov torej sprejemam hipotezo H6 ($\beta = 0,335$; $p = 0,001$), hipoteze H11 pa ne potrjujem.

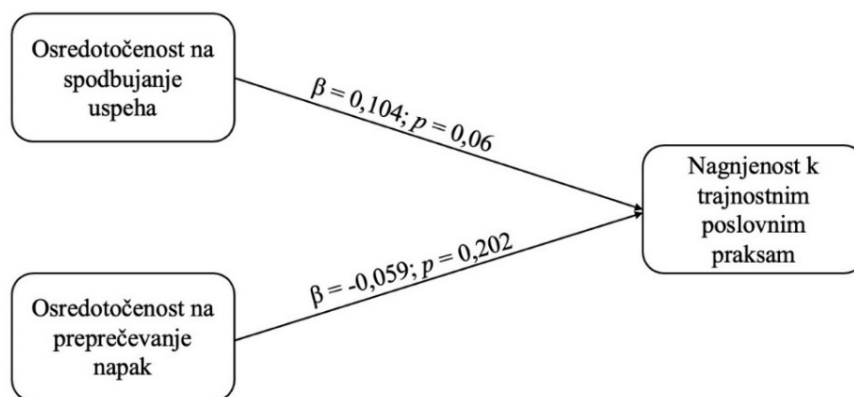
Hipotezi H7 in H12 se osredotočata na direktno povezavo med prijetnostjo pri podjetnikih in njihovo RF. Hipotezi sta na podlagi dosedanjih študij (Lanaj in drugi, 2012; Bak, 2009) predvidevali, da bo prijetnost pozitivno povezana z obema RF. Rezultati, prikazani na sliki 2, povezave med prijetnostjo in RF na spodbujanje uspeha ne dokazujejo, saj je regresijski koeficient, ki znaša 0,058, statistično neznačilen. Na drugi strani podatki potrjujejo šibko in statistično značilno pozitivno povezavo med prijetnostjo in RF na preprečevanje napak pri podjetnikih. Regresijski koeficient znaša 0,171. Na podlagi rezultatov torej ne potrjujem hipoteze H7, medtem ko hipotezo H12 sprejemam ($\beta = 0,171$; $p = 0,019$).

V hipotezi H8 in H13 sem obravnavala direktno povezavo med vestnostjo pri podjetnikih in njihovo RF. Tudi pri teh hipotezah sem se oprla na dosedanje raziskave (Gorman in drugi, 2012; Bak, 2009). Na teh temeljih sem v hipotezi H8 predvidevala pozitivno povezavo med vestnostjo in RF na spodbujanje uspeha; v hipotezi H13 pa pozitivno povezavo z RF na preprečevanje napak. Rezultati, prikazani na sliki 2, povezave med vestnostjo in RF na spodbujanje uspeha niso dokazali. Regresijski koeficient, ki znaša 0,090 je namreč statistično neznačilen. Podatki pri spremenljivki RF na preprečevanje napak pa so bili v skladu z rezultati, saj so dokazali statistično značilno šibko pozitivno povezavo med spremenljivkama (vrednost regresijskega koeficienta je 0,194). Na podlagi pridobljenih rezultatov torej hipoteze H8 ne potrjujem, sprejemam pa hipotezo H13 ($\beta = 0,194$; $p = 0,007$).

S hipotezama H10 in H15 sem preverjala tudi povezavo med odprtostjo do izkušenj pri podjetnikih in RF. V hipotezi H10 sem na podlagi dosedanjih študij (Vaughn, 2008) predvidevala pozitivno povezanost med odprtostjo do izkušenj in RF na spodbujanje uspeha; v hipotezi H10 pa sem, v skladu z dosedanjimi študijami (Vaughn, 2008), predvidevala, da je odprtost do izkušenj pri podjetnikih pozitivno povezana tudi z RF na preprečevanje napak. Tudi tu so rezultati, prikazani na sliki 6, presenetili. Regresijski koeficient med odprtostjo do izkušenj in RF na uspehe je statistično neznačilen in znaša -0,036. Tudi regresijski koeficient med odprtostjo do izkušenj in RF na preprečevanje napak je statistično neznačilen, znaša pa 0,002, kar pomeni, da povezavi med spremenljivkami nista bili ugotovljeni. Na podlagi rezultatov torej hipotezi H10 in H15 nista potrjeni.

Slika 7 obravnava hipotezi H16 in H17 ter prikazuje raziskovalne rezultate direktne povezave med RF podjetnikov in njihovo nagnjenostjo k TPP. Pri vzpostavitvi hipoteze H16 sem izhajala iz dosedanjih študij (Lee in Jung, 2023; Shane in Eckhardt, 2005) in predvidevala, da je RF na spodbujanju uspeha pri podjetnikih pozitivno povezana z njihovo nagnjenostjo k TPP. Rezultati, prikazani na sliki 7, dokazujejo statistično neznačilno povezavo med spremenljivkama, pri čemer regresijski koeficient znaša 0,104. Na podlagi rezultatov hipoteze H16 torej ne potrjujem.

Slika 7: Rezultati preučevanja direktnih povezav med regulacijsko osredotočenostjo in nagnjenostjo k trajnostnemu razvoju pri podjetnikih

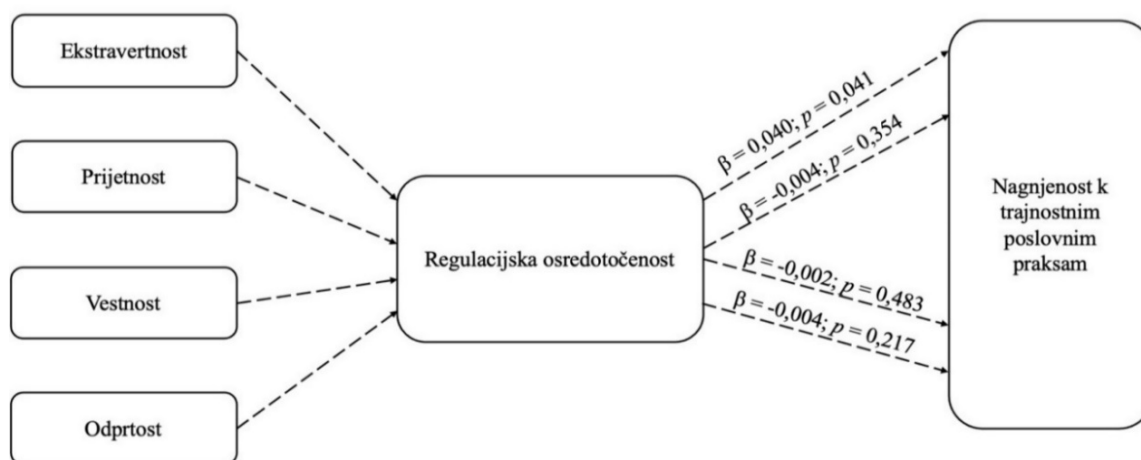


Vir: lastno delo.

Tudi hipoteza H17 je temeljila na dosedanjih raziskavah (Wagner in Fischer-Kreer, 2023) in predvidevala negativno povezavo med RF na preprečevanje napak pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k TPP. Kot je prikazano na sliki 7, regresijski koeficient med spremenljivkama znaša -0,059 in je statistično neznačilen. Rezultati kažejo, da ne morem trditi, da obstaja kakršnakoli povezava med podjetnikovo RF in njihovo nagnjenostjo k TPP. Hipoteze H17 torej ne potrjujem.

V četrtem in petem sklopu hipotez, torej hipotezah od H18 do H27, sem predvidevala mediacijski učinek posamezne RF na povezavo med BF osebnostnimi značilnostmi podjetnikov in njihovo nagnjenostjo k TPP. Za namen proučevanja mediacijske vloge posamezne RF sem v prvi fazi raziskovanja raziskovala mediacijsko vlogo RF na splošno, kar prikazuje slika 8. Kot v ostalih modelih, je tudi v dotičnem odstranjen nevroticizem, ki povzroča probleme v prileganju modela in njegovi zanesljivosti. Iz tega razloga hipotezi H21, ki predvideva mediacijsko vlogo RF na spodbujanje uspeha na povezavi med nevroticizmom in nagnjenostjo k TPP ter H26, ki predvideva mediacijski učinek RF na preprečevanje napak na isti povezavi, ne morem preveriti.

Slika 8: Rezultati preučevanja mediacijskega učinka regulacijske osredotočenosti na povezavo med osebnostnimi značilnostmi iz modela velikih pet in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam



Vir: lastno delo.

Na podlagi predhodnih predvidevanj o povezavah med spremenljivkami sem v hipotezi H18 predvidevala, da bo RF na spodbujanje uspeha imela mediacijski učinek na povezavi med ekstravertnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k TPP; v hipotezi H23 pa sem predvidevala, da bo na isti povezavi imela mediacijski učinek tudi RF na preprečevanje napak. Za namen preverjanja hipotez sem v prvem koraku ugotavljala mediacijski učinek, ki ga ima RF na povezavo med ekstravertnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k TPP. Kot je prikazano na sliki 8, regresijski koeficient znaša 0,040 in je statistično značilen; torej RF ima zelo šibak mediacijski učinek. Nadaljna raziskava je dokazala, da RF na uspeh predstavlja mediatorja na povezavi med ekstravertnostjo in nagnjenostjo k TPP. Regresijski koeficient, ki znaša 0,036 je namreč statistično značilen pri stopnji značilnosti 0,044. Nasprotno pa RF na preprečevanje napake nima mediacijskega učinka na povezavi med ekstravertnostjo in nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih. Regresijski koeficient, ki znaša 0,006, je namreč statistično značilen. Na podlagi rezultatov sprejemam hipotezo H18 ($\beta = 0,036; p = 0,044$); medtem ko hipoteze H23 ne potrjujem.

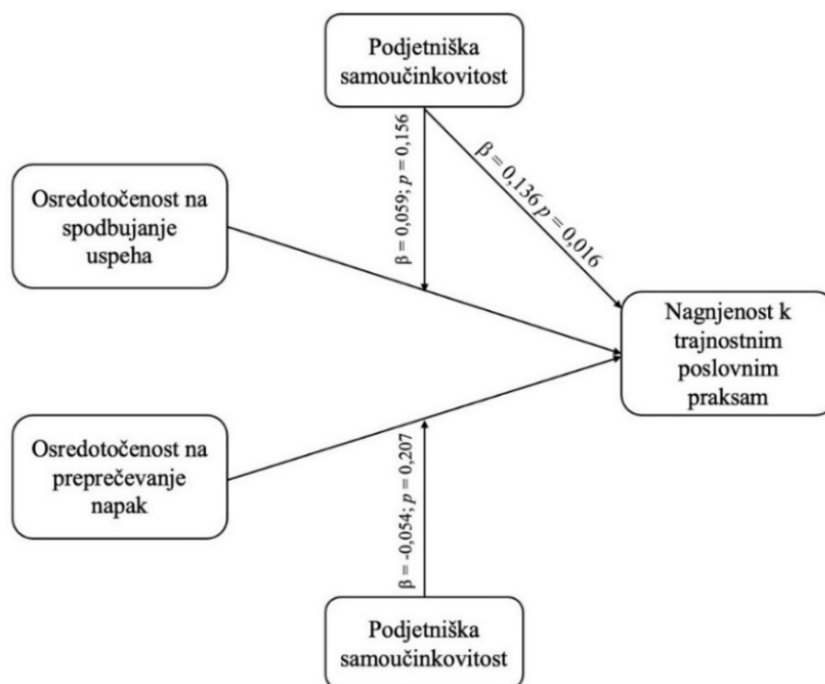
Hipotezi H19 in H24 se osredotočata na mediacijsko vlogo RF podjetnikov na povezavo med prijetnostjo in njihovo nagnjenostjo k TPP in temeljita na preteklih predvidenih povezavah med relevantnimi spremenljivkami. Hipoteza H19 predvideva mediacijsko vlogo RF na spodbujanje uspeha, hipoteza H24 pa mediacijsko vlogo RF na preprečevanje napak. Vendar, kot je prikazano na sliki 8, RF ni dokazana kot mediator na povezavi med prijetnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k TPP. Regresijski koeficient znaša -0,004 in je statistično neznačilen. Na podlagi rezultatov ni bilo smiselno z analizo nadaljevati in ugotavljati ločen posredni vpliv RF na spodbujanje uspeha oz. preprečevanje napak. V skladu z rezultati hipotezi H19 in H24 torej ne potrjujem.

Pri hipotezah H20 in H25 sem obravnavala mediacijski učinek RF spodbujanje na uspeha (v hipotezi H20) ter RF na preprečevanje napak (v hipotezi H25) na povezavi med vestnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k TPP in predvidevala, da učinek bo. Vendar ugotovitve, prikazane na sliki 8, ne dokazujejo mediacijskega učinka RF na povezavi med vestnostjo in nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih. Regresijski koeficient, ki znaša -0,002, je namreč statistično neznačilen. Posledično analize ni bilo smiselno nadaljevati podrobneje in ugotavljati mediacijskega učinka posamezne RF. Na podlagi rezultatov hipotezi H20 in H25 torej ne potrjujem.

S hipotezama H22 in H26 sem preučevala še mediacijski učinek posamezne RF na povezavi med odprtostjo do izkušenj in nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih; pri čemer se je hipoteza H22 nanašala na RF na spodbujanje uspeha, hipoteza H26 pa na RF na preprečevanje napak. Analiza podatkov je privedla do rezultatov, ki ne dokazujejo mediacijskega učinka RF na povezavi med odprtostjo do izkušenj in nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih; zato z analizo ni bilo smiselno nadaljevati. Statistično neznačilen regresijski koeficient znaša -0,004. Na podlagi rezultatov hipotezi H22 in H26 torej ne potrjujem.

Slika 9 se nanaša na zadnji sklop hipotez, ki ga sestavljata hipotezi H28 in H29. Predstavlja torej rezultate preučevanja moderacijskega učinka ESE na povezavi med posamezno RF in nagnjenostjo k TPP.

Slika 9: Rezultati preučevanja moderacijskega učinka podjetniške samoučinkovitosti na povezavo med regulacijsko osredotočenostjo podjetnikov in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam



Vir: lastno delo.

V hipotezi H28 sem na podlagi predhodnih predvidevanj in dosedanjih raziskav (Trevelyan, 2011) predpostavljala, da bo ESE moderirala direktno povezavo med RF na spodbujanje uspeha in nagnjenostjo k TPP na način, da je pozitiven učinek RF na spodbujanje uspeha močnejši ob višji ESE; v hipotezi H29 pa sem na podobnih temeljih predvidevala, da bo pozitiven učinek ESE moderiral direktno povezavo med RF na preprečevanje napak ter nagnjenostjo k TPP na način, da je negativen učinek RF na preprečevanje napak šibkejši ob višji podjetniški ESE. Vendar rezultati, prikazani na sliki 9, ESE ne dokazujejo kot moderatorja na povezavi med RF na spodbujanje uspeha in nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih. Regresijski koeficient znaša 0,059 in je statistično neznačilen. Na drugi strani regresijski koeficient na povezavi med RF na preprečevanje napak in nagnjenostjo k TPP znaša -0,054 in je, prav tako, neznačilen. Na podlagi rezultatov hipotezi H28 in H29 torej ne potrjujem. Kljub temu pa je bila v raziskavi ugotovljena (šibka) statistično značilna pozitivna povezava med ESE in nagnjenostjo k TPP ($\beta = 0,136$; $p = 0,016$).

Pridobljeni rezultati so dokazali, da je 23,8 % variance nagnjenosti k TPP pojasnjena s spremenljivkami v modelu (torej ekstravertnostjo, prijetnostjo, vestnostjo, odprtostjo do izkušenj, RF, ESE in kontrolnimi spremenljivkami). Prav tako je s štirimi velikimi osebnostnimi značilnostmi v modelu pojasnjeno 17,6 % variance osredotočenosti na spodbujanja uspeha in 8,8 % variance osredotočenosti na preprečevanje napak.

5.4 Sumarni pregled testiranja raziskovalnih hipotez

Rezultate hipotez H1–H23 (z izjemo tistih, ki so se nanašale na nevroticizem) sem povzela v tabeli 8, ki torej predstavlja hipoteze, ki se nanašajo na direktne povezave med preučevanimi spremenljivkami.

Tabela 8: Sumarni pregled rezultatov testiranja raziskovalnih hipotez H1–H23 (z izjemo tistih, ki so se nanašale na nevroticizem)

Hipoteza	Prva spremenljivka	Druga spremenljivka	Pričakovana povezava	Rezultat
H1	Ekstravertnost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	+	☒
H2	Prijetnost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	+	☒
H3	Vestnost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	+	☑
H5	Odprtost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	+	☑
H6	Ekstravertnost	Osredotočenost na spodbujanje uspeha	+	☑

se nadaljuje

Tabela 8: Sumarni pregled rezultatov testiranja raziskovalnih hipotez H1–H23 (z izjemo tistih, ki so se nanašale na nevroticizem) (nad.)

H7	Prijetnost	Osredotočenost na spodbujanje uspeha	+	☒
H8	Vestnost	Osredotočenost na spodbujanje uspeha	+	☒
H10	Odprtost	Osredotočenost na spodbujanje uspeha	+	☒
H11	Ekstravertnost	Osredotočenost na preprečevanje napak	-	☒
H12	Prijetnost	Osredotočenost na preprečevanje napak	+	☑
H13	Vestnost	Osredotočenost na preprečevanje napak	+	☑
H15	Odprtost	Osredotočenost na preprečevanje napak	+	☒
H16	Osredotočenost na spodbujanje uspeha	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	+	☒
H17	Osredotočenost na preprečevanje napak	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	-	☒

***Legenda:** ☑ - Hipotezo sem sprejela, ☒ - Hipoteze nisem sprejela.

Vir: lastno delo.

V tabeli 9 sem povzela še rezultate hipotez H18–H29 (z izjemo tistih, ki se nanašajo na nevroticizem). Gre za hipoteze, ki obravnavajo posredne povezave oz. mediacijo in moderacijo. V tabeli prva in druga spremenljivka predstavljata spremenljivki z direktno povezanostjo, tretja spremenljivka pa je tista, ki ima (potencialno) vlogo mediatorja.

Tabela 9: Sumarni pregled rezultatov testiranja raziskovalnih hipotez H18–H29 (z izjemo tistih, ki so se nanašale na nevroticizem)

Hipoteza	Prva spremenljivka	Druga spremenljivka	Tretja spremenljivka	Vloga tretje spremenljivke	Pričakovan učinek	Rezultat
H18	Ekstravertnost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	Osredotočenost na spodbujanje uspeha	Mediator na povezavi prvih dveh spremenljivk	DA	✓
H19	Prijetnost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	Osredotočenost na spodbujanje uspeha	Mediator na povezavi prvih dveh spremenljivk	DA	✗
H20	Vestnost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	Osredotočenost na spodbujanje uspeha	Mediator na povezavi prvih dveh spremenljivk	DA	✗
H22	Odprtost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	Osredotočenost na spodbujanje uspeha	Mediator na povezavi prvih dveh spremenljivk	DA	✗
H23	Ekstravertnost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	Osredotočenost na preprečevanje napak	Mediator na povezavi prvih dveh spremenljivk	DA	✗
H24	Prijetnost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	Osredotočenost na preprečevanje napak	Mediator na povezavi prvih dveh spremenljivk	DA	✗
H25	Vestnost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	Osredotočenost na preprečevanje napak	Mediator na povezavi prvih dveh spremenljivk	DA	✗
H27	Odprtost	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	Osredotočenost na preprečevanje napak	Mediator na povezavi prvih dveh spremenljivk	DA	✗
H28	Osredotočenost na spodbujanje uspeha	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	Podjetniška samoučinkovitost	Moderator na povezavi prvih dveh spremenljivk	Pozitiven učinek osredotočenosti na spodbujanje uspeha bo močnejši ob višji podjetniški samoučinkovitosti	✗
H29	Osredotočenost na preprečevanje napak	Nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam	Podjetniška samoučinkovitost	Moderator na povezavi prvih dveh spremenljivk	Negativen učinek osredotočenosti na preprečevanje bo šibkejši ob višji podjetniški samoučinkovitosti	✗

*Legenda: ✓ - Hipotezo sem sprejela, ✗ - Hipoteze nisem sprejela.

Vir: lastno delo.

6 DISKUSIJA

6.1 Diskusija o glavnih ugotovitvah

S predlaganim strukturnim modelom sem raziskovala povezavo med BF osebnostnimi značilnostmi podjetnikov ter njihovo nagnjenostjo k TPP. V model sem poleg osebnostnih značilnosti podjetnikov vključila tudi RF (ki sem jo preučevala tudi kot mediatorja na povezavi med osebnostnimi značilnostmi in nagnjenostjo k TPP) ter ESE (ki sem jo preučevala tudi v vlogi mediatorja na povezavi med RF in nagnjenostjo k TPP).

Pri proučevanju direktnih povezav med osebnostnimi značilnostmi podjetnikov in njihove nagnjenosti k TPP sem potrdila 40 % vseh hipotez oz. 50 % preverjenih hipotez. Ugotovljena je bila statistično značilna povezava med vestnostjo in odprtostjo ter nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih, kar je v skladu s študijo Khan in drugi (2021). Rezultati so nekoliko presenetili na področju ekstravertnosti in prijetnosti, kjer statistične povezave med spremenljivkami pri podjetnikih ni bilo ugotovljene. Pridobljene rezultate si lahko poskušamo razlagati s pomočjo študije Gordon-Wilson in Modi (2015), kjer sta avtorja ugotavljala povezavo med osebnostnimi značilnostmi in zelenim vedenjem starejših porabnikov v Združenem kraljestvu. Rezultati so pokazali, da se ljudje, ki so visoko ocenjeni na lestvici ekstrovertiranosti, najmanj verjetno obnašajo zeleno; medtem ko se ljudje, ki so visoko ocenjeni na lestvici odprtosti do izkušenj, najbolj nagnjeni k zelenim odločitvam. Neprioritiziranje trajnosti pri močno ekstravertnih ljudeh je pripisano veliki energičnosti, zaradi katere imajo ekstraverti veliko zanimanj in so, kot takšni, pogosto izjemno zaposleni, kar jih odvrne od zavestnega spreminjanja okoljskih navad. Na drugi strani sklepam, da so rezultati na področju prijetnosti lahko razloženi preko dejstva, da je sledenje trajnostnemu razvoju, kljub temu, da raziskave dokazujejo trajnostno poslovanje kot priložnost za rast in razvoj podjetja, pogosto še vedno razumljeno kot finančno breme in obveznost (Porter in Van der Linde, 1995). Podjetnike sem v svojem magistrskem delu namreč definirala kot lastnike podjetja, s čimer je povezana velika odgovornost. Ljudje, ki so visoko ocenjeni na lestvici prijetnosti, si želijo izogibati konfliktom in ustreči (Jensen-Campbell in Graziano, 2001). Ker so podjetniške poti pogosto precej težavne, tovrstni podjetniki v prvi vrsti najverjetneje prioritizirajo dobiček, s katerim zagotovijo plače svojim zaposlenim in na takšen način ohranijo dobre odnose z najbližjimi deležniki. Glede na to, da je povprečen podjetnik, zajet v tem vzorcu, posamezen vidik uspešnosti poslovanja lastnega podjetja v primerjavi s konkurenti v zadnjih treh letih ocenil med 'ohranjanjem položaja' in 'rahlim povišanjem', je mogoče, da si spreminjanje poslovnih praks v smeri trajnostnega razvoja še niso mogli privoščiti v dovolj veliki meri.

Pri proučevanju direktne povezave med BF osebnostnimi značilnostmi in RF sem potrdila zgolj 25 % vseh hipotez oz. 30 % preverjenih hipotez. Ekstravertnost je, kot pričakovano, pozitivno povezana z RF na spodbujanje uspeha. Prav tako sta prijetnost in vestnost v skladu s pričakovanji pozitivno povezani z RF na preprečevanje napak. Ostale povezave se

statistično značilno niso izšle, kar je precej presenetilo, saj slednje ni v skladu s preteklimi raziskavami (Gorman in drugi, 2012). Tudi pri razlagi teh ugotovitev sem se oprla na izhodiščno teorijo, kjer sem ugotovila, da so osebnostne značilnosti trajne in konsistentne (Bergner, 2020). V nasprotju z njimi, RF ni pogojena zgolj osebno, pač pa tudi situacijsko (Higgins, 1998). Nekonsistentnost v RF tako lahko privede do statistično neznačilne povezave. Prav tako, kljub pričakovanju, ni bilo ugotovljene statično značilne povezave med RF in nagnjenostjo k TPP. Tudi tu sklepam, da se problem pojavlja pri nekonsistentnosti RF. Posledično RF ni bila prepoznana kot mediator na preverjenih povezavah med posamezno osebnostno značilnostjo in nagnjenostjo k TPP; zaradi česar nisem potrdila nobene izmed desetih hipotez. Izjemo je predstavljala povezava med ekstravertiranostjo in nagnjenostjo k TPP, kjer se je RF na spodbujanje uspeha izkazala za mediatorja. Tudi tu sklepam, da se problem pojavlja pri nekonsistentnosti RF.

Nazadnje se ESE v raziskavi ni izkazala kot moderator na povezavi med RF in nagnjenostjo k TPP, zato zadnjih dveh hipotez nisem potrdila. Kljub temu, da so rezultati presenetljivi glede na predvidevanja na podlagi teorije, pa so pričakovani glede na predhodne rezultate. Ob tem je bila ugotovljena statistično značilna pozitivna povezava med ESE in nagnjenostjo k TPP. Predvidevam, da so podjetniki, ki bolj verjamejo v svoje sposobnosti (in so ocenjeni višje na lestvici ESE) bolj pripravljeni prevzeti finančna in logistična tveganja, ki sestavljajo prehod na bolj trajnostno poslovanje in prevzemanje TPP. Rezultati so, glede na pretekle raziskave, pričakovani. Tako ESE kot trajnostno poslovanje sta namreč pozitivno povezani z uspešnostjo podjetja (Shen in drugi, 2021; Porter in Van der Linde, 1995).

Zanimiva ugotovitev te raziskave je, da so starejši podjetniki bolj nagnjeni k TPP ($\beta = 0,137$; $p = 0,005$); nagnjenost k TPP upada s stopnjo izobrazbe ($\beta = -0,167$; $p = 0,01$); ženske pa so bolj trajnostno naravnane kot moški ($\beta = 0,267$; $p = 0,018$). Pri vidiku starosti so do podobnih ugotovitev prišli tudi v raziskavi Gordon-Wilson in drugi (2015) in Wang in drugi (2021), kjer so preučevali pro-okoljsko vedenje v starajočem se svetu. Sklepam, da lahko rezultate pripišemo dejstvu, da ljudje skozi staranje vedno bolj iščejo smisel življenja v prosocialnih ciljih in vedno pozneje zaznajo vplive okoljskih tveganj na zdravje. Drugi vidik, negativna povezanost formalne izobrazbe z nagnjenostjo k TPP, sklepam, izhaja iz dejstva, da prihaja v praksi do razkoraka med posameznikovo informiranostjo ter implementacijo informacij v praksi (Diržytė in Rakauskienė, 2016). Z vidika spola rezultati ne presenečajo. Nežnejši spol je dokazano bolj empatičen (Toussaint in Webb, 2005), prav tako pa si (v primerjavi z moškimi) bolj prizadevajo ohraniti pozitivne družbene odnose (Yang in Girgus, 2019). Na podlagi ugotovitev tako predvidevam, da se podjetnice obnašajo bolj trajnostno predvsem na področju dimenzije družbe in okolja.

6.2 Teoretične implikacije ugotovitev

Iz moje raziskave izhaja nekaj teoretičnih implikacij za nadaljnje raziskave na področju TPP z vidika osebnosti podjetnikov. V nadaljnjih raziskavah bi bilo npr. smiselno podrobneje pregledati povezavo med prijetnostjo in nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih. Glede na to, da rezultati moje raziskave, kjer povezava ni bila statistično značilna, ni v skladu s preteklimi (Khan in drugi, 2021), bi bilo izjemno zanimivo proučevati vzroke, ki bi na to lahko vplivali; kot so npr. finančne omejitve ali pritiski drugih deležnikov. V povezavi s temi bi bilo v prihodnje smiselno podobno raziskavo izvesti tudi med samostojnimi podjetniki v primerjavi z direktorji v delniških in drugih družbah, kjer so, poleg želja direktorja pomembne tudi prioritete drugih deležnikov (tj. investitorjev oz. lastnikov ter zaposlenih) in jo nadgraditi s preučevanjem prizadevanj dotičnih deležnikov. Skozi takšno raziskavo bi lahko ugotavljali, kako so BF, ESE ter RF povezane s trajnostnim razvojem brez in s posrednim vplivom ostalih deležnikov.

Menim, da bi se bilo v prihodnjih raziskavah smiselno osredotočiti tudi na ESE. Kljub temu, da v mojem magistrskem delu spremenljivka ni bila dokazana kot moderacijska, pa se je pokazala direktna povezava med ESE in nagnjenostjo k TPP. V kontekstu podobne raziskave bi bilo ESE smiselno vpeljati tudi kot moderatorja na BF osebnostnih značilnostih. Glede na to, da ob pregledu literature nisem naletela na raziskavo, ki bi povezovala ESE in nagnjenost k TPP, bi bilo v prihodnjih raziskavah zanimivo izvesti longitudinalno študijo, v kateri bi se ugotavljalo kako uspehi oz. neuspehi podjetnikov (in s tem dvigi oz. padci njihove prepričanosti v svoje podjetniške sposobnosti) vplivajo na sledenje trajnostnemu poslovanju.

Rauch in Frese (2007) sta trdila, da je konstrukte BF osebnostnih značilnosti težko uporabiti za napovedovanje rezultatov, povezanih s podjetništvom, saj so konstrukti, utemeljeni v psihologiji, preširoki za napovedovanje konkretnega vedenja v specifičnih situacijah. Posledično je bilo v zadnjem času predlaganih in potrjenih več konstruktov, ki so prilagojeni posebej podjetništvu. Zato bi raziskovalcem v prihodnjih raziskavah predlagala na mesto BF osebnostnih značilnosti vključiti podjetništvu bolj prilagojene koncepte na ravni osebnosti podjetnikov, kot so podjetniška odprtost (Slavec in drugi, 2017), podjetniška budnost (Tang in drugi, 2012) in podjetniška strast (Cardon in drugi, 2009; Cardon in drugi, 2013).

6.3 Praktične implikacije ugotovitev

Ugotovitve moje raziskave so pomembne tako za podjetnike kot tudi za podporne in izobraževalne institucije. Z vidika nagnjenosti k TPP sta se kot najbolj pomembna faktorja izkazala vestnost in odprtost do izkušenj. V skladu z rezultati bi podjetnikom priporočila aktivno delo na lastni odprtosti do izkušenj, kar vključuje izstopanje iz cone udobja in grajenje lastne samozavesti (MasterClass, 2022) ter grajenje vestnosti preko oblikovanja natančnih dnevnih urnikov in treniranja pozornosti. Glede na dokazano pozitivno

povezanost med ESE ter nagnjenostjo k TPP, bi podjetnikom prav tako priporočila postopno grajenje vere v svoje ESE. Za ta namen jim je lahko v pomoč vizualizacija lastne samoučinkovitosti v hipotetičnih situacijah (Williams, 1995) ter verbalno prepričevanje, pri čemer ima velik vpliv verodostojnost, strokovnost in privlačnost vira (Eagly in Chaiken, 1993). Pri tem bi veliko vlogo lahko igralo tudi oblikovanje podporne organizacije, ki bi podjetnikom s praktičnimi nasveti glede na specifičnost poslovanja njihove organizacije pripomogla k lažjemu prehodu v trajnostno poslovanje. Podjetniki z nizko ESE namreč dvomijo tudi v svojo sposobnost uspešnega implementiranja trajnostnih poslovnih praks, zato bi jim bila podpora organizacija ob tem v veliko pomoč.

Nepričakovana ugotovitev raziskave pa je bila negativna povezava med formalno izobrazbo in nagnjenostjo k TPP. Kljub temu, da v praksi seveda prihaja do razkorakov med informiranostjo posameznika in njegovem namenu na podlagi pridobljenih informacij, menim, da ugotovitve raziskave močno pozivajo izobraževalne inštitucije k močnejšemu poudarjanju trajnostne naravnosti ne zgolj z vidika dolgoročnega družbenega dobrobita, pač pa tudi dolgoročnega finančnega dobrobita organizacij. Na takšen način bi podjetniki bili morda bolj dovzetni za slednje trajnostnemu razvoju in svoje podjetje razvijali s pomočjo izkoriščanja TPP.

6.4 Omejitve raziskave

Raziskava povezave med osebnostnimi značilnostmi podjetnikov in njihove nagnjenosti k TPP, ki sem jo izvedla v okviru mojega magistrskega dela, ima, v skladu s pričakovanji, tudi nekatere omejitve, ki jih podrobneje navajam v nadaljevanju. Kljub temu ocenjujem, da je izbrana metodologija bila primerna za doseg ciljev magistrskega dela ter da so rezultati raziskave nezanemarljivi.

Prva omejitev se nanaša na metodološki vidik moje raziskave, kjer sem kot edino metodo pridobivanja podatkov o podjetnikih uporabila anketne vprašalnike. Poleg problematike subjektivnosti pri podajanju odgovorov (kar pomeni, da odgovori nenujno odražajo dejansko obnašanje podjetnikov), tovrstna metoda ne omogoča dodatnega pojasnjevanja vprašanj, postavljanja poglobljenih podvprašanj, informacije pa so kontekstualno precej izolirane od okolja (Banai, brez datuma). Raziskovalcem podobnih področij bi predlagala kombiniranje različnih metod, kot so eksperimentalne vinjete, kombiniranje kvalitativnih in kvantitativnih podatkov (npr. ankete in intervjuji), zbiranje podatkov o tem, koliko podjetja poročajo o TPP v poročilih, na spletnih straneh ipd., s katerimi bi presegli omejitve in pridobili podatke, ki najbolj realno odražajo dejansko stanje.

Druga omejitev se nanaša na četrti del vprašalnika, s pomočjo katerega sem merila podjetnikovo nagnjenost k TPP. Za ta namen sem TPI (Žabkar in drugi, 2022), ki je bil oblikovan za podjetja na splošno, preoblikovala za podjetnike v MSP. Kot se je izkazalo v

analizi, so se med vprašanji, ki sem jih ocenila kot primerna, kljub testiranju vprašalnika pri podjetnikih, znašla tudi takšna, ki za podjetnike v dotičnih podjetjih niso bila relevantna. Problematika predstavlja tudi dobro izhodišče za bodočo raziskavo, v okviru katere bi lahko oblikovan poslovni indeks testirali na podjetnikih v MSP ter v nadaljevanju oblikovali vprašalnik, ki bi bil bolj primeren za dotično skupino.

Tretja omejitev te raziskave predstavlja presečnost študije. V okviru svoje raziskave sem vse spremenljivke na pridobljenem vzorcu merila zgolj v istem trenutku, kar pomeni, da raziskava temelji na presečnih podatkih. Iz tega razloga je vzročnost med spremenljivkami lahko predpostavljena zgolj na podlagi teorije in logičnih sklepanj, ne more pa biti potrjena in obstaja možnost, da vpliv v resnici poteka v nepričakovano smer (Kline, 2005). Omejitev bi lahko rešila z longitudinalno študijo, v okviru katere bi iste spremenljivke na istem vzorcu merila skozi daljše časovno obdobje oz. v okviru katere bi najprej izmerila neodvisne, mediacijske ter moderacijske spremenljivke, čez določeno obdobje pa tudi odvisno spremenljivko. Tovrstna raziskava ne bi zgolj potrdila vročnosti, pač pa ponudila tudi globlje razumevanje ugotovitev in kot takšna predstavlja dober predlog za bodoče raziskave.

Četrta omejitev se nanaša na sestavo vzorca. Vzorec podjetnikov, ki so sodelovali v tej raziskavi, je v 56 % sestavljala moška populacija, preostalih 44 % se je identificiralo kot ženska. Raziskave iz leta 2022 kažejo, da ženske podjetnice v Sloveniji predstavljajo zgolj 37 % vseh podjetnikov; je pa odstotek v zadnjih treh letih kazal na trend naraščanja (Širec in drugi, 2022). Podobne razlike so se pokazale tudi pri izobrazbi, kjer so največji delež vzorca te raziskave predstavljali podjetniki z višjo, visoko ali bolonjsko prvo stopnjo (31 %) ter univerzitetno izobrazbo ali bolonjsko drugo stopnjo (29 %). Podobna manjša odstopanja so se pojavila tudi v starostni sestavi; kjer so moj vzorec sestavljali pretežno starejši podjetniki (29 % vzorca so predstavljali podjetniki od 50 let do 59 let; 26 % pa od 20 let do 49 let); slovenske podjetniške raziskave pa poudarjajo vedno mlajše udeležence v podjetniških aktivnostih (37,23 % slovenske podjetniške populacije sestavljajo 35- do 44-letniki, 31,16 % pa od 45 let do 54 let) (Širec in drugi, 2022). Zaradi tovrstnih razlik moj vzorec ni popolna reprezentacija slovenske podjetniške sestave, kar predstavlja dodatno omejitev te raziskave.

7 SKLEP

Namen magistrskega dela je bil bolje razumeti dejavnike nagnjenosti k TPP, ki jih izvajajo podjetniki v MSP v Sloveniji in izvirajo iz osebnosti njih samih ter tako doprinesi k razumevanju možnosti spodbujanja TPP pri podjetnikih v MSP z vidika osebnosti. Cilj te raziskave je bil konceptualno opredeliti in empirično preveriti povezanost ekstravertnosti, sprejemljivosti, vestnosti, nevroticizma, odprtosti (BF osebnostnih značilnosti), RF ter ESE z nagnjenostjo k TPP podjetnikov v MSP v Sloveniji.

Rezultati raziskave so pokazali pozitivno povezavo med odprtostjo in vestnostjo pri podjetnikih in njihovo nagnjenostjo k TPP. Omenjeni osebnostni značilnosti pri podjetnikih sta, glede na rezultate raziskave, tudi pozitivno povezani z RF na preprečevanje napak. Prav tako je bila dokazana pozitivna povezava med ekstravertnostjo pri podjetnikih in RF na spodbujanje uspeha. Zanimiva ugotovitev te raziskave je bila, da posamezna RF ni statistično značilno povezana z nagnjenostjo k TPP; se pa je RF na spodbujanje uspeha izkazala kot mediator na povezavi med ekstravertnostjo in nagnjenostjo k TPP. V nadaljevanju sem v raziskavo vpeljala še ESE. V skladu z rezultati se sicer ni izkazala kot moderator na povezavi med RF in nagnjenostjo k TPP pri podjetnikih, bila pa je ugotovljena pozitivna povezava med ESE in nagnjenostjo k TPP. Nazadnje so rezultati raziskave z vidika kontrolnih spremenljivk dokazali tudi, da so starejši podjetniki v primerjavi z mlajšimi bolj nagnjeni k TPP; predstavnice ženskega spola so bolj trajnostno naravnane kot moški; nagnjenost k TPP pa je negativno povezana z višino dosežene izobrazbe.

Menim, da sem skozi teoretično in praktično raziskavo dosegla namen in cilj magistrskega dela, ugotovitve raziskave pa pripomorejo k razumevanju možnosti spodbujanja TPP pri podjetnikih v MSP z vidika osebnosti. Na podlagi njih sem v sklopu magistrskega dela podala tudi praktične in teoretične implikacije ugotovitev, v okviru katerih naslavljam raziskovalce in podjetnike ter podporne in izobraževalne institucije.

LITERATURA IN VIRI

1. Abbey, A. (2002). Cross-Cultural Comparison of the Motivation for Entrepreneurship. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 14(1), 69.
2. Alhaddi, H. (2015). Triple bottom line and sustainability: A literature review. *Business and Management Studies*, 1(2), 6–10.
3. Ali, I. (2019). Personality traits, individual innovativeness and satisfaction with life. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(1), 38–6.
4. Allport, G. W. (1935). Attitudes. V C. Murchison (ur.), *Handbook of Social Psychology* (str. 798–844). Clark University Press.
5. Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. Holt, Rinehart and Winston.
6. Allport, G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. Holt, Rinehart and Winston.
7. Allport, G. W. in Odbert, H. S. (1936). Trait-names: A psycho-lexical study. *The Psychological Monographs*, 47(1).
8. Andersson, S., Svensson, G., Molina-Castillo, F. J., Otero-Neira, C., Lindgren, J., Karlsson, N. P. in Laurell, H. (2022). Sustainable development—Direct and indirect effects between economic, social, and environmental dimensions in business practices. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(5), 1158–1172.

9. Antončič, B., Bratkovic Kregar, T., Singh, G. in DeNoble, A. F. (2014). The Big Five Personality–Entrepreneurship Relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819–841.
10. Antonides, G. (1996). *Psychology in Economics and Business: An Introduction to Economic Psychology* (2. izd.). Springer Netherlands.
11. Aragón-Correa, J. A. in Sharma, A. (2003). Contingent Resource-Based View of Proactive Corporate Environmental Strategy. *Academy of Management Review*, 28(1), 71–88.
12. Aralica, A., Bahr, M., Carli, S., Friškovec, A., Jerman, B. in Berce, M. (2017). *Cilji trajnostnega razvoja: prihodnost, ki jo želimo*. Društvo za Združene narode za Slovenijo.
13. Ardel, M. (1998). Social crisis and individual growth: The long-term effects of the great depression. *Journal of Aging Studies*, 12(3), 291–314.
14. Arowoshegbe, A. O., Emmanuel, U. in Gina, A. (2016). Sustainability and triple bottom line: An overview of two interrelated concepts. *Igbinedion University Journal of Accounting*, 2(16), 88–126.
15. Ashraf, T. in Siddiqui, D. A. (2020). The impact of employee engagement on employee retention: the role of psychological capital, control at work, general well-being, and job satisfaction. *Human Resource Research*, 4(1), 67.
16. Babb, E. M. in Babb, S. V. (1992). Psychological traits of rural entrepreneurs. *Journal of Socio-economics*, 21(4), 353–362.
17. Bak, W. (2009, julij). *Regulatory foci and the big five*. <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/5077?locale-attribute=en>
18. Ballet, J., Bhukuth, A. in Carimentrand, A. (2014). Child Labor and Responsible Consumers: From Boycotts to Social Labels, Illustrated by the Indian Hand-Knotted Carpet Industry. *Business & Society*, 53(1), 71–104.
19. Banai, M. (brez datuma). *How to Design a Questionnaire / Survey* <https://slideplayer.com/slide/10629913/>
20. Bandura, A. (1995). *Self-efficacy in changing societies*. Cambridge University Press.
21. Bandura, A. (1997). Self-Efficacy: The Exercise of Control. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 13, 158–166.
22. Barnes-Holmes, D., Barnes-Holmes, Y. in De Houwer, J. (2016). *Core Processes of Cognitive Behavioral Therapies*. New Harbinger.
23. Baumgartner, R. J. in Ebner, D. (2010). Corporate sustainability strategies: sustainability profiles and maturity levels. *Sustainable development*, 18(2), 76–89.
24. Baumruk R. (2006). Why managers are crucial to increasing engagement: Identifying steps managers can take to engage their workforce. *Strategic Hr Review*, 5, 24–27.
25. Beattie, A. (2023, 24. april). *The 3 Pillars of Corporate Sustainability*. <https://www.investopedia.com/articles/investing/100515/three-pillars-corporate-sustainability.asp>
26. Bergner, R. M. (2020). What is personality? Two myths and a definition. *New ideas in Psychology*, 57, 100759.

27. Bernaz, N. (2017). *Business and human rights: history, law and policy-bridging the accountability gap*. Routledge.
28. Berry, M. A. in Rondinelli, D. A. (1998). Proactive corporate environmental management: A new industrial revolution. *Academy of Management Executive*, 12(2), 38–50.
29. Bin, A. S. (2016). The relationship between job satisfaction, job performance and employee engagement: An explorative study. *Business Management and Economics*, 4(1), 1–8.
30. Block, J. (1995). A contrarian view of the five-factor approach to personality description. *Psychological bulletin*, 117(2), 187–215 .
31. Block, J. (2010). The Five-Factor Framing of Personality and Beyond: Some Ruminations. *Psychological Inquiry*, 21(1), 2–25.
32. Blomsma, F. in Brennan, G. (2017). The emergence of circular economy: A new framing around prolonging resource productivity. *Journal of Industrial Ecology*, 21(3), 603–614.
33. Blomsma, F. in Tennant, M. (2020). Circular economy: Preserving materials or products? Introducing the resource states framework. *Resources, Conservation and Recycling*, 156, 104698.
34. Bocken, N. M., De Pauw, I., Bakker, C. in Van Der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 33(5), 308–320.
35. Boesen-Mariani, S., Gomez, P. in Gavard-Perret, M. (2010). Regulatory Focus: A Promising Concept for Marketing Research. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 25, 106–87.
36. Bogg, T. in Roberts, B. W. (2013). The case for conscientiousness: Evidence and implications for a personality trait marker of health and longevity. *Annals of Behavioral Medicine*, 45(3), 278–288.
37. Botwin, M. D., Buss, D. M. in Shackelford, T. K. (1997). Personality and mate preferences: Five factors in mate selection and marital satisfaction. *Journal of Personality*, 65(1), 107–136.
38. Boutwell, B. B. (2018). On variability & human consciousness. *Heliyon*, 4(11).
39. Bowden, J. L. (2008). The Process of Customer Engagement: A Conceptual Framework. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17(1), 63–74.
40. Boyd, N. G. in Vozikis, G. S. (1994). The Influence of Self-efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77.
41. Bozer, G. in Delegach, M. (2019). Bringing context to workplace coaching: A theoretical framework based on uncertainty avoidance and regulatory focus. *Human Resource Development Review*, 18(3), 376–402.
42. Brandstätter, H. (1997). Becoming and entrepreneur – A question of personality structure?. *Journal of Economic Psychology*, 18(2–3), 157–177.

43. Brockner, J. in Higgins, E. T. (2001). Regulatory focus theory: Implications for the study of emotions at work. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(1), 35–66.
44. Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B. in Ilić, A. (2011). Customer engagement: conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of service research*, 14(3), 252–271.
45. Bromley, D. B. (1977). *Personality Description in Ordinary Language*. Wiley.
46. Browne, M. W. in Cudeck, R. (1992). Alternative ways of assessing model fit. *Sociological Methods Research*, 21(2), 230–258.
47. Bucik, V. (1998). *Konvergentna in diskriminativna veljavnost modela »velikih pet« faktorjev osebnosti*. Društvo psihologov Slovenije.
48. Burger, J. M. (2011). *Personality*. Wadsworth Publishing, Cengage Learning.
49. Bursik, K. (1991). Adaptation to divorce and ego development in adult women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(2), 300–306.
50. Byrne, B. M. (2006). *Structural equation modeling with EQS: basic concepts, applications, and programming* (2. izd.). Lawrence Erlbaum Associates.
51. Cabanac, M. (2002). What is emotion? *Behavioural Process*, 60(2), 69–83.
52. Cacioppo, J. T., Petty, R. E. in Crites, S. L. (1994). Attitude change. V V. S. Ramachandran (ur.), *Encyclopedia of human behavior* (str. 261–270). Academic Press.
53. Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J. in Drnovšek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532.
54. Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E. in Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of business venturing*, 28(3), 373–396.
55. Cargill, A. (2019). The Lexical Hypothesis & the Big Five Model. *International Journal of Psychiatry Research*, 2(4), 1–4.
56. Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R. in Carland, J. A. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of management review*, 9(2), 354–359.
57. Carter, N. T., Guan, L., Maples, J. L., Williamson, R. L. in Miller, J. D. (2016). The Downsides of Extreme Conscientiousness for Psychological Well-being: The Role of Obsessive Compulsive Tendencies. *Journal of personality*, 84(4), 510–522.
58. Cattell, R. B. (1943). The discription of personality: Basic Traits resolved into clusters. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38(4), 576–506.
59. Cattell, R. B., Eber, H. W. in Tatsuoka, M. M. (1970). *Handbook fort he Sixteen Personality Factor Questionnaire*. Institute for Personality and Ability Testing.
60. Cattell, R. B., Boyle, G. J., in Chant, D. (2002). Enriched behavioral prediction equation and its impact on structured leaning and the dynamic calculus. *Psychological review*, 109(1), 202.

61. Chen, C. C., Greene, P. G. in Crick, A. (1998). Does Entrepreneurial Self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of business venturing*, 13(4), 295–316.
62. Chertow, M. R. (2000). Industrial symbiosis: Literature and taxonomy. *Annual Review of Energy and the Environment*, 25(1), 313–337.
63. Chiou, J. S. in Droge, C. (2002). Service quality, trust, specific asset investment, and expertise: Direct and indirect effects in a satisfaction-loyalty framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(4), 613–627.
64. Christakis, N. A. in Fowler, J. H. (2007). The spread of obesity in a large social network over 32 years. *New England journal of medicine*, 357(4), 370–379.
65. Chungyalpa, W. (2021). Understanding Business Sustainability: The What, the Why, and the How of Sustainable Business Practices. *Indian Journal of Sustainable Development*, 5(1/2), 24.
66. Church, A. T. in Katigbak, M. S. (2002). Studying Personality Traits Across Cultures: Philippine Examples. *Online Readings in Psychology and Culture*, 4(4), 2.
67. Circular Economy Action Plan. (2020). *For a cleaner and more competitive Europe*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2020:98:FIN>
68. Clube, R. K. in Tennant, M. (2020). The Circular Economy and human needs satisfaction: Promising the radical, delivering the familiar. *Ecological Economics*, 177, 106772.
69. Clube, R. (2022). Is job creation a legitimate social benefit of the circular economy?. *Resources, Conservation and Recycling*, 181, 106220.
70. Coffman, C. (2000). Is Your Company Bleeding Talent? How to become a true "employer of choice". *Gallup Management Journal*, 2(11), 25–50.
71. Coffman, C. in Gonzalez-Molina, G. (2002). *Follow this Path: How the world's greatest organizations drive growth by unleashing human potential*. New York Warner Books, Inc.
72. Cooper, M. L., Agocha, V. B. in Sheldon, M. S. (2000). A motivational perspective on risky behaviors: the role of personality and affect regulatory processes. *Journal of personality*, 68(6), 1059–88.
73. Cordano, M. in Frieze, I. H. (2000). Pollution Reduction Preferences of U.S. Environmental Managers: Applying Ajzen's Theory of Planned Behaviour. *Academy of Management Journal*, 43(4), 627–641.
74. Costa, P. T. in McCrae, R. R. (1976). *The NEO Personality Inventory manual*. Psychological Assessment Resources.
75. Costa, P. T. in McCrae, R. R. (1985). *The NEO Personality Inventory manual*. Psychological Assessment Resources.
76. Costa, P. T. in McCrae, R. R. (1995). Solid ground in the wetlands of personality: A reply to Block. *Psychological Bulletin*, 117(2), 216–220.
77. Costa Jr, P. T., McCrae, R. R. in Dye, D. A. (1991). Facet Scales for Agreeableness and Conscientiousness: A Revision of the NEO Personality Inventory. *Personality and Individual Differences*, 12(9), 887898.

78. Craig, C. S. in Douglas, S. (2005) *International marketing research* (3. izd.). John Wiley.
79. Croitoru, G., Florea, N. V., Ionescu, C. A., Robescu, V. O., Paschia, L., Uzla, M. C. in Manea, M. D. (2022). Diversity in the workplace for sustainable company development. *Sustainability*, 14(11), 6728.
80. Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of test. *Psychometrika*, 16(3), 297–334.
81. Crosby, L. A., Evans, K. R. in Cowles, D. (1990). Relationship quality in services selling: An interpersonal influence perspective. *Journal of Marketing*, 54(3), 68–81.
82. Crusius, J., van Horen, F. in Mussweiler, T. (2012). Why process matters: A social cognition perspective on economic behavior. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 677–685.
83. Daly, H. E. (1996). *Beyond Growth: The Economics of Sustainable Development*. Beacon Press.
84. De Carolis, D. M. in Saporito, P. A. (2006). Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 41–56.
85. De Carvalho, J. in Chima, F. O. (2014). Applications of structural equation modeling in social sciences research. *American International Journal of Contemporary Research*, 4(1), 6–11.
86. De Raad, B. in Perugini, M. (2002). *Big five assessment*. Hogrefe & Huber Publisher.
87. De Vries, M. K. (1977). The entrepreneurial personality: A person at the crossroads. *Journal of management studies*, 14(1), 34–57.
88. Dernbach, J. C. (2003). Achieving sustainable development: The Centrality and multiple facets of integrated decision making. *Indiana Journal of Global Legal Studies*, 10(1), 247–285.
89. DeYoung, C. G., Quilty, L. C. in Peterson, J. B. (2007). Between facets and domains: 10 aspects of the Big Five. *Journal of personality and social psychology*, 93(5), 880–96 .
90. Dhahri, S. in Omri, A. (2018). Entrepreneurship contribution to the three pillars of sustainable development: What does the evidence really say? *World Development*, 106, 64–77.
91. Dhahri, S., Slimani, S. in Omri, A. (2021). Behavioral entrepreneurship for achieving the sustainable development goals. *Technological Forecasting and Social Change*, 165, 120561.
92. Digman, J. M. (1997). Higher-order factors of the Big Five. *Journal of personality and social psychology*, 73(6), 1246–1256.
93. Diržytė, A. in Rakauskienė, O. G. (2016). Green consumption: The gap between attitudes and behaviours. *Transformations in Business & Economics*, 15, 523–538.
94. Dollinger, S. J. (2012). Openness to Experience. V N. M. Seel (ur.), *Encyclopedia of the Sciences of Learning* (str. 2522–2526). Springer.

95. Du, Q. in Kang, J. T. (2016). Tentative ideas on the reform of exercising state ownership of natural resources: Preliminary thoughts on establishing a state-owned natural resources supervision and administration commission. *Jiangxi Social Science*, 6, 160.
96. Eagly, A. H. in Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
97. Egger, J. I., De Mey, H. R., Derksen, J. J. in van der Staak, C. P. (2003). Cross-cultural replication of the five-factor model and comparison of the NEO-PI-R and MMPI-2 PSY-5 scales in a Dutch psychiatric sample. *Psychological assessment*, 15(1), 81.
98. Eisingerich, A. B., Marchand, A., Fritze, M. P. in Dong, L. (2019). Hook vs. Hope: How to enhance customer engagement through gamification. *International Journal of Research in Marketing*, 36(2), 200–215.
99. Elkington, J. B. (1994). Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. *California Management Review*, 36(2), 90–100.
100. Elkington, J. B. (1997). *Cannibals with forks: The TBL of the 21st century business*. Capstone.
101. Elliott, S. R. (2005). Sustainability: an economic perspective. *Resources Conservation and Recycling*, 44, 263–277.
102. Ellis, C. M. in Sorensen, A. (2007). Assessing employee engagement: the key to improving productivity. *Perspectives*, 15(1), 1–9.
103. Emas, R. (2015). *The Concept of Sustainable Development: Definition and Defining Principles*. Florida International University.
104. Enachescu, J., Olsen, J., Kogler, C., Zeelenberg, M., Breugelmans, S. M. in Kirchler, E. (2019). The role of emotions in tax compliance behavior: A mixed-methods approach. *Journal of Economic Psychology*, 74, 102194.
105. Enrick, B. R. in Langford, M. (2000). The Five-Factor Model of Personality: Assessing Entrepreneurs and Managers. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 6(1), 6–17.
106. European Commission. (2011). *Roadmap to a Resource Efficient Europe*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/%20EN/TXT/?uri=CELEX:52011DC0571>
107. Evers, B. A. (2018). *Why adopt the Sustainable Development Goals?*. *Public Administration* (doktorska disertacija).
108. Eysenck, H. J. in Eysenck, S. B. G. (1964). *Manual of the Eysenck Inventory Questionnaire*. University Press.
109. Eysenck, H. J. (1967). *The biological basis of personality* (1. izd.). Thomas.
110. Eysenck, H. J. in Eysenck, S. B. G. (1975). *Manual of the Eysenck Personality Questionnaire*. EdITS.
111. Eysenck, H. J. (1992). The definition and measurement of psychoticism. *Personality and Individual Differences*, 13(7), 757–785.
112. Eysenck, H. J. (1994). Personality: Biological foundations. V P. A. Vernon (ur.), *The neuropsychology of individual differences* (str. 151-207). Academic Press.

113. Eysenck, H. J. in Eysenck, M. W. (1985). *Personality and individual differences: A natural science approach*. Plenum.
114. Fahr, R. in Irlenbusch, B. (2008). Identifying personality traits to enhance trust between organisations: an experimental approach. *Managerial and Decision Economics*, 29(6), 469–487.
115. Farrington, M. (2012). Does personality matter in small business succes? *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 15(4), 381–401.
116. Ferligoj, A., Leskošek, K. in Kogovšek, T. (1995). *Zanesljivost in veljavnost merjenja*. Fakulteta za družbene vede.
117. Festinger, L. (1957). An Introduction to the Theory of Dissonance. V L. Festinger (ur.), *A Theory of Cognitive Dissonance* (str. 1–30). Stanford University Press.
118. Filion, L. J. (2011). Defining the entrepreneur. V L. P. Dana (ur.), *World encyclopedia of entrepreneurship* (str. 72–83). Edward Elgar Publishing.
119. Fiske, D. W. (1994). Two Cheers for the Big Five. *Psychological Inquiry*, 5, 123–124.
120. Florack, A., Keller, J. in Palcu, J. (2013). Regulatory focus in economic contexts. *Journal of Economic Psychology*, 38, 127–137.
121. Fowler, S. J. in Hope, C. (2007). A critical review of sustainable business indices and their impact. *Journal of Business Ethics*, 76, 243–252.
122. Funder, C. D. (2019). *The Personality Puzzle* (8. izd.). W. W. Notron & Company.
123. Furnham, A., Eracleous, A. in Chamorro-Premuzic, T. (2009). Personality, motivation and job satisfaction: Hertzberg meets the Big Five. *Journal of Managerial Psychology*, 24(8), 765–779.
124. Gale, C. R., Hagenaars, S. P., Davies, G., Hill, W. D., Liewald, D. C., Cullen, B., Penninx, B. W., International Consortium for Blood Pressure GWAS, CHARGE Consortium Aging and Longevity Group, Boomsma, D., Pell, J., McIntosh, A. M., Smith, D. J., Deary, I. J. in Harris, S. E. (2016). Pleiotropy between neuroticism and physical and mental health: findings from 108 038 men and women in UK Biobank. *Translational Psychiatry*, 6(4), e791-e791.
125. Gallardo-Vázquez, D. in Sanchez-Hernandez, M. I. (2014). Measuring Corporate Social Responsibility for competitive success at a regional level. *Journal of Cleaner Production*, 72(3), 14–22.
126. Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. in Hultink, E. J. (2017). The Circular Economy – A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757–768.
127. Geissdoerfer, M., Pieroni, M. P., Pigosso, D. C. in Soufani, K. (2020). Circular business models: A review. *Journal of Cleaner Production*, 277, 123741.
128. Giddings, B., Hopwood, B. in O'Brien, G. (2002). Environment, economy and society: fitting them together into sustainable development. *Sustainable Development*, 10, 187–196.
129. Gist, M. E. in Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *The Academy of Management Review*, 17(2), 183–211.

130. Goforth, C. (2015, 16. november). *Using and Interpreting Cronbach's Alpha*. <https://library.virginia.edu/data/articles/using-and-interpreting-cronbachs-alpha#:~:text=In%20interpreting%20a%20scale%27s%20alpha,coefficient%20simply%20by%20increasing%20the>
131. Goldberg, L. R. (1971). A historical survey of personality scales and inventories. V P. McReynolds (ur.), *Review of personality and social psychology* (str. 141–165). Saga.
132. Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216–1229.
133. Goldberg, L. R., Saucier, G. in Institute, O. R. (2001). Lexical studies of indigenous personality factors: premises, products, and prospects. *Journal of personality*, 69(6), 847–79.
134. Gordon-Wilson, S. in Modi, P. (2015). Personality and older consumers' green behaviour in the UK. *Futures*, 71, 1–10.
135. Gorman, C. A., Meriac, J. P., Overstreet, B. L., Apodaca, S., McIntyre, A. L., Park, P. in Godbey, J. N. (2012). A meta-analysis of the regulatory focus nomological network: Work-related antecedents and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 80(1), 160–172.
136. Grawitch, M. J., Gottschalk, M. in Munz, D. C. (2006). The path to a healthy workplace: A critical review linking healthy workplace practices, employee well-being, and organizational improvements. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 58(3), 129–147.
137. Graziano, W. G. in Eisenberg, N. (1997). Agreeableness: A dimension of personality. V S. R. Briggs, R. Hogan, J. A. Johnson (ur.), *Handbook of personality psychology* (str. 795–824). Academic Press.
138. Grichnik, D., Smeja, A. in Welpe, I. (2010). The importance of being emotional: How do emotions affect entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 15–29.
139. Guerard, J. B. (1997). Is There a Cost to Being Socially Responsible in Investing. *Journal of Forecasting*, 16(2), 475–490.
140. Guo, F. (2017). The spirit and characteristic of the general provisions of civil law. *Law and Economics*, 3(54), 5–16.
141. Haan, N., Millsap, R. in Hartka, E. (1986). As time goes by: Change and stability in personality over fifty years. *Psychology and Aging*, 1(3), 220–232.
142. Hair, J. F. Anderson, R. E., Tatham, R. L. in Black, W. S. (1998). *Multivariate data analysis* (5. izd.). Prentice-Hall.
143. Hardi, P., Barg, S., Hodge, T. in Pinter, L. (1997). *Measuring sustainable development: review of current practice*. Industry Canada.
144. Hauser, C. (2019). Fighting against corruption: does anti-corruption training make any difference?. *Journal of Business Ethics*, 159, 281–299.
145. Hedenus, F., Persson, M. in Sprei, F. (2016). *Sustainable Development: History, Definition & the role of the engineer*. Chalmers University of Technology.

146. Heine, S. J. in Buchtel, E. E. (2009). Personality: the universal and the culturally specific. *Annual review of psychology*, 60, 369–394.
147. Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W., Ketchen, D. J., Hair, J. F., Hult, G. T. in Calantone, R. (2014). Common Beliefs and Reality About Partial Least Squares: Comments on Rönkkö & Evermann (2013), *Organizational Research Methods*, 17(2), 182–209.
148. Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52(12), 1280–1300.
149. Higgins, E. T., Shah, J. in Friedman, R. (1997). Emotional responses to goal attainment: strength of regulatory focus as moderator. *Journal of personality and social psychology*, 72(3), 515.
150. Higgins, E. T. (1998). Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivational principle. V M. P. Zanna (ur.), *Advances in experimental social psychology* (str. 1–46). Academic Press.
151. Higgins, E. T. (2018). What distinguishes promotion and prevention? Attaining »+1« from »0« as non-gain versus maintaining »0« as non-loss. *Polish Psychological Bulletin*, 49(1), 40–49.
152. Higgins, E. T., Friedman, R. S., Harlow, R. E., Idson, L. C., Ayduk, O. N. in Taylor, A. (2001). Achievement orientations from subjective histories of success: Promotion pride versus prevention pride. *European Journal of Social Psychology*, 31(1), 3–23.
153. Hilgard, E. R. (1980). The Triology of Mind: Cognition, Affection, and Conation. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 16(2), 107–117.
154. Hill, R. C. in Bowen, P. A. (1997). Sustainable construction: principles and a framework for attainment. *Construction Management and Economics*, 15(3), 223–239.
155. Hinkley, T. (2005). *Identifying Leadership: Correlations Between Introversion-Extroversion and Leadership Qualities*. Liberty University, ScholarsCrossing: The Institutional Repository of Libery University. <https://digitalcommons.liberty.edu/honors/146/>
156. Holmberg, J. (1996). *Socio-ecological principles for a sustainable society*. Island Press.
157. Homburg, C., Jozié, D. in Kuehnl, C. (2017). Customer experience management: toward implementing na evolving marketing concept. *Journal of Academy of Marketing Science*, 45(3), 377–401.
158. Hopwood, C. J., Schwaba, T., Milfont, T. L., Sibley, C. G. in Bleidorn, W. (2021). Personality change and sustainability attitudes and behaviors. *European Journal of Personality*, 36(5), 750–770.
159. Hosie, P., Willemyns, M. in Sevastos, P. (2012). The impact of happiness on managers' contextual and task performance. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 50(3), 268–287.
160. Houque, M. N., van Zijl, T., Karim, A. W. in St George, T. (2021). The value relevance of corporate donations. *Pacific-Basin Finance Journal*, 66, 101127.

161. Huang, J. L., Cropanzano, R., Li, A., Shao, P., Zhang, X. A. in Li, Y. (2017). Employee Conscientiousness, Agreeableness, and Supervisor Justice Rule Compliance: A Three-Study Investigation. *Journal of Applied Psychology*, 102(11), 1564–1589.
162. Hutchings, K., Zhu, C. J., Cooper, B. K., Zhang, Y. in Shao, S. (2009). Perceptions of the effectiveness of training and development of ‘grey-collar’ workers in the People's Republic of China. *Human Resource Development International*, 12(3), 279–296.
163. Jackson, D. N. (1984). *Personality Research Form manual* (3. izd.). Research Psychologists Press.
164. Jackson, J. J. in Roberts, B. W. (2015). Conscientiousness. V T. A. Widiger (ur.), *The Oxford Handbook of the Five Factor Model* (str. 133–148). Oxford University Press.
165. James, W. (1890). *The Principles of Psychology*. Henry Holt and Company.
166. Jang, K. L., Livesley, W. J. in Vernon, P. A. (1996). Heritability of the big five personality dimensions and their facets: A twin study. *Journal of personality*, 64(3), 577–592.
167. Jensen-Campbell, L. A. in Graziano, W. G. (2001). Agreeableness as a moderator of interpersonal conflict. *Journal of personality*, 69(2), 323–61.
168. Jibril, A. (2011). *The Concept And Principles Of Sustainable Development*. Conference: 52nd Annual Conference Organised by the Association of Nigerian Geographers (ANG) on “Climate Change and Sustainable Development, Sokoto, Nigeria
169. John, O. P., Angleitner, A. in Ostendorf, F. (1988). The lexical approach to personality: A historical review of trait taxonomic research. *European Journal of Personality*, 2(3), 171–203.
170. John, O. P. (1989). Towards a taxonomy of personality descriptors. V D. N. Buss in N. Cator (ur.), *Personality psychology: Recent trends and emerging directions* (str. 261–271). Springer.
171. John, O. P. in Srivastava, S. (1999). The Big Five Trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. V O. P. John, L. Pervin (ur.), *Handbook of personality: Theory and research* (str. 102–138.). Guilford Press.
172. Johnson, J. A. (2017). Big-Five model. V V. Zeigler-Hill, T. K. Shackelford (ur.), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences* (str. 1–16). Springer.
173. Judge, T. A., Jackson, C. L., Shaw, J. C., Scott, B. A. in Rich, B. L. (2007). Self-efficacy and work-related performance: the integral role of individual differences. *The Journal of applied psychology*, 92(1), 107–27 .
174. Jung, C. G. (1923). *Psychological Types*. Routledge & Kegan Paul.
175. Kahneman, D. (2003). Maps of bounded rationality: Psychology for behavioral economics. *American economic review*, 93(5), 1449–1475.
176. Katona, G. (1951). *Psychological Analysis of Economic Behaviour* (1. izd.). Elsevier.

177. Kaufman, S. B., Yaden, D. B. in Hyde, E. (2019). The Light vs. Dark Triad of Personality: Contrasting Two Very Different Profiles of Human Nature. *Frontiers in Psychology*, 10, 438704.
178. Keating, B. W., Rugimbana, R. in Quazi, A. M. (2003). Differentiating between service quality and relationship quality in cyberspace. *Managing Service Quality*, 13(3), 217–232.
179. Kelly, E. L. in Conley, J. J. (1987). Personality and compatibility: A prospective analysis of marital stability and marital satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 27–40.
180. Kerlin, J. A. in Gagnaire, K. (2009). United States. V J. A. Kerlin (ur.), *Social enterprise: A global comparison* (str. 87–12). Tufts University Press.
181. Khan, M. M. A., Rashed, C. A. A., Saha, S. in Islam, A. (2017). What makes employees satisfied with their jobs. *Review of General Management*, 26(2).
182. Khan, S. N., Mubushar, M., Khan, I. U., Rehman, H. M. in Khan, S. U. (2021). The influence of personality traits on sustainability-oriented entrepreneurial intentions: the moderation role of servant leadership. *Environment, Development and Sustainability*, 23, 13707–13730.
183. Kirchler, E. in Hölzl, E. (2003). Economic psychology. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 18, 29–80.
184. Kivimaa, P. in Kautto, P. (2010). Making or breaking environmental innovation? Technological change and innovation markets in the pulp and paper industry. *Management Research Review*, 33(4), 289–305.
185. Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling: methodology and the social science* (2. izd.). Guilford Press.
186. Kobal Grum, D. (2021). *Vem, hočem, čutim: kognitivno-motivacijski vidiki čustev* (1. izd.). Znanstvena založba Filozofske fakultete.
187. Kobal Grum, D. in Seničar, M. (2012). *Uvod v psihologijo prehrane*. Biotehniška fakulteta, Oddelek za živilstvo.
188. Koh, H. C. in Boo, E. H. (2001). The Link Between Organizational Ethics and Job Satisfaction: A Study of Managers in Singapore. *Journal of Business Ethics*, 29, 309–324.
189. Kolk, A. (2016). The social responsibility of international business: From ethics and the environment to CSR and sustainable development. *Journal of World Business*, 51(1), 23–34.
190. Kolonoski, R. (2011). Work Motivation, Culture, And Economic Development: Is Work Motivation Shaped By Its Socio-Economic Context? *International Journal Of Management & Information System (IJMIS)*, 15(4), 91.
191. Kotov, R., Gamez, W., Schmidt, F. in Watson, D. (2010). Linking "big" personality traits to anxiety, depressive, and substance use disorders: a meta-analysis. *Psychological bulletin*, 136(5), 768–821.
192. Koudelková, P. in Milichovský, F. (2015). Successful innovation by motivation. *Business: Theory and Practice*, 16(3), 223–230.

193. Kwatra, S., Kumar, A. in Sharma, P. (2020). A critical review of studies related to construction and computation of Sustainable Development Indices. *Ecological Indicators*, 112, 106061.
194. Ladd, G. T. (1887). *Elements of Physiological Psychology*. Scribner's.
195. Lamovec, T. (1991). *Emocije*. Filozofska fakulteta, Oddelek za psihologijo.
196. Lanaj, K., Chang, C. H. in Johnson, R. E. (2012). Regulatory focus and work-related outcomes: a review and meta-analysis. *Psychological bulletin*, 138(5), 998–1034.
197. Lapierre, L. M. in Hackett, R. D. (2007). Trait conscientiousness, leader-member exchange, job satisfaction and organizational citizenship behaviour: A test of an integrative model. *Journal of occupational and organizational psychology*, 80(3), 539–554.
198. Larsen, R. in Buss, D. (2017). *Personality Psychology: Domains of Knowledge About Human Nature* (6. izd.). McGraw-Hill.
199. Larsson, M., Finkel, D. in Pedersen, N. L. (2000). Odor identification: Influences of age, gender, cognition, and personality. *Journal of Gerontology: Psychological Science*, 55(5), 304–310.
200. Lee, L. in Wong, P. K. (2003). Attitude Towards Entrepreneurship Education and New Venture Creation. *Journal of Enterprising Culture*, 11(4), 339–357.
201. Lee, S. in Jung, R. (2023). You Say Tough, I Say Hope: An Effect of CEO Regulatory Focus on Corporate Social Performance under Challenging Market Conditions. *Sustainability*, 15(6), 5555.
202. Lent, R. W., Brown, S. D. in Hackett, G. (1994). Toward a Unifying Social Cognitive Theory of Career and Academic Interest, Choice, and Performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79–122.
203. Levesque, R. J. R. (2011). Conscientiousness. V R. J. R. Levesque (ur.), *Encyclopedia of Adolescence* (str. 535–356). Springer.
204. Lewis, A. (2008). *Psychology and economic behaviour*. Cambridge University Press.
205. Littig, B. in Grießler, E (2005). Social sustainability: a catchword between political pragmatism and social theory. *International Journal of Sustainable Development*, 8(1-2), 65–79.
206. Lobo, M. J., Pietriga, E. in Appert, C. (2015). An evaluation of interactive map comparison techniques. V *Proceedings of the 33rd annual ACM conference on human factors in computing systems* (str. 3573–3582). Association for Computing Machinery New York
207. Loewenstein, G. (2000). Emotions in Economic Theory and Economic Behavior. *American Economic Review*, 90(2), 426–432.
208. Low, M. B. in MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of management*, 14(2), 139–161.
209. Lucas, R. E. in Diener, E. (2001). Extraversion. V N. J. Smelser, P. B. Baltes (ur.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (str. 5202–5205). Elsevier.
210. Maddux, J. E. (2009). Self-efficacy: The power of believing you can. V S. J. Lopez

- C. R. Snyder (ur.), *Oxford handbook of positive psychology* (str. 335–343). Oxford University Press.
211. Markos, S. in Sridevi, M. S. (2010). Employee engagement: The key to improving performance. *International journal of business and management*, 5(12), 89.
 212. MasterClass. (2022, 13. oktober). *Openness to Experience: Openness Personality Traits*. <https://www.masterclass.com/articles/openness-to-experience>
 213. McAdams, D. P. (1992). The five-factor model in personality: a critical appraisal. *Journal of personality*, 60(2), 329–61.
 214. McCrae, R. R. in Costa, P. T. (1982). Self-concept and the stability of personality: Cross-sectional comparisons of self-reports and ratings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(6), 1282–1292.
 215. McCrae, R. R. in John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of personality*, 60(2), 175–215.
 216. McCrae, R. R. in Costa Jr, P. T. (1995). Trait Explanations in Personality Psychology. *European Journal of Personality*, 9(4), 231–252.
 217. McCrae, R. R. in Costa Jr, P. T. (1997). Conceptions and correlates of Openness to Experience. V R. Hogan, J. A. Johnson, S. R. Briggs (ur.), *Handbook of personality psychology* (str. 825–847). Academic Press.
 218. McCrae, R. R. (2004). Openness to Experience. V C. Spielberger (ur.), *Encyclopedia of Applied Psychology* (str. 707–709). Academic press.
 219. McCrae, R. R. in Sutin, A. R. (2009). Openness to Experience. V M. R. Leary, R. H. Hoyle (ur.), *Handbook of individual differences in social behavior* (str. 257–273). Guilford.
 220. Mei, H., Ma, Z., Jiao, S., Chen, X., Lv, X. in Zhan, Z. (2017). The Sustainable Personality in Entrepreneurship: The Relationship between Big Six Personality, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention in the Chinese Context. *Sustainability*, 9(9), 1649.
 221. Menguc, B., Auh, S., Yeniaras, V. in Katsikeas, C. S. (2017). The role of supportive and hindering service climate: implications for service employee engagement. *Journal of Academy of Marketing Science*, 45(3), 428–451.
 222. Merlo, O., Eisingerich, A., Auh, S. in Levstek, J. (2018). The benefits and implementation of performance transparency: The why and how of letting your customers ‘see through’ your business. *Business Horizons*, 61(1), 73–84.
 223. Mershon, B. in Gorsuch, R. L. (1988). Number of factors in the personality sphere: Does increase in factors increase predictability of real-life criteria? *Journal of Personality and Social Psychology*, 55(4), 675–680.
 224. Milbrath, L. W. (1989). *Envisioning a sustainable society: Learning our way out*. State University of New York Press.
 225. Mischel, W., Shoda, Y. in Ayduk, O. (2007). *Introduction to Personality: Toward an Integrative Science of the Person* (8. izd.). John Wiley & Sons.

226. Monciardini, D., Bernaz, N. in Andhov, A. (2019). The Organizational Dynamics of Compliance With the UK Modern Slavery Act in the Food and Tobacco Sector. *Business & Society*, 60(2), 288–340.
227. Morton, S., Pencheon, D. in Squires, N. (2017). Sustainable Development Goals (SDGs), and their implementation: A national global framework for health, development and equity needs a systems approach at every level. *British medical bulletin*, 124(1), 81–90.
228. Musek, J. (2004). *Psihološke in kognitivne študije osebnosti*. Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
229. Musek, J. (2005). *Psihološke dimenzije osebnosti*. Filozofska fakulteta univerze v Ljubljani, Oddelek za psihologijo.
230. Musek, J. (2010). *Psihologija življenja*. Inštitut za psihologijo osebnosti.
231. Musek, J. (2011). Generalni faktor osebnosti in nova strukturna teorija osebnosti. *Anthropos*, 1-2, 11–34.
232. Musek, J. (2015). *Osebnost, vrednote in psihično blagostanje* (1. izd.). Znanstvena založba Filozofske fakultete.
233. Najm, N. A. (2019). Big Five Traits: A Critical Review. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(2), 159–186.
234. Nassazi, N. (2013). *Effects of training on employee performance: Evidence from Uganda*. University of Applied Sciences, Vassa, Finland.
235. Nastasoïu, A. in Vandenbosch, M. B. (2019). Competing with loyalty: How to design successful customer loyalty reward programs. *Business Horizons*, 62(2), 207–214.
236. Nda, M. M. in Fard, R. Y. (2013). The impact of employee training and development on employee productivity. *Global journal of commerce and management perspective*, 2(6), 91–93.
237. Neisser, U. (1967). *Cognitive Psychology*. Appleton-Century-Crofts.
238. Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M. in Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403–419.
239. Ngeke, N. B. (2017). Entrepreneurial self-efficacy (ESE) and small business performance: the mediating effect of entrepreneurial mindset and openness to experience. *Problems and perspectives in management*, 13, 271–280.
240. Nidumolu, R., Prahalad, C. K. in Rangaswami, M. R. (2009). Why sustainability is now the key driver of innovation. *Harvard business review*, 87(9), 56–64.
241. Noël, N. M., Michaels, C. in Levas, M. G. (2003). The Relationship of Personality Traits and Self-Monitoring Behavior to Choice of Business Major. *Journal of Education for Business*, 78(3), 153–157.
242. Novak, J. (2018). *Prednosti in ovire trajnostnega razvoja pri Poslovanju Podjetja*. <http://porocevalec.ibs.si/sl/component/content/article/73-letnik-8-t-4/306-jan-novak-dipl-medn-posl-prednosti-in-ovire-trajnostnega-razvoja-pri-poslovanju-podjetja>

243. Onyali, C. I. (2014). Triple bottom line accounting and sustainable corporate performance. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(8), 195–209.
244. Panchal, S., Singh, S., Chaudhari, A., Ramirez-Asis, E., Zarzosa-Marquez, E. D. in Castillo-Picon, J. (2022). The Impact of Psychological Changes in Mental Health on Employees Performance. *International Jurnal of Early Childhood Special Education*, 14(1), 1089–1098.
245. Parasuraman, A. in Grewal, D. (2000). The impact of technology on the quality-value-loyalty chain; A research agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 169170.
246. Park, T. Y., Kim, S. in Sung, L. K. (2017). Fair pay dispersion: A regulatory focus theory view. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 142, 1–11.
247. Parr, A. D., Lanza, S. T. in Bernthal, P. (2016). Personality Profiles of Effective Leadership Performance in Assessment Center. *Human Performance*, 29(2), 1–15.
248. Paunonen, S. V. in Ashton, M. C. (2001). Big five factors and facets and the prediction of behavior. *Journal of personality and social psychology*, 81(3), 524–39.
249. Paunonen, S. V. in Jackson, D. N. (2000). What is beyond the Big Five? Plenty! *Journal of Personality*, 68(5), 821–835.
250. Pavot, W., Diener, E. D. in Fujita, F. (1990). Extraversion and happiness. *Personality and Individual Differences*, 11(12), 1299–1306.
251. Pe'rotin, V. in Robinson, A. (2000). Employee participation and equal opportunities practices: Productivity effect and potential complementarities. *British journal of industrial relations*, 38(4), 557–583.
252. Perry, S. J., Penney, L. M. in Witt, L. A. (2008). Coping with the constraints of self-employment: a person-situation model of entrepreneurial burnout. *Academy of management proceedings 2008*, 1, 1–6.
253. Peterdy, K. (2023). *Competitive advantage*. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/competitive-advantage/#>
254. Petri, H. L. (2012). *Motivation: Theory, Research, and Applications* (6. izd.). Cengage Learning.
255. Pojasek, R. B. (2011). ISO 26000 guidance on social responsibility. *Environmental Quality Management*, 20(3), 85–93.
256. Pollach, I. (2011). Online privacy as a corporate social responsibility: an empirical study. *Business Ethics: A European Review*, 20(1), 88–102.
257. Porter, M. E. in Van der Linde, C. (1995). Toward a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97–118.
258. Prodan, I. in Drnovšek, M. (2010). Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: An empirical test. *Technovation*, 30(5-6), 332–347.
259. Purvis, B., Mao, Y. in Robinson, D. (2018). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 14, 681695.

260. Quartey, S. H. in Puplampu, B. B. (2012). Employee Health and Safety Practices: An Exploratory and Comparative Study of the Shipping and Manufacturing Industries in Ghana. *International Journal of Biometrics*, 7(23), 81.
261. Rauch, A. in Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of work and organizational psychology*, 16(4), 353–385.
262. Reeve, J. (2014). *Understanding motivation and emotion* (6. izd.). John Wiley & Sons.
263. Reichheld, F. (2001). *Perscription for cutting costs*. https://media.bain.com/Images/BB_Prescription_cutting_costs.pdf
264. Robinson, D., Perryman, S. in Hayday, S. (2004). The drivers of employee engagement report 408. *Institute for Employment Studies, UK*, 72.
265. Rode, J., Wittmer, H., Emerton, L. in Schröter-Schlaack, C. (2016). 'Ecosystem service opportunities': A practice-oriented framework for identifying economic instruments to enhance biodiversity and human livelihoods. *Journal for Nature Conservation*, 33, 35–47.
266. Roland-Lévy, C. in Kirchler, E. (2009). Special issue: Psychology in the economic world. *Applied Psychology: An International Review*, 58(3), 363–369.
267. Rolland, J. (2002). The Five-Factor Model of Personality Across Cultures. V R. R. McCrae in J. Allik (ur.), *The Five Factor Model of Personality Across Cultures* (str. 7–28). Luwer Academic / Plenum Publisher.
268. Rosenberg, M. J. (1960). Cognitive, Affectice and Behavioral Components of Attitudes. V M. J. Rosenberg, C. I. Hovland (ur.), *Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency among Attitude Components* (str. 1–14). Zale University Press.
269. Ross, T. (1988). *Ethics in American Business*. Touche Ross.
270. Rubenstein, A. L., Zhang, Y., Ma, K., Morrison, H. M. in Jorgensen, D. F. (2019). Trait expression through perceived job characteristics: A meta-analytic path model linking personality and job attitudes. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 141–157.
271. Saith, A. (2006). From universal values to millenniumdevelopment goals: Lost in translation. *Developmentand Change*, 37(6), 1167–1199.
272. Santos, S. C. in Liguori, E. W. (2020). Entrepreneurial self-efficacy and intentions: Outcome expectations as mediator and subjective norms as moderator. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(3), 400–415.
273. Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. in Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of psychological research online*, 8(2), 23–74.
274. Schimmack, U., Oishi, S., Furr, R. M. in Funder, D. C. (2004). Personality and Life Satisfaction: A Facet-Level Analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(8), 1062–1075.

275. Scott, S. G. in Bruce, R. A. (1995). Decision-Making Style: The Development and Assessment of a New Measure. *Educational and Psychological Measurement*, 55(5), 818–831.
276. Seibert, S. E. in Kraimer, M. L. (2001). The Five-Factor Model of Personality and Career Success. *Journal of Vocational Behavior*, 58(1), 1–21.
277. Shaffer, J. A. in Postlethwaite, B. E. (2013). The Validity of Conscientiousness for Predicting Job Performance: A Meta-Analytic Test of Two Hypotheses. *Wiley-Blackwell: International Journal of Selection & Assessment*, 21(2), 183–199.
278. Shane, S. in Eckhardt, J. (2005). The individual-opportunity nexus. V Z. J. Acs, D. B. Audretsch (ur.), *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction* (str. 161–191). Springer.
279. Sharma, S., Ahuja, S. in Satsangee, D. (2016). A study of consciousness of university students in relation to the academic achievement and level of education. *MIER Journal of Educational Studies Trends and Practices*, 91–97.
280. Shen, Y., Wang, Q., Hua, D. in Zhang, Z. (2021). Entrepreneurial Learning, Self-Efficacy, and Firm Performance: Exploring Moderating Effect of Entrepreneurial Orientation. *Frontiers in Psychology*, 12, 731628.
281. Simic, J., Ristic, M. R., Milosevic, T. K. in Ristic, D. (2017). The Relationship Between Personality Traits and Managers' Leadership Styles. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 11(9), 194.
282. Simon, M., Houghton, S. M. in Aquino, K. (2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, 15(2), 113–134.
283. Singh, G. in De Noble, A. F. (2003). Views on Self-Employment and Personality: An Exploratory Study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(3), 265–281.
284. Slavec, A., Drnovšek, M. in Hisrich, R. D. (2017). Entrepreneurial openness: Concept development and measure validation. *European Management Journal*, 35(2), 211–223.
285. Slavec Gomezel, A. in Stritar, R. (2021). Does it pay to be an ethical leader in entrepreneurship? An investigation of the relationships between entrepreneurs' regulatory focus, ethical leadership, and small firm growth. *Review of Managerial Science*, 17, 155–173.
286. Sneed, C. D., McCrae, R. R. in Funder, D. C. (1998). Lay conceptions of the Five-Factor Model and its indicators. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24(2), 115–126.
287. Soini, K. in Birkeland, I. (2014). Exploring the scientific discourse on cultural sustainability. *Geoforum*, 51, 213–223.
288. Solso, R. L., MacLin, M. K. in MacLin, O. H. (2005). *Cognitive psychology* (7. izd.). Pearson Education New Zealand.
289. Soto, C. J. in John, O. P. (2017). The next Big Five Inventory (BFI-2): Developing and assessing a hierarchical model with 15 facets to enhance bandwidth, fidelity, and predictive power. *Journal of Personality and Social Psychology*, 113(1), 117–143.

290. Soundararajan, V. in Brammer, S. (2018). Developing country sub-supplier responses to social sustainability requirements of intermediaries: Exploring the influence of framing on fairness perceptions and reciprocity. *Journal of Operations Management*, 58, 42–58.
291. Srimulyani, V. A. in Hermanto, Y. B. (2021). Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Motivation on Micro and Small Business Success for Food and Beverage Sector in East Java, Indonesia. *Economies*, 10(1), 10.
292. Stevens, B. (1999). Communicating Ethical Values: A Study of Employee Perceptions. *Journal of Business Ethics*, 20, 113–120.
293. Stewart, J. B. (2009). More clarity not limits, for consumers. *Wall Street Journal*, 253(146).
294. Sustainable Development Commission. (brez datuma). *What is sustainable development*. https://www.sd-commission.org.uk/pages/history_sd.html
295. Swami, S. in Shah, J. (2013). Channel coordination in green supply chain management. *Journal of the Operational Research Society*, 64, 336–351.
296. Šadl, Z. (1999). *Usoda čustev v zahodni civilizaciji*. Znanstveno in publicistično središče.
297. Širec, K., Tominc, P., Bradač Hojnik, B., Rus, M. in Crnogaj, K. (2023). *Dve desetletji dinamike podjetniškega razvoja, GEM Slovenija 2022* (1. izd.). Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba.
298. Taiwo, A. A. (2009). Waste Management Towards Sustainable Development: A Case Study of Lagos State. *International Non-Governmental Organization (NGO) Journal*, 4(4), 173–179.
299. Tang, J., Kacmar, K. M. M. in Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of business venturing*, 27(1), 77–94.
300. Tavakol, M. in Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55.
301. Taylor, S. (2023, november). *Correlation*. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/data-science/correlation/#:~:text=A%20correlation%20is%20a%20statistical,visually%20represented%20in%20a%20scatterplot>.
302. Terracciano, A., Costa Jr, P. T. in McCrae, R. R. (2006). Personality plasticity after age 30. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32(8), 999–1009.
303. Tobin, R. M., Graziano, W. G., Vanman, E. J. in Tassinary, L. G. (2000). Personality, emotional experience, and efforts to control emotions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(4), 656–669.
304. Tomšič, N., Bojnec, Š. in Simčič, B. (2015). Corporate sustainability and economic performance in small and medium sized enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 108, 603–612.
305. Toussaint, L. in Webb, J. R. (2005). Gender differences in the relationship between empathy and forgiveness. *The Journal of social psychology*, 145(6), 673–685.
306. Trevelyan, R. (2011). Self-Efficacy and Effort in New Venture

- Development. *Journal of Management & Organization*, 17(1), 2–16.
307. Trofimova, I. (2014). Observer Bias: An Interaction of Temperament Traits with Biases in the Semantic Perception of Lexical Material. *PLoS ONE*, 9(1).
 308. Tukker, A. (2004). Eight types of product–service system: Eight ways to sustainability? Experiences from SusProNet. *Business Strategy and the Environment*, 13(4), 246–260.
 309. Tupes, E. C. in Christal, R. E. (1992). Recurrent personality factors based on trait ratings. *Journal of personality*, 60(2), 225–251.
 310. Turcu, C. (2013). Re-thinking sustainability indicators: local perspectives of urban sustainability. *Journal of Environmental Planning and Management*, 56(5), 695–719.
 311. United Nations. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press.
 312. United Nations. (2005). *2006 World Summit Outcome Document*. UN.
 313. United Nations. (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
 314. Van der Linden, D., Dunkel, C. S., Figueredo, A. J., Gurven, M., von Rueden, C. in Woodley of Menie, M. A (2018). How Universal Is the General Factor of Personality? An Analysis of the Big Five in Forager Farmers of the Bolivian Amazon. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 49, 1081–1097.
 315. Vaughn, L. A., Baumann, J. in Klemann, C. (2008). Openness to experience and regulatory focus: Evidence of motivation from fit. *Journal of Research in Personality*, 42(4), 886894.
 316. Vinney, C. (2019, 20. januar). *Social Cognitive Theory: How we learn from the behavior of others*. <https://www.thoughtco.com/social-cognitive-theory-4174567>
 317. Virlics, A. (2012). Emotions in Economic Decision Making: A Multidisciplinary Approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 92, 1011–1015.
 318. Vriend, T., Hamstra, M. R., Said, R., Janssen, O., Jordan, J. in Nijstad, B. A. (2022). Regulatory Focus Theory: Disentangling Goals and Strategies. *Applies Psychology*, 72(6), 231–267.
 319. Waaktaar, T. in Torgersen, S. (2013). Self-Efficacy Is Mainly Genetic, Not Learned: A Multiple-Rater Twin Study on the Causal Structure of General Self-Efficacy in Young People. *Twin Research and Human Genetics*, 16(3), 651–660.
 320. Wagner, A. in Fischer-Kreer, D. (2023). The role of CEO regulatory focus in increasing or reducing corporate carbon emissions. *Business Strategy and the Environment*, 2, 1051–1065.
 321. Wang, C., Yuan, M., Jiang, Y. in Fang, P. (2019). The Effect of Agreeableness on Entrepreneurial Achievement: An Evidence from Meta-analysis. *Studies of Psychology and Behavior*, 17(1), 126–133.
 322. Wang, W. C., Lin, C. H. in Chu, Y. C. (2011). Types of competitive advantage and analysis. *International Journal of Business and Management*, 6(5), 100.
 323. Wang, Y., Hao, F. in Liu, Y. (2021). Pro-environmental behavior in an aging world: Evidence from 31 countries. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1748.

324. Weed, N. C. in Kwon, S. (2007). Neuroticism. V R. F. Baumeister in K. D. Vohs (ur.), *Encyclopedia of social psychology* (str. 618–820). Sage Publications.
325. Wei, J., Chen, Y., Zhang, Y. in Zhang, J. (2020). How Does Entrepreneurial Self-Efficacy Influence Innovation Behavior? Exploring the Mechanism of Job Satisfaction and Zhongyong Thinking. *Frontiers in Psychology*, 11, 539447.
326. Wiggins, J. S. (1979). A psychological taxonomy of trait-descriptive terms: The interpersonal domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(3), 395–412.
327. Wiklund, J., Patzelt, H. in Dimov, D. (2016). Entrepreneurship and psychological disorders: How ADHD can be productivity harnessed. *Journal of Business Venturing Insights*, 6, 15–20.
328. Wilkin, S. (2009). Heed the calls for transparency. *Harvard Business Review*, 87(7/8), 16–17.
329. Williams, S. L. (1995). Self-efficacy, anxiety, and phobic disorders. V J. E. Maddux (ur.), *Self-efficacy, adaptation, and adjustment: Theory, research, and application* (str. 69–107). Plenum Press.
330. Wood, R. in Bandura, A. (1989). Social Cognitive Theory of Organizational Management. *Academy of Management Review*, 14(3), 361–384.
331. Xing, R., Liu, X. in Wang, G. (2017). The Effect of Entrepreneurs' Regulatory Focus and Entrepreneurial Self-efficacy on the Selection of Entrepreneurial Strategies. *DEStech Transactions on Social Science, Education and Human Science*.
332. Yang, K. in Girgus, J. S. (2019). Are women more likely than men to care excessively about maintaining positive social relationships? A meta-analytic review of the gender difference in sociotropy. *Sex Roles*, 81, 157–172.
333. Yao, Z. (2020). The Relationship between Neuroticism and Self-Esteem. *The Frontiers of Society, Science and Technology*, 2(12), 60–63.
334. Zakon o gospodarskih družbah (ZGD-1), Ur. L. RS, št. 65/09, 33/11, 91/11, 32/12, 57/12, 44/13, odl. US, 82/13, 15/17, 22/19 – ZposS, 168/20- ZintPK-C, 18/21, 18/23, ZDU-10 in 75/23
335. Zeffane, R. M. (2013). Need for achievement, personality and entrepreneurial potential: a study of young adults in the united arab emirates. *Journal of Enterprising Culture*, 21(1), 75–105.
336. Zellner, S. in Bowdish, L. (2017, 6. november). *The ROI of health and well-being: Business investment in healthier communities*. <https://nam.edu/roi-health-well-business-investment-healthier-communities/>
337. Zhai, T. in Chang, Y. C. (2019). Standing of environmental public-interest litigants in China: Evolution, obstacles and solutions. *Journal of Environmental Law*, 30, 369–397.
338. Zhao, H. in Seibert, S. E. (2006). The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259–271.

339. Zhao, H., Seibert, S. E. in Lumpkin, G. T. (2009). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of management*, 36(2), 381–404.
340. Zhong, S., Chew, S. H., Set, E., Zhang, J., Xue, H., Sham, P. C., Ebstein, R. P. in Israel, S. (2009). The Heritability of Attitude Toward Economic Risk. *Twin Research and Human Genetics*, 12(1), 103–107.
341. Zimmerman, B. in Schunk, D. H. (2003). Albert Bandura: The man and his contributions to educational psychology. V D. H. Schunk in B. J. Zimmerman (ur.), *Educational psychology: One-hundred years of contributions* (str. 431–457). Erlbaum.
342. Žabkar, V., Čater, B., Čater, T. in Fux, P. (2022). *Trajnostni poslovni indeks*. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta v Ljubljani.

PRILOGE

Priloga 1: Kritike in pomanjkljivosti modela velikih pet

Model BF je bil v številnih objavljenih študijah deležen precej kritične obravnave. Eden največjih kritikov modela BF je bil osebnostni psiholog Block (1995). Njegova kritika je bila usmerjena tako na konceptualne, teoretske, kot tudi metodološke vidike modela. Posebej je opozoril na robne pogoje faktorske analize, ki določajo njene izide. Tako lahko sestav vhodnih podatkov (osebnostnih postavk) odločilno kroji dobljene dimenzije in jih dela arbitrarne (Musek, 2004, str. 62). Na njegove pomisleke sta odgovorila (med drugimi) tudi Costa Jr in McCrae (1995) in model zagovarjala, vendar je Block vse do svoje smrti objavljaval nove članke v katerih je izzival nedinamičnost in druge pomanjkljivosti modela (Block, 2010). Teorija osebnostnih značilnosti temelji na treh predpostavkah (Najm, 2019; Burger, 2011):

- osebnostne značilnosti so relativno stabilne skozi čas;
- so stabilne v različnih situacijah;
- razpoložljivost katerekoli značilnosti pri posamezniku ali skupini pomaga napovedati določeno vedenje, ki je s to značilnostjo povezano.

Za začetek se osredotočimo na prvo predpostavko – osebnostne značilnosti so relativno stabilne skozi čas. McCrae in Costa (1982) sta zagovarjala, da se osebnost razvija v otroštvu, nato pa ostaja skozi čas stabilna. Še več, menila sta, da so osebnostne značilnosti rezultat (izključno) genetske predispozicije, zato jih ni mogoče spremeniti. Tako naj bi bila osebnost posameznika pri 30. letnih dober napovednik njegove osebnosti pri osemdesetih (McCrae in Costa, 1982). Ob tem pa je potrebno poudariti, da večina študij svoje udeležence spremlja razmeroma kratek čas, znotraj katerega so osebnostne značilnosti pogosto res stabilne. Študije z intervali ponovnega testiranja 20 let ali več običajno ugotavljajo manjšo osebnostno stabilnost (Haan in drugi, 1986). Prav tako so bili vsi veliki umi psihologije osebnosti (Cattell, Allport, Murray) mnjenja, da se osebnostne dispozicije spreminjajo. Tudi številne raziskave (Bursik, 1991; Ardelt, 1998) so zavrgle teorijo McCrae in Costa (1982) ter dokazale, da na osebnost vpliva tudi okolje in drugi dejavniki, ki povzročajo spremembe. Povzetek teh raziskav torej pravi, da se osebnostne značilnosti ljudi kratkoročno spreminjajo razmeroma malo, dolgoročno pa se pojavijo kumulativne spremembe. Dokazi, da osebnostne značilnosti niso (nujno) stabilne skozi življenje so prispevali h kritiki modela in pod vprašaj postavili, ali je osebnostne značilnosti mogoče izmeriti zanesljivo in jih napovedati skozi čas.

Druge raziskave so izzvale tudi tretjo predpostavko – da lahko BF učinkovito napovejo vedenje posameznika ali skupine. Model BF je bil razvit z namenom organizacije osebnostnih značilnosti, ne pa kot celovita teorija osebnosti. John in Srivastava (1999) sta trdila, da model BF zajema značilnosti večine obstoječih modelov za opis osebnosti in predstavlja integrativni deskriptivni model za raziskave osebnosti, vendar pa, kot tak, ni

primeren za pojasnjevanje razlik med posamezniki in ne ponuja vzorčnega razloga za vedenje posameznika. Tudi rezultati raziskave Paunonen in Ashton (2001) so z vidika sposobnosti napovedovanja vedenj podprli podrobnejši pristop k ocenjevanju osebnosti.

Pogosto vprašanje, ki se poraja, je, zakaj je število dimenzij v modelu ravno pet. Raziskovalci so skozi različne študije identificirali tudi druga števila osebnostnih dimenzij. Eysenck (1992) je trdil, da sta prijetnost in vestnost iz modela BF le relativno nepomembni komponenti večje in bolj splošne dimenzije: psihotizma. Tako je v svojem modelu velikih treh oz. PEN, kot glavne dimenzije imenoval psihocizem, ekstravertnost in nevroticizem. Zagovarjal je, da zgolj te tri dimenzije med seboj ne korelirajo. Tudi Digman (1997) je trdil, da dimenzije BF med seboj korelirajo. Na podlagi svojih raziskav je predlagal dva faktorja višjega reda: faktor alfa (ki se nanaša na prijetnost, vestnost ter čustveno stabilnost) ter beta (ki se nanaša na ekstravertnost in odprtost). Na drugi strani so nekateri raziskovalci zagovarjali, da BF vsebuje premajhno število dimenzij, ki pomanjkljivo opisujejo osebnost (Musek, 2004, str. 62). Tupes in Christal (1992) sta poudarila, da »je malo verjetno, da je pet opredeljenih dejavnikov edinih temeljnih osebnostnih dejavnikov«. Tudi Cattell je poudaril dinamično kompleksnost strukture človekove osebnosti (Cattell in drugi, 2002) in kritiziral statičnost BF. Njegovih 16 osebnostnih faktorjev sta zagovarjala tudi Mershon in Gorsuch (1988). Njuna raziskava je potrdila, da večje število dimenzij močno izboljša prediktivnost modela, saj je varianca, ko uporabimo 16 osebnostnih dejavnikov, na splošno vsaj dvakrat večja kot ko jih uporabimo samo šest. Paunonen in Jackson (2000) pa sta s pomočjo analize pridevniških podatkov predložila trdne dokaze, da so še številne osebnostne značilnosti izven domnevnih dimenzij BF in oblikovala model SPI (angl. supernumerary personality inventory), ki meri deset dimenzij (konzervativnost, zapeljivost, manipulativnost, varčnost, humornost, integriteta, ženstvenost, religioznost, sprejemanje tveganja in egoizem). McCrae in John (1992) sta ob tem dejala, da je teorija BF zapletena in da je število značilnosti lahko zgolj zgodovinsko naključje.

Velika kritika modela BF izvira tudi iz metodoloških pomanjkljivosti. Celoten model temelji na leksikalni hipotezi, ki med drugim predpostavlja, da so družbeno pomembne razlike med posamezniki zakodirane v jeziku in da je mogoče medkulturno faktorsko analizo slovarskih besed, ki se nanašajo na individualne razlike, uporabiti za iskanje najpomembnejših dimenzij osebnosti (Cargill, 2019). Čeprav je trenutno znanstveno soglasje, da je leksikalna hipoteza najboljša doslej najdena rešitev za klasifikacijo in razumevanje osebnosti, pa jezik v nekaterih situacijah predstavlja veliko oviro.

Prva pomanjkljivost leksikalnega pristopa je, da se osebnostni atributi, vključeni v leksikon, lahko razlikujejo med jezikovnimi skupnostmi, ter da prevod koncepta v druge naravne jezike pogosto ne izraža tistega, kar je bilo mišljeno v izvirnem jeziku (DeYoung in drugi, 2007). Ta značilnost naravnih jezikov lahko omeji posplošljivost taksonomij, ki temeljijo na jeziku in služi kot opomnik, da je osebnostne značilnosti težko preučevati zunaj kulturnega konteksta, v katerem je nastal (John in drugi, 1988). Kot bo razloženo v nadaljevanju, so

številine dosedanje raziskave potrdile tovrstno pomanjkljivost modela BF. Drugi izjemno pogosto izražen ugovor proti leksikalni utemeljitvi je, da je pomen izrazov preveč nejasno opredeljen, dvoumen in odvisen od konteksta, zato ne more služiti kot uporabna znanstvena terminologija (Bromley, 1977). Allport (1961) je, npr., trdil, da v besede vnašamo široko paleto pomenov, ki so zgolj v grobem primerljivi en z drugim. To pomeni, da lahko dve osebi označimo z isto besedo, to pa še ne pomeni, da je dotična značilnost po vrsti enaka (oz. enako izražena) pri obeh. Tretja kritika leksikalne hipoteze pa se nanaša na dejstvo, da izrazi ne služijo zgolj opisnim, pač pa tudi ekspresivnim in ocenjevalnim namenom, ki niso primerni za znanstveno opisovanje osebnosti (John in drugi, 1988). Tudi Trofimova (2014) je v svoji raziskavi poudarila, da pomanjkljivost tovrstnega pristopa temelji na čustveni in jezikovni pristranskosti, ki vodi v nezanesljive ocene ljudi.

Goldberg in drugi (2001) so trdili, da bo optimalen model ponovljiv pri različnih metodah, medkulturno posplošen, celovit in izjemno uporaben, kar pa ni mogoče zanesljivo trditi za BF. Čeprav nekateri dokazi podpirajo medkulturno ponovljivost BF (npr. raziskava Egger in drugi, 2003), pa so nekatere druge raziskave izpostavile pomanjkljivosti konstrukta z vidika okolijskih in genetskih determinant dimenzij. Church in Katigbak (2002) sta poudarila, da je bilo BF razvitih na podlagi leksikalne hipoteze angleškega jezika, pomen osebnostnih značilnosti pa je bil proučen v kontekstu zahodnih kultur. Trdila sta, da lahko iz tega razloga model BF obravnavamo kot simplistično zahodno perspektivo osebnosti, ki temelji na značilnostih brez konteksa. Tudi Heine in Buchtel (2009) sta potrdila, da BF predstavljajo angleško osebnost in so bolj primerne za ameriške udeležence. Van der Linden in drugi (2018) so v svoji raziskavi na majhni, domorodni družbi (vrtnarjih Tsimane iz Bolivije) uporabili različne metode za preverjanje zanesljivosti BF dimenzij in ugotovili kulturno pristranskost dimenzij. Model se je izkazal za neveljavnega tudi v kontekstih številnih drugih neanglosaksonskih jezikov in kultur, kar so potrdile študije na Poljskem, v Turčiji, na Nizozemskem, Madžarskem, Španiji, Nemčiji, Franciji ter na Japonskem (Rolland, 2002).

Jang in drugi (1996) so v svoji študiji trdili, da se na splošno preveč znašamo na model BF. Tudi McAdams (1992) je menil, da model BF ni končen, saj ne izpolnjuje vseh meril za veliko teorijo osebnosti. Splošno priznano dejstvo, da obstajajo bistvene in včasih kar krepke korelacije med petimi velikimi neizogibno vodi k zaključku, da BF še ne pomeni zadnje besede v raziskovanju strukture osebnosti (Musek, 2011, str. 16). Kljub temu pa zaenkrat še ni alternative, ki bi se izkazala za bolj učinkovito.

Priloga 2: Globalni cilji trajnostnega razvoja

Septembra 2015 je v New Yorku potekal Vrh Organizacije združenih narodov o trajnostnem razvoju, ki je postavil nove smernice globalnega razvojnega prizadevanja za boljšo prihodnost. Gre za najbolj nedavno in s tem najbolj relevantno globalno zasedanje, ki je obravnavalo trajnostna vprašanja. Takrat so svetovni voditelji s soglasjem sprejeli Agendo 2030 za trajnostni razvoj (Aralica in drugi, 2017, str. 5), istega leta pa so njene cilje uradno sprejele tudi vse države članice Združenih narodov in se s tem zavezale k njihovi uresnitvi v obdobju let od 2016 do 2030 (Morton in drugi, 2017). Zanj si, kot članica OZN, prizadeva tudi Slovenija, ki je že uspešna pri ciljih, ki naslavlajo revščino, dostop do pitne vode in sanitarij, trajnostno rabo virov ter življenje pod vodo. V prihodnosti bo bolj celovito potrebno nasloviti tudi podnebne spremembe, zastopanost žensk, brezposelnost mladih in nizek delež sredstev, namenjen razvojnemu sodelovanju (Aralica in drugi, 2017, str. 4).

Agenda 2030 za trajnostni razvoj je sočasno agenda za razvite države kot tudi države v razvoju. Ravno globalnost ciljev namreč predstavlja najboljšo možnost za zagotavljanje potrebnega sodelovanja in usklajevanja pri implementaciji ukrepov za zagotovitev pravične, zdrave in uspešne družbe za nas in za prihodnje generacije. Univerzalni pristop do razvoja Agendo 2030 za trajnostni razvoj pomembno razlikuje od Razvojnih ciljev tisočletja (ki so bili mednarodno sprejeti leta 2000, uresničeni pa naj bi bili do leta 2015 (Aralica in drugi, 2017, str. 5)). Sestavlja jo 17 splošnih in kar 169 konkretnih ciljev. Cilji trajnostnega razvoja (imenovani tudi globalni cilji (angl. the sustainable development goals – SDGs)) so zbirka ciljev v okviru univerzalnega sporazuma za odpravo revščine, zaščito vsega, zaradi česar je planet primeren za življenje ter zagotovitev miru in blaginje za vse ljudi zdaj in v prihodnosti. Njihovo sprejetje je bil odziv na številne empirične dokaze, da svet potrebuje bolj radikalen trajnostni pristop (Aralica in drugi, 2017, str. 6). Slika 1 prikazuje osrednje cilje trajnostnega razvoja.

Slika 10: Osrednji poudarki ciljev trajnostnega razvoja

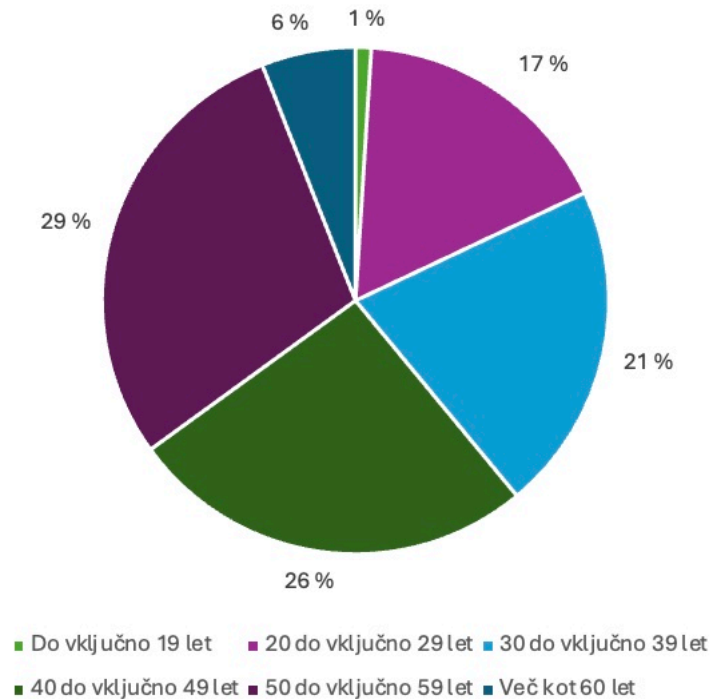


Vir: Aralica in drugi (2017).

Agenda 2030 se nanaša na pet ključnih področij, ki so znana kot 5P: ljudje (angl. people), planet (angl. planet), blaginja (angl. prosperity), mir (angl. peace) in partnerstvo (angl. partnership) (Morton in drugi, 2017). Globalni cilji (1, 2, 3, 4 in 5) na področju ljudje (angl. people) (Morton in drugi, 2017) so usmerjeni v odpravo revščine in lakote v vseh njihovih oblikah in razsežnostih ter zagotoviti, da lahko vsi ljudje dostojanstveno in enakopravno ter v zdravem okolju izkoristimo svoje potencialne (United Nations, 2015). Globalni cilji (13, 14 in 15) na področju planet (angl. planet) (Morton in drugi, 2017) si prizadevajo zaščititi planet pred degradacijo, kar vključuje trajnostno potrošnjo in proizvodnjo, trajnostno upravljanje naravnih virov in nujnim ukrepanjem proti podnebnim spremembam (United Nations, 2015). Področje blaginje (angl. prosperity) si s svojimi cilji (7, 8, 9, 10, 11 in 12) (Morton in drugi, 2017) prizadeva zagotoviti vsem ljudem uspešno in zadovoljivo življenje ter omogočiti, da gospodarski, družbeni in tehnološki napredek poteka v sožitju z naravo (United Nations, 2015). 15. cilj spada na področje miru (angl. peace) (Morton in drugi, 2017) in spodbuja miroljubne, pravične in vključujoče družbe, v katerih ni strahu in nasilja. Trajnostnega razvoja namreč ni brez miru, miru pa ni mogoče pričakovati brez trajnostnega razvoja (United Nations, 2015). V zadnje področje, partnerstvo (angl. partnership) pa spada cilj 16 (Morton in drugi, 2017), ki si prizadeva zagotoviti, da bodo sredstva, potrebna za izvajanje Agende 2030 zagotovljena z oživljanjem globalnih partnerstev za trajnostni razvoj, ki bo temeljilo na duhu okrepljene svetovne solidarnosti. Posebna pozornost bo namenjena potrebam najrevnejših in najbolj ranljivim na svetu (United Nations, 2015).

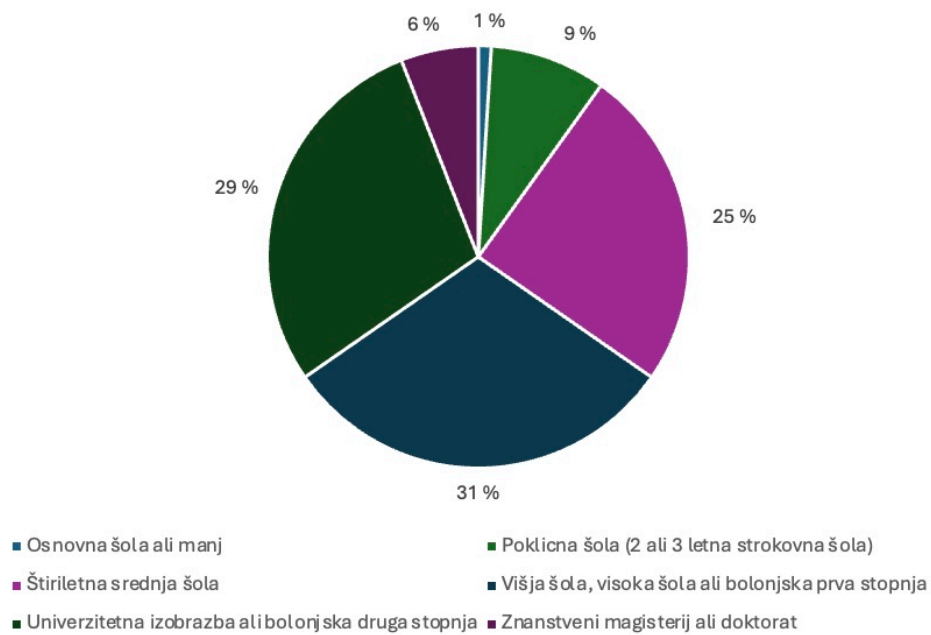
Priloga 3: Sestava vzorca

Slika 2: Starostna sestava vzorca (v %)



Vir: lastno delo.

Slika 3: Najvišja stopnja dosežena izobrazba podjetnikov v vzorcu (v %)



Vir: lastno delo.

Priloga 4: Anketni vprašalnik

Spoštovani!

Sem Saša Malenković, dipl. ekn (UN) in študentka magistrskega programa podjetništvo na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. V sklopu svojega magistrskega dela proučujem povezavo med osebnostnimi značilnostmi podjetnikov in njihovo nagnjenostjo k trajnostnim poslovnim praksam v mikro, majhnih in srednje velikih podjetjih v Sloveniji. Vabim vas, da v raziskavi sodelujete tudi vi. Anketa vam bo vzela približno 12 minut. S podatki bom delovala skrbno in v skladu z raziskovalno etiko. Vaš kontakt sem pridobila pri pregledu podjetij v bazah podjetij.

Prosim vas, da na vprašanja odgovarjate čim bolj iskreno in dosledno. Anketa je anonimna in bo uporabljena zgolj za namene izdelave magistrskega dela. Hkrati vas prosim, da anketo posredujete svojim kolegom podjetnikom, ki imajo podjetja z do 250 zaposlenimi.

Vaše sodelovanje mi veliko pomeni, saj mi boste omogočili pridobitev dovolj velikega števila izpolnjenih anket za uspešen zaključek študija. S sodelovanjem pa boste pridobili povzetek rezultatov o povezavah med osebnostjo podjetnikov in trajnostnimi poslovnimi praksami v mikro, majhnih in srednje velikih podjetjih.

V naprej se vam zahvaljujem za pomoč in sodelovanje.

Q1 - Spodnje trditve se nanašajo na osebnostne značilnosti po modelu velikih pet. Ocenite, v kolikšni meri vas trditve opisujejo oz. v kolikšni meri se z njimi strinjate (1 = sploh se ne strinjam, 5 = povsem se strinjam).

	1 Sploh se ne strinjam	2 Se ne strinjam	3 Sem neodločen/a	4 Se strinjam	5 Povsem se strinjam
Pogosto sem tiho.					
Sem sočuten/na, imam nežno srce.					
Imam tendenco k neorganiziranosti.					
Veliko se sekiram, obremenjujem.					
Glasba, umetnost in literatura me fascinirajo.					
Sem dominanten/na, pogosto sem vodja.					
Včasih sem do drugih nesramen/na.					
Pogosto odlašam z nalogami, ki jih moram opraviti.					
Nagnjen/a sem k melanholičnemu počutju.					
Sem poln/a energije.					
O ljudeh predpostavljam najboljše.					
Sem zanesljiv/a.					
Sem čustveno stabilen/na, redko se vznemirim.					
Imam originalne, nove ideje.					
Sem družaben/na.					
Včasih sem hladen/na in brezbrizen/na.					
Stvari ohranjam urejene in pospravljene.					
Sem sproščen/na, dobro obvladujem stres.					
Imam bolj malo umetniških interesov.					

Raje imam, da drugi prevzamejo vodstveno vlogo.					
Sem spoštljiv/a do drugih.					
Pri delu vztrajam, dokler naloga ni povsem zaključena.					
Sam/a s seboj se počutim prijetno.					
Sem kompleksen, globok mislec.					
V drugih pogosto najdem napake.					
Včasih sem malomaren/na.					
Sem temperamenten/na, hitro se odzovem čustveno.					
Opisal/a bi se kot nekoliko bolj neustvarjalnega/no.					

Q2 - Naslednje trditve se nanašajo na podjetniško samoučinkovitost. Za vsako trditev izberite oceno, ki ustreza vašemu prepričanju o tem, ali ste sposobni izvršiti opisano nalogo oz. vlogo (1 = popolnoma neprepričan, 5 = popolnoma prepričan).

	1 Popolnoma neprepričan/a	2 Delno neprepričan/a	3 Sem neodločen/a	4 Delno prepričan/a	5 Popolnoma prepričan/a
Sposoben/na sem nadzorovati stroške.					
Sposoben/na sem opredeliti organizacijske vloge.					
Sposoben/na sem opredeliti odgovornosti.					
Sposoben/na sem razviti nove ideje.					
Sposoben/na sem razviti nove proizvode.					
Sposoben/na sem razviti nove storitve.					
Sposoben/na sem se uveljaviti na trgu proizvodov in storitev.					
Sposoben/na sem določiti in dosegati ciljne dobičke.					

Q3 - Spodnje trditve se nanašajo na stil reševanja izzivov. Prosim, ocenite (ne)strinjanje glede vaše naravnosti do spodbujanja uspeha in preprečevanja napak (1 = sploh se ne strinjam, 5 = povsem se strinjam).

	1 Sploh se ne strinjam	2 Se ne strinjam	3 Sem neodločen/a	4 Se strinjam	5 Povsem se strinjam
V primerjavi z drugimi ljudmi od življenja običajno dobim to, kar si želim.					
Stvari, ki se jih lotim, mi gredo običajno dobro od rok.					
Občutek imam, da se v življenju premikam v smeri uspeha.					
Nimam veliko hobijev oz. aktivnosti, ki bi me zanimale dovolj, da bi vanje vložil/a napor.					
V času odraščanja sem pogosto prekoračil/a meje in počel/a stvari, ki jih moji starši niso dopuščali.					
Svoje starše sem skozi odraščanje pogosto spravljal/a ob živce.					
V času odraščanja sem pogosto ravnal/a na načine, ki so se staršem zdeli vprašljivi.					
Ker nisem bil/a dovolj pazljiv/a, sem včasih zašel/la v težave.					
Če vložim dovolj časa in truda, verjamem, da lahko rešim večino problemov, s katerimi se soočim.					
Ko se soočim z novo situacijo, zaupam vase, da lahko rešim večino težav, ki se pojavijo.					
Zaupam svojim sposobnostim reševanja novih in težkih problemov.					
Ko se odločam, pretehtam in primerjam posledice vseh možnosti.					

Ko sem zmeden/a zaradi nekega problema, najprej preučim situacijo in zberem vse relevantne informacije.					
Ko se odločam glede možne rešitve problema, si ne vzamem čas, da bi pretehtal/a verjetnost uspeha vseh možnosti.					
Običajno izberem kar prvo dobro idejo, ki mi pade na misel.					
Ko se soočim s problemom, običajno ne preučim različnih situacijskih dejavnikov, ki prispevajo k problemu.					

Q4 - Zadnji sklop trditev se nanaša na nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam. Prosim, ocenite v kolikšni meri trditve veljajo za vaše podjetje (1 = sploh ne velja, 7 = povsem velja).

	1 Sploh ne velja	2 Zmerno ne velja	3 Rahlo ne velja	4 Niti ne velja, niti velja	5 Rahlo velja	6 Zmerno velja	7 Povsem velja
Preoblikovali smo poslovne procese za izboljšanje okoljske učinkovitosti.							
Ustvarjamo zdravo delovno okolje z upoštevanjem zdravstvenih in varnostnih ukrepov.							
Naši zaposleni so zadovoljni s sedanjim delom.							
V svojih poslovnih aktivnostih si prizadevamo zmanjšati onesnaževanje vode, zraka in tal.							
Veliko naših kupcev ne bi kupilo izdelkov, ki jih ponujajo naši konkurenti.							
Nagrajevanje naših zaposlenih je povezano z njihovimi znanji in rezultati.							

Stranke so nasplošno zadovoljne z izdelki oz. storitvami našega podjetja.							
Zmanjšujemo porabo neobnovljivih materialov.							
Izvajamo politiko enakih možnosti pri zaposlovanju.							
Naše trajnostne poslovne prakse izboljšujejo konkurenčni položaj našega podjetja.							
Usposabljanju naših zaposlenih namenjamo veliko časa.							
Uporabljamo obnovljive vire ali vire, ki jih je mogoče reciklirati.							

Q5 - Za vsako od spodnjih trditev povezanih s poslovanjem vašega podjetja navedite, kako uspešno je bilo v primerjavi s konkurenti v zadnjih treh letih (bistveno znižanje = 1, bistveno povišanje = 7).

	1 Bistveno znižanje	2 Zmerno znižanje	3 Rahlo znižanje	4 Ohranjanje položaja	5 Rahlo povišanje	6 Zmerno povišanje	7 Bistveno povišanje
Sprememba števila zaposlenih.							
Sprememba tržnega deleža.							
Sprememba prihodkov od prodaje.							
Sprememba dobička.							

Q6 - Prosim, izberite svoj spol.

- Moški.
- Ženski.
- Drugo.

Q7 - Prosim, izberite vašo trenutno starostno skupino.

- Do vključno 19 let.
- 20 do vključno 29 let.
- 30 do vključno 39 let.
- 40 do vključno 49 let.
- 50 do vključno 59 let.
- Več kot 60 let.

Q8 - Prosim, izberite najvišjo stopnjo izobrazbe, ki ste jo dosegli.

- Osnovna šola ali manj.
- Poklicna šola (2 ali 3 letna strokovna šola)
- Štiriletna srednja šola
- Višja šola, visoka šola ali bolonjska prva stopnja.
- Univerzitetna izobrazba ali bolonjska druga stopnja (magistrski študij)
- Znanstveni magisterij ali doktorat.

Q9 - Ali ste ustanovitelj/ica oz. soustanovitelj/ica podjetja, kamor je bil vprašalnik poslan?

- Da.
- Ne.

Q10 - Katerega leta je bilo vaše podjetje ustanovljeno?

Q11 - S katero dejavnostjo se vaše podjetje ukvarja?

- Pretežno proizvodno.
- Pretežno storitveno.
- Uravnoteženo proizvodno in storitveno.

Q12 - Na kateri trg je podjetje najbolj intenzivno usmerjeno?

- Lokalni trg (domač kraj z okolico).
- Regionalni trg (Slovenija).
- Tujina.

Q13 - V kolikor bi želeli prejeti povzetek rezultatov o povezavah med osebnostjo podjetnikov in trajnostnimi poslovnimi praksami v mikro, majhnih in srednje velikih podjetjih, vas prosim, da vnesete svoj mail. V nasprotnem primeru lahko vprašanje preskočite.

Priloga 5: Korelacije

Korelacija je statistično orodje za merjenje razmerja med dvema spremenljivkama, ki se najbolje uporablja pri spremenljivkah, ki so med seboj povezane linearno. Moč povezave se meri s Pearsonovim korelacijskim koeficientom, ki lahko zavzema katerokoli vrednost med -1 in 1. Razlage vrednosti so sledeče (Taylor, 2023):

- -1: popolna negativna korelacija. Spremenljivki se gibljeta v nasprotno smer (kar pomeni, da se ena izmed spremenljivk poveča, ko se druga zniža)
- 0: korelacija ne obstaja (kar pomeni, da spremenljivki med seboj nista povezani)
- 1: popolna pozitivna korelacija. Spremenljivki se gibljeta v isti smeri (kar pomeni, da se ena izmed spremenljivk poveča, ko se poveča tudi druga).

Natančneje se posamezna absolutna vrednost lahko razlaga glede na moč (pozitivne oz. negativne) povezanosti. Kriteriji so naslednji:

- 0,01–0,19: neznatna povezanost;
- 0,20–0,39: nizka/šibka povezanost;
- 0,40–0,69: srednja/zmerna povezanost;
- 0,70–0,89: visoka/močna povezanost;
- 0,90–0,99: zelo visoka/ zelo močna povezanost.

V nadaljevanju prikazujem korelacije med posameznimi faktorji za celoten vzorec. V tabeli 3 predstavljam korelacije med nedemografskimi neodvisnimi in odvisnimi spremenljivkami, ki so bile predmet te raziskave (BF osebnostnih značilnosti, RF, nagnjenost k TPP in ESE pri podjetnikih).

Kot primer razlage podatkov navajam rezultate na preseku prijetnosti in nagnjenosti k TPP v tabeli 1. Spremenljivki prijetnost in nagnjenost k TPP pri podjetnikih sta povezani pozitivno in linearno. Regresijski koeficient znaša 0,247 pri stopnji značilnosti 0,002; torej gre za statistično značilno šibko povezanost.

Tabela 1: Korelacije med neodvisnimi in odvisnimi spremenljivkami v modelu

	EKST	PRIJ	VEST	ODPR	RFpro	RFpre	TPP	ESE
EKST		$\beta = 0,170$ $p = 0,037$	$\beta = 0,619$ $p = <0,001$	$\beta = 0,065$ $p = 0,236$	$\beta = 0,571$ $p = <0,001$	$\beta = -0,005$ $p = 0,473$	$\beta = 0,267$ $p = 0,002$	$\beta = 0,362$ $p = <0,001$
PRIJ	$\beta = 0,170$ $p = 0,037$		$\beta = 0,566$ $p = <0,001$	$\beta = 0,262$ $p = 0,004$	$\beta = 0,062$ $p = 0,224$	$\beta = 0,263$ $p = 0,001$	$\beta = 0,247$ $p = 0,002$	$\beta = -0,044$ $p = 0,289$

se nadaljuje

Tabela 1: Korelacije med neodvisnimi in odvisnimi spremenljivkami v modelu (nad.)

VEST	$\beta = 0,619$ $p = < 0,001$	$\beta = 0,566$ $p = < 0,001$		$\beta = 0,077$ $p = 0,195$	$\beta = 0,335$ $p = < 0,001$	$\beta = 0,224$ $p = 0,004$	$\beta = 0,329$ $p = < 0,001$	$\beta = 0,237$ $p = 0,003$
ODPR	$\beta = 0,065$ $p = 0,236$	$B = 0,262$ $P = 0,004$	$\beta = 0,077$ $p = 0,195$		$\beta = 0,051$ $p = 0,275$	$\beta = -0,044$ $p = 0,482$	$\beta = 0,368$ $p = < 0,001$	$\beta = 0,196$ $p = 0,008$
RFpro	$\beta = 0,571$ $p = < 0,001$	$\beta = 0,062$ $p = 0,224$	$\beta = 0,335$ $p = < 0,001$	$\beta = 0,051$ $p = 0,275$		$\beta = -0,092$ $p = 0,110$	$\beta = 0,179$ $p = 0,01$	$\beta = 0,367$ $p = < 0,001$
RFpre	$\beta = -0,005$ $p = 0,473$	$\beta = 0,263$ $p = 0,001$	$\beta = 0,224$ $p = 0,004$	$\beta = -0,044$ $p = 0,482$	$\beta = -0,092$ $p = 0,110$		$\beta = -0,033$ $p = 0,315$	$\beta = -0,230$ $p = 0,325$
TPP	$\beta = 0,267$ $p = 0,002$	$B = 0,247$ $P = 0,002$	$\beta = 0,329$ $p = < 0,001$	$\beta = 0,368$ $p = < 0,001$	$\beta = 0,179$ $p = 0,01$	$\beta = -0,033$ $p = 0,325$		$\beta = 0,230$ $p = < 0,001$
ESE	$\beta = 0,362$ $p = < 0,001$	$\beta = -0,044$ $p = 0,289$	$\beta = 0,237$ $p = 0,003$	$\beta = 0,196$ $p = 0,008$	$\beta = 0,367$ $p = < 0,001$	$\beta = -0,230$ $p = 0,315$	$\beta = 0,230$ $p = < 0,001$	

Legenda: EKST = ekstravertnost; PRIJ = prijetnost, VEST = vestnost, ODPR = odprtost do izkušenj, RFpro = regulacija osredotočenosti na spodbujanje uspeha, RFpre = regulacijska osredotočenost na preprečevanje napak, TPP = nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam, ESE = podjetniška samoučinkovitost

Vir: lastno delo.

V tabeli 2 prikazujem korelacijske koeficiente med demografskimi spremenljivkami, ki sem jih merila na vzorcu podjetnikov te raziskave. To so spol in starost podjetnikov, njihova najvišje dosežena stopnja izobrazbe, trg, na katerega so s svojo dejavnostjo usmerjeni, dejavnost podjetja ter starost podjetja.

Tabela 2: Korelacije med demografskimi spremenljivkami v modelu

	Spol	Starost	Izobrazba	Trg	Dejavnost	Starost podjetja
Spol		$\beta = -0,151$ $p = 0,004$	$\beta = 0,129$ $p = 0,013$	$\beta = -0,141$ $p = 0,009$	$\beta = -0,042$ $p = 0,243$	$\beta = -0,068$ $p = 0,131$
Starost	$\beta = -0,151$ $p = 0,004$		$\beta = -0,020$ $p = 0,359$	$\beta = -0,073$ $p = 0,097$	$\beta = 0,041$ $p = 0,238$	$\beta = 0,392$ $p = < 0,001$
Izobrazba	$\beta = 0,129$ $p = 0,013$	$\beta = -0,020$ $p = 0,359$		$\beta = 0,114$ $p = 0,220$	$\beta = -0,021$ $p = 0,355$	$\beta = -0,013$ $p = 0,407$
Trg	$\beta = -0,141$ $p = 0,009$	$\beta = -0,073$ $p = 0,097$	$\beta = 0,114$ $p = 0,220$		$\beta = -0,086$ $p = 0,074$	$\beta = 0,049$ $p = 0,205$

se nadaljuje

Tabela 2: Korelacije med demografskimi spremenljivkami v modelu (nad.)

Dejavnost	$\beta = -0,042$ $p = 0,243$	$\beta = 0,041$ $p = 0,238$	$\beta = -0,021$ $p = 0,355$	$\beta = -0,086$ $p = 0,074$		$\beta = -0,079$ $p = 0,238$
Starost podjetja	$\beta = -0,068$ $p = 0,131$	$\beta = 0,392$ $p = 0,238$ $<0,001$	$\beta = -0,013$ $p = 0,407$	$\beta = 0,049$ $p = 0,205$	$\beta = -0,079$ $p = 0,238$	

***Opomba:** Spol (1 = moški, 2 = ženski); Trg (1 = lokalni trg, 2 = regionalni, 3 = tujina); Dejavnost (1 = pretežno proizvodno, 2 = pretežno storitveno, 3 = uravnoteženo proizvodno in storitveno)

Vir: lastno delo.

Nazadnje v tabeli 3 predstavljam korelacijske koeficiente med posameznimi odvisnimi in neodvisnimi spremenljivkami, ki so bile predmet mojega proučevanja (BF osebnostne značilnosti, RF, nagnjenost k TPP in ESE pri podjetnikih) ter demografskimi značilnostmi, ki sem jih merila na svojem vzorcu podjetnikov (spol, starost podjetnikov, najvišje dosežena stopnja izobrazbe, trg, na katerega so s svojo dejavnostjo usmerjeni, dejavnost podjetja in njegova starost).

Tabela 3: Korelacije med odvisnimi in neodvisnimi ter demografskimi spremenljivkami v modelu

	EKST	PRIJ	VEST	ODPR	RFpro	RFpre	TPP	ESE
Spol	$\beta = 0,168$ $p = 0,016$	$\beta = 0,124$ $p = 0,047$	$\beta = 0,113$ $p = 0,064$	$\beta = 0,225$ $p = 0,202$	$\beta = 0,058$ $p = 0,203$	$\beta = 0,0187$ $p = 0,002$	$\beta = 0,150$ $p = 0,010$	$\beta = -0,123$ $p = 0,028$
Starost	$\beta = 0,027$ $p = 0,036$	$\beta = 0,329$ $p = <0,001$	$\beta = 0,166$ $p = 0,013$	$\beta = -0,038$ $p = 0,293$	$\beta = -0,060$ $p = 0,203$	$\beta = 0,128$ $p = 0,020$	$\beta = 0,174$ $p = 0,003$	$\beta = 0,045$ $p = 0,230$
Izobrazba	$\beta = 0,078$ $p = 0,138$	$\beta = 0,022$ $p = 0,371$	$\beta = 0,089$ $p = 0,105$	$\beta = 0,117$ $p = 0,051$	$\beta = -0,005$ $p = 0,471$	$\beta = 0,152$ $p = 0,01$	$\beta = -0,135$ $p = 0,165$	$\beta = -0,13$ $p = 0,418$
Trg	$\beta = -0,059$ $p = 0,213$	$\beta = -0,076$ $p = 0,139$	$\beta = 0,102$ $p = 0,08$	$\beta = -0,068$ $p = 0,174$	$\beta = 0,028$ $p = 0,343$	$\beta = -0,002$ $p = 0,485$	$\beta = -0,126$ $p = 0,024$	$\beta = -0,056$ $p = 0,189$
Dejavnost	$\beta = 0,158$ $p = 0,002$	$\beta = -0,046$ $p = 0,258$	$\beta = -0,022$ $p = 0,381$	$\beta = 0,028$ $p = 0,351$	$\beta = -0,007$ $p = 0,460$	$\beta = -0,024$ $p = 0,357$	$\beta = 0,064$ $p = 0,155$	$\beta = 0,090$ $p = 0,082$
Starost podjetja	$\beta = -0,049$ $p = 0,254$	$\beta = 0,115$ $p = 0,056$	$\beta = 0,014$ $p = 0,422$	$\beta = 0,004$ $p = 0,479$	$\beta = -0,232$ $p = 0,001$	$\beta = 0,182$ $p = 0,003$	$\beta = 0,031$ $p = 0,314$	$\beta = -0,151$ $p = 0,011$

Legenda: EKST = ekstravertnost; PRIJ = prijetnost, VEST = vestnost, ODPR = odprtost do izkušenj, RFpro = regulacija osredotočenosti na spodbujanje uspeha, RFpre = regulacijska osredotočenost na preprečevanje napak, TPP = nagnjenost k trajnostnim poslovnim praksam, ESE = podjetniška samoučinkovitost

***Opomba:** Spol (1 = moški, 2 = ženski); Trg (1 = lokalni trg, 2 = regionalni, 3 = tujina); Dejavnost (1 = pretežno proizvodno, 2 = pretežno storitveno, 3 = uravnoteženo proizvodno in storitveno)

Vir: lastno delo.