

Št. obrazca:

17.09.2025

Psihološki vpliv neuspeha

Podjetništvo je pogosto sinonim za pogum, inovativnost in neodvisnost. Toda za sijajno zgodbo o uspehu se pogosto skriva manj vidna, a izjemno pomembna resničnost – soočanje z neuspehi: od zavrnjenih investicij, propadlih projektov, zamujenih priložnosti do izgube poslov. Neuspeh je neizogiben del podjetniške poti. Vendar kljub temu o njem redko odkrito govorimo. V kulturi, ki spodbuja stalno rast in idealizira uspeh, je neuspeh pogosto stigmatiziran. Razumevanje njegovih psiholoških učinkov je ključno za dolgoročno vzdržnost podjetnika, njegovo duševno zdravje in nadaljnjo rast. Z moškim spolom podjetnik v tem članku naslavljamo tudi podjetnice.

Neuspeh kot del podjetniške realnosti

Podjetništvo je polno negotovosti in tveganj. Statistike kažejo, da večina startupov propade v prvih petih letih. <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/zakaj-vecina-startupov-propade> in <https://www.startup.si/sl-si/za-startupe/zasebni-viri> Neuspeh ni izjema – je pravilo. A kljub racionalnemu razumevanju te realnosti je **čustveni odziv nanj pogosto intenziven**. Neuspeh lahko izzove občutke sramu, krivde, dvoma vase pa tudi izolacije – še posebej, ker mnogi podjetniki nosijo breme odgovornosti za ekipo, vlagatelje in stranke. V podjetništvu neuspeh ni le poslovni dogodek, temveč tudi osebna izkušnja, saj je podjetje pogosto neposredno povezano z identiteto ustanovitelja.

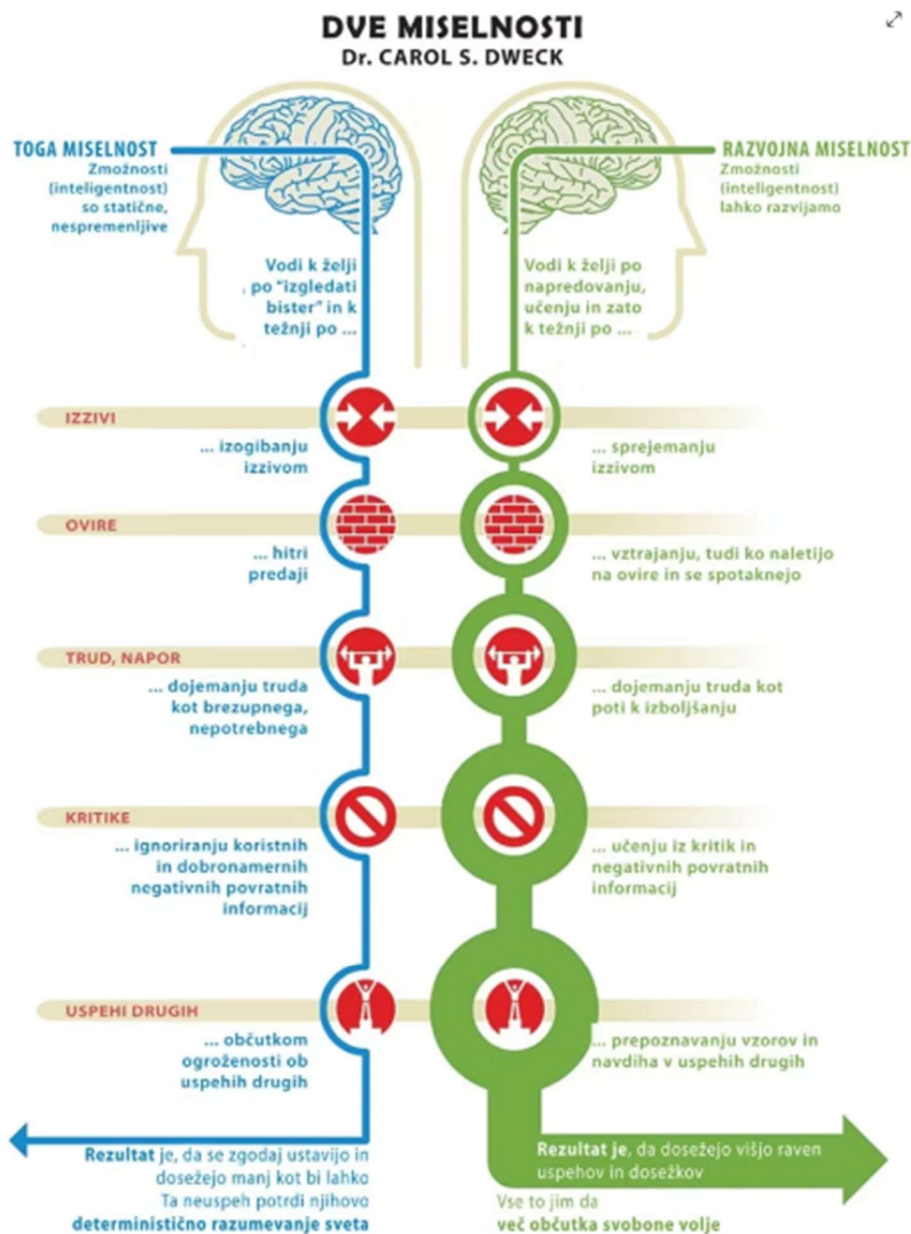
Samopodoba, odpornost in notranji dialog podjetnika

Podjetniška pot pogosto preizkuša meje **posameznikove samopodobe**. Tisti z bolj ranljivo samopodobo lahko neuspeh doživijo kot potrditev svojih dvomov, kar vodi do zmanjšanja samozavesti, izgube motivacije ali celo prenehanje podjetništva. Notranji dialog podjetnika je ključen: ali podjetnik razmišlja samokritično in uničujoče, ali pa si zna postaviti konstruktivna vprašanja in ohraniti perspektivo? Vsak neuspeh ima vsaj tri skupne točke: neuspeh ne pomeni konca, neuspeh ni smrten udarec in neuspeh ne bo trajal večno. Neuspeh je potrebno imeti v mislih, a mu ne dopustiti, da podjetniku uničuje kreativnost, voljo, vizijo, željo, strast ali sanje. <https://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/poznate-tri-sestavine-neuspeha>

Uspešni podjetniki se pogosto ne razlikujejo po tem, da jim ne bi spodletelo, temveč po tem, **kako razumejo in predelajo neuspeh**. Tu je pomembna t. i. *psihološka odpornost* – sposobnost, da iz neprijetnih izkušenj izluščimo učenje, preoblikujemo pogled nase in nadaljujemo.

Psihologinja Carol Dweck ločuje med *fiksno/togo* in *razvojno miselnostjo*.

<https://www.abced.si/post/kako-sem-na%C5%A1el-carol-dweck>



Podjetniki z razvojno miselnostjo dojemajo neuspeh kot del rasti, kot povratno informacijo in ne kot sodbo o sebi. Ti posamezniki lažje nadaljujejo kljub padcem, saj neuspeh ne omaja njihove osnovne vere vase.

Strah pred neuspehom in podjetniške pasti

Eden največjih psiholoških zaviralcev podjetništva je **strah pred neuspehom**. Ta strah je lahko zavrit v racionalne argumente (»ni pravi čas«, »ni dovolj kapitala«), vendar ima pogosto globlje korenine: bojimo se izgube statusa, zavrnitve, finančnega propada ali razočaranja sebe in drugih.

Ko ta strah prevlada, vodi v številne pasti:

- perfekcionizem, kjer podjetnik nenehno odlaša z lansiranjem izdelka, ker ni »še čisto pripravljen«,
- izogibanje tveganju, kar zavira inovacije,
- preobremenjenost in izgorelost, ker neuspeh pomeni »da nisem dovolj dober«, zato moram storiti več.

Mnogi podjetniki po prvem večjem neuspehu postanejo **bolj učinkoviti** – ker si dovolijo biti bolj iskreni, jasnejši v ciljih in bolj izkušeni v presoji tveganj (Puntarić, 2017, 37).

Neuspeh kot temelj inovacij in rasti

V uspešnih podjetniških okoljih, kot so Silicijska dolina ali skandinavski inovacijski ekosistemi, se neuspeh pogosto razume kot sestavni del inovacijskega cikla. Poudarek ni le na tem, kaj je uspelo, temveč tudi, **kaj smo se naučili iz neuspelega**. V takih kulturah podjetja celo sistematično beležijo in analizirajo neuspehe (t. i. *failure reports*), saj iz njih izhajajo najdragocenejše uvide.

Za posameznega podjetnika to pomeni razvijanje reflektivne prakse:

- Kaj sem naredil prav?
- Kje sem podcenil tveganje?
- Kako sem sprejemal odločitve?

- Kaj bom prihodnjič storil drugače?

Ko neuspeh ni več sramota, temveč podlaga za razvoj, se podjetnik osvobodi. Ne postane manj odgovoren – postane pa bolj **prilagodljiv, zrel in samozavesten**.

Vloga okolja: od stigme do podpore ter pomembnost podpornih okolij

Psihološki vpliv neuspeha pri podjetnikih je pogosto pogojen z odzivom okolice. V okoljih, kjer se neuspeh stigmatizira (»kaj pa zdaj, ko ti ni uspelo?«), se podjetniki zaprejo vase, prikrivajo napake in se izogibajo tveganju. V podpornih okoljih se odpira prostor za pogovor, deljenje zgodb in skupinsko učenje. Večja kot je stigma neuspeha, nižja je pripravljenost za ponovni vstop v podjetništvo (Puntarić, 2017, 1). V podjetniškem ekosistemu je zato ključna vzpostavitev **psihološko varnega prostora**, kjer so tudi napake del dialoga. Programi mentorstva, podjetniški inkubatorji in coworking skupnosti imajo tukaj veliko vlogo. Ne samo kot poslovna podpora, temveč tudi kot **emocionalni zaveznik**.

Zaključek

Neuspeh v podjetništvu ni znak šibkosti, temveč pokazatelj, da smo poskušali. Njegov psihološki vpliv je lahko razdiralen, a tudi globoko katarzičen. Ključno je, da ga ne doživljamo kot osebno sodbo, temveč kot naravni del učenja in razvoja. Če si bomo kot podjetniki – in kot družba – dovolili odprto govoriti o neuspehih, jih analizirati brez sramu in iz njih črpati modrost, bomo ustvarili podjetniški prostor, kjer bo uspeh rezultat poguma, refleksije in rasti – ne pa izogibanja napakam. Podjetništvo brez padcev ne obstaja. Toda tisti, ki znajo vstati, gredo naprej z večjo jasnostjo, močjo in sočutjem – do sebe in drugih.

Literatura in viri:

- Saša Puntarić Makuc. Razumevanje stigme podjetniškega neuspeha skozi naklonjenost družbe in podjetnika k tveganju. Magistrsko delo. Univerza v Ljubljani. Ekonomska fakulteta, 2017. Ljubljana
- Ostali viri so navedeni v besedilu članka

Inkubator d.o.o. Sežana

mag. Jožica Sofia Andrini