

## EMOCIONALNO UČENJE ZA RAZVOJ PODUZETNIŠTVA NA VISOKIM UČILIŠTIMA U RH

doc. dr. sc. Mirko Smoljić, prof. v. š.  
Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru  
Županijska 50, 32000 Vukovar  
[msmoljic@vevu.hr](mailto:msmoljic@vevu.hr)

Branka Stipanović, struč. spec. oec.  
Sveučilište/Univerzitet „Hercegovina“, Fakultet društvenih znanosti dr. Milenka Brkića  
Kraljice Mira 3a, Bijakovići 88266 Međugorje, BiH  
[stipanovicbranka@gmail.com](mailto:stipanovicbranka@gmail.com)

Hrvoje Smoljić, bacc. oec.  
Veleučilište „Baltazar“ Zaprešić  
Vladimira Novaka 23, 10290 Zaprešić  
[s.g.hrvoje@gmail.com](mailto:s.g.hrvoje@gmail.com)

### SAŽETAK

*Moderno poslovno okruženje sve je više obilježeno potrebom za kreativnošću, inoviranjem i sposobnošću preuzimanja rizika i inicijative u poslovanju. U takvim uvjetima poslovanja za uspjeh nije dovoljno razvijati isključivo analitičke i kognitivne sposobnosti u poslovanju, već je nužno spoznati na koji način emocionalna inteligencija može djelovati kao okidač za stjecanje konkurentne sposobnosti u poslovnim pothvatima. Emocionalna inteligencija u poslovanju ima osobit značaj u području razumijevanja ponašanja potrošača čije potrebe i želje postaju fokus svakog uspješnog poduzetnika. Ponašanje potrošača često je pod utjecajem limbičkog dijela mozga, a ne neokorteksa što znači da emocije imaju prevagu u donošenju odluke o kupnji. Navedeno objašnjava važnost prihvaćanja i razvoja emocionalnog učenja za razvoj poduzetništva na visokim učilištima u RH što je ujedno predmet istraživanja rada. Cilj emocionalnog učenja je razvoj i korištenje kompetencija koje čine EQ (emocionalnu inteligenciju) u poslovanju.*

**Ključne riječi:** emocionalna inteligencija; emocionalno učenje; poduzetništvo

## 1. UVOD

Predmet rada je istraživanje značaja emocionalnog učenja u modernom poslovanju s osvrtom na učinak emocionalnog učenja na razvoj poduzetničkih kompetencija iz kategorija stavovi, ponašanje i menadžerske vještine u praktičnom radu hrvatskih poduzetnika.

Rad se sastoji od četiri cjeline. U prvoj cjelini opisan je pojam i značaj emocionalne inteligencije u poslovanju. Druga cjelina obrađuje emocionalni aspekt poduzetničkih kompetencija. Treća cjelina prikazuje rezultate istraživanja o značaju emocionalnog učenja u razvoju poduzetništva na temelju koje se donosi zaključak o važnosti emocionalnog učenja za razvoj poduzetništva na visokim učilištima u RH.

## 2. POJAM I ZNAČAJ EMOCIONALNE INTELIGENCIJE U POSLOVANJU

Emocionalna inteligencija je koncept koji ima osobit značaj jer pojedincu omogućuje prepoznavanje i razumijevanja vlastitih i tuđih emocija te tako izrazito utječe na ponašanje pojedinca kako i privatnom, tako i u poslovnom okruženju. Kako bi se omogućilo uspješno razumijevanje emocija, ključno je da se važna pitanja i problemi ne analiziraju samo na spoznajnoj razini, već da se uistinu i dožive, odnosno osjete. Emocionalna inteligencija zagovara suradnju i integraciju između spoznajnog (kognitivnog) i emocionalnog aspekta svakog pojedinca.

Koncept emocionalne inteligencije razvili su američki psiholozi Peter Salovey i John Mayer 1990. godine (prema Daneschmand [et al], 2013), a navedeni autori važnim značajkama emocionalne inteligencije smatraju razumijevanje i prihvatanje vlastitih i tuđih osjećaja te razvoj asertivnog ponašanja utemeljenog na spoznaji i uvažavanju emocija. Goleman (2010) smatra emocionalnu inteligenciju vrlo važnom u poslovnom okruženju s obzirom da emocije uvelike utječu na ponašanje i radnu motivaciju, a time i na produktivnost pojedinca te je razvio model sastavljen od pet ključnih socioemocionalnih kompetencija, a to su:

Samosvijest – odnosno svijest o dominantnoj emociji (emocijama) u određenom trenutku koja omogućuje procjenu sposobnosti i samopouzdanje pojedinca pri donošenju odluka.

Samokontrola – kao ključan čimbenik koji omogućuje oporavak od emocionalnih stresova i razvoj savjesnog odnosa prema poslu jer omogućuje učinkovito „nošenje“ pojedinca s emocijama (poglavito negativnim emocijama).

Motivacija – razvoj svijesti o intrinzičnim potrebama i motivima koji su pokretači motivacijskog ciklusa te ustrajnost na putu ka ostvarenju željenih ciljeva, čak i u situaciji koja je obilježena razočaranjem ili (trenutnim) neuspjehom.

Empatija – kao sposobnost razumijevanja tuđih emocija i razvoj tolerancije prema različitostima.

Društvene vještine – omogućuju točno prepoznavanje i razumijevanje emocija u različitim društvenim skupinama i situacijama što u poslovnom životu donosi prednosti pri pregovaranju, vođenju i suradnji.

Znanstvenici su dugo vremena smatrali kako se emocionalna inteligencija ne može unaprijediti, da je genetski uvjetovana te da se razvija samo u ranom djetinjstvu. Iako je točno da postoji genetska uvjetovanost emocija i da period ranog djetinjstva ima najznačajniji obol u formiranju emocija, nova istraživanja u području neurogeneze pokazuju da je i u odrasloj dobi moguće razvijati nove obrasce ponašanja utemeljene na razumijevanju, doživljaju i prihvaćanju emocija, i to zbog činjenice da je ljudski mozak „i u odrasloj dobi sposoban stvarati nove neuronske puteve“ (Boyatzis, [et al], 2010) koji mu omogućuju kontinuirano emocionalno učenje i razvoj.

Suvremeno poslovno okruženje sve je više orijentirano na kreiranje konkurentske prednosti tvrtki temeljem angažmana ljudskih potencijala organizacije. Osnova stjecanja konkurentske prednosti postaje neopipljiva i zasnovana na znanjima, vještinama i kompetencijama zaposlenika i menadžera. Često se ističe kako kreativnost i inovacije predstavljaju put ka uspješnosti (Amabile, 1988). Procene kreativnosti i inovativnog razmišljanja nije moguće potaknuti u okruženju koje negira i omalovažava emocije, već u poticajnom okruženju ispunjenom razumijevanjem i uvažavanjem emocija, empatijom i aktivnim slušanjem. Negativne emocije poput straha usmjeravaju pojedinca na izvor prijetnje i on nije sposoban za razvoj kreativnosti, dok pozitivne emocije potiču pojedinca na istraživanje, učenje i izgradnju odnosa s drugim ljudima, a time se ujedno osiguravaju osnovni preduvjeti kreativnog i inovativnog djelovanja (Averil, 2005).

Kets de Vries (2009) ističe da: 1. upoznavanje vlastitih emocija; 2. učenje kako ovladati tim emocijama; i 3. učenje kako prepoznati i nositi se s emocijama drugih pridonosi učinkovitijem donošenju odluka, objektivnosti u analizi situacija i rezultira većim stupnjem zadovoljstva u međusobnim odnosima što je od iznimnog značaja za učinkovito funkcioniranje organizacije. Karakteristike koje ističe De Vries (2009) ujedno su vrlo značajne u prepoznavanju i razumijevanju potreba zaposlenika pa se osobito cijene kod organizacijskih lidera, ali i u razumijevanju potreba kupaca i poslovnih partnera na temelju čega se kreira učinkovitost u pregovaranju i stvaranju dodatne vrijednosti utemeljene na prepoznavanju i razumijevanju potreba kupaca i partnera.

### 3. EMOCIONALNI ASPEKT PODUZETNIČKIH KOMPETENCIJA

Značaj razvoja poduzetničkih kompetencija prepoznat je u Nacionalnom okvirnom kurikulumu Republike Hrvatske iz 2010. godine (<http://public.mzos.hr/fgs.axd?id=18247>), a kurikulum potiče razvoj poduzetničkih kompetencija kao jedne od osam ključnih učeničkih i studentskih kompetencija koja se sustavno razvija kroz interdisciplinarni pristup. Boytzis (1982) definirao je kompetenciju kao “sposobnost koju osoba posjeduje, a koja vodi do ponašanja koje zadovoljava zahtjeve pojedinog posla unutar parametara organizacijskog okruženja, te posljedično dovodi do željenih rezultata.” Kompetencija je, dakle, skup temeljnih znanja, vještina i sposobnosti koje osiguravaju pojedincu da postigne optimalne ili vrhunske performanse na određenom radnom mjestu. Analogno definiciji kompetencija u cjelini, poduzetničke kompetencije se mogu definirati kao sposobnost pojedinca da udovolji zahtjevima poduzetništva kao samostalnog poslovnog pothvata s ciljem kreiranja profita uz preuzimanje rizika. Poduzetničke kompetencije mogu se definirati i kao pojedinačne karakteristike koje uključuju stavova i ponašanje, a koje omogućuju poduzetni-

cima postizanje i održavanje poslovnog uspjeha. Poduzetničke kompetencije sastoje se od „motiva, osobina, samopoštovanja, stavova, ponašanja, vještina i znanja“ (Boyatzis, 1982; Brophy i Kiely, 2002 prema Kochadai, 2012). U tablici 1. prikazuje se klasifikacija poduzetničkih kompetencija.

**Tablica 1. Klasifikacija poduzetničkih kompetencija**

Kompetencije vezane uz stavove	Kompetencije vezane uz ponašanje	Menadžerske kompetencije
Samopouzdanje	Inicijativa	Pretraga informacija
Samopoštovanje	Iskorištavanje poslovnih prilika	Sustavno planiranje
Način nošenja s pogreškama	Ustrajnost	Rješavanje problema
Tolerancija na neizvjesnost	Asertivnost	Uvjerljivost
Usmjerenost na kvalitetu	Potreba za postignućem	Orijentiranost na ciljeve
Lokus kontrole	Potreba za autonomijom	Komunikacijske vještine
	Sposobnost preuzimanja rizika	Tehničko znanje
	Motivacija i energija	Društvene vještine
	Inovacija	
	Kreativnost	

Izvor: Kochadai, M. (2014). The concept of entrepreneurial competency, competency model and review of earlier studies. Preuzeto s: [http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/5303/9/10\\_chapter%202.pdf](http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/5303/9/10_chapter%202.pdf), (27.03.2015.)

Na temelju pokazatelja u Tablici 1, evidentno je da su cjelokupne poduzetničke kompetencije uvjetovane stupnjem emocionalne inteligencije te emocionalnim učenjem poduzetnika. Emocijama uvjetovane kompetencije vezane uz stavove su osobito: samopouzdanost, samopoštovanje, tolerancija na greške i neizvjesnost te lokus kontrole. Bihevioralne karakteristike koje su osobito vezane uz emocionalno učenje su: asertivnost, motivacija i energija te kreativnost. U skupini menadžerskih kompetencija, uspješnost u komunikacijskim i društvenim vještinama je osobito vezana uz emocionalno učenje i stupanj emocionalne inteligencije.

## 4. ISTRAŽIVANJE O ZNAČAJU EMOCIONALNOG UČENJA U RAZVOJU PODUZETNIŠTVA

U ovom poglavlju rada prikazat će se problem i hipoteze istraživanja, metodologija prikupljanja i obrade podataka, odabrani uzorak te rezultati i analiza dobivenih primarnih podataka.

### 4.1. Problem, problem i hipoteze istraživanja

Problem istraživanja je nepoznavanje utjecaja emocionalnog učenja na razvoj poduzetničkih kompetencija. Predmet istraživanja je značaj emocionalnog učenja u razvoju poduzetništva.

U istraživanju se polazi od sljedećih **nul-hipoteza**:

H1: Ispitanici koji su imali edukaciju iz područja emocionalnog učenja ne ocjenjuju vlastite poduzetničke kompetencije vezane uz emocije višom ocjenom u odnosu na ispitanike koji nisu upoznati s konceptom emocionalnog učenja.

H2: Stupanj razvoja poduzetničkih kompetencija zasnovanih na emocijama nije uvjetovan edukacijom iz područja emocionalnog učenja.

### 4.2. Metodologija prikupljanja i obrade podataka

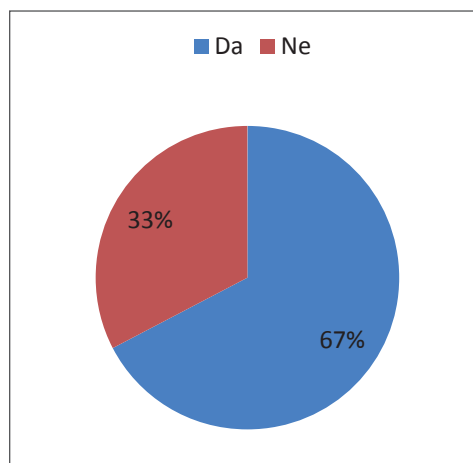
Za potrebe prikupljanja primarnih podataka sastavljen je anketni upitnik sastavljen od 4 pitanja zatvorenog tipa. Prvo pitanje vezano je uz pohađanje edukacije o emocionalnom učenju. Drugo pitanje traži od ispitanika samoevaluaciju razvijenosti poduzetničkih kompetencija utemeljenim na emocijama (iz kategorije stavovi). Treće pitanje je vezano uz samoevaluaciju poduzetničkih kompetencija utemeljenih na emocijama (iz biheviornalne kategorije). Četvrto pitanje je vezano uz samoevaluaciju poduzetničkih kompetencija utemeljenih na emocijama (iz kategorije menadžerskih kompetencija). Ispitanici su kontaktirani putem e-mail adresa. Kao statističke metode obrade podataka odabrane su metoda aritmetičke sredine (za izračun prosječne ocjene) i metoda hi kvadrat testa kojom se ispituje postojanje statističkih signifikantne veze između ocjene poduzetničkih kompetencija zasnovanih na emocijama i pohađanja edukacije o emocionalnom učenju.

### 4.3. Uzorak istraživanja

Koristio se uzorak veličine  $N=300$  ispitanika. U uzorku ispitanika obuhvaćeni su mali poduzetnici i obrtnici. Uzorak se odabire prema podacima HGK i HOK, a ispitanici se biraju slučajnim odabirom (svaki 5. član ukupne populacije poduzetnika) do popunjenja odabrane kvote. Prilikom odabira uzorka ispitanika, nijedan kriterij osim činjenice da se radi o osobama koje se aktivno bave poduzetništvom nije prethodno determiniran.

#### 4.4. Rezultati istraživanja

**Grafikon 1. prikazuje strukturu poduzetnika prema kriteriju pohađanja edukacije i područja emocionalnog učenja**



Izvor: Istraživanje autora

Većina ispitanika ( $x=67\%$ ) pohađala je edukaciju iz područja emocionalnog učenja te je upoznata s konceptom emocionalne inteligencije i emocionalnog učenja.

**Tablica 1. prikazuje ukupnu prosječnu samoocjenu ispitanika u pogledu menadžerskih kompetencija (stavova) zasnovanih na emocionalnoj inteligenciji**

Stavovi/Ocjena	1-loše	2-dovoljno dobro	3-dobro	4-vrlo dobro	5-odlično
Samopouzdanje	0	0	34	143	123
Samopoštovanje	0	0	32	156	112
Način nošenja s greškama	32	35	89	94	50
Tolerancija na neizvjesnost	35	32	94	76	63
Samokontrola <sup>1</sup>	13	18	57	75	137
UKUPNO (Ocjena* broj ispitanika)	80	170	918	2176	2425
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>5769</b>				
<b>BROJ ODGOVORA</b>	<b>1500</b>				
<b>Prosječna ocjena</b>	<b>3,85</b>				

Izvor: Istraživanje autora

<sup>1</sup> Varijabla lokus kontrole (unutarnji ili vanjski) prema Kochadai (2014) zamijenjena je varijablom samokontrola.

Prosječna ocjena stavova koji čine poduzetničke kompetencije je 3,85, odnosno ispitanici u prosjeku ocjenjuju svoje samopouzdanje, samopoštovanje, način nošenja s greškama, toleranciju na neizvjesnost i samokontrolu ocjenom vrlo dobar.

**Tablica 2. prikazuje ukupnu prosječnu samoocjenu ispitanika u pogledu menadžerskih bihevioralnih kompetencija zasnovanim na emocionalnoj inteligenciji**

Ponašanje/Ocjena	1-loše	2-dovoljno dobro	3-dobro	4-vrlo dobro	5-odlično
Asertivnost	0	20	54	93	133
Motivacija	0	32	48	119	101
Energija	0	61	79	139	21
Kreativnost	0	46	45	98	111
UKUPNO (Ocjena* broj ispitanika)	0	318	678	1796	1830
SVEUKUPNO	4622				
<b>BROJ ODGOVORA</b>	<b>1200</b>				
<b>Prosječna ocjena</b>	<b>3,85</b>				

Izvor: Istraživanje autora

Prosječna ocjena bihevioralnih poduzetničkih kompetencija ispitanika je 3,85, odnosno ispitanici u prosjeku ocjenjuju svoju asertivnost, motivaciju, energičnost i kreativnost ocjenom vrlo dobar.

**Tablica 3. prikazuje ukupnu prosječnu samoocjenu ispitanika u pogledu menadžerskih poduzetničkih kompetencija zasnovanih na emocionalnoj inteligenciji**

Menadžerska vještina/Ocjena	1-loše	2-dovoljno dobro	3-dobro	4-vrlo dobro	5-odlično
Komunikacijske vještine	0	47	34	103	116
Društvene vještine	0	0	56	123	121
UKUPNO (Ocjena* broj ispitanika)	0	94	270	904	1185
<b>SVEUKUPNO</b>	<b>2453</b>				
<b>BROJ ODGOVORA</b>	<b>600</b>				
<b>Prosječna ocjena</b>	<b>4,09</b>				

Izvor: Istraživanje autora

Prosječna ocjena menadžerskih poduzetničkih kompetencija ispitanika je 4,09, odnosno ispitanici u prosjeku ocjenjuju svoju asertivnost, motivaciju, energičnost i kreativnost ocjenom vrlo dobar.

**Tablica 4. prikazuje  $\chi^2$  test kojim će se utvrditi postoji li statistički značajna veza između ocjene u kategoriji stavovi i pohađanja edukacije iz područja emocionalnog učenja.**

Stav	Pohađao/la sam edukaciju	Nisam pohađao/la edukaciju	UKUPNO		
1-loše	8	12	20		
2-dovoljno dobro	9	16	25		
3-dobro	8	33	41		
4-vrlo dobro	86	23	109		
5-odlično	91	14	105		
<b>UKUPNO</b>	<b>202</b>	<b>98</b>	<b>300</b>		
Tablica očekivanih vrijednosti					
Stav	Pohađao/la sam edukaciju	Nisam pohađao/la edukaciju	UKUPNO		
1-loše	13	7	20		
2-dovoljno dobro	17	8	25		
3-dobro	28	13	41		
4-vrlo dobro	73	36	109		
5-odlično	71	34	105		
<b>UKUPNO</b>	<b>202</b>	<b>98</b>	<b>300</b>		
f0	Ft	f0-ft	(f0-ft) <sup>2</sup>	(f0-ft) <sup>2</sup> /ft	
8	13	-5	25	1,92	
12	7	5	25	3,57	
9	17	-8	64	3,76	
16	18	-2	4	0,22	
8	18	-10	100	5,56	
33	13	20	400	30,77	
86	73	13	169	2,32	
23	36	-13	169	4,69	
<b>91</b>	<b>71</b>	<b>20</b>	<b>400</b>	<b>5,63</b>	
14	34	-20	400	11,76	
Ukupno				70,21	

Izvor: obrada autora

S obzirom da je testiranjem hipoteza dobiveni empirijski hi-kvadrat 70,21 veći od teorijskog hi-kvadrata uz 4 stupnja slobode (df) i 5% signifikantnosti koji iznosi 9,488, prihvaća se alternativna hipoteza kako je edukacija u području emocionalne inteligencije značajna varijabla u samoocjeni poduzetničkih kompetencija iz skupine stavovi.



**Tablica 5. prikazuje  $\chi^2$  test kojim će se utvrditi postoji li statistički značajna veza između ocjene u bihevioralnoj kategoriji i pohađanja edukacije iz područja emocionalnog učenja.**

Ponašanje	Pohađao/la sam edukaciju	Nisam pohađao/la edukaciju	UKUPNO
1-loše	25	11	36
2-dovoljno dobro	20	10	30
3-dobro	20	16	36
4-vrlo dobro	23	16	39
5-odlično	114	45	159
<b>UKUPNO</b>	<b>202</b>	<b>98</b>	<b>300</b>

Tablica očekivanih vrijednosti			
Ponašanje	Pohađao/la sam edukaciju	Nisam pohađao/la edukaciju	UKUPNO
1-loše	24	16	36
2-dovoljno dobro	20	13	30
3-dobro	24	16	36
4-vrlo dobro	26	17	39
5-odlično	107	71	159
<b>UKUPNO</b>	<b>202</b>	<b>98</b>	<b>300</b>

f0	Ft	f0-ft	(f0-ft) <sup>2</sup>	(f0-ft) <sup>2</sup> /ft
25	24	1	1	0,04
11	16	-5	25	1,56
20	20	0	0	0,00
10	13	-3	9	0,69
20	24	-4	16	0,67
16	16	0	0	0,00
23	26	-3	9	0,35
16	17	-1	1	0,06
<b>114</b>	<b>107</b>	<b>7</b>	<b>49</b>	<b>0,46</b>
45	71	-26	676	9,52
<b>UKUPNO</b>				<b>13,35</b>

Izvor: obrada autora

S obzirom da je testiranjem hipoteza dobiveni empirijski hi-kvadrat 13,35 veći od teorijskog hi-kvadrata uz 4 stupnja slobode (df) i 5% signifikantnosti koji iznosi 9,488, prihvaća se alternativna hipoteza kako je edukacija u području emocionalne inteligencije značajna varijabla u samoocjeni bihevioralnih poduzetničkih kompetencija.

**Tablica 6. prikazuje  $\chi^2$  test kojim će se utvrditi postoji li statistički značajna veza između ocjene u kategoriji menadžerskih vještina zasnovanih na emocionalnoj inteligenciji i pohađanja edukacije iz područja emocionalnog učenja.**

Ponašanje	Pohađao/la sam edukaciju	Nisam pohađao/la edukaciju	UKUPNO		
1-loše	10	9	19		
2-dovoljno dobro	11	14	25		
3-dobro	14	12	26		
4-vrlo dobro	54	15	69		
5-odlično	113	48	161		
<b>UKUPNO</b>	<b>202</b>	<b>98</b>	<b>300</b>		
Tablica očekivanih vrijednosti					
Ponašanje	Pohađao/la sam edukaciju	Nisam pohađao/la edukaciju	UKUPNO		
1-loše	13	6	19		
2-dovoljno dobro	17	8	25		
3-dobro	18	8	26		
4-vrlo dobro	46	23	69		
5-odlično	108	53	161		
<b>UKUPNO</b>	<b>202</b>	<b>98</b>	<b>300</b>		
f0	Ft	f0-ft	(f0-ft) <sup>2</sup>	(f0-ft) <sup>2</sup> /ft	
10	13	-3	9	0,69	
9	6	3	9	1,50	
11	17	-6	36	2,12	
14	8	6	36	4,50	
14	18	-4	16	0,89	
12	8	4	16	2,00	
54	46	8	64	1,39	
15	23	-8	64	2,78	
<b>113</b>	<b>108</b>	<b>5</b>	<b>25</b>	<b>0,23</b>	
48	53	-5	25	0,47	
ukupno				16,58	

Izvor: obrada autora

S obzirom da je testiranjem hipoteza dobiveni empirijski hi-kvadrat 16,58 veći od teorijskog hi-kvadrata uz 4 stupnja slobode (df) i 5% signifikantnosti koji iznosi 9,488, prihvaća se alternativna hipoteza kako je edukacija u području emocionalne inteligencije značajna varijabla u samoocjeni menadžerskih poduzetničkih kompetencija.

Temeljem provedenog istraživanja mogu se odbaciti nul-hipoteze i postaviti alternativne hipoteze:

- H1: Ispitanici koji su imali edukaciju iz područja emocionalnog učenja ocjenjuju vlastite poduzetničke kompetencije vezane uz emocije višom ocjenom u odnosu na ispitanike koji nisu upoznati s konceptom emocionalnog učenja.
- H2: Stupanj razvoja poduzetničkih kompetencija zasnovanih na emocijama je uvjetovan edukacijom iz područja emocionalnog učenja.

## 5. ZAKLJUČAK

Rezultati istraživanja ukazuju na činjenicu da edukacija iz područja emocionalne inteligencije ima relevantan značaj u razvoju poduzetničkih kompetencija u pogledu stavova, ponašanja i menadžerskih vještina zasnovanih na emocionalnoj inteligenciji. Rezultati provedenog empirijskog istraživanja stoga upućuju na potrebu emocionalnog učenja za razvoj poduzetništva na visokim učilištima u RH sukladno Nacionalnom okvirnom kurikulumu RH iz 2010. u kojem su poduzetničke kompetencije prepoznate kao ključne za budući poslovni uspjeh studenata.

## EMOTIONAL LEARNING FOR ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT AT HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN CROATIA

Mirko Smoljić, assist. prof.

College of Applied Sciences „Lavoslav Ružička“ in Vukovar  
32000 Vukovar, Županijska 50  
[msmoljic@vevu.hr](mailto:msmoljic@vevu.hr)

Branka Stipanović, spec. econ.

University “Herzegovina”, Faculty of Social Sciences Dr. Milenko Brkić,  
Kraljice Mira 3a, Bijakovići 88266 Međugorje, BiH  
[stipanovicbranka@gmail.com](mailto:stipanovicbranka@gmail.com)

Hrvoje Smoljić, bacc. econ.

Polytechnic „Baltazar“ Zaprešić  
Zaprešić, Vladimira Novaka 23  
[s.g.hrvoje@gmail.com](mailto:s.g.hrvoje@gmail.com)

### ABSTRACT

*The modern business environment is increasingly characterized by a need for creativity, innovation and risk-taking ability. In such conditions for business success, it is not enough to develop exclusively analytical and cognitive skills, but also to know how emotional intelligence can act as a trigger for the acquisition of competitive ability in business ventures. Emotional intelligence in business has a special importance in understanding of consumer behavior because needs and desires of customers become the focus of every successful entrepreneur. Consumer behavior is often influenced by the limbic part of the brain, not the neocortex, which means that emotions prevail in the purchase decision. This explains the importance of acceptance and development of emotional learning for the development of entrepreneurship in higher education institutions in the Republic of Croatia which is the subject of research work. The goal of emotional learning is the development and use of competencies that make EQ (emotional intelligence) in the business.*

**Key words:** *emotional intelligence; emotional learning; entrepreneurship*

## LITERATURA

1. Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in organizational behavior*, 10(1), 123-167.
2. Averill, J. R. (2005). Emotions as mediators and as products of creative activity. *Creativity across domains: Faces of the muse*, 225-243.
3. Boyatzis, R. E., Lingham, T., Passarelli, A. (2010). Inspiring the development of emotional, social, and cognitive intelligence competencies in managers. *Self-management and leadership development*, 62-90.
4. Boyatzis, R.E. (1982). *The competent manager: A model for effective performance*. London: John Wiley & Sons.
5. Daneshmand, B., Naraghi, M. S., Shariyatmadari, A., Naderi, E. (2013). Review of competency (knowledge, skills and attitudes) based on emotional intelligence and its implications in BA degree of elementary education from the perspective of Iranian educational scientists and psychology practitioners. *European Journal of Experimental Biology*, 3(3), 461-472.
6. Goleman, D., (2010). *Emocionalna inteligencija u poslu*. Zagreb: Mozaik knjiga d.o.o
7. Kochadai, M. (2014). The concept of entrepreneurial competency, competency model and review of earlier studies. Preuzeto sa: [http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/5303/9/10\\_chapter%202.pdf](http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/5303/9/10_chapter%202.pdf), (27.03.2015.)