

The Role of Intellectual Property Rights in Factors Affecting the Creation and Development of Knowledge-Based Business Ventures in the Financial Sector

Behrooz Jamali*✉ 

Technological Entrepreneurship Department, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.

Email: behrooz.jamali@ut.ac.ir

Abbas Jafari 

Technological Entrepreneurship Department, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.

Email: ab.jafari@ut.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history :
Received 27 November 2024
Received in revised form 21
December 2024
Accepted 20 January 2025
Published online 17 February
2025

Keywords:
Intellectual Property Rights,
Drafting and Enforcement of IP
Rights, Knowledge-Based
Businesses Ventures, Financial
Sector.

ABSTRACT

Objective: The primary objective of this study is to investigate the impact of the formulation and implementation of intellectual property (IP) rights on the creation and development of knowledge-based business ventures in the financial sector.

Method: To test the research hypotheses, a questionnaire comprising 31 items was distributed to 305 entrepreneurs who had established high-risk knowledge-based businesses in the financial sector. Out of these, 219 completed questionnaires were returned. The collected data were analyzed using appropriate statistical methods.

Findings: Intellectual property rights significantly influence the success of knowledge-based businesses, as the drafting and enforcement of IP-related laws have a profound impact on their development and growth. Specifically, IP rights play a critical role both before and after the establishment of high-risk knowledge-based businesses, particularly in the financial sector. The findings highlight that the optimal drafting of IP laws accounts for 54% of the success of these businesses, while their proper enforcement contributes to 55%. This underscores the importance of well-designed and effectively implemented intellectual property frameworks in fostering the success of knowledge-based ventures.

Conclusion: This study aligns with prior research and emphasizes the importance of properly drafting and enforcing intellectual property rights. The innovative contribution of this research lies in its focus on two dimensions: the drafting and enforcement of IP laws before and after the establishment of knowledge-based businesses.

Cite this article: Jamali, B., & Jafari, A. (2025). The Role of Intellectual Property Rights in Factors Affecting the Creation and Development of Knowledge-Based Business Ventures in the Financial Sector. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Research*, 3(4), 1-17. <https://doi.org/10.22034/eir.2025.490977.1133>



© The Author(s).

Publisher: Scientific Association of Entrepreneurship & Innovation in IRAN.

نقش حقوق مالکیت فکری در عوامل موثر بر خلق و توسعه کسب و کارهای دانش بنیان خطرپذیر در حوزه مالی

بهروز جمالی*

گروه کارآفرینی فناوریانه، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: behrooz.jamali@ut.ac.ir

عباس جعفری

گروه کارآفرینی فناوریانه، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: ab.jafari@ut.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: هدف این پژوهش بررسی تأثیر تدوین و اجرایی شدن حقوق مالکیت فکری بر خلق و توسعه کسب و کارهای دانش بنیان مخاطره پذیر در حوزه مالی است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۹/۷ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۰/۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۱ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۱/۲۹	روش: به منظور بررسی فرضیه های پژوهش، پرسشنامه ای با ۳۱ گویه بین ۳۰۵ نفر از کارآفرینانی که اقدام به تأسیس شرکت های دانش بنیان مخاطره پذیر در حوزه مالی نموده بودند، توزیع شد و از این تعداد ۲۱۹ پرسشنامه بازگشت داده شد. داده های جمع آوری شده با استفاده از روش های آماری مناسب تحلیل شدند.
	یافته ها: یافته ها نشان می دهند که تدوین بهینه قوانین مالکیت فکری ۵۴ درصد از موفقیت این کسب و کارها را تبیین می کند، در حالی که اجرای صحیح این قوانین سهمی ۵۵ درصدی در موفقیت آنها دارد. این موضوع اهمیت طراحی مناسب و اجرای مؤثر چارچوب های مالکیت فکری را در تقویت موفقیت کسب و کارهای دانش بنیان برجسته می کند.
کلیدواژه ها: تحقیق و توسعه درونی، تحقیق و توسعه بیرونی، شایستگی های محوری منابع انسانی	نتیجه گیری: نتایج نشان می دهند که حقوق مالکیت فکری تأثیر قابل ملاحظه ای بر موفقیت شرکت های دانش بنیان دارد. به ویژه، تدوین و اجرای قوانین مرتبط با حقوق مالکیت فکری می تواند تأثیر چشمگیری بر موفقیت این شرکت ها داشته باشد. به طور خاص، حقوق مالکیت فکری در مرحله قبل و پس از تأسیس شرکت های دانش بنیان مخاطره پذیر، به ویژه در حوزه مالی، نقش مؤثری ایفا می کند. همچنین، نتایج تحقیق نشان داد که تدوین بهینه قوانین مالکیت فکری به میزان ۵۴ درصد و اجرای صحیح آن به میزان ۵۵ درصد بر موفقیت این شرکت ها تأثیرگذار است.
	استناد: جمالی، بهروز، و جعفری، عباس (۱۴۰۳). نقش حقوق مالکیت فکری در عوامل موثر بر خلق و توسعه کسب و کارهای دانش بنیان خطرپذیر در حوزه مالی، پژوهش های کارآفرینی و نوآوری، ۳(۴)، ۱۷-۱۴.
	https://doi.org/10.22034/eir.2025.490977.1133
	ناشر: انجمن علمی کارآفرینی و نوآوری ایران.
	© نویسندگان.

مقدمه

فضای کسب و کار و سرمایه‌گذاری به‌مثابه محیطی سیاستی، نهادی و رفتاری است که بازدهی و مخاطرات مرتبط با تولید را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Bhat, 2018). برای دستیابی به اقتصاد دانش بنیان، باید شرایط لازم برای ابداع و نوآوری فراهم شود تا توانایی تبدیل ایده‌ها به محصولات از طریق سرمایه‌گذاری و تولید محصولات جدید ایجاد گردد (شعوری و نجفی، ۱۳۹۶). از این رو، یکی از ابزارهای زمینه‌ساز رشد خلاقیت و نوآوری در یک کشور، حمایت از حقوق مالکیت فکری است و نقش مهم حقوق مالکیت فکری در تجارت، سرمایه‌گذاری و روابط اقتصادی رو به رشد بر کسی پوشیده نیست (Gürkaynak et al., 2018). بحث‌های زیادی در زمینه حقوق مالکیت فکری و نقش آن در توسعه اقتصادی کشورها در جریان است (Pereira, 2011). فقدان قوانین و مقررات منسجم و یکپارچه در خصوص حقوق مالکیت فکری و چگونگی اعطای آن به ابتکارات و اختراعات و حق امتیاز در زمینه‌های مختلفی که شرکت‌ها و کسب و کارهای خطرپذیر در آن فعالیت دارند، یکی از چالش‌های کشورهای در حال توسعه و کشور ایران است و مشکلات و تردیدهای فراوانی را پیش روی آن‌ها در ارتباط با حوزه‌های دانش بنیان قرار داده است (آقازاده و همکاران، ۱۳۹۵).

گزارش جهانی (WIPO, 2024) تأکید دارد که کشورها می‌توانند با تقویت توانمندی‌های نوآورانه خود و استفاده صحیح از حقوق مالکیت فکری، توسعه اقتصادی و پایداری را تسهیل کنند. این مطالعه به‌ویژه در حوزه‌های نوآوری‌های فناوری و کشاورزی به نقش حقوق مالکیت فکری در پیشبرد صنعت و افزایش صادرات پرداخته است (WIPO, 2024). با توجه به پیشرفت‌های سریع در فناوری، حقوق مالکیت فکری در سال‌های اخیر، به‌ویژه در حوزه‌های هوش مصنوعی، بلاک‌چین و بیوتکنولوژی، به یکی از عوامل کلیدی در حفاظت از نوآوری‌ها تبدیل شده است. مطالعات اخیر نشان می‌دهند که دعاوی حقوقی مرتبط با پتنت‌ها و علائم تجاری در این زمینه‌ها به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافته است (Trademarkia, 2023) در سال‌های اخیر، کشورهایمانند چین و هند شاهد افزایش قابل‌توجهی در ثبت پتنت‌ها بوده‌اند. این روندها نشان‌دهنده توجه بیشتر به حمایت از نوآوری‌های جدید و تأثیرات آن‌ها بر رشد شرکت‌های دانش بنیان در کشورهای در حال توسعه است. این اطلاعات نشان‌دهنده تأثیرات حقوق مالکیت فکری بر شرکت‌های دانش بنیان در کشورهای مختلف می‌باشد (WIPO, 2023).

نظام فناوری در هر کشوری متشکل از شاکله حقوقی و قانونی است که هرچقدر توانایی و دقت این قوانین بیشتر باشد و بر به‌کارگیری و اجرای این قوانین تأکید بیشتری شود، بقا و قدرت نوآوری و فناوری در آن کشور تقویت می‌شود (Gao & Huang, 2021). این امر محرک و عاملی انگیزشی برای تداوم و توسعه ابداع و نوآوری در اشخاص حقیقی و حقوقی است. حقوق مالکیت فکری به شرکت‌ها این اجازه را می‌دهد که جهت جذب سرمایه بدون ترس از کپی‌برداری از نوآوری‌هایشان، با شرکت‌ها یا افراد تجاری و سرمایه‌گذاران به مذاکره پرداخته و محصول جدید را به بازار ارائه دهند (Bhat, 2018). از این رو به نظر می‌رسد که تأمین حقوق مالکیت فکری شرکت‌ها، عاملی انگیزاننده در توسعه و تداوم نوآوری توسط آنان باشد. بی‌تردید توجه ناکافی به این مقوله، انگیزه لازم را از سازمان‌ها برای ابداع و نوآوری محصولات یا خدمات جدید از بین خواهد برد. حقوق مالکیت فکری امروزه به‌عنوان یکی از مسائل زیرساختی سیستم‌های نوین اقتصادی و ابزار مهم اساسی برای رشد اقتصادی و باارزش‌ترین سرمایه در معاملات و داد و ستدهای تجاری تلقی می‌شود (شعبانی و همکاران، ۱۳۹۶).

علاوه بر افزایش عمومی نوآوری و فعالیت‌های تحقیق و توسعه، حقوق مالکیت فکری بر میزان سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر برای تحقیق و توسعه و تجاری‌سازی محصولات و خدمات نوآورانه نیز تأثیر می‌گذارد. از مهم‌ترین نهاد‌های واسطه که در زمینه تأمین مالی استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانشی ورود کرده و موجبات تجاری‌سازی ایده را فراهم می‌آورند، صندوق‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر (VC) هستند. سرمایه‌گذاران خطرپذیر، سرمایه‌ای است که به همراه کمک‌های مدیریتی، در اختیار شرکت‌های نوپا، کوچک، به‌سرعت در حال رشد و دارای چشم‌انداز اقتصادی روشن قرار می‌گیرد. از مهم‌ترین ویژگی‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. توجه به شرکت‌های استارت‌آپی مبتنی بر دانش در حوزه فناوری‌های پیشرفته؛
۲. خطرپذیری (سرمایه‌گذاری بر روی ایده‌های فناورانه بدون دریافت هیچ‌گونه تضمین قبلی)؛
۳. دیدگاه بلندمدت؛
۴. انگیزه سودآوری (بسیار بالاتر از نرخ سود در سرمایه‌گذاری‌های متعارف)؛
۵. مشارکت در مدیریت کسب و کار نوپا؛
۶. خروج از سرمایه‌گذاری از طریق فروش سهام یا واگذاری به دیگر شرکت‌ها یا افراد علاقه‌مند (Dixon, 2011)

حقوق مالکیت فکری یک برگ برنده مهم برای شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های نوآور است که امکان دسترسی به تأمین مالی از سوی سرمایه‌گذارانی مانند «VC» ها را فراهم می‌نماید. وقتی یک استارت‌آپ به یک سطح خاص از توسعه می‌رسد، مثلاً شرایطی که تحقیق و توسعه خود را به یک دارایی پتنت‌شده تبدیل نموده است، نشان از مدیریت مطلوب و ترسیم یک چشم‌انداز واقعی و مناسب از جایگاه شرکت در بازار تقاضا دارد و این همان چیزی است که سرمایه‌گذاران حوزه نوآوری به دنبال آن هستند. بنابراین، یک رابطه مثبت و واقعی بین تأمین بودجه از سوی سرمایه‌گذاران خطرپذیر و نوآوری‌های تحت حفاظت سیستم‌های مالکیت فکری (مثلاً ثبت اختراع) وجود دارد.

از همین رو یکی از اساسی‌ترین و کاربردی‌ترین مفاهیم مورد نیاز جامعه امروز، نوآوری و حمایت از مالکان فکری از طریق تقویت شاکله حقوقی و نظام فناوری است. نوآوری ایجاد یک محصول جدید و یا ارتقاء یافته (محصول یا سرویس)، فرآیند، روش بازاریابی جدید یا یک روش سازمان‌دهی جدید در فعالیت‌های تجاری یا سازمان محل کار یا روابط خارج سازمانی است. به دلیل هزینه بالای تحقیق و عدم اطمینان از بازگشت سرمایه، کشورها برای تشویق نوآوری سیاست‌های مختلفی را اجرا نموده‌اند. تقویت حفاظت از حقوق مالکیت فکری از مهم‌ترین این سیاست‌ها است (شعوری و نجفی، ۱۳۹۶). معمولاً مالکان آثار فکری و صاحبان ایده‌ها جوان هستند که هم سرمایه کافی برای تجاری‌سازی اموال فکری و هم تجربه مدیریتی لازم را ندارند. صنعت سرمایه‌گذاری خطرپذیر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع تأمین مالی برای مالکان فکری محسوب می‌شود که دو مشکل مذکور را حل می‌کند. به دلیل وجود یک محیط غیرقطعی و اطلاعات نابرابر میان طرفین، وظیفه قرارداد منعقد شده میان مالکان آثار فکری و سرمایه‌گذاران خطرپذیر به مراتب سنگین‌تر می‌شود و متضمن شروط و اصولی است که بر این مشکلات فائق آید (آقازاده و همکاران، ۱۳۹۵).

بر اساس مطالب بیان شده، مسئله اصلی پژوهش به صورت زیر مطرح می‌شود: ادراک شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر از حقوق مالکیت فکری در کشور، چه تأثیری بر عوامل مؤثر بر خلق و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر داشته است؟ به منظور بررسی فرضیه‌های مورد نظر پژوهش، ابتدا به بررسی پژوهش‌های مرتبط پیشین و چارچوب نظری پرداخته شده است. سپس فرضیه‌های پژوهش و مدل مفهومی ارائه می‌گردد. در ادامه به بررسی روش پژوهش و طراحی مورد استفاده برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها پرداخته شده است. سپس نتایج داده‌های جمع‌آوری شده در قالب یافته‌های پژوهش ارائه شده و در پایان به بحث و نتیجه‌گیری و جمع‌بندی پرداخته خواهد شد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کسب‌وکارهای خطرپذیر^۱

شرکت‌های جدید سازمان‌های یادگیرنده‌ای هستند که به دنبال فعالیت‌های سودآور هستند و می‌توانند پایدار باشند. خطرات ناشی از مسائلی همچون جدید بودن و کوچک بودن می‌تواند بر این که آیا شرکت‌های جدید می‌توانند به سازمان‌های سودآور تبدیل شوند یا خیر تأثیر بگذارد. جدید بودن به این دلیل مشکل‌ساز است که شرکت‌های جدید معمولاً مجموعه منابع خاصی را در اختیار ندارند (برای مثال، مجموعه‌ای از روابط اجتماعی و قابلیت‌ها، از قبیل نقش‌های متمایز، که بیشتر سازمان‌ها آن‌ها را در اختیار دارند). با اینکه همه شرکت‌های جدید بر حسب این تعریف جدید هستند، اما فقط برخی از شرکت‌های جدید کوچک هستند. مسئله کوچک بودن زمانی پیش می‌آید که شرکت‌ها مقیاس یا دامنه اقتصادی شرکت‌های بزرگ‌تر را ندارند و این مورد هزینه بیشتری برای شرکت‌های کوچک‌تر به بار می‌آورد. مسئله‌های سالخوردگی و اندازه برعکس مسئله‌های کوچک بودن و جدید بودن هستند و گریبانگیر سازمان‌هایی می‌شوند که بیشتر در محیط اطراف خود درگیر هستند و به منابع خارجی وابسته می‌باشند و این وابستگی آزادی عمل سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Auschra et al., 2019).

شرکت‌های جدید (به عنوان سازمان‌های یادگیرنده) باید رابطه بین جستجو برای دانش جدید یا اکتشاف، و استفاده از دانش به دست آمده یا بهره‌برداری را به دقت مدیریت کنند. بنابراین، ایجاد شرکت شامل زیرفرایندهای مختلف اکتشاف و بهره‌برداری می‌شود. فرصت مبنای مطالعات کارآفرینی است. زیرفرایندهای بهره‌برداری از فرصت عبارتند از: به دست آوردن منابع مورد نیاز برای دنبال کردن فرصت. کاکرتز و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقی که در زمینه بهره‌برداری از فرصت انجام دادند، شش فعالیت را که نشان‌دهنده بهره‌برداری از فرصت می‌باشند، برشمردند. این شش فعالیت عبارتند از: توسعه یک محصول یا خدمات، دستیابی به منابع انسانی، برنامه‌ریزی کسب‌وکار، درک مشتریان و بازار، جمع‌آوری منابع و راه‌اندازی سازمان. زیرفرایندهای بهره‌برداری فرصت نیز از طریق نقش و عملکرد کسب‌وکار در شرکت‌های جدید و پایدار بررسی می‌شود. به عنوان مثال، به علت مسئله جدید بودن،

نقش بازاریابی شرکت جدید به طور قابل توجهی متفاوت است، زیرا عموم مردم هیچ اطلاعات قبلی در مورد شرکت ندارند و این شرکت باید مورد قبول عموم قرار گیرد. از طریق ارتباطات نمادین می‌توان اعتماد مردم را به دست آورد و اعتبار کسب کرد و سطح دانش عمومی در مورد شرکت جدید را بالا برد (Auschra et al., 2019) ارتباطات نمادین بازاریابان شرکت‌های جدید با ارتباطات بازاریابان شرکت‌های پایدار کاملاً متفاوت است. علاوه بر این، یکی از استراتژی‌های بازاریابی این است که شرکت‌های جدید باید نیازهای پنهان را پیش‌بینی کنند، و بدین منظور باید تلاش کنند که رهبری بازار را به دست گیرند و به بازار شکل بدهند نه اینکه فقط از بازار پیروی کنند. اما در بازاریابی سنتی، تمرکز زیرفرایندهای بهره‌بردار بر در دسترس بودن یک محصول یا خدمات است، زیرا چنین زیرفرایندی برای مشتری ارزش دارد و مزیت به حساب می‌آید و ارتباط با مشتری اهمیتی ندارد.

شوگ و همکاران (۲۰۰۳) معتقدند که ایجاد کسب‌وکار خطرپذیر در قلب کارآفرینی قرار دارد. اگرچه از دیدگاه برخی محققان، کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار خطرپذیر مترادفند، ولی توافق گسترده‌ای بر سر این موضوع وجود دارد که ایجاد کسب‌وکار خطرپذیر یک زیرمجموعه مشخص از کارآفرینی است و در واقع کسب‌وکار خطرپذیر از طریق فرایند کارآفرینانه شکل می‌گیرد (هیندل و کلابور، ۲۰۱۱). فوربس (۲۰۱۹)، خلق کسب‌وکار خطرپذیر جدید را به عنوان فرایند تحقق بخشیدن به ایجاد یک سازمان جدید تعریف نموده است. لیاثو و ولش (۲۰۰۸)، فرایند کسب‌وکار خطرپذیر جدید را به عنوان: «یک توالی از فعالیت‌ها که کارآفرین انجام می‌دهد تا یک سازمان جدید را ایجاد نماید» تعریف نموده‌اند.

گارتنر و شاور (۲۰۱۲) در یک مرور جامع از ادبیات کارآفرینی پیشنهاد نموده‌اند که کسب‌وکار خطرپذیر جدید یک پدیده چندبعدی است که می‌توان آن را از چهار بعد اصلی شرح داد: فردی (کارآفرین کیست؟)، سازمانی (سازمان‌های جدید چگونه هستند؟)، محیطی (چه چیزی سازمان جدید را احاطه کرده است؟) و فرایند (کارآفرین چه می‌کند؟). از یک منظر، کسب‌وکار جدید باید بر کارآفرین به عنوان علت اولیه ایجاد سازمان تمرکز کند. این دیدگاه فردی به دنبال کشف آن خصیصه‌های شخصیتی و تجربیات اساسی است که ممکن است افرادی را که سازمان‌ها را راه‌اندازی می‌کنند از افرادی که این کار را نمی‌کنند متمایز کند. دیدگاه دیگر در تحقیق کارآفرینی، دیدگاه سازمانی است که ساختار کسب‌وکار جدید را مورد بررسی قرار می‌دهد. منظر سوم که بر محیط تمرکز دارد و اکثراً در مدل بوم‌شناسی جمعیت استفاده می‌شود، سازمان‌ها را در بستر تأثیرات محیطی مشاهده می‌کند و راه‌اندازی سازمان‌ها را تحت تأثیر عوامل موجود در محیط می‌بیند. منظر فرایندی نیز فعالیت‌هایی که کارآفرینان برای ایجاد کسب‌وکار جدید انجام می‌دهند، را بررسی می‌نماید (Gartner & Shaver, 2012) همچنین در ادامه برای درک بهتر فرایند خلق شرکت‌های دانش بنیان خطرپذیر به ارائه مدل‌های خلقی در این حوزه پرداخته شده است.

مدل های خلق کسب و کارهای خطرپذیر

در این بخش به بررسی مدل های فرایندی خلق کسب‌وکارهای خطرپذیر پرداخته شده است. شناخت این مدل‌ها با توجه به قرار گرفتن شرکت های دانش بنیان خطرپذیر ذیل این حوزه، می‌تواند نگاه دقیق تری از فرایند خلق شرکت‌های دانش بنیان خطرپذیر ایجاد نماید.

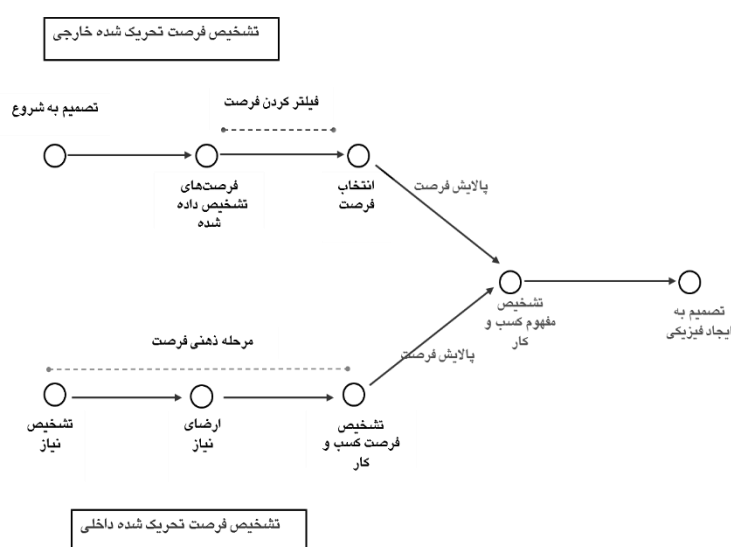
مدل فرایندی خلق کسب‌وکار خطرپذیر بی‌هیو (۱۹۹۴)

بی‌هیو (۱۹۹۴) در مدل فرایند تشخیص فرصت در راه‌اندازی و خلق کسب‌وکار خطرپذیر کارآفرینانه، بر اساس برون‌زا یا درون‌زا بودن فرصت، دو روند برای تشخیص فرصت ارائه نموده است. در فرصت‌های برون‌زا، تصمیم‌گیری در خصوص راه‌اندازی کسب‌وکار بر تشخیص فرصت پیشی می‌گیرد. در فرصت‌های درون‌زا، فرصت بر تصمیم‌گیری در خصوص راه‌اندازی کسب‌وکار پیشی می‌گیرد (بی‌هیو، ۱۹۹۴).

بر اساس جمع‌بندی وی از دیدگاه سایر محققان، در یک دیدگاه اعتقاد بر این است که تشخیص فرصت برای برخی از کارآفرینان با محرک‌های بیرونی آغاز می‌شود. به گفته‌ی برخی از محققان، تصمیم کارآفرین به آغاز یک کسب‌وکار خطرپذیر، پیش از تشخیص فرصت اتخاذ می‌شود. این تصمیم سپس تحت تأثیر برخی شرایط محیطی و پیشامدهای زمانی در حین تشخیص فرصت قرار می‌گیرد. پس از اتخاذ تصمیم، کارآفرین به جست‌وجو پرداخته و فرصت‌هایی را که مناسب نیستند، حذف می‌کند و یک یا چند فرصت را برای پیگیری انتخاب می‌کند. پس در این فرایند، یک مرحله‌ی غربال فرصت‌ها نیز وجود دارد. پس از این که کارآفرین

نسبت به دنبال کردن یک فرصت خاص متعهد شد، آن را مورد پالایش قرار داده و تصحیح می کند. در مرحله ی بعدی، کارآفرین مفهوم کسب و کار خود را توسعه می دهد. در مجموع، وی بر اساس جمع بندی خود معتقد است که در بیش از نیمی از کسب و کارها (۵۹ درصد)، شناسایی فرصت و غربال آن ها پس از تصمیم به ایجاد کسب و کار انجام می شود.

علاوه بر این دیدگاه، برخی دیگر از محققان اعتقاد دارند که تشخیص فرصت با محرک های درونی آغاز می شود. در این حالت، برای برخی از کارآفرینان، تشخیص فرصت قبل از تصمیم گیری در خصوص شروع یک کسب و کار خطرپذیر صورت می گیرد. در این حالت، کارآفرینان با نیازها و تجربیاتی آشنا می شوند که با ابزارهای موجود به راحتی قابل دستیابی نیستند. بنابراین، به تنهایی یا با همکاری دیگران برای رفع این نیازها تلاش می کنند و به محض این که راه حلی برای آن پیدا کردند، فرصت های کسب و کار نمایان می شوند. با گذشت زمان، این فرصت ها مورد توجه کارآفرین قرار گرفته و وی برای شروع کسب و کار خطرپذیر خود تصمیم گیری می کند. در مجموع، فرایند کشف فرصت، چه بر اساس محرک های درونی و چه محرک های بیرونی، منجر به توسعه ی مفهوم کسب و کار می شود. اگر مفهوم کسب و کار به قدر کافی خوب تعریف شود، کارآفرین می تواند کسب و کار خود را آغاز کند. اما اگر این مفهوم به اندازه ی کافی با نیاز بازار هماهنگ نباشد، ممکن است اجرای آن هرگز فراهم نگردد (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۶).



شکل ۱. مدل فرایندی خلق کسب و کار خطرپذیر بی هیو (۱۹۹۴)

همانطور که در مدل مشاهده می شود، خلق کسب و کار از دو مسیر مختلف صورت می گیرد. اول تصمیم به شروع است که حاصل وجود یک نیاز است و دوم تشخیص نیاز است که در آن نیاز توسط کارآفرین تشخیص داده می شود. هر دو مسیر منتهی به تشخیص مفهوم کسب و کار و خلق آن به عنوان یک ماهیت واقعی و فیزیکی می شود. فرایند شکل گیری شرکت های دانش بنیان نیز بر همین اساس است.

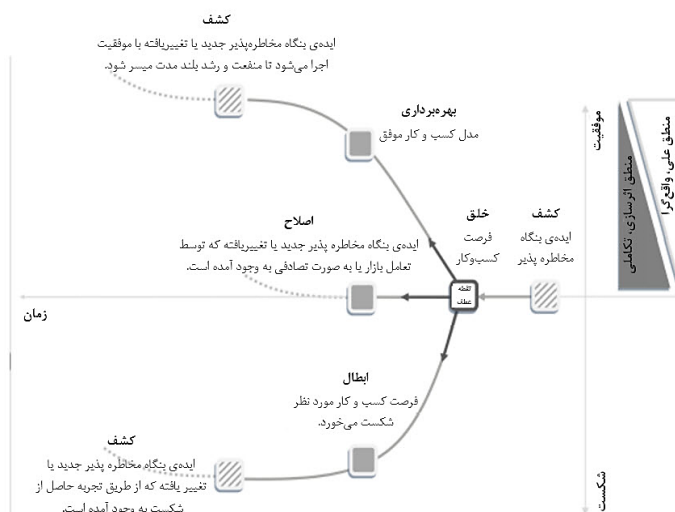
مدل پویای خلق کسب و کار خطرپذیر بکر و همکاران (۲۰۱۵)

این چارچوب با کشف و انتخاب ایده ی کسب و کار خطرپذیر شروع می شود. کارآفرین به طور پیش فعال ایده ی کسب و کار را به عنوان یک فرصت کسب و کار با آینده ای درخشان، در تعامل با محیط شکل می دهد. با وجود این که انعطاف پذیری در این مرحله اولیه ضروری است، اما برنامه ریزی کسب و کار می تواند منجر به شناسایی دقیق تر مراحل عملیاتی شود که برای رسیدن به اهداف مهم و مدیریت بهتر منابع، مورد نیاز است. (Kuckertz et al., 2020). زمانی که استراتژی تعیین شد، کسب و کار خطرپذیر جدید در آستانه ی یک مرحله بسیار مهم قرار می گیرد. مهارت کارآفرین در موقعیت یابی محصول یا خدمت جدید در بازار و به ویژه تأیید و پذیرش مشتری، موفقیت یا شکست کسب و کار خطرپذیر جدید را تعیین می کند. وبستر (۱۹۷۶) از این مرحله به عنوان "گلوگاه" یاد کرده است که بسته به بازخورد بازار، سه سناریو ممکن است پیش آید:

۱. بهره برداری: فرصت با موفقیت بهره برداری شده و در یک مدل درآمدی خود را نشان می دهد.
۲. اصلاح: در فرایند پالایش فرصت و تعامل بازار، فرصت های کسب و کار جدید یا تغییر یافته نمایان می شوند.

۳. ابطال: پذیرش بازار پیش‌بینی شده موفق نمی‌شود و کسب‌وکار خطرپذیر کاملاً شکست می‌خورد.

از آنجایی که این چارچوب لزوماً متوالی نیست، این سناریوها راه یکدیگر را سد نمی‌کنند و در واقع ممکن است همزمان اتفاق بیفتند. مثلاً ممکن است در پالایش فرصت، کارآفرین با موفقیت از پس موقعیت‌یابی محصول یا خدمت در بازار بر آید و همزمان خلق محصول یا خدمت بعدی یا اصلاح شده را - که مبتنی بر تجربه‌ای است که به دست آورده - آغاز کند (بکر و همکاران، ۲۰۱۵).



شکل ۲. مدل پویای خلق کسب‌وکار خطرپذیر بکر و همکاران (۲۰۱۵)

در این فرایند نیز مطابق شکل خلق یک کسب و کار خطرپذیر یا یک شرکت دانش بنیان خطرپذیر در طول زمان می‌تواند منجر به مسیر ابطال ایده و مرگ شرکت، مسیر اصلاح ایده اولیه و تغییر مسیر آن به سمت یک ایده اصلاح شده و در نهایت مسیر بهره‌برداری از ایده و کسب موفقیت حاصل از فعالیت‌های مرتبط با تولید محصول یا خدمتی بر اساس کشف و خلق فرصت کسب و کار می‌شود.

مدل ۵ مرحله‌ای رشد بنگاه لوئیس و چرچیل (۱۹۸۳)

چرچیل و لوئیس (۱۹۸۳) مدلی ۵ مرحله‌ای برای رشد بنگاه‌های کوچک ارائه داده‌اند. آن‌ها برای تبیین این مدل و چارچوب متناسب با کسب‌وکارهای کوچک و درحال رشد، ترکیبی از تجربه‌ها، مرور ادبیات این حوزه و تحقیقات تجربی را استفاده کرده‌اند و در نهایت مدل خود را ارائه داده‌اند. هر مرحله از این مدل برحسب اندازه، تنوع و پیچیدگی طبقه‌بندی شده است و پنج فاکتور مهم مدیریتی روش مدیریت، ساختار سازمانی، درجه رسمی بودن، اهداف اصلی استراتژیک و سطح درگیری مالک با کسب‌وکار، در هر مرحله تشریح گردیده است.

این ۵ مرحله در شکل زیر نمایش داده شده است:

مرحله ۱	مرحله ۲	مرحله ۳ (۱)	مرحله ۳ (۲)	مرحله ۴	مرحله ۵
ظهور	بقاء	عقب نشینی	رشد	برخاستن	بلوغ

شکل ۳. مدل ۵ مرحله‌ای رشد بنگاه لوئیس و چرچیل (۱۹۸۳)

در جدول ۱، ۵ فاکتور مهم در هر مرحله مطابق شکل تبیین شده است.

¹ Churchill and Lewis

جدول ۱. فاکتورهای مدل ۵ مرحله‌ای رشد بنگاه لوئیس و چرچیل (۱۹۸۳)

مرحله فاکتور	ظهور	بقاء	عقب نشینی	رشد	برخاستن	بلوغ
سبک مدیریت	سرپرستی مستقیم	سرپرستی نظارت شده	به صورت کارکردی	به صورت کارکردی	به صورت بخشی	صف و ستاد
سازمان	ساده	در حال رشد	در حال رشد	در حال رشد	در حال رشد	پیچیده
درجه رسمی بودن	از کم تا هیچ	کم	متوسط	رو به رشد	در حال بلوغ	زیاد
الزامات راهبردی اصلی	وجود	بقا	حفظ شرایط کنونی سودآور	اکتساب منابع برای رشد	رشد	بازگشت سرمایه

همانطور که در جدول ۱ مشاهده می شود، در هر مرحله از شکل گیری شرکت های دانش بنیان یا کسب و کارهای خطرپذیر، عواملی وجود دارند که اثرگذاری آنها در هر مرحله متفاوت از سایر مراحل است. به عنوان مثال ساختار سازمان در مراحل اولیه بسیار ساده است ولی رفته رفته با شکل گیری فعالیت ها و گسترده شدن آن، ساختار سازمان نیز رشد می کند و به سمت پیچیدگی می رود.

حقوق مالکیت فکری

حقوق مالکیت فکری به مجموعه حقوقی اطلاق می شود که به صاحبان آن حق بهره برداری از فعالیت های فکری و ابتکاری خود را می دهد. این حقوق، ارزش اقتصادی دارند و قابلیت داد و ستد را نیز دارا هستند، اما موضوع آن ها شیء معین مادی نیست (Bhat, 2018). انواع مختلفی از مالکیت فکری شامل حقوق پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری (که به «حق مؤلف» یا «حق تکثیر» معروف است)، حق اختراع، حقوق مرتبط با مشتری مانند سرقتی و همچنین حقوق تجاری و صنعتی از جمله علائم تجاری، نامها و اسرار تجاری می باشد (شعوری و نجفی، ۱۳۹۶). اموال فکری از اموال منقول به شمار می آیند که حاوی خلاقیت و ابتکار هستند و معمولاً به عنوان «آفریده های فکری» شناخته می شوند. کپی رایت (حق تکثیر)، علائم تجاری، اسرار تجاری و حق اختراعها از اقسام مهم مالکیت فکری به شمار می روند (حجازی و همکاران، ۱۳۸۹). تأمین حقوق مالکیت فکری به عنوان ابزاری مناسب برای حفظ حقوق اشخاص حقیقی و حقوقی از نوآوری هایی است که آن ها ایجاد کرده اند. این امر به عنوان محرک و عاملی انگیزشی برای تداوم و توسعه ابداع و نوآوری در افراد و شرکت ها عمل می کند. حقوق مالکیت فکری به شرکت ها این امکان را می دهد که جهت جذب سرمایه و ارائه محصولات جدید به بازار، بدون ترس از کپی برداری از نوآوری هایشان، با شرکت ها و سرمایه گذاران به مذاکره بپردازند. از این رو، به نظر می رسد که تأمین حقوق مالکیت فکری شرکت ها، عاملی انگیزشی در توسعه و تداوم نوآوری های آنان باشد (شعوری و نجفی، ۱۳۹۶). حقوق مالکیت فکری به دو دسته حقوق معنوی و حقوق مادی تقسیم می شود. مالکیت معنوی صرفاً جنبه اعتباری و معنوی دارد و به مالک آن اجازه می دهد تا از حقوق خود حفاظت کند. به عنوان مثال، نویسنده یک کتاب می تواند علاوه بر اینکه نامش به عنوان پدیدآورنده ذکر می شود، اجازه انتشار آن را بدهد یا مانع از نشر آن شود و همچنین جلوی تحریف اثر خود را بگیرد. در مقابل، حقوق مادی شامل بهره برداری مالی از اثر و منافع تجاری حاصل از مالکیت فکری است که به مالک مادی (چه شخص حقیقی و چه حقوقی) تعلق می گیرد. حقوق معنوی قابل واگذاری نیست، اما حقوق مادی قابل خرید و فروش است. به عنوان مثال، کارمند بخش تحقیق و توسعه یک شرکت تجاری که در حین انجام وظیفه خود به اختراعی دست می یابد، مالک معنوی آن اختراع خواهد بود، در حالی که شرکت محل کاری که اختراع در آن ایجاد شده، مالک مادی اختراع خواهد بود (کمیلی اصفهانی و جنیدی، ۱۳۸۹).

در ایران، مقررات مختلفی در زمینه مالکیت فکری وجود دارد. «قانون ثبت علائم و اختراعات» مصوب ۱۳۱۰ و «قانون اصلاحی آن در سال ۱۳۳۸، به حق مخترع و مالکیت فکری در حوزه صنعت و تجارت می پردازند. علاوه بر این، ایران در سال ۱۳۳۷ به «اتحادیه پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی، تجاری و کشاورزی» که در سال ۱۸۸۳ تصویب شده بود، ملحق شد. در زمینه حق مؤلف و هنرمندان نیز، «قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان» مصوب ۱۳۴۸ و «قانون اصلاحی آن مصوب ۱۳۵۰، همراه با «قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی» مصوب ۱۳۵۲، به عنوان منابع قانونی در حقوق ایران شناخته می شوند. در قوانین ایران، مهم ترین معیار برای حمایت قانونی از آثار هنری و ادبی، مبتکرانه بودن اثر است. به این معنا که باید چیزی از خلاقیت و ابتکار هنرمند در اثر او منعکس شود تا بتواند مدعی مالکیت آن اثر باشد. انتشار یا باز نشر آثار بدون اجازه

پدیدآورنده جرم محسوب می‌شود و برای آن مجازات حبس از ۳ تا ۶ ماه در نظر گرفته شده است. همچنین زیان دیده می‌تواند درخواست جبران ضرر و زیان خود را داشته باشد (کاتوزیان، ۱۳۸۲).

مطالعات پیشین

مطالعات مختلفی در زمینه تأثیر حقوق مالکیت فکری بر نوآوری و رشد اقتصادی کشورها و کسب و کارها انجام شده است. برخی از این پژوهش‌ها به تحلیل تأثیر حقوق مالکیت فکری بر توسعه و نوآوری در کشورهای مختلف پرداخته‌اند و برخی دیگر به بررسی چالش‌ها و استراتژی‌های مؤثر در مدیریت مالکیت فکری در شرکت‌ها و کسب و کارهای نوپا.

- کمیلی اصفهانی و جنیدی (۱۳۸۹) به تحلیل قراردادهای حقوق مالکیت فکری میان مالکان فکری و شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر پرداخته‌اند و تأکید کرده‌اند که صنعت سرمایه‌گذاری خطرپذیر به عنوان منبع اصلی تأمین مالی برای مالکان فکری، مشکلات ناشی از ریسک و عدم قطعیت اطلاعاتی را کاهش می‌دهد.
 - گرشاسی نیا و بدری ویج (۱۳۹۱) در پژوهشی که به بررسی تأثیر حقوق مالکیت فکری بر نوآوری در کشورهای در حال توسعه پرداخته‌اند، به این نتیجه رسیدند که این تأثیر در کشورهای در حال توسعه آنچنان چشمگیر نیست و باید قوانین حقوق مالکیت فکری متناسب با شرایط اجتماعی و اقتصادی هر کشور تدوین شوند.
 - خانی و نصراللهی (۱۳۹۴) در تحقیق خود رابطه U شکل بین حقوق مالکیت فکری و سطح توسعه یافتگی کشورها را شناسایی کردند و تأکید کردند که سرمایه انسانی و باز بودن تجاری به عنوان عوامل تأثیرگذار بر حفاظت از حقوق مالکیت فکری مهم هستند.
 - آقازاده و همکاران (۱۳۹۵) به چالش‌های قانونی و حقوقی در تجاری‌سازی محصولات زیست‌فناوری پرداخته و چالش‌های مربوط به مالکیت فکری را در این حوزه بررسی کرده‌اند.
 - حکمتی فرید و همکاران (۱۳۹۵) نشان داده‌اند که بهبود فضای کسب و کار و رعایت حقوق مالکیت فکری می‌تواند تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی کشورهای با درآمد متوسط به بالا داشته باشد.
 - شعوری و نجفی (۱۳۹۶) در تحقیق خود به تأثیر غیرمستقیم نظام مالکیت معنوی بر نوآوری در صنعت از طریق ایجاد انگیزه اشاره کرده‌اند.
 - امین لو و یعقوبی (۱۳۹۸) در پژوهشی به نقش دارایی‌های فکری در رشد اقتصادی پرداخته‌اند و تأکید کردند که دولت باید در سیاست‌گذاری و تنظیمات نهادی نقش فعال‌تری در این زمینه ایفا کند.
 - وی. بالاشاندان و سی. وی. مادوسودانان (۲۰۱۷) به بررسی اهمیت مدیریت فعال مالکیت فکری در کسب و کارها پرداخته و تأکید کردند که حفاظت و مدیریت صحیح از دارایی‌های فکری به عنوان بخشی از استراتژی کلی کسب و کار می‌تواند مزیت رقابتی ایجاد کند.
 - گرلینده ون سانتن و هولگرسون (۲۰۱۹) به نقش استراتژی‌های مالکیت فکری در مراحل اولیه ایجاد کسب و کارهای نوپا پرداخته و بر پویایی و تغییرات مداوم این استراتژی‌ها تأکید دارند.
 - دی گو و کان جیانگ (۲۰۲۲) در تحقیق خود نشان داده‌اند که سرمایه‌گذاری خطرپذیر در شرکت‌های تحت حمایت مالکیت فکری می‌تواند تأثیر چشمگیری بر نوآوری و ثبت اختراعات داشته باشد.
 - آدسانیه (۲۰۲۳) به بررسی نقش مجوزدهی حقوق مالکیت فکری در تسهیل نوآوری و حمایت از توسعه کسب و کارهای نوپا پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیدند که قراردادهای مجوزدهی می‌توانند به استارت‌آپ‌ها کمک کنند تا به فناوری‌های جدید دسترسی پیدا کنند و همکاری‌های استراتژیک برقرار کنند.
 - کان توی سوز و کلیچ (۲۰۲۴) تأکید کردند که استراتژی‌های مدیریت مالکیت فکری برای کسب و کارهای نوپای فناوری ضروری است و باید با توجه به منابع محدود، برنامه‌ریزی دقیق و همکاری‌های استراتژیک صورت گیرد.
- این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که حقوق مالکیت فکری نقشی حیاتی در رشد و نوآوری در کسب و کارها ایفا می‌کند و تأمین و مدیریت این حقوق در سطح ملی و سازمانی می‌تواند به تسهیل نوآوری و جذب سرمایه کمک کند.

مدل مفهومی

در زمینه کسب‌وکارهای خطرپذیر، به ویژه شرکت‌های دانش‌بنیان، حقوق مالکیت فکری نقش اساسی در موفقیت این شرکت‌ها دارد. همانطور که در جدول ذکر شده است، موفقیت کسب‌وکارهای خطرپذیر تحت تأثیر عوامل مختلفی است که در دو مرحله قبل و پس از تأسیس کسب‌وکار قابل بررسی است. این عوامل می‌توانند به طور مستقیم یا غیرمستقیم بر شکل‌گیری و توسعه کسب‌وکار تأثیر بگذارند. مراحل خلق و توسعه کسب‌وکار خطرپذیر:

قبل از تأسیس

نگرش کارآفرین: کارآفرینان باید به اهمیت مالکیت فکری آگاه باشند تا بتوانند از این حقوق برای حفاظت از ایده‌های نوآورانه خود بهره‌برداری کنند.

فرهنگ حمایت از نوآوری: جوامعی که در آن‌ها نوآوری و حفظ حقوق مالکیت فکری ارج نهاد می‌شود، معمولاً محل‌های بهتری برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای خطرپذیر هستند.

مقبولیت کسب‌وکار خطرپذیر در جامعه: حمایت و پذیرش اجتماعی از کسب‌وکارهای خطرپذیر می‌تواند در مراحل اولیه به تسهیل جذب سرمایه‌گذاران و مشتریان کمک کند. اعتماد به سیستم: اطمینان به سیستم حقوقی برای حفاظت از دارایی‌های فکری می‌تواند انگیزه‌ای برای راه‌اندازی کسب‌وکار فراهم کند. تجربه سایر کارآفرینان: تجربیات موفق یا شکست‌های قبلی می‌تواند به کارآفرینان در تصمیم‌گیری‌های مربوط به حقوق مالکیت فکری کمک کند.

پس از تأسیس

اتکای به قانون: پس از تأسیس، کارآفرینان به سیستم قانونی نیاز دارند تا از حقوق مالکیت فکری خود حمایت کنند. توانایی در مذاکره با سرمایه‌گذاران: موفقیت در مذاکرات با سرمایه‌گذاران نیازمند آگاهی از حقوق مالکیت فکری و چگونگی بهره‌برداری از آن‌ها است.

ترس از کپی شدن ایده اصلی: عدم اعتماد به سیستم حقوقی و عدم حفاظت کافی از ایده‌ها می‌تواند باعث ترس از کپی شدن و کاهش نوآوری شود.

دسترسی به منابع: منابع مالی و فنی برای حمایت از کسب‌وکارهای خطرپذیر بسیار حیاتی است، و حقوق مالکیت فکری می‌تواند به تأمین این منابع کمک کند.

حمایت‌های قانونی و دولتی: قوانین و حمایت‌های دولتی در حوزه مالکیت فکری می‌تواند از کسب‌وکارها در برابر رقبای غیرقانونی و کپی‌کاران حفاظت کند.

سرعت تصمیم‌گیری: داشتن چارچوب‌های قانونی روشن می‌تواند به سرعت در تصمیم‌گیری‌های کسب‌وکار کمک کند. آزادی عملکرد و قدرت مانور در اقدامات: مدیریت حقوق مالکیت فکری به کارآفرینان این آزادی را می‌دهد که بدون نگرانی از نقض حقوق خود، نوآوری کنند (Forbes, 2019).

جدول ۲. عوامل موثر بر شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر

مفاهیم کلیدی یا متغیرها	مراحل خلق و توسعه کسب‌وکار خطرپذیر
نگرش کارآفرین	قبل از تأسیس
فرهنگ حمایت از نوآوری	
مقبولیت کسب و کار خطرپذیر در جامعه	
اعتماد به سیستم	
تجربه سایر کارآفرینان	
اتکای به قانون	پس از تأسیس
توانایی در مذاکره با سرمایه‌گذاران	
ترس از کپی شدن ایده اصلی	
دسترسی به منابع	
حمایت‌های قانونی و دولتی	
سرعت تصمیم‌گیری	
آزادی عملکرد و قدرت مانور در اقدامات	

فرضیه‌های پژوهش

بر اساس دسته‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کارهای خطرپذیر و تأثیر حقوق مالکیت فکری، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر است:

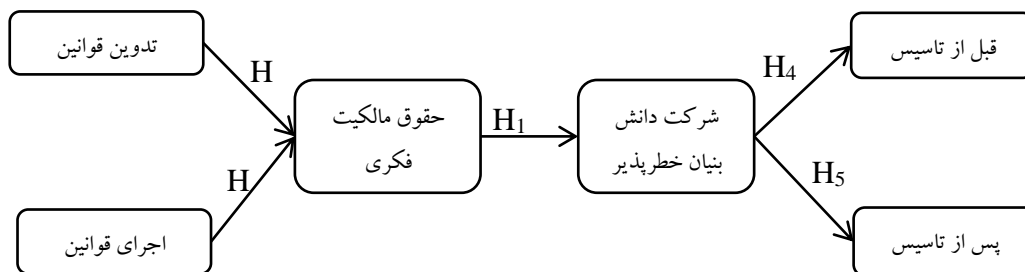
فرضیه ۱: حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر مؤثر است. این فرضیه تأکید دارد بر اینکه حفاظت از حقوق مالکیت فکری، از جمله اختراعات و ایده‌های نوآورانه، موجب افزایش موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان می‌شود.

فرضیه ۲: تدوین قوانین حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر مؤثر است. این فرضیه بیان می‌کند که تدوین قوانین شفاف و کاربردی در حوزه مالکیت فکری می‌تواند محیطی امن برای کسب و کارهای خطرپذیر ایجاد کند و باعث موفقیت آن‌ها گردد.

فرضیه ۳: اجرای قوانین حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر مؤثر است. اجرای صحیح و دقیق قوانین مالکیت فکری می‌تواند از حقوق شرکت‌های دانش‌بنیان در برابر نقض‌های احتمالی حفاظت کند و در نتیجه، موجب موفقیت بیشتر آن‌ها گردد.

فرضیه ۴: حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر قبل از تأسیس مؤثر است. قبل از تأسیس، آگاهی از حقوق مالکیت فکری می‌تواند انگیزه‌ای برای کارآفرینان به منظور راه‌اندازی کسب و کار فراهم کند.

فرضیه ۵: حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر پس از تأسیس مؤثر است. پس از تأسیس، حقوق مالکیت فکری می‌تواند به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کند تا دارایی‌های خود را حفاظت کرده و از آن‌ها بهره‌برداری اقتصادی کنند، که این امر به موفقیت آن‌ها منجر می‌شود. بر اساس فرضیه‌های مطرح شده، مدل مفهومی پژوهش بصورت زیر تبیین می‌گردد:



شکل ۴. مدل مفهومی پژوهش بر اساس پژوهش‌های پیشین

روش‌شناسی

این پژوهش به منظور بررسی فرضیه اصلی و فرضیه‌های فرعی که ابعاد متغیرهای مختلف را در بر می‌گیرد، به تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر خلق و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان مخاطره‌پذیر در حوزه مالی پرداخته است. جامعه آماری شامل ۳۰۵ نفر از کارآفرینانی بود که اقدام به تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر در حوزه مالی نموده بودند. برای جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای برای کلیه ۳۰۵ کارآفرین طبق اطلاعات به‌دست‌آمده از مراکز رشد دانشگاهی و پارک‌های علم و فناوری در تهران ارسال گردید. پس از پیگیری‌های صورت گرفته توسط محقق از اردیبهشت تا انتهای خرداد ۱۴۰۳، تعداد ۲۱۹ پرسشنامه بازگشت داده شد که نرخ بازگشت پرسشنامه‌ها ۷۲ درصد بود و این نرخ به‌عنوان نرخ قابل‌قبولی ارزیابی گردید.

در این تحقیق، روش جمع‌آوری داده‌ها استفاده از پرسشنامه بوده است. پرسشنامه به‌طور خاص شامل دو دسته گویه برای سنجش دو متغیر اصلی پژوهش بوده است. گویه‌های پرسشنامه از مقالات معتبر و منابع علمی مختلف جمع‌آوری شده‌اند. به‌منظور سنجش نظرات نمونه آماری، از طیف ۵ تایی لیکرت (۱ برای خیلی کم تا ۵ برای خیلی زیاد) استفاده گردید.

برای تحلیل روایی، هر دو سازه متغیرهای اصلی پژوهش با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی ارزیابی و تأیید شد. نتایج تحلیل عاملی، بارهای عاملی هر یک از مؤلفه‌ها را در سطوح مختلف مشخص نمود که در جدول ۳ درج گردیده است. برای تأیید پایایی داده‌های جمع‌آوری شده نیز، میزان آلفای کرونباخ برای هر متغیر محاسبه و در جدول ۳ آورده شده است. در صورتی که آلفای کرونباخ محاسبه شده بالاتر از ۰,۷ باشد، پایایی داده‌ها تأیید می‌شود.

جدول ۳. ساختار پرسشنامه پژوهش و نتایج تحلیل روایی و پایایی

متغیر	ابعاد	گویه ها	بارهای عاملی	آلفای کرونباخ
حقوق مالکیت فکری	تدوین حقوق	عضویت در نهادهای بین المللی در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی موثر است.	۰,۶۵	۰,۷۶
		همسویی با نهادهای حقوقی بین المللی برای تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی موثر است.	۰,۷۹	
		تعامل با نهادهای بین المللی در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی موثر است.	۰,۷۴	
		توجه به فرهنگ عمومی برای پذیرش و بهره‌برداری از حقوق مالکیت فکری در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی موثر است.	۰,۷۷	
		توجه به پایداری عموم مردم به قوانین و مقررات در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی موثر است.	۰,۶۴	
		توجه به مسائل دینی و مذهبی (مانند احکام شرعی) در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی موثر است.	۰,۶۸	
		توجه به نقش افراد و جناح‌های سیاسی در چگونگی تدوین حقوق مالکیت فکری در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی موثر است.	۰,۶۱	
		تبدیل ایده‌های مرتبط با محصولات حوزه مالی به یک محصول تجاری در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۷۴	
		فراهم ساختن زمینه توسعه کمی و کیفی تولیدات حوزه مالی در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۷۸	
		فراهم ساختن بستر تجاری سازی صنعت مالی در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۸۱	
		دستیابی به منافع ملی مانند رشد اقتصادی و افزایش سرانه تولید ملی در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۷۸	
		ایجاد انگیزه و فراهم ساختن زمینه بروز خلاقیت و نوآوری و امنیت روانی برای تولیدکنندگان در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۸۳	
فراهم ساختن زمینه رشد و شکوفایی سازمان‌ها و نهادهای حوزه مالی (مثل بانک مرکزی، بانک ها و موسسات مالی و ارزی) در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۸۱			
اجرای حقوق	اجرای حقوق	پشتیبانی سازمانی و ساختاری دولت و حاکمیت در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۷۹	۰,۷۹
		اجرای قوانین برای صیانت از حق مالکیت فکری در حوزه مالی در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۷۵	
		تدوین نظام حقوقی در تدوین حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۷۸	
		ایجاد ساز و کارهای حقوقی برای نظارت بر اجرای قانون حق مالکیت فکری در اجرایی شدن حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۸۲	
		ایجاد ساختارهای نظارتی مانند نهادهای رسیدگی به جرائم و پیگیری متخلفین در اجرایی شدن حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۸۱	
		ایجاد یک فرایند رسمی و مشخص برای ثبت ایده‌های موضوعه حق مالکیت فکری در اجرایی شدن حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی ضروری است.	۰,۸۲	
قبل از تاسیس	قبل از تاسیس	نگرش کارآفرین	۰,۸۴	۰,۸۱
		فرهنگ حمایت از نوآوری	۰,۷۱	
		مقبولیت کسب و کار خطرپذیر در جامعه	۰,۷۷	
		اعتماد به سیستم	۰,۷۹	
		تجربه سایر کارآفرینان	۰,۸۲	
بعد از تاسیس	بعد از تاسیس	اتکای به قانون	۰,۸۱	۰,۸۴
		توانایی در مذاکره با سرمایه گذاران	۰,۸۴	
		ترس از کپی شدن ایده اصلی	۰,۸۸	
		دسترسی به منابع	۰,۶۳	
		حمایت های قانونی و دولتی	۰,۷۲	
		سرعت تصمیم گیری	۰,۷۹	
آزادی عملکرد و قدرت مانور در اقدامات	۰,۷۵			

یافته‌ها

ابتدا به بررسی ویژگی‌های دموگرافیک کارآفرینان پژوهش پرداخته شده است.

جدول ۴. ویژگی دموگرافیک کارآفرینان در شرکت های دانش بنیان در حوزه مالی

جنسیت	فراوانی	تحصیلات	فراوانی	سن	فراوانی
زن	۱۳٪	کارشناسی ارشد	۵۵٪	زیر ۲۵ سال	۱۰٪
مرد	۸۷٪	دکتری	۴۵٪	بین ۲۵ تا ۳۵	۴۷٪
نامشخص	۰	نامشخص	۱٪	بالتر از ۳۵ سال	۴۱٪
---	---	---	---	نامشخص	۲٪

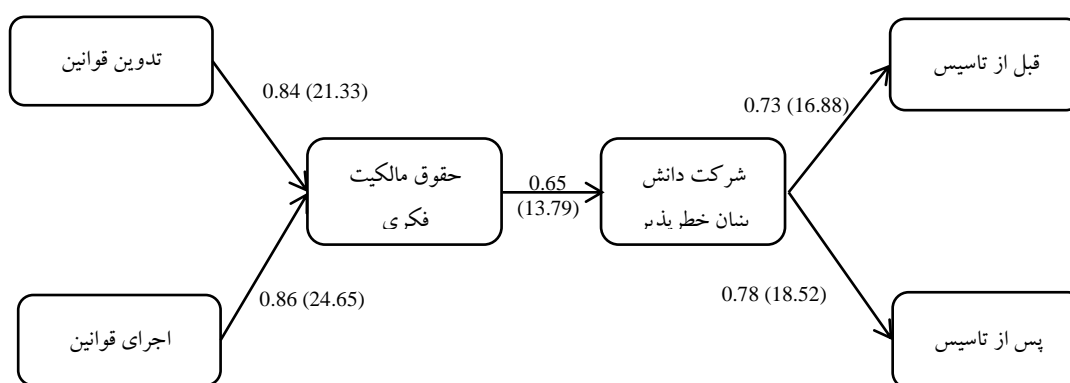
در ادامه به منظور بررسی نتایج پژوهش و تبیین فرضیه اصلی و فرضیه های فرعی، به بررسی نیکویی برازش مدل پرداخته شده است.

جدول ۵. نتایج آزمون نیکویی برازش

مدل	χ^2/df	RMSEA	CFI	NFI	IFI
پژوهش	۱,۴۲۵	۰,۰۶۱۲	۰,۸۹۴	۰,۸۶۱	۰,۸۹۱

بر اساس نتایج به دست آمده، مدل پژوهش دارای برازش مناسبی است. نسبت کای دو به درجه آزادی برای مدل برابر با ۱,۴۲۵ محاسبه شده است که نشان دهنده برازش قابل قبول مدل می باشد. همچنین، میزان RMSEA برای مدل برابر با ۰,۰۶۱۲ به دست آمده که در محدوده مناسب برای برازش مدل قرار دارد. علاوه بر این، شاخص های CFI، NFI و IFI به ترتیب برابر با ۰,۸۹۴، ۰,۸۶۱ و ۰,۸۹۱ محاسبه شده اند که همگی نشان دهنده برازش خوب مدل می باشند.

نتایج به دست آمده از تحلیل روابط بین متغیرهای مدل در شکل ۵ نمایش داده شده است. این تحلیل نشان دهنده ارتباطات معنادار و مؤثر بین متغیرهای مختلف مدل پژوهش است که به درک بهتر عواملی که بر خلق و توسعه شرکت های دانش بنیان مخاطره پذیر تأثیر می گذارند، کمک می کند.



شکل ۵. تحلیل روابط بین معناداری و ضرایب بین متغیرهای مدل

در جدول ۶ به بررسی هر یک از فرضیه ها پرداخته شده است.

جدول ۶ نتایج مدلسازی معادلات ساختاری

فرضیه	مسیر فرضیه	ضریب استاندارد
1	حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت دانش بنیان خطرپذیر موثر است.	۰,۶۵
2	تدوین قوانین حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت دانش بنیان خطرپذیر موثر است.	۰,۵۴
3	اجرای قوانین حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت دانش بنیان خطرپذیر موثر است.	۰,۵۵
4	حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت دانش بنیان خطرپذیر قبل از تأسیس موثر است.	۰,۴۷
5	حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت دانش بنیان خطرپذیر پس از تأسیس موثر است.	۰,۵۰

* Significant at $p < 0.001$

طبق نتایج به دست آمده از تحلیل های انجام شده، همان طور که در شکل ۵ و جدول ۶ مشاهده می شود، حقوق مالکیت فکری تأثیر قابل ملاحظه ای بر موفقیت شرکت های دانش بنیان خطرپذیر دارد. به طور خاص، فرضیه اول پژوهش مبنی بر اثرگذاری حقوق مالکیت فکری بر موفقیت این شرکت ها رد نمی شود. میزان اثرگذاری حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت های دانش بنیان خطرپذیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد، برابر با 0.65 می باشد. این یافته نشان می دهد که تدوین و اجرای قوانین مرتبط با مالکیت فکری می تواند تأثیر چشمگیری بر موفقیت این نوع شرکت ها داشته باشد.

فرضیه دوم پژوهش که به بررسی اثرگذاری تدوین قوانین حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت های دانش بنیان خطرپذیر پرداخته است، نیز رد نمی شود. در سطح اطمینان ۹۵ درصد، نتایج نشان می دهند که تدوین بهینه قوانین مالکیت فکری می تواند به میزان 54 درصد بر موفقیت شرکت های دانش بنیان خطرپذیر تأثیر گذار باشد.

فرضیه سوم پژوهش که به بررسی تأثیر اجرای قوانین حقوق مالکیت فکری بر موفقیت این شرکت ها پرداخته است، نیز رد نمی شود. در سطح اطمینان ۹۵ درصد، اجرای صحیح قوانین مالکیت فکری می تواند به میزان ۵۵ درصد بر موفقیت شرکت های دانش بنیان خطرپذیر تأثیر گذار باشد.

فرضیه های چهارم و پنجم پژوهش به بررسی تأثیر حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت های دانش بنیان خطرپذیر پیش و پس از تأسیس پرداخته است. نتایج نشان می دهند که فرضیه چهارم که به تأثیر حقوق مالکیت فکری قبل از تأسیس شرکت های دانش بنیان پرداخته است، رد نمی شود. در سطح اطمینان ۹۵ درصد، وجود حقوق مالکیت فکری می تواند تا ۴۷ درصد بر موفقیت این شرکت ها پیش از تأسیس تأثیر گذار باشد.

در فرضیه پنجم، که به تأثیر حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت های دانش بنیان پس از تأسیس پرداخته است، نیز نتایج نشان دهنده عدم رد فرضیه هستند. طبق نتایج به دست آمده، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، وجود حقوق مالکیت فکری می تواند تا ۵۰ درصد بر موفقیت شرکت های دانش بنیان پس از تأسیس تأثیر گذار باشد.

بحث و نتیجه گیری

نتایج تحقیق حاضر نشان می دهند که حقوق مالکیت فکری و تدوین، تصویب و اجرای صحیح قوانین مرتبط با آن، تأثیر قابل توجهی بر موفقیت شرکت های دانش بنیان خطرپذیر دارد. این یافته ها با مطالعات پیشین که بر اهمیت حقوق مالکیت فکری در نوآوری و رشد اقتصادی تأکید دارند، هم راستاست. به ویژه، تأثیرات مالکیت فکری بر موفقیت این شرکت ها در مراحل قبل و پس از تأسیس به طور معناداری تأثیر گذار است.

در بررسی تأثیرات مالکیت فکری بر موفقیت شرکت های دانش بنیان خطرپذیر، نتایج نشان داد که تدوین قوانین حقوق مالکیت فکری و اجرای صحیح این قوانین تأثیر مستقیم و مثبت بر موفقیت این شرکت ها دارند. این یافته ها با نتایج پژوهش هایی چون حکمتی فرد و همکاران (۱۳۹۵) و آمین لو و یعقوبی (۱۳۹۸) تطابق دارد که تأکید دارند بر لزوم سیاست گذاری فعال و متناسب با شرایط اقتصادی کشورها در زمینه مالکیت فکری. این موارد نشان می دهند که تدوین و اجرای صحیح قوانین مالکیت فکری

می‌تواند به جذب سرمایه‌گذاری و حمایت‌های دولتی برای شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کند و از این طریق زمینه‌های رشد و نوآوری را تسهیل نماید.

یکی از نتایج جالب تحقیق حاضر این است که حقوق مالکیت فکری به‌ویژه در مراحل قبل از تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان، می‌تواند تأثیر چشمگیری بر موفقیت این شرکت‌ها داشته باشد. این موضوع با یافته‌های کمیلی اصفهانی و جنیدی (۱۳۸۹) که بر تأثیر قراردادهای مالکیت فکری در کاهش ریسک و عدم قطعیت در سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر تأکید دارند، همخوانی دارد. آن‌ها نشان دادند که حفاظت از مالکیت فکری در مراحل اولیه باعث جذب سرمایه‌گذاری و ایجاد اعتماد در بازار می‌شود که این نتیجه در پژوهش حاضر نیز تأیید شده است.

اجرای مؤثر قوانین حقوق مالکیت فکری در مراحل بعد از تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان نیز مورد تأکید قرار گرفت. طبق نتایج تحقیق، این امر می‌تواند به آزادی عمل بیشتر و افزایش قدرت مانور در اتخاذ تصمیمات نوآورانه و ریسک‌پذیری کمک کند. این یافته‌ها مشابه پژوهش‌های گرشاسبی‌نیا و بدری‌ویج (۱۳۹۱) و وی. بالاشاندران و سی. وی. مادوسودانان (۲۰۱۷) است که نشان دادند مدیریت صحیح دارایی‌های فکری می‌تواند مزیت رقابتی برای شرکت‌ها ایجاد کرده و موجب تسهیل نوآوری‌های فناورانه گردد.

همچنین، در این تحقیق تأثیر حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر در مقایسه با مطالعات پیشین، به وضوح نشان داده شد که سرمایه‌گذاری در زمینه حقوق مالکیت فکری و حمایت‌های قانونی، در تمامی مراحل از تأسیس تا رشد شرکت‌ها، نقش کلیدی در افزایش موفقیت آن‌ها ایفا می‌کند. این نتایج با مطالعات خانی و نصراللهی (۱۳۹۴) و شعوری و نجفی (۱۳۹۶) که به تأثیر انگیزشی مالکیت فکری بر نوآوری و رشد اقتصادی تأکید داشتند، همسو است.

دستاوردهای پژوهش از نظر تئوری

از نظر تئوری، این پژوهش به بررسی کاربردی نظریه‌های حقوق مالکیت فکری و موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر پرداخته است. این پژوهش از یک سو بر نقش تدوین و اجرای حقوق مالکیت فکری تأکید کرده و از سوی دیگر، موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان قبل و پس از تأسیس را بررسی کرده است تا مشخص شود که شرکت‌های دانش‌بنیان در چه زمانی بیشتر به حمایت حقوق مالکیت فکری نیاز دارند. بر اساس بررسی‌های انجام‌شده، در پژوهش‌های پیشین به‌طور خاص به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخته نشده بود و از همین رو، دستاورد پژوهش حاضر، حمایت از توسعه تدوین و اجرای حقوق مالکیت فکری در ایران است تا به تقویت و رشد شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر کمک کند.

دستاوردهای پژوهشی برای تصمیم‌گیرندگان

بر اساس نتایج حاصل از بررسی فرضیه اصلی پژوهش، می‌توان استنباط کرد که حقوق مالکیت فکری نقش مؤثری در شکل‌گیری و موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان خطرپذیر در حوزه مالی دارد. بهبود قوانین حقوق مالکیت فکری از نظر ماهوی و تقویت نظارت بر اجرای بهینه آن، می‌تواند موجب رشد و موفقیت بیشتر شرکت‌های دانش‌بنیان در این زمینه شود. بر همین اساس، پیشنهادات زیر به سیاست‌گذاران و قانون‌گذاران در حوزه مالکیت فکری ارائه می‌شود:

بهبود کیفیت قوانین مالکیت فکری: ساختار حقوقی مرتبط با مالکیت فکری در کشور باید همسو با نهادهای بین‌المللی فناوری و حقوقی تنظیم شود و تعاملات با این نهادها تقویت گردد.

تقویت فرهنگ عمومی مالکیت فکری: وزارت ارشاد، آموزش و پرورش، سازمان صدا و سیما و سایر نهادهای مرتبط باید برنامه‌های منسجمی برای تقویت فرهنگ عمومی در راستای تقویت جایگاه مالکیت فکری طراحی و اجرایی نمایند.

آموزش حقوق مالکیت فکری در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری: آموزش‌های مرتبط با حقوق مالکیت فکری باید به کارآفرینان و صاحبان شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه شود تا آنان با حقوق خود آشنایی کامل پیدا کنند.

پیشنهادات از سوی معاونت فناوری ریاست جمهوری: طرحی برای ارتقاء جایگاه حقوق مالکیت فکری و نظارت بر اجرایی شدن آن جهت حمایت از کارآفرینان و شرکت‌های دانش‌بنیان به مجلس تقدیم شود.

تقویت نهادهای مالی در تدوین حقوق مالکیت فکری: نهادهای مالی مانند بانک‌ها و موسسات مالی باید در تدوین حقوق مالکیت فکری نقش فعال‌تری داشته باشند و جلسات سیاست‌گذاری برای این امر برگزار کنند.

استفاده از ظرفیت نهادهای نظارتی: باید از ظرفیت نهادهای نظارتی مانند نهادهای رسیدگی به جرایم و پیگیری متخلفین برای نظارت بر اجرای حقوق مالکیت فکری در حوزه مالی استفاده شود.

محدودیت‌ها و مطالعات آتی

پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی مواجه بود که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود این پژوهش تنها به بررسی شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه مالی پرداخته است و بررسی سایر حوزه‌ها و تخصص‌ها در آینده می‌تواند مفید باشد. در مطالعات آتی، پیشنهاد می‌شود که تأثیر حقوق مالکیت فکری بر موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان در سایر حوزه‌های تخصصی نیز مورد بررسی قرار گیرد. از دیگر محدودیت‌ها، مقطعی بودن این پژوهش است. به همین دلیل، امکان بررسی تغییرات زمانی و سیر اثرگذاری متغیرها در طول زمان وجود نداشت. لذا پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های طولی برای بررسی اثرات بلندمدت تدوین و اجرای حقوق مالکیت فکری انجام گیرد. علاوه بر این، محدودیت‌های دیگر شامل عدم امکان بررسی نظرات کلیه شرکت‌های دانش‌بنیان مخاطره‌پذیر در ایران و محدودیت در بررسی متغیرهای مؤثر در روابط مورد بررسی بوده که می‌توان در تحقیقات آتی به آن‌ها پرداخت.

۶. منابع

- آقازاده، سهراب، غفوریان، کامیار، صفردوست، عاطیه، اوجانی، مهدی و نقی زاده، محمد. (۱۳۹۵). بررسی چالش‌های قانونی و حقوقی مالکیت فکری در تجاری‌سازی محصولات زیست فناوری، نشریه رشد فناوری، ۱۲ (۴۷)، ۲۱-۲۸.
- امینلو، میترا، و یعقوبی، مرصیه (۱۳۹۸). سیاست‌های نظام مالکیت فکری با هدف توسعه نوآوری. ویژه نامه جامع سیاست علم، فناوری و نوآوری، ۱۱ (۲)، ۴۵-۶۰.
- بنابی قدیم، رحیم، واعظ، سید علی، انسانی رامین. (۱۴۰۱). تأثیر سرمایه فکری بر گزارشگری عملکرد پایداری تجاری و استراتژی کسب و کار. نشریه پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۴ (۲)، ۶۳-۹۰.
- حجازی، سید رضا؛ شاهوردی، معصومه و مرادی، افسانه (۱۳۸۹). نقش مدیریت مالکیت فکری در نوآوری باز در سازمان‌های دانش بنیان، اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، شیراز.
- حکمتی فرید، صمد، محمدزاده، یوسف، خزالی، دیمن. (۱۳۹۵). اثر بهبود فضای کسب و کار و رعایت حقوق مالکیت فکری بر رشد اقتصادی کشورهای با درآمد متوسط به بالا. فصلنامه علمی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ۶ (۲۲)، ۱۳۰-۱۱۹.
- خانی، ریحانه، نصراللهی، زهرا. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین حقوق مالکیت فکری و توسعه (کشورهای منتخب در حال توسعه و توسعه یافته). سیاست گذاری پیشرفت اقتصادی، ۳ (۱)، ۶۷-۹۳.
- شعوری، مریم و نجفی، امیر. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر توسعه نظام مالکیت معنوی و دانش ثبت شده در ایجاد انگیزه برای نوآوری صنعت، نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۷ (۳)، ۲۱۷-۲۵۰.
- صفایی، سید حسین. (۱۳۸۲). دوره مقدماتی حقوق مدنی، جلد اول، اشخاص و اموال. چاپ دوم، نشر میزان.
- کاتوزیان، ناصر. (۱۳۸۲). دوره مقدماتی حقوق مدنی، اموال و مالکیت. چاپ هفتم، نشر میزان.
- کریمی، عباس، شعبانی کند سری، هادی. (۱۳۹۶). وضعیت حقوقی «مراعی» به‌منزله و وضعیتی در عرض صحت، بطلان و عدم نفوذ. مطالعات حقوق خصوصی، ۴۷ (۴)، ۶۸۳-۷۰۲.
- کمیلی اصفهانی، حسین و جنیدی، لعیا. (۱۳۸۹). قراردادهای حقوق مالکیت فکری با شرکتهای سرمایه گذاری خطرپذیر، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حقوق، دانشگاه تهران.
- گرشاسبی نیا، ندا و بدری ویج، کمرالدین. (۱۳۹۱). نقش حقوق مالکیت فکری در نوآوری کشورهای در حال توسعه، نشریه رشد فناوری، ۸ (۳۰)، ۵۱-۵۶.
- مقیم، س. و کیلی، ی. و اکبری، م. (۱۳۹۶). نظریه‌های کارآفرینی. تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.

- Auschra, C., Braun, T., Schmidt, T., & Sydow, J. (2019). Patterns of project-based organizing in new venture creation. *International Journal of Managing Projects in Business*.
- Adesanya, O. (2023). Intellectual property licensing: A catalyst for innovation and new venture development. 18 pages.
- Becker, A., Knyphausen–Aufseß, D. z., & Brem, A. (2015). Beyond traditional developmental models: a fresh perspective on entrepreneurial new venture creation. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 7(2), 152-172.
- Bhat, S. R. (2018). Innovation and intellectual property rights law—An overview of the Indian law. *IIMB Management Review*, 30(1), 51-61.
- Bhave, M. P. (1994). A process model of entrepreneurial venture creation. *Journal of Business venturing*, 9(3), 223-242.
- Churchill, N. C., & Lewis, V. L. (1983). The five stages of small business growth. *Harvard business review*, 61(3), 30-50.
- Dixon, A. N. (2011). Intellectual Property: Powerhouse for Innovation and Economic Growth. *IIPTC—Intellectual Property and technology consulting, International Chamber of Commerce, The World Business Organisation, London*.
- Guo, D., & Jiang, K. (2023). Venture capital investment, intellectual property rights protection and firm innovation: Evidence from China. *Entrepreneurship & Regional Development*, 34(5), 434-470.
- Forbes, D. P. (2019). Cognitive approaches to new venture creation. *International Journal of Management Reviews*, 1(4), 415-439.
- Gao, Y., & Huang, X. (2021). Forecast of compensation amount based on big data network and machine learning algorithm in intellectual property law. *Microprocessors and Microsystems*, 80, 103623.
- Gartner, W. B., & Shaver, K. G. (2012). Nascent entrepreneurship panel studies: progress and challenges. *Small Business Economics*, 39(3), 659-665.
- Gürkaynak, G., Yılmaz, İ., Yeşilaltay, B., & Bengi, B. (2018). Intellectual property law and practice in the blockchain realm. *Computer law & security review*, 34(4), 847-862.
- Hindle, K., & Klyver, K. (2011). 1 New venture creation research: from established perspectives to new horizons. *Handbook of Research on New Venture Creation*, 1.
- Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Reyes, C. A. M., Prochotta, A., ... & Berger, E. S. (2020). Startups in times of crisis—A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00169.
- Liao, J., & Welsch, H. (2008). Roles of social capital in venture creation: Key dimensions and research implications. *Journal of small business management*, 43(4), 345-362.
- Pereira, A. L. (2011). Software interoperability, intellectual property and competition law—Compulsory licenses for abuse of market dominance. *Computer Law & Security Review*, 27(2), 175-179.
- Shook, C. L., Priem, R. L., & McGee, J. E. (2003). Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis. *Journal of Management*, 29(3), 379-399.
- Tuysuz, M. K., & Kılıç, A. (Year). Intellectual Property Management in Early-Stage Technology ventures: A qualitative study. *Technology in entrepreneurship and strategic management*, 3(3), Page range. <https://doi.org/10.61838/kman.jtesm.3.3.7>
- Van Santen, S. G., & Holgersson, M. (2019). The development of intellectual property strategy in new venture creation. *Academy of Management Proceedings*, 6(10), 18437. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2019.18437>