

کارآفرینی چیست و کارآفرین کیست؟

اصالتاً یک کلمه فرانسوی است که اولین بار در سال ۱۷۲۳ میلادی برای توصیف فردی که با پذیرفتن ریسک اقتصادی و با امید به سودآوری، یک کسب و کار را راه اندازی و مدیریت می کند وارد واژه نامه های فرانسوی شد. با این تعریف از کارآفرین، کارآفرینی فرآیند اقداماتی است که یک کارآفرین به عنوان شخصی که همیشه به دنبال ایده های تازه است، به آنها متوسل می شود تا با پذیرفتن ریسک و تردیدهای ذاتی موجود در هر اقدام جدید، از آن ایده ها فرصت های تازه خلق کند.

کارآفرینی چه ویژگی هایی دارد؟

ویژگی های خاصی که کارآفرینی را از اقدامات مشابه با آن متمایز می کند عبارت اند از:

۱. کارآفرینی یک فعالیت اقتصادی و پویا است

کارآفرینی یک فعالیت اقتصادی است، زیرا با نیت ارزش آفرینی و کسب سود مالی و از طریق استفاده بهینه از منابع محدود، یک کسب و کار جدید راه اندازی و مدیریت می شود. به علاوه، از آنجایی که این ارزش آفرینی در میان فضای ناامن کسب و کار باید به طور مستمر ادامه پیدا کند، لذا کارآفرینی به هیچ عنوان فضای یکنواختی ندارد؛ بلکه پویا و پرتکاپو است.

۲. کارآفرینی همزاد نوآوری است

کارآفرینی مستلزم جستجوی مستمر برای یافتن ایده های تازه است. اساساً لازمه بقای کارآفرین، ارزیابی مستمر روندها و اقدامات فعلی با هدف بهینه سازی و استفاده از سیستم های نوینی است که باعث پیشبرد هر چه بهتر اهداف کسب و کار می شوند. به عبارت دیگر، کارآفرینی نیازمند تلاش مستمر در جهت بهبود و بهینه سازی است و این تلاش بدون خلاقیت و نوآوری ره به جایی نخواهد برد.

۳. کارآفرینی به پتانسیل سودآوری وابسته است

منظور از پتانسیل سودآوری، احتمال بازگشت سرمایه یا کسب درآمد ناشی از اقدام مخاطره آمیز کارآفرین در جهت تبدیل یک ایده جدید به یک کسب و کار واقعی است. ایده های کارآفرین در غیاب پتانسیل سودآوری فقط در حد نظریه باقی خواهد ماند.

۴. کارآفرینی مستلزم ریسک‌پذیری است

عصاره و جوهر کارآفرینی، تمایل به در آغوش کشیدن ریسکی است که ذاتاً در خلق و اجرای ایده‌های جدید وجود دارد. ایده‌های تازه همیشه با شک و تردید همراه‌اند و چه‌بسا نتیجه اجرای آن‌ها مثبت نباشد، یا فوراً به ثمر نرسند؛ بنابراین کارآفرین برای چشیدن میوه زحمات خود باید صبور و ریسک‌پذیر باشد.

کارآفرینی چه مراحل دارد؟

کارآفرینی نیز به‌مانند هر اقدام هدفمند دیگری نیازمند طی کردن مراحل خاصی است که این مراحل را به‌طور خلاصه می‌توان به ترتیب زیر بیان کرد:

۱. شناسایی یک فرصت

در این مرحله، کارآفرین با خلاقیت و ذهن‌بازی که نسبت به ایده‌ها و چالش‌های جدید دارد وجود فرصتی را احساس کرده و بازار موجود برای آن را تصور می‌کند. در واقع، کارآفرین در این مرحله به دنبال نیازها، خواسته‌ها، مشکلات و چالش‌هایی است که تا به حال به شکل مناسبی برآورده یا حل نشده‌اند.

۲. تعیین یک چشم‌انداز

کارآفرین در این مرحله با هدف پیدا کردن روش‌های تازه و نوآورانه برای حل مشکل یا ارضای نیاز موجود، با استفاده از تجربه‌های گذشته و خلاقیت خود ایده پردازی می‌کند. سپس از میان همه ایده‌هایی که شکل می‌گیرند، عملی‌ترین و سودآورترین مورد به‌عنوان بهترین ایده انتخاب می‌شود. در اینجا فرصت‌ها و شرایط مختلف مورد بررسی قرار می‌گیرد و ارزش محصول یا سرویس مورد نظر، ریسک و امتیازات و فضای رقابت موجود ارزیابی می‌شود. در نهایت، یک چشم‌انداز جامع برای اجرایی کردن ایده مورد نظر شکل می‌گیرد.

۳. متقاعد کردن دیگران

کارآفرین در این مرحله به کمک یک بیزینس پلن (Business Plan) یا برنامه کسب‌وکار (تلاش می‌کند تا نظر افراد حقیقی و حقوقی مناسب، از جمله سرمایه‌گذاران، شرکای توانمند و مؤسسات مالی و اعتباری را جلب کند. در نهایت، یک گروه مقدماتی از افرادی که توانایی تبدیل چشم‌انداز به واقعیت را دارند، تشکیل می‌شود.

۴. تأمین منابع مورد نیاز

در این مرحله از کارآفرینی، منابع موردنیاز، از جمله منابع مالی، اجرایی، نیروی انسانی و اطلاعات لازم تهیه و سازمان‌دهی می‌شود.

۵. مرحله اجرایی

پس از تأمین و سازمان‌دهی منابع موردنیاز، نوبت به عملی کردن ایده‌ها و راه‌اندازی کسب‌وکار می‌رسد. طبیعتاً پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز ایده‌ها به شوق و انگیزه و تلاش مضاعفی نیاز خواهد داشت.

۶. تغییر و تطبیق

نظارت، جرح و تعدیل و تطبیق با شرایط بازار از جمله ضرورت‌های انکارناپذیر کارآفرینی است. اجرای تغییرات موردنیاز مستلزم وجود منابع مالی و انعطاف‌پذیری نیروی انسانی خواهد بود و باید از قبل مدنظر قرار داده شده باشد.

کارآفرینی چه اهمیت و چه مزایایی دارد؟

از جمله مهم‌ترین مزایا و منافع فردی، سازمانی و اجتماعی کارآفرینی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. کارآفرینی باعث تقویت مهارت‌های مدیریتی می‌شود

یکی از بزرگ‌ترین مزایای کارآفرینی، پتانسیل بالای آن برای شناسایی و تقویت توانمندی‌های مدیریتی کارآفرین است. کارآفرین در طول فرآیند کارآفرینی یک مشکل را بررسی و راهکارهای مختلفی برای حل آن پیدا می‌کند؛ سپس گزینه‌های مختلف را از نظر هزینه و بازده بررسی می‌کند و در نهایت بهترین گزینه را انتخاب می‌کند؛ در ادامه نیز به‌طور مستمر درگیر برنامه‌ریزی و تصمیمات آنی خواهد بود. این فرآیند می‌تواند بهترین تمرین برای تقویت مهارت‌های مختلف کارآفرین، از جمله مهارت‌های تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی وی باشد. همین مهارت‌ها و توانمندی‌های مدیریتی در نهایت عامل خلق فناوری‌ها و محصولات جدیدی خواهد بود که جایگزین فناوری‌ها و محصولات قدیمی شده و عملکرد بهتری را هم برای کسب‌وکار و هم برای جامعه رقم می‌زنند.

۲. کارآفرینی باعث رشد نوآوری و خلاقیت و شکل گرفتن شرکت‌ها و سازمان‌های کارآمدتر

می‌شود

کارآفرینی می‌تواند با تکیه بر مهارت‌ها، ایده و خلاقیت کارآفرینان موجب رشد و تقویت خلاقیت و نوآوری در جامعه شود. این به نوبه خود باعث ایجاد جوّ بهتر و پویاتری در فضای کسب و کار و شکل گرفتن شرکت‌ها و سازمان‌های خلاق‌تر و کارآمدتری خواهد شد.

۳. کارآفرینی استانداردهای زندگی در جامعه را بالا می‌برد

کارآفرینی با ایجاد و تقویت شرکت‌ها و سازمان‌های کارآمد و خلاق، محصولات و خدمات متنوع و نوآورانه‌ای را در دسترس جامعه قرار می‌دهد که همین باعث بهبود شرایط زندگی برای مردم خواهد شد.

۴. کارآفرینی ابزار مؤثری برای توسعه اقتصادی است

کارآفرینی مستلزم تولید و استفاده از ایده‌های خلاقانه، به حداکثر رساندن بازده حاصل از مصرف منابع، توسعه مهارت‌های مدیریتی و موارد مشابه است و تقریباً همه الزامات کارآفرینی نقش بسیار مهم و تأثیرگذاری در توسعه اقتصادی کشور دارند.

عوامل مؤثر بر کارآفرینی کدامند؟

کارآفرینی یک فرآیند پیچیده است که تحت تأثیر فعل و انفعال دامنه گسترده‌ای از عوامل مختلف قرار می‌گیرد. از جمله مهم‌ترین عواملی که کارآفرینی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف. عوامل فردی مؤثر بر کارآفرینی

عوامل فردی با شایستگی‌ها و توانمندی‌های شخصی کارآفرین در ارتباط هستند:

- ابتکار عمل: کارآفرین بدون نیاز به درخواست یا دستور دیگران دست به کار می‌شود؛
- فعال و نه منفعل: فرصت‌ها را شناسایی و از آن‌ها بهره‌برداری می‌کند؛
- پشتکار: در هر شرایطی برای غلبه بر موانع تلاش می‌کند و هرگز از موفقیت سیر نمی‌شود؛
- مهارت حل مسئله: توانایی ایده پردازی دارد و به راهکارهای نوآورانه‌ای دست پیدا می‌کند؛
- توانایی متقاعدسازی و جلب نظر دیگران: می‌تواند نظر مشتریان، شرکا و سرمایه‌گذاران را جلب کند و در حفظ و گسترش روابط توانمند است؛

- اعتماد به نفس: قدرت تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات خود را دارد؛
- خودانتقادگری: از اشتباهات خود و تجربه‌های دیگران درس می‌گیرد؛
- مهارت برنامه‌ریزی: در جمع‌آوری اطلاعات، طراحی برنامه‌های مدون و نظارت بر عملکرد مهارت دارد؛
- ریسک‌پذیری: مخاطرات را به‌طور حساب‌شده‌ای به جان می‌خرد. این ویژگی ضروری‌ترین توانمندی برای کارآفرینی است.

ب. عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی

منظور از عوامل محیطی، عوامل مرتبط با شرایطی است که کارآفرین در آن کار می‌کند. از جمله این عوامل می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- فضای سیاسی

- سیستم قانونی

- شرایط اقتصادی

- شرایط اجتماعی

- وضعیت بازار

- امنیت

عواملی مانند اعتراضات سیاسی و اعتصاب، اقدامات و قوانین غیرعادلانه و سیاست‌های غیرمنطقی مالی و پولی سدّی بر سر راه کارآفرینی و لذا رشد اقتصادی محسوب می‌شوند. از طرف دیگر، درآمد بالاتر مردم، اشتیاق جامعه به محصولات و فناوری‌های نوین، نیاز به ابزارهایی برای تسریع ارتباطات و حمل‌ونقل و موارد مشابه باعث تقویت و پیشرفت هرچه بیشتر کارآفرینی خواهد شد.

انواع کارآفرینان

کارآفرینان را بر اساس تمایل به خلق ایده‌های تازه می‌توان به دسته‌های زیر تقسیم کرد:

- **کارآفرینان خلاق:** این‌ها افرادی هستند که توانایی خلق ایده‌های نوآورانه، بهتر و اقتصادی‌تری را برای کسب‌وکار و مدیریت دارند. این کارآفرینان پیشگامان عرصه کسب‌وکار هستند و بیشترین تأثیر را بر رشد اقتصادی جامعه دارند.

• **کارآفرینان مقلد:** این‌ها افرادی هستند که در جاده‌ای که توسط کارآفرینان خلاق ایجاد شده قدم می‌گذارند. معمولاً کارآفرینان مقلد به این دلیل از هم‌تایان خلاق خود تقلید می‌کنند که فضای فعالیتشان اجازه خلاقیت و خلق ایده‌های جدید را به آن‌ها نمی‌دهد. معمولاً در کشورهایی که ساختار اقتصادی و سازمانی ضعیفی دارند بیشتر چنین کارآفرینانی را مشاهده می‌کنیم.

• **کارآفرینان محتاط:** این کارآفرینان افرادی هستند که در خلق و اجرای ایده‌های جدید ابتکار عمل ندارند؛ بلکه به انتظار شرایط مناسب می‌نشینند؛ مگر اینکه متوجه خطری شوند که موجودیت کسب‌وکارشان را به خطر می‌اندازد.

انواع کارآفرینی

کارآفرینی را نیز می‌توان با توجه به شاخص‌ها و معیارهای مختلفی دسته‌بندی کرد. یکی از رایج‌ترین و جامع‌ترین گروه‌بندی‌های انواع کارآفرینی به این ترتیب است:

۱. کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک

امروزه بیشتر کارآفرینان و استارت‌آپ‌ها را می‌توان در گروه کسب‌وکارهای کوچک دسته‌بندی کرد. به عنوان نمونه، ۵,۷ میلیون کسب‌وکار کوچک در ایالات متحده وجود دارد که معادل ۹۹,۷ درصد کل شرکت‌های فعال در این کشور بوده و ۵۰ درصد از شاغلین مشاغل غیردولتی در این کسب‌وکارها به کار مشغول هستند. از جمله کسب‌وکارهای کوچک می‌توان به خواروبارفروشی‌ها، آرایشگاه‌ها، مشاوران، آژانس‌های مسافرتی، فروشگاه‌های اینترنتی محلی، کارگاه‌های نجاری، مغازه‌های الکتریکی و مواردی از این قبیل اشاره کرد. کسب‌وکارهای کوچک معمولاً افراد محلی یا اعضای خانواده خود را به کار می‌گیرند و بسیاری از آن‌ها سود چندانی به دست نمی‌آورند. تعریف آن‌ها از موفقیت، کسب یک درآمد معمولی است، نه تسلط بر بازار یا رشد و توسعه تا تبدیل شدن به یک کسب‌وکار بزرگ. از آنجایی که این کسب‌وکارها نمی‌توانند نظر سرمایه‌گذاران را به خود جلب کنند، لذا به سرمایه‌دستان و خانواده یا وام‌های بانکی متکی هستند.

۲. کارآفرینی در استارت‌آپ مقیاس‌پذیر

استارت‌آپ‌های مقیاس‌پذیر (Scalable) یا به عبارت بهتر «گسترش‌پذیر» کسب‌وکارهایی هستند که بنیان‌گذارشان از همان روز اول می‌داند که چشم‌اندازشان می‌تواند دنیا را تغییر بدهد و لذا بر روی رشد و توسعه

کسب و کار تمرکز می‌کند. این نوع از کارآفرینی نظر سرمایه‌گذاران را جلب کرده و بهترین و خلاق‌ترین کارکنان را جذب می‌کند. استارت‌آپ‌های مقیاس‌پذیر معمولاً در قطب‌های نوآوری جهان (سیلیکون ولی، شانگهای، نیویورک، بانگالور و ...) شکل می‌گیرند و درصد آن‌ها زیاد نیست، اما به خاطر پتانسیل و بازده بالایی که دارند بیشترین سرمایه (و توجه) را به سمت خود جذب می‌کنند.

۳. کارآفرینی در شرکت‌های بزرگ

چرخه عمر شرکت‌های بزرگ نامحدود نیست؛ به این معنی که رشد آن‌ها به نوآوری مستمر و عرضه محصولات نوین و مدل‌های جدید تولیدات فعلی بستگی دارد. تغییر در سلیقه مشتریان، تغییر و تحول در فناوری‌ها و قوانین، ظهور رقبای جدید و موارد مشابه می‌تواند این شرکت‌ها را بیشتر تحت فشار قرار داده و آن‌ها را به سمت تولید محصولات کاملاً جدید برای مشتریان جدید و برای عرضه در بازارهای جدید سوق بدهد. در این راستا، شرکت‌های بزرگ به دنبال خرید شرکت‌های خلاق و مبتکر می‌روند یا اینکه خودشان یک محصول تحول‌آفرین تولید می‌کنند (کارآفرینی درون‌سازمانی). جالب اینجاست که غالباً بزرگی شرکت اجرای برنامه‌های تحول‌آفرین را دشوارتر می‌کند.

۴. کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینان اجتماعی افراد مبتکری هستند که بر روی خلق محصولات و خدماتی تمرکز می‌کنند که نیازها و مشکلات اجتماعی را حل می‌کند؛ اما برخلاف استارت‌آپ‌های مقیاس‌پذیر، هدف آن‌ها تبدیل کردن جهان به جای بهتری برای زندگی است، نه گرفتن سهمی از بازار یا سودآوری برای بنیان‌گذاران آن. کارآفرینی اجتماعی می‌تواند غیرانتفاعی، انتفاعی یا ترکیبی از این دو باشد.

۵. کارآفرینی اینترنتی و کارآفرینی سنتی

دنیای دیجیتال و به‌خصوص اینترنت بر همه ابعاد زندگی انسان سایه افکنده و طبیعتاً کارآفرینی هم از این تأثیر بی‌نصیب نمانده است. در واقع، پتانسیل اینترنت برای کارآفرینی آن‌قدر زیاد بوده که نوع نسبتاً جدیدی از کارآفرینی موسوم به «کارآفرینی اینترنتی» نیز پدید آمده است. همان‌طور که از نام این نوع از کارآفرینی برمی‌آید، مبنای کارآفرینی اینترنتی یک «کسب و کار اینترنتی» است؛ بنابراین بزرگ‌ترین تفاوت بین کارآفرینی اینترنتی با اقسام دیگر کارآفرینی تمرکز کارآفرینی اینترنتی بر اینترنت برای کسب درآمد است؛ در حالی که انواع دیگر کارآفرینی وب محور نیستند.

البته چنین تعریفی به این معنا نیست که کسب و کارهای سنتی به هر قیمتی از استفاده از اینترنت خودداری می کنند؛ بلکه عامل مهم، محوریت اینترنت در کارآفرینی و کسب و کار است. در واقع، امروزه آن قدر اینترنت با انواع مختلف کارآفرینی عجین شده که به سختی می توان از عبارت کارآفرینی «غیر اینترنتی» برای توصیف انواعی از کارآفرینی استفاده کرد که اینترنت محور نیستند. به عنوان مثال، حتی اگر کسب و کاری با محوریت فروش ترشی داشته باشید، با وجود اینکه یک کارآفرین اینترنتی محسوب نمی شوید، به کمک شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام یا با راه اندازی یک سایت اختصاصی می توانید کسب و کار خود را تبلیغ و ترویج کنید. فرق عمده ای که بین کارآفرینی سنتی و اینترنتی وجود دارد این است که شما می توانید در کارآفرینی اینترنتی با کمک ابزارهای آنلاین سئو نظیر گوگل آنالیتیکس کسب و کار خود را تحلیل کرده و بدانید که به کدام سمت می روید، چیزی که در کسب و کاری که در بستر اینترنت انجام نمی شود به راحتی امکان پذیر نیست.

تصورات نادرست درباره کارآفرینی

در پایان به برخی از تصورات نادرست رایج درباره کارآفرینی اشاره می کنیم.

- کارآفرینی ذاتی است و کارآفرینان کارآفرین به دنیا آمده اند

این یک تصور کاملاً نادرست است، چرا که کارآفرینی حوزه ای است که مدل ها، فرآیندها و معادلات خاص خودش را دارد. لذا با مطالعه درباره کارآفرینی می توانید آن را یاد بگیرید. دقیقاً به همین دلیل است که امروزه برخی از دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی امکان تحصیل در رشته کارآفرینی را فراهم آورده اند.

- افراد ناسازگار یا فراری از درس کارآفرین می شوند

شاید بتوان برای چنین تصویری چند مصداق برجسته (مثل بیل گیتس) پیدا کرد، اما لزوماً چنین چیزی صحیح نیست. حقیقت این است که آموزش و یادگیری بیشتر باعث رشد و پیشرفت هر چه بیشتر کارآفرینی و کارآفرینان خواهد شد.

- برای کارآفرینی فقط به پول احتیاج دارید

پول مانند خونی است که برای زنده ماندن و رشد باید در رگ کسب و کار جاری باشد؛ اما امکان تأمین منابع مورد نیاز برای ایده خوبی که متناسب با شرایط و مقتضیات موجود است وجود دارد و لذا پول مسئله غیرقابل حلی نخواهد بود.

- فقط داشتن یک ایده فوق‌العاده برای کارآفرینی کافی است

اگر ترکیبی از همه منابع و شرایط لازم، مخصوصاً توان مدیریتی وجود نداشته باشد، یک ایده خوب یا فوق‌العاده فقط در حد یک ایده باقی خواهد ماند و هیچ‌گاه به مرحله عمل درنخواهد آمد.

- کارآفرینی سرشار از خوشی و لذت است

بسیاری از مردم با این تصور لذت‌بخش که خودشان رئیس خودشان خواهند بود رؤیای کارآفرینی را در سر می‌پروراندند؛ اما باید به خاطر داشته باشید که در یک شغل معمولی فقط به یک رئیس حساب پس می‌دهید؛ اما به عنوان کارآفرین باید همیشه پاسخگوی سرمایه‌گذاران، شرکا و از همه مهم‌تر، مشتریان باشید. اساساً حقیقت این است که کار کردن برای دیگران از کار کردن برای خودتان آسان‌تر است؛ چراکه به عنوان یک کارآفرین و مدیر کسب و کار، ذهنتان در همه حال درگیر مسئولیت خطیری خواهد بود که برعهده گرفته‌اید.

تکنیک‌های خلاقیت در کارآفرینی: چگونه به ایده‌ها و راه‌حل‌های جدید برسیم؟

هر کارآفرینی پیش از آغاز کسب و کار خود، یک جرعه ناگهانی از ایده‌ای جدید را در ذهن خود ایجاد کرده است. همین جرعه ذهنی در نهایت منجر به تشکیل یک شرکت و کسب و کار شده است. اما این موضوع به تنهایی برای ادامه دادن مسیر موفقیت کافی نیست. هنگامی که شرکت شما ایجاد شده و مشتریان به سمت محصولات و خدمات‌تان روانه شدند، باید به فکر قدم بعدی خود نیز باشید. در این قسمت داشتن خلاقیت امری اساسی و ضروری است. اما چگونه می‌توان به این عنصر ارزشمند دست یافت؟ در این مطلب قصد داریم تا به بررسی برخی از تکنیک‌های خلاقیت در کارآفرینی پردازیم. تا انتهای این مقاله همراه ما باشید.

معرفی تکنیک‌های خلاقیت در کارآفرینی: پیش به سمت شکوفایی یک ایده

برخلاف تصور عموم، خلاقیت تنها به ویژگی‌های ذاتی افراد مربوط نبوده و به سادگی قابل آموزش است. اگر شما به عنوان یک کارآفرین نیازمند ایجاد ایده‌های نو و بدیع هستید، فراگیری تکنیک‌های خلاقیت در کارآفرینی می‌تواند شما را در این مسیر یاری کند. در ادامه به معرفی برخی از این تکنیک‌ها می‌پردازیم. لازم به ذکر است که تکنیک‌های زیر از کتاب «تصور کنید: خلاقیت چگونه کار می‌کند» (پرفروش‌ترین کتاب ایده پردازی در کسب و کار) به قلم جونا لور (Jonah Lehrer) برگرفته شده‌اند.

بارش فکری ممنوع!

درست است! علی‌رغم این که همواره تصور می‌شود که بارش فکری (یا همان طوفان فکری) یک روش و تکنیک مفید برای دستیابی به ایده‌های خلاقانه است، اما از نظر برخی متخصصین این روش پاسخگوی دستیابی به هدف تنظیم شده نخواهد بود. این مخالفت دلایل خاص خود را نیز دارد: در تکنیک بارش فکری هر ایده‌ای باید بی‌چون و چرا پذیرفته شده و نقدی بر آنها وارد نمی‌شود. این در حالی است که انتقاد برای دستیابی به یک ایده جدید بسیار ضروری و مهم است. انتقاد باعث می‌شود تا ما نادیده‌های خود را بهتر ببینیم.

خودتان را با تنوع و تفاوت احاطه کنید.

ایجاد تنوع فکری و حتی فرهنگی یکی دیگر از تکنیک‌های خلاقیت در کارآفرینی است. تصور کنید که شما مدرک مهندسی از دانشگاه خاصی را داشته و همه دوستان و کارمندان شما نیز دقیقاً دارای مدرک مهندسی از همان دانشگاه هستند. در این شرایط حتی در صورتی که تفاوت سنی و نژادی مختلفی در میان شما وجود داشته باشد، امکان بروز خلاقیت و دستیابی به ایده‌ها و راه‌حل‌های خاص بسیار محدود خواهد بود.

برای دستیابی به خلاقیت، لازم است تا دایره اجتماعی خود را گسترش داده و افراد دارای ذهنیت و طرز تفکری متفاوت از خودتان را در اطراف خود جمع کنید. لور بر روی ۷۶۶ نفر از فارغ‌التحصیلان دانشکده بازرگانی دانشگاه آکسفورد که کسب و کار خود را راه‌اندازی کرده‌اند، تحقیق کرده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که افرادی که دارای دایره اجتماعی بزرگ‌تری بوده و مهارت‌ها و تخصص‌های مختلفی را در کنار یکدیگر جمع کرده‌اند، نسبت به سایر کارآفرینان با دایره اجتماعی کوچک‌تر موفق بوده و تعداد ثبت اختراع و ایده‌ها و محصولات جدید آنها به طور میانگین ۳ برابر بیشتر است.

با افراد غریبه مشورت کنید.

مشورت با افراد غریبه و کسانی که در خارج از کسب و کار شما قرار دارند، روشی موثر برای جذب ایده‌های جدید و خلاقانه است. از آنجایی که افراد غریبه دچار کلیشه‌های ذهنی موجود در فضای کسب و کار شما نیستند، ممکن است ایده‌هایی خارج از چهارچوب فکری شما ارائه کرده و به یک نتیجه خلاقانه دست یابند. صحبت با این افراد شما را در معرض روش‌های جدید تفکر و همچنین ایجاد پیوندهای فکری جدید قرار خواهد داد.

به خود استراحت دهید.

ایجاد یک وقفه و استراحت کوتاه یکی دیگر از تکنیک های خلاقیت در کارآفرینی است. تحقیقات علمی نشان می دهد که تفکر بی وقفه برای حل یک مسئله باعث جلوگیری از ایجاد روش های خلاقانه می شود. هنگامی که تفکر در مورد مشکل یا مسئله ای را متوقف می کنیم، مغز ما به صورت خود کار و ناهشیار به پردازش روش های مختلف با اتصالات متفاوت در مورد آن می پردازد. شاید پیش از این بروز ناگهانی یک راه حل به ذهن هنگامی که در مورد آن فکر نمی کردید، را تجربه کرده باشید. این جرقه ناگهانی نتیجه همان پردازشی است که به صورت غیر ارادی و خارج از دایره هوشیاری شما، در ذهن تان در حال انجام بود.

در این میان برخی از روش های ترکیبی باعث بهبود نتیجه خلاقیت در حالت استراحت می شود. انجام ورزش یکی از این روش ها است. تحقیقات صورت گرفته نشان می دهد که افراد در هنگام راه رفتن و پیاده روی نسبت به زمانی که به صورت ساکت در یک جا ایستاده اند، به ایده های بهتری دست می یابند. همچنین روش های دیگری مانند مراقبه و مدیتیشن نیز می تواند شرایط ایجاد ایده های خلاقانه را فراهم نماید. اجازه ندهید تا فشارهای ناشی از کسب و کار بر روی تمرکز و خلاقیت ذهنی شما تأثیر گذار باشند.

محیط خود را تغییر دهید.

تغییر ظاهر محیط و فضای کار یکی دیگر از روش های کارآمد در بروز یک ایده خلاقانه است. این مسئله نیز تا حدودی به قسمت ناهشیار مغز مرتبط بوده و به صورت غیرمستقیم بر روی طرز تفکر ما تأثیر می گذارد. خارج شدن از محیط همیشگی و یا حتی ایجاد تغییراتی در آن باعث خواهد شد تا طرز فکر شما نیز دستخوش تغییراتی شده و به راه حل ها و ایده های جدیدی دست یابد.

از شکست استقبال کنید.

افراد خلاق ترسی از آزمایش ایده های جدید خود ندارند. همین ویژگی پذیرایی از شکست باعث شده تا ذهن آنها به صورت آزادانه حرکت کرده و به گزینه های مختلفی دست یابد. به مرور زمان شکست های قبلی نیز در این مسیر به یاری شما شتافته و علاوه بر حفظ ویژگی حرکت آزادانه ذهنی و خلاقیت، از انتخاب ایده های نادرست جلوگیری می کند.