

## بررسی تأثیر توسعه نظام مالکیت معنوی و دانش ثبت شده در ایجاد انگیزه برای نوآوری صنعت

مریم شعوری<sup>۱</sup>

امیر نجفی<sup>۲\*</sup>

### چکیده

زمینه: در عصر دانایی، نوآوری و ایجاد انگیزه برای آن یکی از ضروریات اصلی سازمان‌ها است. در این فرایند توسعه نظام مالکیت معنوی و دانش ثبت شده نقشی اساسی به عهده دارند. هدف: هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر توسعه نظام مالکیت معنوی در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکت‌ها و اداره مالکیت معنوی تهران) بر نوآوری در صنعت از طریق اثر میانجی‌گری ایجاد انگیزه در صنعت است.

روش: پژوهش حاضر از نوع هدف کاربردی و از نوع مطالعه‌ای توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش ۳۳۰ نفر از کارکنان شاغل در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکت‌ها و اداره مالکیت معنوی تهران) که حجم نمونه ۱۸۰ نفر با استفاده از فرمول کوکران به روش تصادفی متناسب با حجم جامعه است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه ۲۵ سوالی محقق ساخته برای سنجش روابط بین متغیرهای پژوهش است که روایی آن به دو روش محتوایی و سازه و پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ (۰/۹۳۵) تأیید شده است. نرم افزار مورد استفاده نرم افزار SPSS 22 و Amos 21 است.

یافته‌ها: نتایج حاصل پژوهش نشان داد که اگرچه مالکیت معنوی بر نوآوری در صنعت به شکل مستقیم تأثیر معناداری نداشته است، با این حال توسعه نظام مالکیت معنوی در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکت‌ها و اداره مالکیت معنوی تهران) بر نوآوری در صنعت از طریق نقش میانجی‌گری ایجاد انگیزه در صنعت تأثیر غیرمستقیم معنادار و مثبتی دارد.

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت اجرایی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران mshouri13@yahoo.com

۲. دانشیار، گروه مهندسی صنایع، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران (نویسنده مسئول) Asdnjf@gmail.com

نتیجه گیری: اجرای سیستم مدیریت نوآوری نیازمند ایجاد انگیزه‌ها از سوی مدیران است. در این فرآیند توسعه نظام مالکیت معنوی و دانش ثبت شده می‌تواند نقش مهمی را ایفاء نماید.

**واژه‌های کلیدی:** نظام مالکیت معنوی، انگیزه، نوآوری صنعت، مدل‌سازی معادلات ساختاری.

### پیشگفتار

تأمین حقوق مالکیت معنوی ابزاری مناسب برای حفظ حقوق اشخاص حقیقی/حقوقی از نوآوری‌هایی است که ایجاد کرده‌اند. این امر محرک و عاملی انگیزشی برای تداوم و توسعه ابداع و نوآوری در اشخاص حقیقی/حقوقی است. حقوق مالکیت معنوی، به شرکت‌ها این اجازه را می‌دهد که جهت جذب سرمایه بدون ترس از کپی برداری از نوآوری‌شان، با شرکت‌ها یا افراد تجاری و سرمایه‌گذاران به مذاکره بپردازند و محصول جدید را به بازار ارائه دهند. از این رو به نظر می‌رسد که تأمین حقوق مالکیت معنوی شرکت‌ها، عاملی انگیزاننده در توسعه و تداوم نوآوری توسط آنان باشد. بی‌شک توجه ناکافی به این مقوله، انگیزه لازم را از سازمان‌ها برای ابداع و نوآوری محصولات یا خدمات جدید از بین خواهد برد (شعبانی و همکاران، ۱۳۹۶)، حقوق مالکیت معنوی امروزه به عنوان یکی از مسایل زیر بنایی سیستم‌های نوین اقتصادی و ابزار مهم اساسی برای رشد اقتصادی و با ارزش‌ترین سرمایه در معاملات و داد و ستدهای تجاری تلقی می‌شود (عباسی نژاد و همکاران، ۱۳۹۴). مالکیت معنوی در یک نگاه کلی به حقی تلقی می‌شود که برای هر فرد خلاق، هنرمند، طراح و نویسنده وجود دارد و آثار غیر مادی را که در اثر تلاش زیاد بوجود می‌آید و در ظاهر جنبه مادی ندارد را مورد حمایت خود قرار می‌دهد تا به نوعی هم باعث پیشرفت علم و انگیزه در جامعه باشد و هم حق و حقوق افراد خالق آثار (شاه آبادی و همکاران، ۱۳۹۱). از این رو حمایت از حقوق مالکیت معنوی به توسعه و پیشرفت دائمی هر

کشوری کمک ارزنده‌ای خواهد کرد (فلاوی و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶). در واقع تأمین حقوق نظام مالکیت معنوی ابزاری مناسب برای حفظ حقوق شرکت‌ها از نوآوری‌هایی است که ایجاد کرده‌اند (سویت و اترویک<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵). دانش و نوآوری تحولات سریع در فناوری تولید را فراهم می‌آورد و از طریق بهبود فرایند تولید و یا ایجاد محصولات جدید زمینه ساز افزایش بهره‌وری و استفاده کارآمد از نهادهای تولیدی خواهد بود و از این مجرا بر کیفیت رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد (وو و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵). در صورت عدم حمایت کافی از نوآوری در حوزه‌های مختلف و فقدان بستر و امنیت حقوقی لازم برای تضمین حقوق نوآوران در سطح ملی، بسیاری از اختراعات و نوآوری‌ها در صنعت کتمان شده و در اختیار جوامع قرار نمی‌گیرد و یا فقط در کشورهایی که از آن حمایت می‌شود، عرضه می‌شود (پژوهش جهرمی و همکاران، ۱۳۹۵). این وضعیت در بلند مدت پیامدهای منفی و کاهش سطح کیفی زندگی افراد جامعه و جلوگیری از جذب سرمایه‌گذاری خارجی در داخل کشورها را در پی خواهد داشت (حسینی شکیب و مرادیان، ۱۳۹۷). از این‌رو دولت‌ها با رسمیت شناختن حقوق مالکیت معنوی تلاش کرده‌اند تا با تقسیم منافع شرایط مناسبی را برای پیشبرد نوآوری فراهم نمایند، لذا ایجاد انگیزه در افراد برای پیشبرد جریان نوآوری امری بسیار مهم است (گرشاسبی نیا و بدری ویج، ۱۳۹۱). امروزه یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها و دستاوردها برای مدیران هر سازمانی ایجاد انگیزه در اعضای کارکنان است، به گونه‌ای که این انگیزه سبب آشکار شدن بیش‌ترین تلاش و جدیت در آنان می‌شود. سازمان‌ها نمی‌توانند کارکنان خود را در انجام کارها مجبور به انگیزه‌دار شدن کنند (کریم پور و همکاران، ۱۳۹۳). هنر مدیریت در هر سازمانی در ایجاد شرایطی است که برای با انگیزه کردن افراد بیش‌ترین کارایی را داشته باشد. همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، حمایت قوی و مؤثر از حقوق مالکیت فکری سنگ بنایی است برای ایجاد سرمایه‌گذاری سالم که

1. Falvey et al.  
2. Sweet & Eterovic  
3. Woo et al.

منجر به پدید آمدن انگیزه برای نوآوری و ایجاد محیطی که در آن به نوآوری پاداش داده می‌شود و همچنین باعث ایجاد انگیزه برای بازارهای داخلی از طریق پذیرش و بهبود محصولات و فن‌آوری‌های موجود می‌شود (وو و همکاران، ۲۰۱۶). در این میان به نظر می‌آید که ایجاد انگیزه به عنوان حلقه مفقوده‌ای میان توسعه نظام مالکیت معنوی و نوآوری در صنعت ایفای نقش نماید (خمسه و وثوق روحانی، ۱۳۹۷). زیرا از یک سو، مالکیت معنوی بر ایجاد انگیزه در افراد، کارکنان و شرکت‌ها تأثیر گذاشته و از سوی دیگر محرک‌هایی جهت توسعه فن‌آوری و نوآوری را بوجود می‌آورد (شمسی و همکاران، ۱۳۹۶). سازمان ثبت اسناد و املاک کشور به‌عنوان یکی از قدیمی‌ترین و گسترده‌ترین دستگاه‌های حاکمیتی، مأموریت تثبیت و حمایت از حقوق مالکیت مشروع و قانونی اشخاص حقیقی و حقوقی جامعه را بر عهده داشته و نقش مؤثری در روابط و مناسبات اقتصادی و اجتماعی و استقرار و تثبیت مالکیت ایفاء می‌نماید (عطاپور، ۱۳۹۰). مأموریت و اهداف بنیادین سازمان ثبت اسناد و املاک کشور بر اساس قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر توسعه ثبت رسمی در کشور و تثبیت و حمایت از حقوق و مالکیت مشروع و قانونی اشخاص حقیقی و حقوقی به‌منظور ارتقاء نظم حقوقی و کاهش دعاوی و استفاده حداکثری از فن‌آوری‌های نوین جهت افزایش ارائه خدمات ثبتی به نحو غیرحضور است. ازجمله سیاست‌های کلی این سازمان می‌توان به شفاف‌سازی و تثبیت حدود مالکیت، توسعه ثبت رسمی و ارائه خدمات نقل و انتقالات و معاملات رسمی در محیط مجازی، دسترسی سریع و آسان خدمات ثبتی به ذی‌نفعان و کاهش مراجعات حضوری متقاضیان، بازنگری و اصلاح قوانین، مقررات و استانداردهای رویه‌ها، توسعه کیفی و ارتقاء سطح برخورداری‌های منابع انسانی و ارتقاء نظارت، بازرسی و پاسخگویی اشاره نمود (طاهری نژاد، ۱۳۹۰). از این رو به نظر می‌رسد از آنجا که مالکیت معنوی در جهان کنونی قلمرو گسترده‌ای پیدا کرده و وارد عرصه مالی و اقتصادی شده، از مرزها گذشته و به تجارت جهانی پیوسته و تجربه جهانی

نشان می دهد که منشا و عامل اصلی در ایجاد انگیزه و ایجاد روحیه نوآوری در صنعت می - شود. در این راستا و با توجه به تحقیقات اندکی که در سازمان ثبت اسناد و املاک در حوزه بیان شده انجام شده است محقق بر آن شد که به بررسی رابطه بین توسعه نظام مالکیت و نوآوری صنعت با در نظر گرفتن نقش میانجی گری ایجاد انگیزه پردازد. بنابراین پژوهش با این سؤال آغاز می شود که آیا: توسعه نظام مالکیت معنوی در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) بر نوآوری صنعت از طریق نقش میانجی گری ایجاد انگیزه در اشخاص حقیقی/حقوقی تأثیر دارد؟

مالکیت معنوی در معنای وسیع کلمه عبارتست از حقوق ناشی از آفرینش و خلاقیت های فکری آفریننده در زمینه های علمی، صنعتی، ادبی و هنری که از راه دانش، هنر یا ابتکار به وجود می آید (رفیعی رشت آبادی و همکاران، ۱۳۹۷). براساس تعریف سازمان جهانی مالکیت فکری، مالکیت فکری عبارت از حقوق قانونی ناشی از فعالیت فکری در زمینه های صنعتی، علمی، ادبی و هنری است. قوانین مالکیت فکری وظیفه ی حفاظت از آن چه که به وسیله قدرت خلاقیت و ابتکار انسانها شکل می گیرد را بر عهده دارد. قوانین مالکیت فکری ایده آل قوانینی است که بدون ایجاد محدودیت های اضافه برای دسترسی مخاطبان و مصرف کنندگان، حقوق نوآوران و مبتکران طرح را در نظر گرفته و از آنها حفاظت کند، بدون آن که با اعمال محدودیت های بیش از اندازه مانع از بهره وری طرحها شود (شوقی و همکاران، ۱۳۹۶). حق تکثیر<sup>۱</sup> نوعی حفاظت قانونی از آثار، طرحها و ایده های ادبی، علمی یا هنری است. این آثار در حالی که دارای ماهیتی قابل درک باشند شامل این حمایت خواهند بود (هلر و ربکا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). حق کشف و اختراع<sup>۳</sup>، طبق تعریف سازمان جهانی مالکیت فکری (WIPO<sup>۴</sup>)، اختراع، محصول یا فرآیندی است که راه نوینی

---

1. Copy Right  
 2. Heller & Rebecca  
 3. Patent  
 4. World Intellectual Property Organization

را جهت انجام کاری ارائه می‌دهد یا راه حل جدیدی را برای حل مشکلی خاص پیشنهاد می‌کند (عطاپور، ۱۳۹۰). نشان تجاری<sup>۱</sup> علائم، اسامی و به طور کلی نشانه‌ی شاخصی که معرف کالا یا خدمات ایجاد شده توسط شخص یا سازمانی خاص است، نشان تجاری نامیده می‌شود (واگنر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). رموز تجاری<sup>۳</sup> عبارت‌اند از دانش و روندهایی که یک سازمان جهت رسیدن به مقاصد تجاری، اقتصادی خود به آن‌ها دست یافته و این روندها، در پیش برد اهداف سازمان و در موفقیت آن نقش اساسی دارند و فضایی رقابتی میان سازمان‌ها و شرکت‌های گوناگون ایجاد می‌کنند (سیدجوادین، ۱۳۹۰).

مالکیت معنوی سه کارایی خاص به دنبال خواهد داشت: ۱- تشویق به خلق دانش و نوآوری: ایده‌ها و ابتکارات معمولاً با صرف هزینه و زمان به دست می‌آیند اما به سادگی قابل تقلید و استفاده هستند. این امر از انگیزه افراد برای تلاش در جهت نوآوری و طرح ایده‌های نو می‌کاهد. اما در صورتی که مبتکر و نوآور بداند که از دست آوردهای سرمایه‌های فکری‌اش حفاظت می‌شود این انگیزه در او تقویت خواهد شد. ۲- حفظ دانش در سازمان: با وجود قوانین مالکیت فکری، یک طرح و ایده در صورت لزوم در انحصار سازمان و سرمایه‌گذار می‌ماند و سود و بازده آن به سازمان خواهد رسید و این امر تشویقی است برای سازمان‌ها و سرمایه‌داران تا بر روی توسعه‌ی سرمایه‌های فکری و دانش حاصل از آن سرمایه‌گذاری نمایند. ۳- حفاظت از هویت و مشخصه‌های ابداعات: در صورت عدم وجود قوانین مالکیت فکری این امکان وجود داشت که پس از مدتی با دخالت‌ها و تغییرات اعمال شده توسط سایرین بر روی یک طرح یا اثر، آن چه باقی می‌ماند تفاوت زیادی با مقصود سازنده داشته باشد و اهداف و ویژگی‌های اصلی مورد نظر او به کلی از بین برود. در صورتی که با وجود این قوانین، اثر اصلی و ماهیت آن حفظ خواهد شد (شوقی و همکاران، ۱۳۹۶).

---

1. Trade Mark  
2. Wagner  
3. Trade Secret

جیمنز و سانزواله (۲۰۱۱) بیان می‌کنند که نوآوری یکی از فاکتورهای مهم برای موفقیت، بقای شرکت و مزیت رقابتی است. نوآوری به وسیله شامپیترا<sup>۲</sup> تعریف شده است؛ او بیان می‌کند که خلاقیت، نیروی محرک‌های برای توسعه است و به معنای آمادگی و تمایل شرکت برای پذیرش ایده‌های جدیدی است که منجر به توسعه و عرضه محصولات جدید می‌شود (دیوید و اولسون<sup>۳</sup>، ۱۹۸۴). نوآوری، اصولاً به عنوان نیاز به حداکثر نمودن ایده‌های نوآور که در یک دوره معین، پدیدار شده است؛ تعریف می‌شود. نوآوری به عنوان یکی از راه‌های تفکر و رفتاری که ارزش‌ها و گرایش‌های یک سازمان را ایجاد، توسعه و بنا می‌گذارد؛ شامل پذیرش و حمایت از ایده‌ها و تغییرات بهبود دهنده در عملکرد و کارایی شرکت است؛ حتی اگر این تغییرات به معنای تضاد با رفتار سنتی و مرسوم باشد. یقیناً برای موفقیت نوآوری نیاز است که چهار برخورد: ۱-مدیریت شرکت، خطرپذیر باشد؛ ۲-نیازمند مشارکت همه اعضای شرکت باشد؛ ۳-خلاقیت، تحریک شده باشد؛ ۴-مسئولیت، تسهیم شود صورت گیرد (مکلود<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵).

نوآوری شناسایی و استفاده از فرصت‌های جدید برای ایجاد محصولات، خدمات یا فعالیت‌های کاری جدید تعریف می‌شود. افزایش مهیج رقابت جهانی همراه با تغییر جهت به اقتصاد بر مبنای دانش، تأکید مجدد برای نوآوری را ایجاد می‌کند. تغییرات سریع در محیط رقابتی، جهان جدید رقابت را ایجاد می‌کند. این اقتصاد جدید توسط آنهایی که نوآور هستند خلاقند(دانش را ایجاد می‌کنند یا آن را به محصولات و خدمات و روش‌های جدید تبدیل می‌کنند) سریع‌تر از سایر رقبا هدایت می‌شود. ما در هیچ دوره‌ای مانند امروز نیاز به نوآوری با توجه به رشد روز افزون علم اقتصاد و تبادل آنی اطلاعات در دنیای الکترونیک چنین حاد نبوده است. بدون شک روز بروز بر شدت رقابت در بازارهای جهانی برای ارابه

---

1. Jiménez and Sanz-Valle  
 2. Shampiter  
 3. Davis & Olson  
 4. McLoud

محصولات و خدمات توسط بخش‌های مختلف صنعت افزوده می‌شود و در دهه های آتی شاهد شدیدتر شدن نیز خواهیم بود. برای اینکه بتوان در بازارهای جهانی دوام آورد و بر رقبا چیره شد و مشتریان را حفظ و به تعداد آنها افزود، باید روش‌های قدیمی و سنتی را کنار گذاشت. تا از طریق ارایه محصولات جدید و مشتقات آنهاست که می‌توان ارزش قابل توجهی برای شرکت ایجاد کرد. نوآوری از جمله توانایی‌های کلیدی رهبر هر سازمانی است که به او این امکان را می‌دهد تا در جهت رشد و سودآوری سازمان خود حرکت کند. نوآوری و به تبع آن مدیریت نوآوری بواسطه قرین بودن با ریسک و سودآوری، شدیداً چالش برانگیز است. بنابراین رهبر و مدیر سازمان همواره باید میان نوآوری و انضباط درون سازمانی تعادل برقرار نماید (فقیهی، سلیمی، ۱۳۸۸). نوآوری در رأس همه چیزهایی که توسط اقدام کارآفرینانه پشتیبانی می‌شود قرار دارد و هدفش ایجاد ارزش از طریق کاربرد دانش است. بنابراین ارزش ممتاز برای مشتری از طریق نوآوری در سازمان‌ها منتقل می‌شود. دوران نوآوری محصولات جدید، خدمات جدید و روش‌های جدید انجام کسب و کار اصلاً نمی‌تواند پدیدار شوند و بیشتر سازمان‌ها برای همیشه گرفتار خدمات قدیمی و روش‌های کهنه می‌شوند (طاهری نژاد، ۱۳۹۰).

اصطلاح انگیزش نخستین بار از واژه لاتین موو<sup>۱</sup> که به معنی حرکت است گرفته شد. انگیزه را چرایی رفتار گویند. به عبارت دیگر هیچ رفتاری را فرد انجام نمی‌دهد که انگیزه‌ای یا نیازی محرک آن نباشد. انگیزش انسان اعم از خودآگاه یا ناخودآگاه، ناشی از نیازهای اوست. بنابراین در تعریف انگیزه می‌توان گفت: انگیزه یا نیاز عبارت است از حالتی درونی و کمبود یا محرومیتی که انسان را به انجام یک سری فعالیت وا می‌دارد (سید جوادین، ۱۳۹۱). تعریف دیگر انگیزه به این شکل است که «میل به کوشش فراوان در جهت تأمین هدف‌های سازمان به گونه‌ای که این تلاش در جهت ارضای برخی از نیازهای فردی سوق داده شود

1. MOO



(روینزا، ۲۰۱۱). یکی از وظایف اولیه مدیر فراهم نمودن موجبات انگیزش کارکنان در سطح بالایی از عملکرد است. یعنی مدیر باید اطمینان پیدا کند که افراد کار می کنند، بطور منظم سرکار حاضر می شوند و سهم مثبتی از رسالت سازمان دارند. عملکرد شغلی به توانایی، محیط و همچنین انگیزش مرتبط است (محمدزاده و مهر وژان، ۱۳۸۹). انگیزه به عنوان عامل نیرو دهنده، هدایت کننده و نگهدارنده رفتار تعریف می شود. در واقع انگیزه یعنی آنچه انسان را به کاری وامیدارد و او را به جهت خاصی سوق میدهد (آرین و زهتاب آرانی، ۱۳۹۴). برنامه ها برای ایجاد انگیزش در سازمان عبارتند از:

**الف- مدیریت مبتنی بر هدف:** این برنامه مدیریتی توسط پیتر دراگر ارائه شد تا با استفاده از هدف های سازمان، افراد را تحریک و بدین وسیله در آنان ایجاد انگیزه کند. اهمیت این برنامه در تأکیدی است که بر اهداف کلی سازمان می شود. از آنجا که همه افراد سازمان در تعیین هدف های مزبور مشارکت دارند، مسیر اجرای برنامه مدیریتی مبتنی بر هدف دو طرفه (از بالا به پایین و از پایین به بالا) است و در نتیجه سلسله مراتبی از اهداف به وجود می آید که در بین سطوح آن رابطه معقول و ذی ربطی وجود خواهد داشت. در اجرای مدیریت مبتنی بر هدف توجه به موارد: ۱- اهداف باید به صورت دقیق تعیین و مشخص شوند؛ ۲- اهداف الزاماً به وسیله مدیریت یا ریاست سازمان تعیین نمی شوند. بعبارت دیگر اهداف مشارکتی جایگزین اهداف تحمیلی می شوند؛ ۳- هر هدف باید در یک دوره زمانی معین تامین شود؛ ۴- افراد در طول اجرای برنامه و بصورت مرتب از میزان پیشرفت کار خود آگاهی می یابند. بعبارت دیگر از عملکرد خود بازخورد می گیرند، ضروری است: (عطاپور، ۱۳۹۰).

**ب- تعدیل در رفتار:** این برنامه مبتنی بر این اصل اساسی است که با توجه به نتایج حاصل از عملکرد کارکنان، اهمیت انواع کارهایی که فرد در سازمان انجام می دهد، یکسان نیست. در حال حاضر تعداد زیادی از سازمان ها در کشورهای غربی، جهت بهبود بهره وری، کاهش

اشتباهات، پایین آوردن نرخ غیبت کارکنان، تأخیرها و ... روش تعدیل رفتار سازمانی را به کار می‌برند. این برنامه شامل پنج مرحله است: *مرحله اول* - شناسایی رفتار اصلی (تعیین کننده): شناسایی رفتارهایی که بیشترین اثر را بر عملکرد دارند. *مرحله دوم* - سنجش یا اندازه گیری رفتارها: باید شاخص‌های اندازه‌گیری تهیه شود. این شاخص‌ها شامل تعیین رفتارهایی است که در شرایط موجود تکرار می‌شود. *مرحله سوم* - شناسایی ترتیب رفتارها: عبارت است از یک تجزیه و تحلیل عملی به منظور تعیین رفتارهایی که در جهت بهبود عملکرد صورت می‌گیرد. *مرحله چهارم* - ارائه استراتژی و ایجاد تغییرات لازم در رفتارها: در این مرحله، مدیر برای تقویت رفتاری که به عملکرد مطلوب می‌انجامد و تضعیف رفتارهای نا مطلوب دست به کار می‌شود و نوعی استراتژی خاص را به اجرا می‌آورد. در اجرای این استراتژی برخی از روابط عملکرد - پاداش تغییر خواهد کرد. به عبارت دیگر ساختار، پردازش، تکنولوژی و گروه‌های کاری باید انجام شود تا به عملکرد عالی پاداش بیشتری تعلق گیرد. *مرحله پنجم* - ارزیابی عملکرد: ارزیابی بهبود عملکرد است. در این مرحله بررسی تغییر در رفتار کارمند صورت می‌گیرد که آیا یک تغییر همیشگی صورت گرفته است یا خیر؟ (ایران نژاد و ساسان گهر، ۱۳۹۰).

*ج) مشارکت کارکنان*: مقصود از مشارکت کارکنان، انواع روش‌ها و فعالیت‌هایی است که در زمینه مشارکت اعضای سازمان انجام می‌گیرد. در تعریف این عبارت چنین آمده است که این امر نوعی فرایند مشارکتی است که هدف آن تشویق و ترغیب کارکنان و اعضای سازمان به دادن تعهد و مشارکت هر چه بیشتر در امر موفقیت سازمان است. پایه و اساس این اندیشه بر این منطبق است که کارکنان در فرایند تصمیماتی که بر سرنوشت آنان اثر می‌گذارد، مشارکت کنند و در کار اداری و سازمانی از آزادی عمل بیشتری برخوردار شوند

و در نهایت باعث افزایش بازدهی، تولید و بهره‌وری در سازمان شوند (دیویس و نیواستروم<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰).

د) برنامه‌های مبتنی بر حقوق متغیر: اجرای برنامه‌هایی با هدف انگیزش، مشارکت کارکنان در سود، دادن پاداش و جایزه، برنامه‌های مبتنی بر حقوق متغیر هستند. آنچه این برنامه را از برنامه‌های حقوق و پاداش سنتی متمایز می‌کند، این است که شخص نه تنها حقوق و دستمزد خود را بر اساس سابقه کار یا میزان تلاش دریافت می‌کند، بلکه قسمتی از دریافتی‌های وی بر اساس عملکرد او و سازمان پرداخت می‌شود. بر اساس چنین برنامه‌ای میزان دریافتی، بموازات تغییر عملکرد تغییر می‌کند. با گذشت زمان، کسانی که عملکرد ضعیف دارند، دستمزد و حقوق اندکی می‌گیرند و کسانی که عملکرد بالایی دارند، شاهد افزایش دستمزد خود در مقایسه با افزایش درآمد شرکت خواهند بود. در این مورد چهار برنامه متفاوت به اجرا در می‌آید که عبارتند از: ۱- دستمزد بر اساس قطعه؛ ۲- دادن جایزه؛ ۳- مشارکت در سود؛ ۴- طرح دادن پاداش به گروه (کوئل<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴).

نتایج یک مطالعه حاکی از آن است که در بخش مالکیت صنعتی عمدتاً حق اختراع، علائم صنعتی و تجاری، طرح‌های صنعتی و نشانه‌های جغرافیایی مطرح می‌شود، و در بخش مالکیت ادبی و هنری، حقوق مولفان، مصنفان، هنرمندان و پدیدآورندگان نرم افزارهای رایانه‌ای و حقوق جانبی مربوط به کپی رایت که شامل آثار دیداری و شنیداری است، مورد بررسی قرار می‌گیرد (ایران نژاد و ساسان گهر، ۱۳۹۰). نتایج مطالعه سیفی قره یتاق (۱۳۹۴) نشان می‌دهد که بهترین گزینه در برقراری تعامل مطلوب میان نظام‌های مالکیت فکری و انتقال فناوری، اتخاذ سیاست حمایتی میانه است، به نحوی که منافع طرفین انتقال فناوری را برآورده سازد. نتایج یک پژوهش نشان می‌دهد بسیاری از این اختلافات ریشه در مبانی و زیر ساخت‌هایی دارد که نظام‌های مالکیت فکری بر آنها بنا شده است، زیرا علاوه بر ضرورتها و

1. Davis & Newstrom  
2. Koelbel

نیازها، مبانی نظری چه به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم بر شکل‌گیری، توسعه و تعمیق مالکیت فکری اثر داشته است، به طوری که بدون شناخت مبانی نظری مالکیت فکری، نمی‌توان بر ابعاد مختلف نظام مالکیت فکری احاطه یافت (سیفی قره یثاق، ۱۳۹۴). مدل دارپا مفروضات مربوط به چگونگی استخدام کارکنان، چگونگی مدیریت قراردادها و مالکیت معنوی را به چالش می‌کشد. این استقلال به دارپا امکان می‌دهد با سرعت حرکت کرده و ریسک‌های بزرگی کند و این باعث که بهترین‌ها و با استعدادترین‌ها به این آژانس بپیوندند. بدون شک آگاهی از اهمیت سرمایه فکری نوآوری، بهره‌وری، رشد و نمو و عملکرد اقتصادی بهتر را به دنبال دارد و بالعکس نا آگاهی از آن عدم توجه کافی مدیریت به این مهم را سبب می‌شود که خود عدم بهره‌برداری کامل از ارزش افزوده قابلیت‌ها را در پی خواهد داشت (استراواس<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵).

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه اصلی پژوهش: توسعه نظام مالکیت معنوی در سازمان ثبت اسناد و املاک (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) بر نوآوری در صنعت از طریق میانجی‌گری ایجاد انگیزه تأثیر دارد. همچنین فرضیه‌های فرعی به قرار زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد:

۱) توسعه نظام مالکیت معنوی در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) بر نوآوری در صنعت تأثیر دارد.

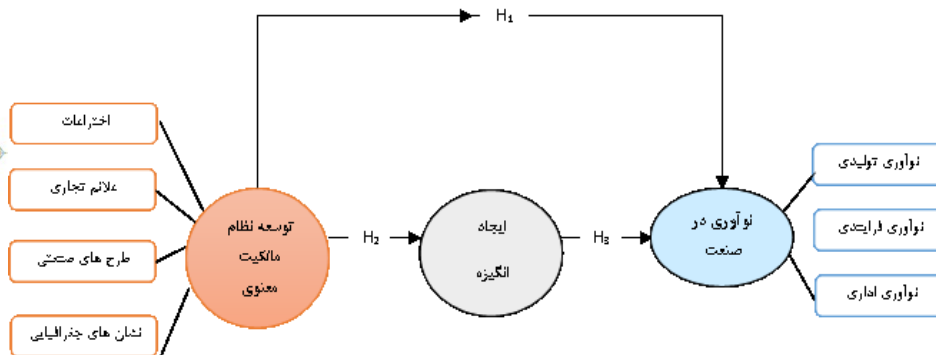
۲) توسعه نظام مالکیت معنوی در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) بر ایجاد انگیزه در صنعت تأثیر دارد.

۳) افزایش انگیزه بر نوآوری در صنعت تأثیر دارد.

با توجه به مبانی نظری بیان‌شده، الگوی مفهومی پژوهش در شکل (۱) ارائه شده است. بر اساس مدل مفهومی پژوهش، به‌منظور سنجش توسعه مالکیت معنوی به عنوان متغیر مستقل پژوهش از سنجه‌های حاصل از مالکیت معنوی در صنعت گرشاسبی نیا و بدری و بیچ (۱۳۹۱)

1. Straus

شامل ۴ مؤلفه؛ اختراعات، علائم تجاری، طرح های صنعتی و نشان های جغرافیایی بهره گرفته شده، بمنظور سنجش نوآوری در صنعت بعنوان متغیر وابسته پژوهش از سنجه های حاصل از مدل میرکمالی و چوپانی (۱۳۹۰) شامل ۳ مؤلفه نوآوری تولیدی، نوآوری اداری و نوآوری فرایندی بدلیل جامع بودن بهره گرفته شدو بمنظور سنجش ایجاد انگیزه بعنوان متغیر میانجی پژوهش از سنجه های حاصل از مدل گومز مجیا و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) شامل ۴ مؤلفه؛ اعطای اختیارات لازم در حیطه کاری، دست یابی به موفقیت، ارائه امکانات لازم جهت پیشرفت، ارتقای اعتماد به نفس کارکنان به دلیل جامع بودن مدل بهره گرفته شد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

## روش پژوهش

پژوهش حاضر، از حیث هدف، کاربردی و از نوع توصیفی-تحلیلی، به شیوه پیمایشی با رویکرد همبستگی است. این پژوهش به بررسی داده های مرتبط در برهه ای از زمان می-پردازد، پس از نوع پژوهش مقطعی است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان شاغل در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکت ها و اداره مالکیت معنوی تهران) هستند

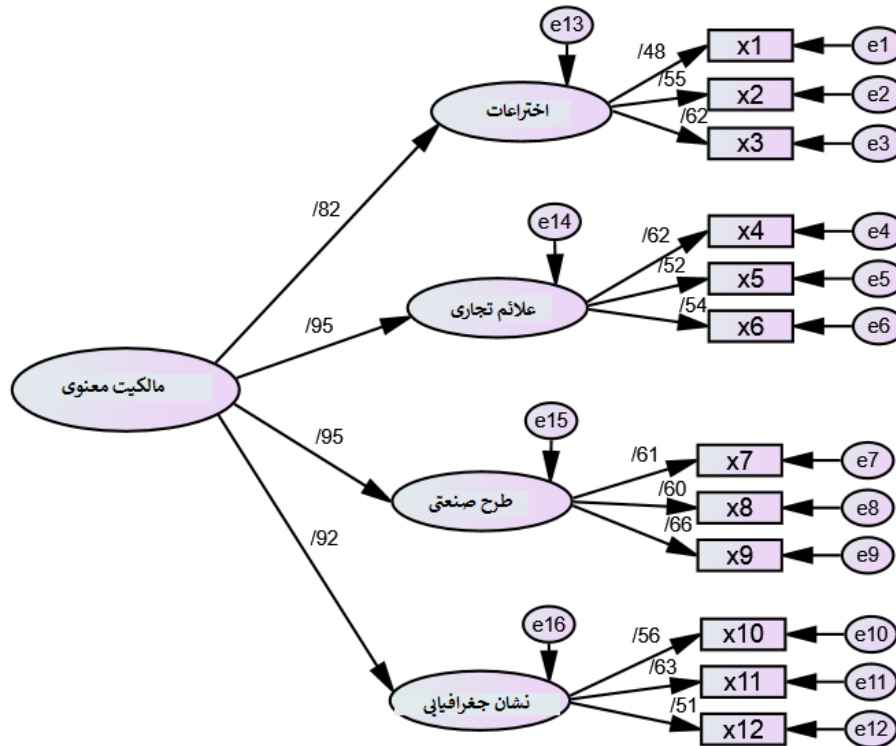
1. Gomez-Mejia et al.

که با اطلاعات به دست آمده، تعداد آنان ۳۳۰ نفر برآورد شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران در جامعه محدود به تعداد ۱۸۰ نفر محاسبه و روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی متناسب با حجم جامعه بوده است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته است درکل پرسشنامه شامل ۳۰ گویه، در دو بخش طراحی شده است که در بخش اول ویژگی‌های فردی پاسخ دهندگان شامل جنسیت، سن، مقطع تحصیلی، پست سازمانی و سابقه شغلی و در بخش دوم ۲۵ سوال به منظور بررسی سایر فرضیه‌ها ارائه شد. به این منظور برای سنجش و ارزیابی توسعه مالکیت معنوی به عنوان متغیر مستقل پژوهش در سازمان مورد مطالعه از ۱۲ گویه سوالی محقق ساخته از سنجه‌های حاصل از مدل مالکیت معنوی در صنعت گرشاسبی نیا و بدری ویچ (۱۳۹۱) شامل چهار مؤلفه؛ اختراعات، علائم تجاری، طرح‌های صنعتی و نشان‌های جغرافیایی بهره گرفته شد. همچنین به منظور سنجش و ارزیابی نوآوری در صنعت به عنوان متغیر وابسته پژوهش از ۹ گویه سوالی محقق ساخته برگرفته از سنجه‌های حاصل از مدل میرکمالی و چوپانی (۱۳۹۰) شامل سه مؤلفه نوآوری تولیدی، نوآوری اداری و نوآوری فرایندی به دلیل جامع بودن بهره گرفته شد. در نهایت به منظور سنجش و ارزیابی ایجاد انگیزه به عنوان متغیر میانجی گر پژوهش از سنجه‌های حاصل از مدل گومز مجیا و همکاران (۲۰۰۹) شامل چهار مؤلفه؛ اعطای اختیارات لازم در حیطه کاری، دست‌یابی به موفقیت، ارائه امکانات لازم جهت پیشرفت، ارتقای اعتماد به نفس کارکنان استفاده شد که در این راستا از ۴ گویه سوالی بهره گرفته شد. سوالات بصورت بسته و براساس طیف ۵گزینه لیکرت که به ترتیب از گزینه (۱) کاملاً مخالفم تا (۵) کاملاً موافقم مقیاس بندی شد. برای تعیین روایی ابزار پژوهش از روایی صوری و محتوایی و برای روایی سازه از تحلیل سازه استفاده شد. به منظور تعیین روایی محتوایی پرسشنامه محقق ساخته، از دیدگاه‌های ۶ نفر از متخصصان (شامل: ۲ تن از اساتید دانشگاه و ۴ نفر از مدیران و کارشناسان سازمان مورد بررسی) استفاده شده است، به منظور تعیین روایی سازه مربوط به گویه‌های پرسشنامه تحقیق، پس از تعیین روایی محتوایی با استفاده از نظرات متخصصان و

اساتید دانشگاه و مشخص نمودن سوالات پژوهش به تعیین روایی سازه (تحلیل عامل تأییدی) به روش الگوی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار Amos 21 پرداخته شد.

### یافته های پژوهش

نتایج تحلیل عاملی تأییدی مربوط به متغیر «توسعه نظام مالکیت معنوی» در شکل زیر نشان داده شده است که بیانگر ضرایب عاملی بالای هر یک از متغیرهای آشکار و مکنون مربوط به متغیر است. برای بررسی روابط علی بین متغیرها از مدل معادلات ساختاری یا تحلیل چند متغیری با متغیرهای مکنون استفاده شد. همچنین برای ارزیابی نیکویی برازش تمام مدل‌ها از معیارهای زیر استفاده شده: شاخص **GFI** مقدار نسبی واریانس‌ها و کواریانس‌ها را به گونه مشترک از طریق مدل ارزیابی می‌کند. شاخص برازندگی دیگر **AGFI** همان مقدار تعدیل یافته شاخص **GFI** برای درجه آزادی است. شاخص **RMSEA** ریشه میانگین مجذورات تقریب است. شاخص **NFI** که (شاخص بنتلر- بونت هم نامیده می‌شود) نشانه برازندگی مناسب مدل است. شاخص **CFI** که نشانه برازندگی مدل است. اولین معیار قضاوت برازش مدل مفهومی، مقدار کای اسکوئر بر روی درجه آزادی  $\chi^2/df$  است که برای تک بعدی بودن سازه‌ها استفاده می‌شود و مقدار آن باید کمتر از ۳ باشد، به عبارت دیگر نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که هر یک از مؤلفه‌های توسعه نظام مالکیت معنوی بیان شده در مدل اندازه‌گیری بخوبی از متغیر خود حمایت کرده و در واقع ابزار مناسبی برای سنجش متغیر مورد آزمون هستند.



شکل ۲. تحلیل عامل تأییدی توسعه نظام مالکیت معنوی

شاخص‌های کلی برازش الگوی اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تأییدی و روایی سازه) مربوط به متغیرهای «توسعه نظام مالکیت معنوی»، ایجاد انگیزه و نوآوری صنعت در جدول زیر ارائه شده است که بیانگر آن است که الگوی اندازه‌گیری از برازش خوبی برخوردار بوده و به عبارتی شاخص‌ها این موارد را تأیید می‌کنند که گویه‌ها به خوبی از الگو حمایت می‌کنند.



**جدول ۱.** شاخص‌های کلی برازش الگوهای اندازه‌گیری

GFI	RMR	CMIN	CFI	RMSEA	P	X <sup>2</sup> /df	سازه / شاخص
>۰/۹	<۰/۰۵	---	>۰/۹	<۰/۰۷	<۰/۰۵	<۳	میزان قابل قبول
۰/۹۷۳	۰/۰۱۷	۹۰/۴۲۸	۰/۹۷۰	۰/۰۳۹	۰/۰۰۱	۱/۸۰۹	توسعه نظام مالکیت معنوی
۰/۹۸۱	۰/۰۲۱	۵۰/۹۶۸	۰/۹۶۰	۰/۰۶۸	۰/۰۰۱	۲/۵۵۲	ایجاد انگیزه
۰/۹۴۲	۰/۰۲۳	۷۹/۰۴۶	۰/۹۳۸	۰/۰۶۵	۰/۰۰۱	۲/۲۹۴	نوآوری صنعت

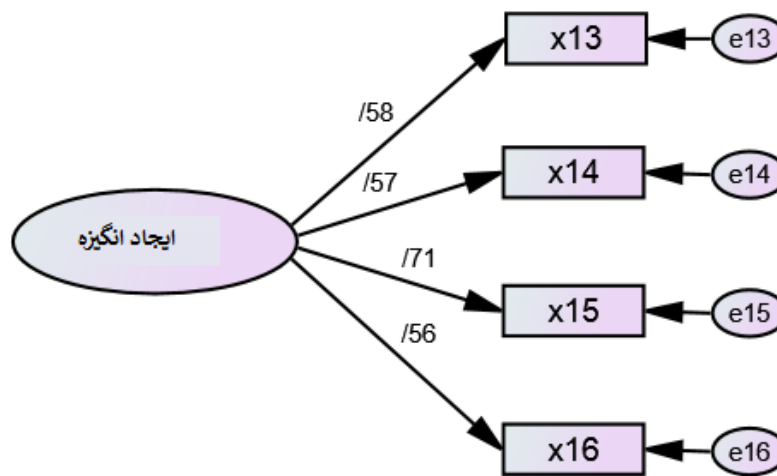
همچنین نتایج جدول نشان می‌دهد با توجه به اینکه سطح معناداری در رابطه با تمامی مسیرهای مدل کمتر از ۰/۰۵ بوده و مقدار بحرانی بیشتر از ۱/۹۶ است لذا بارهای عاملی در رابطه با تمامی مسیرها معنادار بوده و همبستگی رابطه‌های موجود در مدل تأیید می‌شود.

**جدول ۲.** ضرایب، نسبت‌های بحرانی و سطح معناداری متغیرهای پژوهش

خطای استاندارد	مقدار بحرانی	سطح معنادار	ضریب استاندارد	مسیرها
-	-	۰/۰۰۱	۰/۸۲۱	توسعه نظام مالکیت معنوی <--- اختراعات
۰/۱۹۳	۷/۹۰۹	۰/۰۰۱	۰/۹۵۴	توسعه نظام مالکیت معنوی <--- علائم تجاری
۰/۱۹۹	۷/۸۳۱	۰/۰۰۱	۰/۹۴۹	توسعه نظام مالکیت معنوی <--- طرح صنعتی
۰/۱۸۸	۷/۴۸۱	۰/۰۰۱	۰/۹۱۶	توسعه نظام مالکیت معنوی <--- نشان‌های جغرافیایی
-	-	۰/۰۰۱	۰/۵۸۰	ایجاد انگیزه <--- اعطای اختیارات لازم در حیطه کاری
۰/۰۹۷	۹/۰۰۳	۰/۰۰۱	۰/۵۷۳	ایجاد انگیزه <--- دست یابی به موفقیت
۰/۱۲۰	۹/۵۹۰	۰/۰۰۱	۰/۷۱۱	ایجاد انگیزه <--- ارائه امکانات لازم جهت پیشرفت
۰/۱۰۹	۸/۹۲۸	۰/۰۰۱	۰/۵۶۴	ایجاد انگیزه <--- ارتقای اعتماد به نفس کارکنان
-	-	۰/۰۰۱	۰/۸۴۲	نوآوری صنعت <--- نوآوری تولیدی
۰/۱۱۵	۷/۹۶۵	۰/۰۰۱	۰/۸۳۲	نوآوری صنعت <--- نوآوری فرایندی
۰/۱۳۳	۷/۸۴۷	۰/۰۰۱	۰/۹۹۲	نوآوری صنعت <--- نوآوری اداری

با توجه به اطلاعات جدول فوق در بین مؤلفه‌های نظام مالکیت معنوی ارائه شده در مدل اندازه‌گیری، علائم تجاری (با بار عاملی ۰/۹۵۴) و اختراعات (با بار عاملی ۰/۸۲۱) به ترتیب بیشتر و کمتر از دیگر مؤلفه‌ها در سازمان مورد مطالعه، مدل اندازه‌گیری را حمایت نموده‌اند.

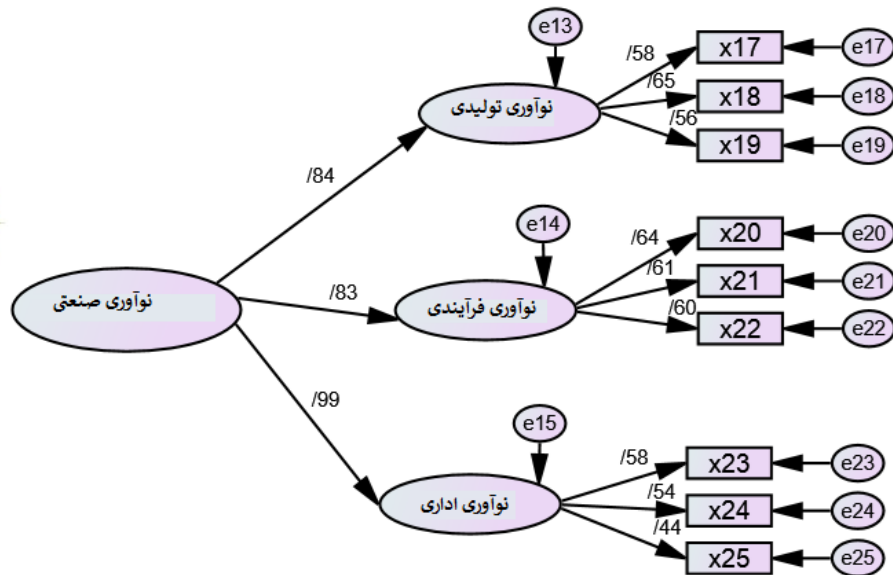
نتایج تحلیل عاملی تأییدی مربوط به متغیر «ایجاد انگیزه» در شکل ۳ نشان داده شده است. نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که هر یک از مؤلفه‌های بیان شده در مدل اندازه‌گیری بخوبی از متغیر خود حمایت کرده و در واقع ابزار مناسبی برای سنجش متغیر مورد آزمون هستند.



شکل ۳. تحلیل عاملی تأییدی مدل ایجاد انگیزه

همچنین نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد با توجه به اینکه سطح معناداری در رابطه با تمامی مسیرهای مدل کمتر از ۰/۰۵ بوده و مقدار بحرانی بیشتر از ۱/۹۶ است لذا بارهای عاملی در رابطه با تمامی مسیرها معنادار بوده و همبستگی رابطه‌های موجود در مدل تأیید می‌شود. از سوی دیگر نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که در بین مؤلفه‌های ایجاد انگیزه، ارائه امکانات لازم جهت پیشرفت (با بار عاملی ۰/۷۱۱) و ارتقای اعتماد به نفس کارکنان (با بار عاملی

۰/۵۶۴) به ترتیب بیشتر و کمتر از دیگر مؤلفه‌ها می‌توانند مدل ایجاد انگیزه را در سازمان مورد مطالعه حمایت نمایند. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مربوط به متغیر «نوآوری صنعت» در شکل ۴ نشان داده شده است که بیانگر ضرایب عاملی بالای هر یک از متغیرهای آشکار و مکنون مربوط به متغیر است. به عبارت دیگر نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که هر یک از مؤلفه‌های بیان شده در مدل اندازه‌گیری بخوبی از متغیر خود حمایت کرده و در واقع ابزار مناسبی برای سنجش متغیر مورد آزمون هستند.



شکل ۴. تحلیل عاملی تأییدی مدل نوآوری صنعت

همچنین نتایج جدول نشان می‌دهد با توجه به اینکه سطح معناداری در رابطه با تمامی مسیرهای مدل کمتر از ۰/۰۵ بوده و مقدار بحرانی بیشتر از ۱/۹۶ است لذا بارهای عاملی در رابطه با تمامی مسیرها معنادار بوده و همبستگی رابطه‌های موجود در مدل تأیید می‌شود. از سوی دیگر نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که در بین مؤلفه‌های نوآوری صنعت، نوآوری اداری (با بار عاملی ۰/۹۹۲) و نوآوری فرآیندی (با بار عاملی ۰/۸۳۲) به ترتیب بیشتر و کمتر

از دیگر مؤلفه‌ها می‌توانند مدل نوآوری صنعت را در سازمان مورد مطالعه حمایت نمایند. بطور کلی نتایج تحلیل عامل تأییدی انجام شده برای تعیین قابلیت سنجش گویه‌های سوالی هر یک از مؤلفه‌ها و متغیرهای پژوهش نشان داد که کلیه گویه‌های مشخص شده در مرحله اول بر اساس روایی محتوایی حاصل از نظرخواهی از اساتید و متخصصان بصورت کامل در مرحله دوم و بر اساس روایی سازه انجام شده مورد تأیید قرار گرفتند و هیچ کدام از سوالات عملیاتی پرسشنامه حذف نشدند. بنابراین تعداد سوال‌های عملیاتی نهایی جهت توزیع در بین نمونه آماری ۲۵ سوال است. همچنین برای تعیین پایایی پرسشنامه پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار محاسبه شده آن به شرح جدول زیر است که با توجه به ضریب محاسبه شده می‌توان گفت که پرسشنامه طراحی شده از پایایی و ثبات لازم برخوردار است.

جدول ۳. جدول مربوط به پایایی پرسشنامه‌ها

متغیرها	اجزای	علائم تجاری	رابطه‌های صنعتی	بهره‌آفرینی	نشانه‌های	مالکیت معنوی	توسعه نظام	ایجاد انگیزه	نوآوری تولیدی	فرآیندی	نوآوری	نوآوری اداری	نوآوری صنعتی
آلفای کرونباخ	۰/۸۰۱	۰/۸۱۲	۰/۸۳۲	۰/۸	۰/۹۲۰	۰/۸۸۷	۰/۸۱۴	۰/۸۴۵	۰/۸۶۴	۰/۹۳۵			

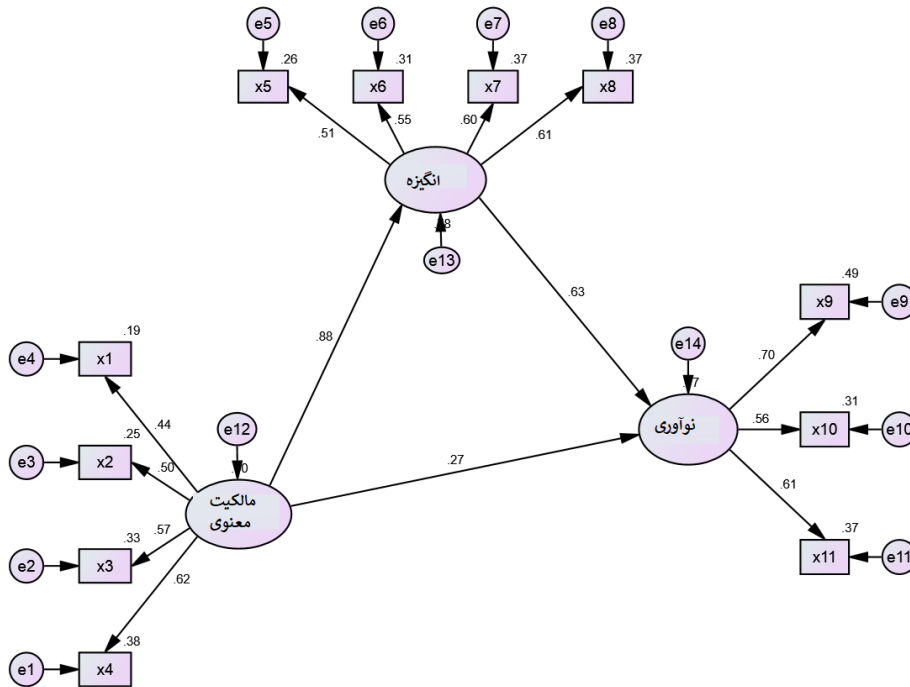
در تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار *SPSS* نتایج زیر بدست آمد، بررسی آمار توصیفی ارائه شده در خصوص تعداد ۱۸۰ نفر از پاسخ‌دهندگان به سوالات پرسشنامه در این پژوهش مشخص می‌نماید که توزیع جنسیتی کارکنان شاغل در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) بسمت مردان گرایش دارد، بنحوی که نزدیک به ۷۵ درصد کارکنان را مردان تشکیل می‌دهند. در عین حال با عنایت به درصد تجمعی بیان شده برای متغیر سن کارکنان سازمان مورد مطالعه می‌توان بیان نمود که نزدیک

به ۹۰ درصد کارکنان سازمان مورد بررسی بین ۳۰ تا ۵۰ سال سن دارند که بیانگر ترکیب جمعیتی تقریباً جوان و در عین حال باتجربه است که نوید وجود منابع انسانی مورد نیاز برای اجرای فرآیندهای سازمانی را به مدیران اداره می‌دهد. همچنین نتایج مقطع تحصیلی کارکنان گویای این واقعیت است که قریب به ۹۰ درصد آنان داری تحصیلات عالی دانشگاهی در سطح فوق دیپلم تا کارشناسی ارشد بوده‌اند که این آمار نیاز به نیروی متخصص و دانشی برای فعالیتهای سازمانی را تضمین و تأمین می‌نماید. از سوی دیگر ترکیب جمعیتی کارکنان شاغل در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) مشخص می‌نماید که تقریباً ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان را افراد شاغل در پست‌های کارشناسی تشکیل داده‌اند، این آمار گویای این واقعیت است که عامه پاسخ‌دهندگان از تخصص لازم برای پاسخگویی به سوالات پرسشنامه برخوردار بوده‌اند و در عین حال بر مسائل موجود در حوزه متغیرهای پژوهش در سازمان خود اشراف داشته‌اند. در نهایت در تحلیل یافته‌های جمعیت‌شناختی در خصوص سوال سابقه شغلی می‌توان بیان کرد که پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه افرادی با سابقه‌های مختلف بوده‌اند و در این رابطه تناسبی نزدیک بین کارکنان جوان و باتجربه وجود دارد. این مطلب نشان می‌دهد که ترکیب جمعیتی کارکنان از مجموعه‌ای جوان و با تجربه تشکیل یافته است که در کنار یکدیگر مشغول به فعالیت هستند. در آمار استنباطی با توجه به سطح اندازه‌گیری متغیرها ابتدا از آزمون کولموگروف اسمیرنف برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها و سپس از آزمون تحلیل مسیر و معادلات ساختاری استفاده می‌شود. در آزمون کولموگروف اسمیرنف داده‌ها از توزیع نرمال پیروی می‌کنند. در صورتی که مقدار احتمال یعنی  $P < 0/05$  فرض صفر یعنی فرض نرمال بودن توزیع نمونه در سطح خطای ۵ درصد رد، در غیر اینصورت فرض صفر تأیید می‌شود (نتایج آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش در جدول ۴).

**جدول ۴.** بررسی توزیع داده‌ها برای متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد داده‌ها	مقدار آماره Z	سطح معناداری	نتیجه آزمون
نظام مالکیت معنوی	۲۳۵	۰/۸۶۷	۰/۱۷۹	توزیع نرمال است
نوآوری صنعت	۲۳۵	۰/۶۵۴	۰/۱۹۴	توزیع نرمال است
ایجاد انگیزه	۲۳۵	۱/۱۶۵	۰/۱۰۶	توزیع نرمال است
کل پرسشنامه	۲۳۵	۰/۴۵۱	۰/۲۱۶	توزیع نرمال است

با توجه به مقادیر بدست آمده در جدول فوق همگی بزرگتر از ۵ درصد است، فرض صفر یعنی فرض نرمال بودن توزیع نمونه‌ها در سطح خطای ۵ درصد تأیید می‌شود، یعنی اختلاف معناداری بین توزیع نمونه‌ها با توزیع نرمال وجود ندارد. لذا می‌توان نتیجه گرفت توزیع داده‌ها نرمال است. مدل نهایی معادلات ساختاری مربوط به فرضیه‌های پژوهش در شکل ۵ نشان داده شده است که بیانگر ضریب تأثیر مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرهای پژوهش است. همچنین بارهای عاملی مربوط به هر یک از مؤلفه‌های متغیرهای مورد آزمون در شکل (۵) نشان داده شده است.



شکل ۵. نمودار ضرایب حاصل از مدل معادلات ساختاری پژوهش

جدول ۶. ضرایب، نسبت های بحرانی و سطح معناداری مربوط به فرضیه ها

فرضیه ها	رگرسیون	نسبت بحرانی	سطح معناداری	مقدار بحرانی	خطای استاندارد
توسعه نظام مالکیت معنوی ---> نوآوری در صنعت (اثر مستقیم)	۰/۲۷۰	۰/۲۲۸	۰/۲۲۸	۱/۲۰۵	۰/۲۵۸
توسعه نظام مالکیت معنوی ---> ایجاد انگیزه در صنعت (اثر مستقیم)	۰/۸۸۴	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۲/۲۷۸	۰/۰۹۱
ایجاد انگیزه در صنعت ---> نوآوری در صنعت (اثر مستقیم)	۰/۶۳۲	۰/۰۰۶	۰/۰۰۶	۲/۷۴۸	۰/۳۴۲
مالکیت معنوی ---> ایجاد انگیزه ---> نوآوری در صنعت (اثر غیرمستقیم)	۰/۵۵۸	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	۲/۳۶۴	۰/۵۸۶

بررسی آمار توصیفی ارائه شده در خصوص تعداد ۱۸۰ نفر از پاسخ دهندگان به سوالات پرسشنامه در این پژوهش مشخص می نماید که توزیع جنسیتی کارکنان شاغل در سازمان

ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) به سمت مردان گرایش دارد، بنحوی که نزدیک به ۷۵ درصد کارکنان را مردان تشکیل می‌دهند. در عین حال با عنایت به درصد تجمعی بیان شده برای متغیر سن کارکنان سازمان مورد مطالعه می‌توان بیان نمود که نزدیک به ۹۰ درصد کارکنان سازمان مورد بررسی بین ۳۰ تا ۵۰ سال سن دارند که بیانگر ترکیب جمعیتی تقریباً جوان و در عین حال باتجربه است که نوید وجود منابع انسانی مورد نیاز برای اجرای فرآیندهای سازمانی را به مدیران اداره می‌دهد. همچنین نتایج مقطع تحصیلی کارکنان گویای این واقعیت است که قریب به ۹۰ درصد آنان داری تحصیلات عالی دانشگاهی در سطح فوق دیپلم تا کارشناسی ارشد بوده‌اند که این آمار نیاز به نیروی متخصص و دانشی برای فعالیتهای سازمانی را تضمین و تأمین می‌نماید.

از سوی دیگر ترکیب جمعیتی کارکنان شاغل در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) مشخص می‌نماید که تقریباً ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان را افراد شاغل در پست‌های کارشناسی تشکیل داده‌اند، این آمار گویای این واقعیت است که عامه پاسخ‌دهندگان از تخصص لازم برای پاسخگویی به سوالات پرسشنامه برخوردار بوده‌اند و در عین حال بر مسائل موجود در حوزه متغیرهای پژوهش در سازمان خود اشراف داشته‌اند. در نهایت در تحلیل یافته‌های جمعیت‌شناختی در خصوص سوال سابقه شغلی می‌توان بیان کرد که پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه افرادی با سابقه‌های مختلف بوده‌اند و در این رابطه تناسبی نزدیک بین کارکنان جوان و باتجربه وجود دارد. این مطلب نشان می‌دهد که ترکیب جمعیتی کارکنان از مجموعه‌ای جوان و با تجربه تشکیل یافته است که در کنار یکدیگر مشغول به فعالیت هستند.

از آنجا که سطح معناداری آزمون کلوموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای نظام مالکیت معنوی (۰/۱۷۹)، انگیزه صنعت (۰/۱۰۶) و نوآوری در صنعت (۰/۱۹۴) بوده است لذا توزیع داده‌ها برای متغیرهای مورد آزمون نرمال بوده است. بنابراین برای بررسی فرضیه اصلی از



روش حداکثر درست‌نمایی در مدل‌سازی معادلات ساختاری و برای تعیین وضعیت متغیرها از آزمون‌های پارامتریک تی تک نمونه‌ای و آنوا و تی دو نمونه‌ای مستقل استفاده شد.

## بحث و نتیجه گیری

در خصوص فرضیه اصلی پژوهش در رابطه با نقش میانجی‌گری «ایجاد انگیزه در صنعت» در روابط بین متغیرهای «توسعه نظام مالکیت معنوی» و «نوآوری در صنعت» نشان می‌دهد که با توجه به ضریب تأثیر غیرمستقیم ۰/۵۵۸ در رابطه بین دو متغیر و سطح معناداری ۰/۰۴۵ که کمتر از ۰/۰۵ بوده و همچنین مقدار بحرانی که به میزان ۲/۳۶۷ بدست آمده و بیشتر از ۱/۹۶ است، لذا فرض صفر در این رابطه رد شده و فرض یک با اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. بنابراین می‌توان بیان نمود؛ توسعه نظام مالکیت معنوی در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) بر نوآوری در صنعت از طریق نقش میانجی‌گر ایجاد انگیزه در صنعت تأثیر غیرمستقیم معنادار و مثبتی دارد. بطورکلی یافته‌های این بخش با نتایج بدست آمده در تحقیق فطرس و نجارزاده (۱۳۹۰) سازگاری دارد. فطرس و نجارزاده (۱۳۹۰) ثبت علائم تجاری و طرح‌های صنعتی به عنوان ابعاد مالکیت معنوی را در رشد و توسعه فناوری از طریق تقویت روحیه کارآفرینانه مؤثر دانسته‌اند. بر اساس بررسی‌های صورت گرفته در تحقیقات گذشته و همچنین نتایج پژوهش حاضر به نظر می‌رسد که تمرکز سازمان‌های مسئول بر ثبت اختراعات، علائم تجاری، نشان‌های جغرافیایی و طرح‌های صنایع مختلف باعث می‌شود که روحیه و انگیزه مورد نیاز برای فعالیت‌های کارآفرینانه و نوآورانه در حد قابل توجهی افزایش یابد که در چنین وضعیتی رشد و توسعه نوآوری در صنعت بسیار چشم‌گیر می‌شود.

همچنین یافته‌ها در خصوص فرضیه فرعی<sup>۱</sup> در رابطه متغیرهای «توسعه نظام مالکیت معنوی» و «نوآوری در صنعت» نشان می‌دهد که با توجه به اینکه ضریب تأثیر ۰/۲۷۰ در

رابطه بین متغیرها و سطح معناداری ۰/۲۲۸ که بیشتر از ۰/۰۵ بوده و همچنین مقدار بحرانی که به میزان ۱/۲۰۵ بدست آمده و کمتر از ۱/۹۶ است، لذا فرض صفر در این رابطه تأیید شده و فرض یک با اطمینان ۹۵ درصد رد می‌شود. بنابراین می‌توان بیان نمود؛ توسعه نظام مالکیت معنوی در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) بر نوآوری در صنعت تأثیر مستقیم معناداری ندارد، یافته‌های این بخش با نتایج بدست آمده در تحقیق سیقی قره‌یتاق (۱۳۹۴) مطابقت چندانی ندارد. سیقی قره‌یتاق (۱۳۹۴) نیز در پژوهش خود به تأثیر مستقیم توسعه نظام مالکیت معنوی بر انتقال فناوری و بروز رفتارهای نوآورانه در سازمان‌ها اشاره کرده‌اند. این در حالی است که یافته‌های پژوهش در خصوص فرضیه اول فرعی، متفاوت از سایر یافته‌های موجود در پیشینه‌های پژوهشی داخلی و خارجی است که علت آن را بایستی در نقش متغیرهای تعدیل‌گر موجود در صنایع و یا سازمان مورد بررسی جستجو کرد که ریشه‌یابی مسأله مشاهده شده نیاز به بررسی بیشتر در پژوهش‌های آتی دارد. با این حال بر اساس یافته‌های موجود می‌توان گفت که توسعه نظام مالکیت معنوی بشکل مستقیم موجب بروز رفتارهای نوآورانه در صنایع نمی‌شود، بلکه با تلفیق این یافته‌ها با نتایج فرضیه اصلی پژوهش می‌توان رابطه بین دو متغیر مورد آزمون را بصورت غیرمستقیم و از طریق نقش میانجی‌گری ایجاد انگیزه در صنایع تبیین نمود.

یافته‌ها در خصوص فرضیه فرعی ۲ در رابطه متغیرهای «توسعه نظام مالکیت معنوی» و «ایجاد انگیزه در صنعت» نشان می‌دهد با توجه به ضریب تأثیر مستقیم ۰/۸۸۴ در رابطه بین متغیرها و سطح معناداری ۰/۰۰۱ که کمتر از ۰/۰۵ بوده و همچنین مقدار بحرانی که به میزان ۸/۲۷۸ بدست آمده و بیشتر از ۱/۹۶ است، لذا فرض صفر در این رابطه رد شده و فرض یک با اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان بیان نمود؛ توسعه نظام مالکیت معنوی در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) بر ایجاد انگیزه در صنعت تأثیر مستقیم معنادار و مثبتی دارد بطور کلی یافته‌های این بخش با نتایج بدست آمده در تحقیق حاج موسوی و صلاحی کجور (۱۳۹۳) سازگاری دارد. حاج

موسوی و صلاحی کجور (۱۳۹۳) نیز در پژوهش خود تخصیص علائم تجاری مشخص، نشان‌ها و لگوها را بر ایجاد انگیزه و مضاعف نمودن روحیه صنایع در تداوم فعالیت‌های نوآورانه و توسعه فناوری‌ها مؤثر دانسته است. بنابراین بر اساس بررسی‌های صورت گرفته در تحقیقات گذشته و همچنین نتایج پژوهش حاضر به نظر می‌رسد که توسعه نظام مالکیت معنوی در اداره مربوطه و تخصیص علائم تجاری، نشان‌ها و ثبت اختراعات و طرح‌های صنعتی برای شرکت‌های متولی باعث می‌شود که انگیزه صنایع برای تلاش در راستای خلق ایده‌های جدید و نوآوری در فرآیندها و فناوری‌ها در حد قابل توجهی افزایش یابد.

یافته‌ها در خصوص فرضیه فرعی ۳ در رابطه متغیرهای «ایجاد انگیزه در صنعت» و «نوآوری در صنعت» نشان می‌دهد با توجه به ضریب تأثیر مستقیم  $0/632$  در رابطه بین متغیرها و سطح معناداری  $0/006$  که کمتر از  $0/05$  بوده و همچنین مقدار بحرانی که به میزان  $2/748$  بدست آمده و بیشتر از  $1/96$  است، لذا فرض صفر در این رابطه رد شده و فرض یک با اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. بنابراین می‌توان بیان نمود؛ ایجاد انگیزه در صنعت بر نوآوری در صنعت تأثیر معنادار و مثبتی دارد. به عبارت دیگر، نیروی انگیزشی و داشتن روحیه بالا در بین صنایع، یکی از اصلی‌ترین عوامل مؤثر در نوآوری و توسعه فناوری در آن صنعت است. بنابراین بایستی به مؤلفه‌های تأثیرگذار بر افزایش سطح روحیه و انگیزه در بین صنایع اهتمام ویژه‌ای نمود. بطور کلی یافته‌های این بخش با نتایج بدست آمده در تحقیق صاحب (۱۳۹۱) سازگاری دارد. صاحب (۱۳۹۱) در پژوهش خود نیز به نقش مؤلفه‌هایی انگیزشی از قبیل اعتماد به نفس و دست‌یابی به موفقیت در توسعه نوآوری در فرآیندها اشاره داشته‌اند. بنابراین بر اساس بررسی‌های صورت گرفته در تحقیقات گذشته و همچنین نتایج پژوهش حاضر به نظر می‌رسد که یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر بروز رفتارهای نوآورانه و ایده‌پردازی و خلاقیت در سازمان‌ها، در واقع مباحث انگیزشی هستند که اقدامات اساسی در راستای ارتقای آن در صنایع بایستی صورت گیرد. از این رو، اهتمام به توسعه نظام

مالکیت معنوی یکی از ابزارهای موجود برای ارتقای انگیزش در بین صنایع برای بروز رفتارهای نوآورانه است.

با توجه به اثبات فرضیات پژوهش در خصوص نقش میانجی گر ایجاد انگیزه در رابطه بین توسعه نظام مالکیت معنوی و نوآوری در صنعت و سایر نتایج فرضیه‌های فرعی که در بالا به آن اشاره شد، به نظر می‌رسد که مدیران سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) بایستی در راستای بهبود وضعیت نوآوری و توسعه ایده‌پردازی و خلاقیت در صنعت، نسبت به توسعه نظامند مؤلفه‌های مالکیت معنوی در بین صنایع اقدام لازم را صورت دهند تا از این طریق ضمن بالا بردن انگیزه و سطح روحیه کارآفرینی و ایده‌پردازی و خلاقیت در صنایع، نوآوری را در حد قابل توجهی افزایش دهند. در ادامه پیشنهادهایی جهت ارتقای نوآوری در صنعت ارائه می‌شود؛ بر حسب یافته‌های پژوهش یکی از معیارهای اثربخش در توسعه نوآوری و فناوری در صنایع، در واقع داشتن روحیه و انگیزه مورد نیاز برای ایده‌پردازی، خلاقیت و نوآوری در سازمان‌هاست. از این رو ارتقای سطح روحیه و انگیزه نوآوری در صنایع، گامی مؤثر در راستای تحقق نوآوری است. در این راستا پیشنهاد می‌شود سازمان مورد مطالعه با تثبیت حقوق مالکیت معنوی در بین صنایع، در راستای افزایش حمایت‌های مراکز رشد دانشگاهی از مخترعین و اعطای اختیارات لازم در حیطه کاری به آنان، کمک به دستیابی به موفقیت اشخاص حقیقی/حقوقی، ارتقای امکانات مورد نیاز برای اشخاص حقیقی/حقوقی و افزایش اعتماد به نفس در آنان اقدام مناسب را صورت دهد. پرواضح است که دستیابی به این مؤلفه‌های انگیزاننده، باعث ارتقای روحیه جمعی صنعت برای بروز رفتارهای نوآورانه می‌شود. همچنین برحسب یافته‌های پژوهش، لازمه ارتقای مؤلفه‌های انگیزاننده که در پیشنهاد اول ارائه شده است، توسعه نظاممند حقوق مالکیت معنوی در صنعت است. از این رو سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) به عنوان متولی امر، بایستی در خصوص تثبیت حقوق مالکیت معنوی در صنعت کشور اقدامات اثربخشی

صورت دهد. یکی از ابعاد توسعه حقوق مالکیت معنوی ثبت اختراعات است که در این راستا پیشنهاد میشود سازمان مذکور گواهی ثبت اختراعات را به اشخاص حقیقی/حقوقی اختصاص دهد تا دیگران را از استفاده تجاری، فروش و یا تغییر آن در یک دوره زمانی محدود باز دارد، گواهی ثبت اختراع به موضوعات، مواد و روش هایی داده شود که دارای خاصیت های جدید بودن، خلاقانه بودن و مفید بودن داشته باشند و همچنین مدت زمان فرآیند ثبت اختراعات در سازمان مذکور به حداقل زمان ممکن از لحظه مراجعه مخترع به سازمان تا زمان ثبت اختراع برسد تا به این طریق مانع از هرگونه سو استفاده احتمالی در این راستا شود. یکی دیگر از ابعاد توسعه حقوق مالکیت معنوی، ثبت طرح های صنعتی است. در این راستا پیشنهاد می شود سازمان مذکور در ثبت یک طرح صنعتی به چند مورد توجه نماید. اول اینکه از آنجا که ثبت طرح صنعتی به مالک حق انحصاری داده و از نسخه برداری غیر مجاز و تقلید توسط اشخاص ثالث جداً جلوگیری می نماید، بنابراین سازمان مورد مطالعه بایستی در ثبت طرح صنعتی بسیار با دقت عمل نماید. دوم اینکه طرح صنعتی باید ترکیب خطوط یا رنگ ها و هرگونه شکل سه بعدی با خطوط، رنگ ها یا بدون آن باشد به گونه ای که ترکیب یا شکل یک فرآورده صنعتی یا محصولی از صنایع دستی را تغییر دهد. و در آخر اینکه در صورتی که طرح صنعتی تنها دسترسی به یک نتیجه فنی بدون تغییر شکل ظاهری باشد، مشمول حمایت از قانون طرح صنعتی قرار نگیرد. در نهایت باید گفت که یکی دیگر از مؤلفه های توسعه حقوق مالکیت معنوی، ثبت نشان های جغرافیایی است. در این راستا پیشنهاد می شود سازمان مذکور در ثبت این نشان ها به چند مورد توجه نماید. اول اینکه نشان جغرافیایی ثبت می شود که مبدا کالا را به منطقه ای از کشور منتسب کند مشروط به اینکه کیفیت و مرغوبیت و شهرت کالا نیز قابل انتساب به آن مبدا جغرافیایی باشد. دوم اینکه سازمان به شدت با ثبت، معرفی و انتساب غیر واقعی و گمراه کننده مبدا جغرافیایی محصول برخورد قانونی نماید و ضمانت اجرایی در این خصوص را فراهم سازد و در نهایت اینکه

سازمان بر تمییز بین نشان‌های جغرافیایی به دلیل جلوگیری از گمراه نشدن مصرف کنندگان تأکید نماید. در پایان برای انجام تحقیقات آتی موارد زیر به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود:

- تدوین الگوی توسعه نظامند حقوق مالکیت معنوی در کشور بر مبنای تئوری داده‌بنیاد؛
- ارائه مدل بهینه نوآوری در صنعت با روش شبکه سیستم‌های عصبی؛
- شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه حقوق مالکیت معنوی بر اساس روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره؛
- بررسی اثر تعدیل‌گری فرهنگ و اخلاق در رابطه بین حقوق مالکیت معنوی و نوآوری در صنعت؛
- بررسی اثر تعدیل‌گری قوانین و سیاست‌های دولتی در رابطه بین توسعه مالکیت معنوی و نوآوری در صنعت؛
- بررسی اثر میانجی‌گری روحیه نوآوری در رابطه بین توسعه حقوق مالکیت معنوی و عملکرد سازمانی.

**سپاسگزاری:** این پژوهش برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان (کد ۶۲۶۲۱۲۱۵۹۴۲۰۱۱) است. نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از همکاری و مساعدت کارکنان سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (اداره ثبت شرکتها و اداره مالکیت معنوی تهران) و همه عزیزانی که در این پژوهش ما را یاری نموده‌اند سپاسگزاری نمایند.

### منابع

آرین، مهدی، زهتاب آرانی، نجمه. (۱۳۹۴). روش‌های ایجاد انگیزه در کارکنان. ماه نوین (ماهنامه داخلی بانک اقتصاد نوین)، ۷۴، ۳۲-۴۰.

ایران نژاد پاریزی، مهدی، ساسان گهر، پرویز. (۱۳۹۰). *سازمان و مدیریت از تئوری تا عمل*، تهران: موسسه بانکداری ایران.

پژوهش جهرمی، امین، پورکریمی، جواد، انتظاری، یعقوب، اخوان، امیرناصر. (۱۳۹۵). *مدل تجاری-سازای دستاوردهای تحقیقات دانشگاهی مبتنی بر مطالعه تطبیقی. فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی*، ۱۴(۲۸)، ۲۱-۳۶.

حاج موسوی، ساراسادات، صلاحی کجور، مصطفی. (۱۳۹۳). *بررسی تاثیر حقوق مالکیت کارآمد و توسعه سرمایه انسانی به عنوان عوامل کلیدی رقابت پذیری بین بنگاهها بر کارآفرینی، دومین همایش ملی کارآفرینی و رقابت پذیری*، ۱۵-۲۷.

حسینی شکیب، مهرداد، مرادیان، محمدرضا. (۱۳۹۷). *ارزیابی عملکرد مدیریت نوآوری و رتبه بندی عوامل موثر بر آن با فرآیند تحلیل شبکه ای در شرکت مهندسی مواد کاران مپنا. فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی*، ۱۶(۳۱)، ۵-۱۲.

خمسه، عباس، وثوق روحانی، محمود. (۱۳۹۷). *ارزیابی و تحلیل ابعاد مدیریت نوآوری با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری در شرکت گلستان. فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی*، ۱۶(۳۱)، ۱۳-۲۲.

رفیعی رشت آبادی، فاطمه، نوروزی رودپشتی، زهره، مرادی، محمود. (۱۳۹۷). *بررسی تاثیر و ارائه الگویی برای نقش تسهیم دانش خارجی و نشت دانش بر عملکرد نوآورانه شرکت. فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی*، ۱۶(۳۱)، ۳۳-۴۴.

سید جوادین، سید رضا. (۱۳۹۰). *مبانی سازمان و مدیریت*، تهران: نگاه دانش.

سید جوادین، سید رضا. (۱۳۹۱). *تئوری های مدیریت*، تهران: نگاه دانش.

سیفی قره یتاق، داود. (۱۳۹۴). *اثر سطوح حمایت از حقوق مالکیت فکری بر انتقال فناوری و توسعه اقتصادی، اولین کنفرانس بین المللی حقوق و توسعه پایدار جامعه مدنی، شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات فارس*، ۲۲-۳۴.

شاه آبادی، ابوالفضل، رحیمی، فریماه. (۱۳۹۱). *بررسی تأثیر حقوق مالکیت فکری بر صادرات. فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد*، ۸(۳۲): ۱۱-۲۱.

- شعبانی، مرتضی، ملکی، حسن، عباسپور، عباس، سعدی پور، اسماعیل. (۱۳۹۶). *فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*. ۶ (۴)، ۱۴۹-۱۷۰.
- شمسی، علی، رجایی پور، سعید، هویدا، رضا. (۱۳۹۶). بررسی الگوی ساختاری رابطه فرآیند مدیریت دانش و مهارت های مدیریتی با نقش میانجی تفکر خلاق در میان مدیران و دبیران دبیرستان های اصفهان. *فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*. ۶ (۴)، ۷۱-۱۰۰.
- شوقی، بهزاد، زمانی مقدم، افسانه، جعفری، پریش. (۱۳۹۶). تاثیر مدیریت دانش بر خرد سازمانی با توجه به نقش میانجی هوش هیجانی (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران). *فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*. ۷ (۱)، ۱۵۵-۱۸۶.
- صاحب، طیبه. (۱۳۹۱). تاثیر کارایی بر ساختار حقوق مالکیت فکری، *فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی*، ۴۲ (۳)، ۲۲۹-۲۱۵.
- طاهری نژاد، محمد. (۱۳۹۰). *شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر توسعه نوآوری فناورانه در بنگاه های کوچک و متوسط پارک فناوری، پردیس تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده مدیریت و حسابداری*.
- عباسی نژاد، حسین، گودرزی فراهانی، یزدان، قیاسی، محمد حسین. (۱۳۹۳). تاثیر حمایت از حقوق مالکیت فکری و حق اختراع بر رشد اقتصادی ایران. *فصلنامه پژوهشهای اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)*، ۱۴ (۱): ۲۷-۵۸.
- عطارپور، علی. (۱۳۹۰). مالکیت فکری، محتوا و نفس اثر. *ماهنامه تدبیر*. شماره ۲۲ (۲۳۲). ۱۹-۱۲.
- کریم پور آذر، پروانه، میرجور، سید حسین، شاپوری، سودابه. (۱۳۹۳). بررسی عوامل موثر در ایجاد انگیزه مطالعاتی در دانشجویان دانشکده بهداشت و پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی البرز در سال ۱۳۹۱. *نشریه علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی البرز*، ۳ (۲): ۱۰۳-۱۰۸.
- فطرس، محمدحسن، نجارزاده نوش آبادی، ابوالفضل. (۱۳۹۰). اثرات حقوق مالکیت معنوی بر اقتصاد کشورها، *مجله اقتصادی (دوماهنامه بررسی مسائل و سیاستهای اقتصادی)*، ۱۱، ۵۱-۶۲.
- فقیهی، ابوالحسن، سلیمی، سعید باقر. (۱۳۸۸). *مطالعه‌ی نظام نوآوری بخشی با تاکید بر تعیین روابط میان نهادها، همکاری‌های دانشی و کارکردها*. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*. ۴ (۱۳): ۱-۲۵.



گرشاسبی نیا، ندا، بدری ویچ، کمرالدین. (۱۳۹۱). نقش حقوق مالکیت فکری در نوآوری کشورهای در حال توسعه. فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد، ۸(۳): ۵۱-۵۶.  
 محمدزاده، عباس، مهر وژان، آرمن. (۱۳۸۹). رفتار سازمانی، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.  
 میرکمالی، سیدمحمد، چوپانی، حیدر. (۱۳۹۰). رابطه بین رهبری تحول آفرین با گرایش به نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه ای، پژوهشنامه بیمه (صنعت بیمه)، ۲۶(۳)، ۱۵۵-۱۸۱.

- Davis, K. ; Newstrom, J.(2010). *Human behavior at work: organizational behavior*. 8th ed. New York: McGraw Hill Co.
- Davis, G., Olson, M. (2012). *Management Information system: Conceptual, foundations, structure, and development*. 2nd ed. New York: Mc Graw-Hill.
- Falvey, R.; Foster, N.; Greenaway, D. (2006). Intellectual property rights and economic growth. *Rev. Dev. Econ.* 10: 700-719.
- Gomez-Mejia, L., Balkin, D., Cardy, R.(2009). *Managing Human Resources, Business & Economics*.
- Heller, M.; Eisenberg, R.(2010). *Can Patents Deter Innovation? The Anticommons in Biomedical Research, Science*.
- Jiménez-Jiménez, D.; Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance, *Journal of Business Research*, 64 (4), 408-417.
- Koelbel, P. W., Fuller, S. (2014). Misener TR. An explanatory model of nurse practitioner job satisfaction. *J Am Acad Nurse Pract*; 3(1): 17-24.
- McLeod, J.R.(2005). *Information System Concepts*. New York: MacMillan.
- Robbins, S.P.(2008). *Organizational behaviour: concepts, controversies applications*, 8th ed ,upper saddle river, NJ:Prantice – Hall, 258-261.
- Straus, J. (2015). Intellectual Property Rights: Ethical Aspects, *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*, 262-265.
- Sweet, C.M; Eterovic, M.; Dalibor, S.(2015). Do stronger intellectual property rights increase innovation? *World Dev.* 66: 665-677.

- Wagner, P.(2011). *Information Wants to be Free: Intellectual Property and the Mythologies of Control*.
- Woo, S.; Jang, P.; Kim, Y.(2015). Effects of intellectual property rights and patented knowledge in innovation and industry value added: A multinational empirical analysis of different industries. *Technovation*, 43&44: 49-63.

