

رمز خلاقیت

سال دوم / شماره ۵ / خرداد ماه ۱۴۰۴



در این شماره می خوانیم:

شرکت خلاق چیست؟

چه کسانی مجذوب صنایع دستی و هنری می شوند؟
چگونه توسط تحقیقات روانشناسی خلاقتر شویم؟
چرا برای پیشرفت به خلاقیت احتیاج است؟
گزارشی از یک محصول فناورانه



نشریه علمی عمومی رمز خلاقیت

سال دوم / شماره ۵ / خرداد ماه ۱۴۰۴

صاحب امتیاز: کانون خلاقیت

دانشگاه آزاد اسلامی واحد کهنوج

مدیر مسئول:

حنانه مهدوی

سر دبیر:

امیر حسین قلندری

دبیر اجرایی:

مهدی مظفری لقا

اعضایی هیات تحریریه:

حنانه مهدوی

سوگند سالاری

علی نارویی

محمد حسین رزاق پور

امیر حسین قلندری

ساناز رشیدی فرد

محمد بهبودی

عبدالله یزدی

مهدی مظفری لقا

طراحی نشریه:

مهدی مظفری لقا

محمد بهبودی

ساناز رشیدی فرد





Leader.ir

حضرت آیت الله خامنه ای:

**به برکت انقلاب، روحیه‌ی جوانان و روحیه‌ی
عموم مردم، روحیه‌ی کار و ابتکار و خلاقیت
است.**

تلاش است با ایجاد پیوند و تعامل
میان این حوزه ها، ارزش
اقتصادی و فرهنگی محصولات
خلاق را به مثابه تولیدات
رزشمند در عصر حاضر نشان
دهد، شاهد هستیم که در کنار
شکل‌گیری شرکت های
دانش‌بنیان در مراکز علمی و
دانشگاهی کشور، بخش دیگری
از شرکت‌ها که عمدتاً در صنایع
خلاق، فرهنگی و خدمات نوین و
مبتنی بر فضای دیجیتال فعال
هستند و ماهیت رشد ایشان بر
مبنای خلاقیت، نوآوری و ارایه
مدل های نوین کسب و کار
می‌باشد، در زیست‌بوم نوآوری و
کارآفرینی کشور ظهور کرده و
مراحل رشد خویش را با شتاب
پشت سر می گذارند.

سخن سردیر



فهرست مطالب

شرکت خلاق چیست؟



چه کسانی مجذوب صنایع دستی و هنری می‌شوند؟



چگونه توسط تحقیقات روانشناسی خلاقتر شویم؟



چرا برای پیشرفت به خلاقیت احتیاج است؟



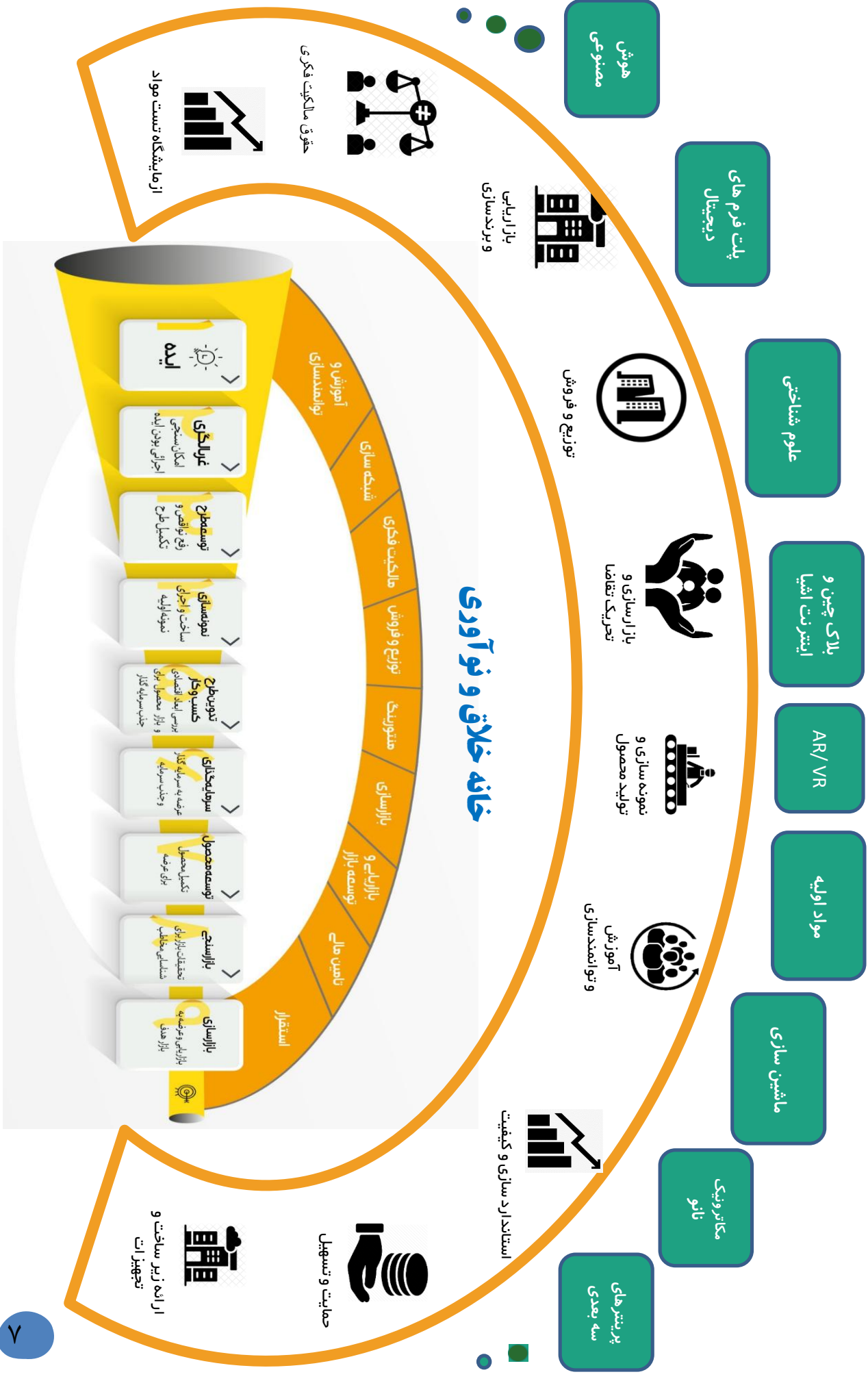
گزارشی از یک محصول فناورانه



شرکت خلاق چیست؟

مطابق این آیین‌نامه شرکت خلاق به شرکت‌ها و موسسات خصوصی نوآوری اطلاق می‌شود که یا در صنایع خلاق و فرهنگی مشغول بوده و یا الگوهای نوین کسب‌وکار را در ارائه محصولات و خدمات خود به کار گرفته باشند. شرکت خلاق، شرکتی است که جوهره رشد آنها یعنی خلاقیت و نوآوری، برای ارائه محصولات و خدمات جدید و مدل‌های نوین کسب‌وکار در سطح بازار هدف است، رشد و توسعه محصولات و خدمات آنها بر خلاف شرکت‌های دانش‌بنیان محصولاتی مبتنی بر فناوری پیشرفته نیست. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری این شرکت‌ها را در سه حوزه «توسعه بازار محصولات و خدمات، تسهیل فضای کسب‌وکار و پشتیبانی مالی و جذب سرمایه» حمایت می‌نماید. حمایتی که نزدیک و هم‌تراز با قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان خواهد بود که از آن جمله می‌توان به معافیت مالیاتی اشاره کرد.





فلوگراف پذیرش شرکت خلاق



چه کسانی مجذوب صنایع دستی و هنری می‌شوند؟

با توجه به آمار و علایق مشتریان مورد هدف، می‌توان ارتباطات و تعاملات را بیشتر کرد و در نتیجه میزان فروش را ارتقا داد.

بیشتر افراد کالاهای تولید شده بازاری را به صنایع هنری یا هنرهای اصیل ترجیح می‌دهند. شاید مشتریان، خرید از یک مال و یا به صورت آنلاین از برندهای معروف را ترجیح بدهند، اما جای نگرانی نیست زیرا این افراد مشتری شما نیستند و نباید نگران‌شان بود. لذا تمرکز و بازاریابی شما بر روی مشتریانی خاص است.

از طرفی دیگر، مشتریان زیادی هستند که مشخصاً خواهان و مجذوب هنرهای دستی و صنایع هنری هستند و به خوبی ذوق و استعداد خالق این صنایع را درک می‌کنند و خلاقیت به کار رفته در جز به جز این آثار را می‌پسندند. این افراد در هنگام خرید بسیار با دقت‌اند زیرا آن‌ها به دنبال کالاهایی هستند که به طور انبوه تولید نشده‌اند، رایج نیستند و به سهولت در دسترس همگان قرار ندارند. آن‌ها همیشه خیلی هنرمندانه کالاهای منحصر به فرد و متفاوت را انتخاب می‌کنند. این امر نشان می‌دهد که این افراد به خوبی ارزش‌ها را می‌شناسند.



چگونه توسط تحقیقات روانشناسی خلاقتر شویم؟

روانشناسان بر این باورند که خلاقت می‌تواند در اثر پرورش ذهن پدید آید از طرفی می‌تواند حاصل تلاش باشد. از طرفی بعضی به تأثیر ژنتیک معتقدند. بعضی دیگر به دست‌ورزی‌های محیط اشاره می‌کنند. تقسیم‌بندی‌های رایج مربوط به علم روانشناسی است و تقسیماتی که تاکنون بوجود آمده ویژگیهای سه عنصر را مورد بررسی قرار می‌دهند اول فرد خلاق، دوم فرایند خلاقت و نهایتاً محصول خلاق برای مثال گیلفورد ۱۹۵۰ معتقد است که خلاقت مجموعه‌ای از تواناییها و خصلتهایی است که تفکر خلاق را پدید می‌آورد مدنیک ۱۹۶۲ آن را نوعی شکل دادن به عناصر تداعی شده به صورتی جدید می‌داند که البته لزوماً با قوانین خاصی مطابقت می‌کند هرچه این عناصر جدیدتر باشند فرایند خلاق‌تر است گیزیلین ۱۹۴۵ معتقد است که خلاقت بیان دیگر گونه‌ای از مفاهیم و معانی است.



چرا برای پیشرفت به خلاقیت احتیاج است؟

مهارت‌های مرتبط با خلاقیت



اگر به صورت ترکیبی استفاده شوند، می‌توانند برای کمک به تفکر متفاوت درباره یک مسئله یا وظیفه سخت مؤثر باشند. مهارت‌های مرتبط با خلاقیت عبارتند از: ایجاد ارتباطات، پرسشگری، مشاهده‌گری، شبکه‌سازی و علاقه‌مندی به کسب تجربه

۱- ایجاد ارتباطات

وقتی خلاق هستید می‌توانید بین ایده‌های مختلف ارتباط پیدا کنید و از آن ارتباطات برای حل مسائل استفاده کنید. غالباً این ارتباطات زمانی اتفاق می‌افتد که در مورد وظیفه سخت یا مسئله به طور فعال تفکر کنید. به عبارتی بتوانید چیزی که می‌خوانید یا می‌شنید را با مسئله ارتباط دهید و آن را به روشی جدید مشاهده کنید.

۲- پرسشگری

خلاق بودن به شما اجازه می‌دهد خرد مورد قبول یا متعارف را به چالش بکشید. ممکن است تعجب کنید که چرا یک وظیفه را به روش خاصی انجام می‌دهید یا اینکه چرا باید مراحل خاصی را دنبال کنید. ممکن است مواقعی وجود داشته باشد که دلیلی برای انجام یک وظیفه وجود نداشته نباشد، اما همه عادت دارند وظیفه موصوف را انجام دهند.



۳- مشاهده‌گری

با مشاهده جهان پیرامون خود می‌توانید روش‌های جدید انجام کارها را کشف کنید. تماشای نحوه کار دیگران می‌تواند به شما انگیزه دهد تا به روش‌هایی برای کارایی بیشتر تفکر کنید. رویکرد افراد برای تحقق یک وظیفه ممکن است ایده‌هایی در مورد چگونگی انجام یک وظیفه مشابه به شما ارائه دهد.

۴- شبکه‌سازی

وقتی خلاق هستید، معمولاً می‌توانید از شرکت‌های گوناگون و شبکه‌سازی با افرادی که مانند خودتان نیستند لذت ببرید. بودن در کنار افرادی با پیشینه‌های مختلف می‌تواند شما را در معرض ایده‌های جدید قرار دهد و تفکر خلاق را به شما القا کند. گفتگو و کار با افرادی که دنیا را متفاوت می‌بینند می‌تواند به شما کمک کند تا دیدگاه‌های جدیدی را کسب کنید.

۵- علاقه‌مند به کسب تجربه

مهم نیست که یک ایده چقدر غیرمعمول باشد، یک فرد خلاق حاضر است آن را آزمایش کند و ببیند آیا ایده موصوف مؤثر است. آن‌ها شکست را فرصتی برای یادگیری و پیشرفت می‌دانند. برای رشد این مهارت در حل مسئله کار کنید و ایده‌های خود را تطبیق دهید و در مورد آن‌ها تجدیدنظر کنید تا زمانی که راه‌حلی پیدا کنید.

گزارشی از یک محصول فناورانه



محصول فناورانه: میکروکپسول اسانس کاکوتی

محصول فناورانه عضو هیات علمی و پژوهشگر گروه پژوهشی بیوتکنولوژی صنعتی، در بخش استارت‌آپ‌های برتر با عنوان "میکروکپسول اسانس کاکوتی با روش خشک کردن پاششی به عنوان افزودنی آنتی باکتریال طبیعی در فراورده‌های غذایی و دارویی" در سال ۱۴۰۱ معرفی شد.

