



ENTREPRENEURIAL CURIOSITY



רקע

סקרנות יזמית מורכבת משני מרכיבים עיקריים: רצון ללמוד ולגלות דברים חדשים, ורצון לזהות הזדמנויות (גם בקבלת החלטות וגם ביצירת מיזמים חדשים), אשר קשורים להצלחת חברות (Harvey et al., 2007). בנוסף, סקרנות גבוהה מאפשרת התאמה יצירתית לשינויים בשוק וניצול הזדמנויות (Peljko et al., 2016).

רציונל המחקר

נוכח הסביבה היזמית המתאפיינת באי-ודאות ושינויים תכופים, סקרנות עשויה לשמש ככוח מניע לחקירה, הסתגלות ולמידה מתמדת. עם זאת, מעט מאוד ידוע על אופייה של סקרנות בהקשר יזמי – ועל כן חשוב להבין כיצד היא נוצרת ומתפתחת.

שיטת מחקר

חקר מקרה באמצעות פניה ל-12 יזמים שונים בישראל בגילאי 25-50 המגיעים ממגוון רחב של תחומים. היזמים רואיינו על השפעת הסקרנות על החלטותיהם במסע היזמי שלהם באמצעות ראיונות חצי מובנים.



דיון

המחקר מציע הבנה חדשה של המושג סקרנות יזמית כתכונה אסטרטגית הניתנת לפיתוח, ולא רק כדחף טבעי. נמצא כי סקרנות זו מורכבת משילוב של צורך בידע, אופטימיות ועניין ממוקד, ויכולה לשמש מנוע ללמידה, חדשנות והתמודדות עם אי-ודאות.

ממצאים מרכזיים

במחקר נמצא כי סקרנות יזמית מתבטאת בתועלתנות, אופטימיות, התמדה, תשוקה ואוטודידקטיות. היא מהווה מנוע לחדשנות, הסתגלות מהירה ולמידה מכישלונות. עם זאת, יזמים חלוקים בשאלה האם מדובר בתכונה מולדת או נרכשת.

**"NEVER STOP QUESTIONING.
CURIOSITY HAS IT'S OWN REASON FOR EXISTING"
– ALBERT EINSTEIN**