

مالکیت معنوی و کارآفرینی:

مفاهیم، شاخص‌ها و وضعیت در ایران

دکتر ناصر صنوبر

امروزه موتور رشد اقتصادی را اختراعات، ابداعات و نوآوری‌ها می‌دانند (جونز، ۱۹۸۸) و عامل اصلی آن کارآفرینانی هستند که در جستجوی شانس و اقبال، اندیشه‌های جدید را می‌آفرینند.

کارآفرینان به دو گروه شومپیتری و کیزنری تقسیم می‌شوند که اولی نقش و وظیفه ایجاد فرصت‌ها را بر عهده دارد و دومی از شم شناخت و بهره برداری از فرصت‌ها برخوردار است.

لازمه نیل به پیشرفت پایدار و بویژه توسعه فناوری، تعادل بین این دو گروه است و در صورتی که تعداد کارآفرینان کیزنری از کارآفرینان شومپیتری بیشتر باشد، مسیر سالم تعالی به سمت و سوی مخرب هدایت می‌شود.

یکی از شرایط مورد نیاز برای شکل‌گیری طبقه کارآفرینان خلاق (شومپیتری) استقرار چنان نظام حمایت از مالکیت معنوی است که افراد را نسبت به پاداش تلاش‌های خود امیدوار کند در حالی که شواهد نشان می‌دهد بین نظام موجود مالکیت معنوی و نظام مطلوب آن در کشور فاصله عظیمی وجود دارد.

در این مقاله ابتدا به اجمال تفاوت کارآفرینان خلاق و بهره‌بردار مرور می‌شود، آنگاه مفهوم مالکیت معنوی و ارتباط آن با کارآفرینی خلاق

بررسی می‌شود. در ادامه به استناد یک کار جامع پژوهشی در ایران، مشکلات و موانع کارآفرینی خلاق از نقطه نظر مالکیت معنوی مطرح و پیشنهاداتی برای ایجاد بستر مناسب کارآفرینی ارائه می‌گردد.



شپوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی