Research in Sport Management and Motor Behavior, Volume 13 - Issue 26 / 2023

KHARAZMI UNIVERSITY

Research in Sport Management and Motor Behavior

Print ISSN: 2252-0716 - Online ISSN: 2716-9855

Identifying Intellectual Property Rights Components in Sport (Model Presentation)

Helena Khosravi[1], Farshad Emami [2*], Seyyed Emad Hosseini[3], Mohsen Esmaeili[4]

1.Ph.D. Student of Sports Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran.
2.Assistant Professor, Department of Sports Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran.
3.Assistant Professor, Department of Sport Science and Health, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.
4.Assistant Professor, Department of sport Management. Sport Sciences Research Institute, Tehran, Iran.

corresponding author: Farshad Emami, f_emami207@yahoo.com

ARTICLE INFO

Article type
Research Article

Article history
Received 8 February 2023
Revised 16 November 2023
Accepted 21 November 2023

KEYWORDS:
Laws, Intellectual Property Rights, Sport Rights, Grounded Theory

CITE:
Khosravi, H. Emami, F. Hosseini, S,E. Esmaeili, M. Strategies For The Faculty of Physical Education And Sports Sciences of Kharazmi University In 1404 With Approach of Fourth Generation Universities. **Research in Sport Management & Motor Behavior, 2023: 13 (26): 188-209**

ABSTRACT

The purpose of this study was to develop a model in the field of intellectual property in Iranian sports. The research method was quantitative, descriptive correlational using structural equation modeling. The statistical population was all individuals who had scientific or executive activities in the field of sports law. Due to the limited population of the research, the number of samples was considered equal to the population and finally 72 people participated in the research by theoretical sampling. A researcher-made questionnaire was used to collect research data. This questionnaire was taken from a qualitative research conducted by the research team in the first phase of this research. The face and content validity of the questionnaire was confirmed by a panel of experts and the reliability of the questionnaire was calculated using Cronbach's alpha methods, composite reliability and factor loading of items. In order to analyze the data, structural equation modeling with PLS software was used. The model of intellectual property in sports included 8 dimensions of international institutions, public culture and education, legislation, commercialization, development of sports industry, creativity and innovation, organizational-structural support and forms of intellectual property of sports that effectiveness of which was confirmed. Paying attention to this model can provide an effective understanding of the field of intellectual property rights in the sports community

Published by *Kharazmi University, Tehran, Iran*. Copyright(c) The author(s) This is an open access article under the CC BY-NC license (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

شناسایی وجوه حق مالکیت معنوی در ورزش و عوامل مؤثر (ارائه الگو)

هلنا خسروی[۱]، فرشاد امامی[۲]*، سید عماد حسینی[۳]، محسن اسمعیلی[٤]

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد آیت‌الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران.
۲. استادیار مدیریت ورزشی، واحد آیت‌الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران.
۳. استادیار مدیریت ورزشی، علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
٤. استادیار مدیریت ورزشی، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران.

نویسنده مسئول: فرشاد امامی f_emami207@yahoo.com

اطلاعات مقاله:

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

نویسنده مسئول: فرشاد امامی

f_emami207@yahoo.com

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۱/۱۹

ویرایش مقاله: ۱۴۰۲/۸/۲۵

پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۸/۳۰

واژه های کلیدی:

مالکیت معنوی، حقوق ورزشی، نوآوری، صنعت ورزش

ارجاع:

هلنا خسروی، فرشاد امامی، سیدعماد حسینی، محسن اسمعیلی. **شناسایی وجوه حق مالکیت معنوی در ورزش و عوامل مؤثر (ارائه الگو).** پژوهش در مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۱۴۰۲: ۱۳ (۲۶): ۱۸۸-۲۰۹

چکیده

هدف از این پژوهش تدوین مدلی در حوزه مالکیت معنوی در ورزش ایران بود. روش تحقیق، کمّی از نوع توصیفی همبستگی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری است. جامعه آماری تمامی افرادی بودند که در حوزه حقوق ورزشی فعالیت‌های علمی یا اجرایی داشتند که با توجه به محدود بودن جامعه پژوهش، تعداد نمونه برابر با جامعه در نظر گرفته شد و درنهایت تعداد ۷۲ نفر به صورت نمونه‌گیری نظری در تحقیق مشارکت کردند. برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. این پرسشنامه برگرفته از یک تحقیق کیفی بود که توسط تیم تحقیق در مرحله اول این پژوهش انجام شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط پنل متخصصین تأیید شد و پایایی پرسشنامه با استفاده از روش‌های آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و بارعاملی گویه‌ها محاسبه شد. به منظور تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS استفاده شد. الگوی مالکیت معنوی در ورزش شامل ۸ بعد شامل نهاد بین‌المللی، فرهنگ عمومی و آموزش، تدوین قوانین، تجاری‌سازی، توسعه صنعت ورزش، خلاقیت و نوآوری، پشتیبانی سازمانی-ساختاری و اشکال مالکیت معنوی ورزش بود که اثربخشی آن‌ها مورد تأیید قرار گرفت. توجه به این الگو می‌تواند شناختی اثربخش به حوزه حقوق مالکیت معنوی در جامعه ورزشی فراهم آورد.

مقدمه

امروزه دارایی‌های فکری و معنوی سازمان‌ها به عنوان یکی از ارزشمندترین دارایی‌ها محسوب شده و در بسیاری از موارد ارزشی بیش از دارایی‌های ملموس سازمان‌ها دارد. مالکیت معنوی مطابق با تعریف ماده دوم کنوانسیون تأسیس سازمان جهانی مالکیت معنوی به صورت فعالیت‌های ادبی، هنری و علمی، اجرای برنامه‌های هنری هنرمندان، اختراعات در تمام زمینه‌های ناشی از تلاش انسانی، اکتشافات علمی، طرح‌های صنعتی، علائم تجاری و حمایت در برابر رقابت غیرمنصفانه تعریف می‌گردد(۱). بنابراین می‌توان گفت که حقوق مالکیت معنوی مجموعه‌ای از قوانین و مقرراتی است که از اثرات ناشی از فکر، خلاقیت و ابتکار بشر حمایت کرده و در این راستا یک سری حقوق مادی محدود به زمان و حقوق معنوی دائمی به پدیدآورنده آن اعطاء می‌نماید (۲).

با افزایش سهم دانش و تحقیق و توسعه در فرآیند خلق کالاها و خدمات جدید، حمایت از حقوق مالکیت معنوی (IPR[1]) به عنوان راهی برای زمینه‌سازی توسعه مبتنی بر اقتصاد دانش‌محور ابعاد و اهمیت بیشتری یافته است (۳). مالکیت فکری[2] در مفهوم وسیع عبارت است از حقوق ناشی از آفرینش و خلاقیت فکری آفریننده در زمینه‌های علمی، صنعتی، ادبی و هنری که از راه دانش، هنر یا ابتکار به وجود می‌آید. به بیان کلی، حقوق مالکیت فکری مجموعه‌ی قواعد و مقرراتی است که از فکر، خلاقیت و ابتکار بشر که ارزش اقتصادی و دادوستد دارند، حمایت می‌کند و در این راستا یک سری حقوق مادی محدود به زمان و حقوق معنوی دائم به پدیدآورنده‌ی آن اعطاء می‌کند (٤). هدف حقوق مالکیت معنوی، حمایت از تولیدکنندگان خدمات و کالاهای معنوی، با ارائهٔ امتیازات به آن‌هاست. در برخی تحقیقات بیان‌شده، اهمیت حقوق مالکیت معنوی از کشوری به کشور دیگر متفاوت است که این تفاوت ناشی از منابعی است که این کشورها برای خلق و ایجاد بروندادهای معنوی اختصاص می‌دهند (۵). اهمیت حقوق مالکیت معنوی در اروپا به‌طور فزاینده‌ای در سال‌های اخیر رشد داشته است. معمولاً شرکت‌های بزرگ‌تر که اهمیت بیشتری نسبت به حفظ مالکیت معنوی دارند عملکرد بهتری داشتند (حدود ٤٠ درصد) و درآمد بیشتری به ازای تعداد کارکنان کسب نموده‌اند. همچنین حقوق بیشتری به کارکنان خود پرداخت‌نموده‌اند (٦). امروزه شرکت‌ها علاوه بر رقابت در تولید محصولات مختلف، در عرصه مالکیت معنوی هم رقابت دارند. تحقیقات نشان داده است که حمایت از حقوق مالکیت معنوی می‌تواند موجب توسعه نوآوری در شرکت‌ها شود. در این میان شرکت‌های خصوصی حساسیت بیشتری نسبت به حفظ حقوق مالکیت معنوی خود نسبت به شرکت‌های دولتی داشتند (۷). نوآوری در شرکت‌های خصوصی و همچنین در شهرهایی که حمایت بیشتری از حقوق مالکیت معنوی داشتند رشد بیشتری داشته است. هالبرت (۲۰۱٦) به موضوع سرقت مالکیت معنوی به عنوان یک سرمایه ملی در کشور آمریکا نگریسته است که انواع مختلفی همچون هک‌کردن، سرقت رازهای تجاری، انتقال

[1]. Intellectual Property Rights
[2]. Intellectual property

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

فایل‌ها و حتی جذب دانشجویانی که در دانشگاه‌های آمریکا مشغول به تحصیل هستند را در برمی‌گیرد. این‌گونه حمایت‌ها می‌تواند مسئله کنترل و نظارت بر اینترنت و ایمنی سایبری را توجیه نماید(۸). شاید تاکنون در مورد قانون کپی رایت بیشتر در ارتباط با کتاب‌ها و مقالات شنیده بودیم، به‌طور مثال، قانون ایالات‌متحده تصریح می‌کند که نویسندگان از مزایای حمایت قانونی برخوردارند از نمونه‌هایی که در قانون ذکرشده می‌توان به آثار ادبی اثر موسیقی اثر نمایشی کن تومی و رقص، آثار تصویری، تصاویر متحرک و سایر آثار سمعی و بصری، صدای ضبط‌شده و معماری نام برد. به‌طورکلی قانون کپی‌رایت به دادگاه‌ها اجازه می‌دهد تا انعطاف‌پذیری کافی را برای محافظت از دیگر انواع آثار که به شکل خاص نیستند داشته باشد برخلاف مواردی مثل متن نوشتاری یا کتاب رویدادهای ورزشی به‌طورکلی سند نوشته‌شده نیستند و ناملموس هستند و قابلیت ذخیره ندارند.

صنعت ورزش ازجمله حوزه‌های جدیدی است که حمایت از آن در قالب مالکیت معنوی اعم از مالکیت صنعتی و مالکیت ادبی و هنری در حال شکل‌گیری است. چراکه ورزش همانند صنایع دیگر دارای محصول و کالایی است که ممکن است مبتنی بر مهارت، فکر و چه‌بسا شهرت باشد. تسری حمایت‌های مالکیت معنوی در تولیدات مختلف آن در نظام اقتصادی کشورها نقش بسزایی دارد. امروزه فعالیت‌های ورزشی از حالت تفریحی به تجاری تغییریافته است که سودهای بسیار زیادی نیز در آن به وجود می‌آید. سهم بزرگی از این سودها مربوط به فعالیت‌هایی همچون برند سازی، مرچندایزینگ و مجوزدهی است که دربرگیرنده موضوع حق مالکیت معنوی در باشگاه‌های ورزشی است (۹). رقابت بین باشگاه‌های ورزشی نیز از درون زمین بازی به بیرون از آن انتقال‌یافته است. به‌طورکلی بهره‌برداری از مزایای نام باشگاه منوط به حمایت‌های مناسب از مالکیت معنوی است (۱۰). این حمایت‌ها در قالب ثبت‌نام‌ها، قراردادها با دیگر سازمان‌ها یا ورزشکاران هم ظاهر می‌شود. امروزه در ورزش شاهد آن هستیم که بسیاری از ورزشکاران از درجه شهرت بالایی برخوردارند و به اصلاح سلبریتی هستند که حفظ حق شخصی برای آن‌ها مهم است. قبل از ورود به یک کسب‌وکار در حوزه ورزش مطالعه و کسب اطلاعات و دانش کافی در مورد مالکیت معنوی آن کار ضروری است. در حال حاضر، یکی از بخش‌های دانشگاهی حقی را برای دانشجویان ورزشکار قائل شده تا نسبت به محصولاتی که از تصویر آن‌ها استفاده می‌کنند حق پیگیری داشته باشند. این گامی روبه‌جلو در حق مالکیت معنوی دانشجویان ورزشکار است. در ورزش حرفه‌ای این حق شامل حرکات ورزشی، جشن‌ها، امضا، علامت‌های تجاری و رقص‌ها است. این حق به دانشجویان اجازه می‌دهد تا در مواقع سوءاستفاده ادعای جبران خسارت را داشته باشند. این راه‌حل، هم‌زمان که حق ورزشی دانشجویان را گسترش می‌دهد به دانشگاه‌ها اجازه می‌دهد تا پول بیشتری را در سرمایه‌گذاری مجدد برنامه‌های ورزشی به دست آورند (۱۱). هم‌اکنون برخی اپلیکیشن‌ها مثل میرکت[1] یا توییتر[2] این قابلیت را ایجاد کرده‌اند تا رویدادهای ورزشی به

[1]. Mirkat
[2]. Twitter

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

شکل هم‌زمان با رویداد، قابلیت پخش در سراسر جهان را داشته باشد و یا مخاطبان می‌توانند از طریق این اپلیکیشن‌ها پخش مجدد داشته باشند که با منافع شرکت‌هایی که جهت پخش رویدادهای ورزشی همچون المپیک میلیون‌ها دلار هزینه می‌کنند در تضاد است (۱۲).

در عصر حاضر، حرفه‌ای گری نه‌تنها در حوزه فنی ورزش، بلکه در تولید، انتقال و بهره‌برداری تجاری از ورزش شایع شده است. به‌عنوان‌مثال باشگاه‌های فوتبال ساختارهای تجاری خود را گسترش داده‌اند. حقوق مالکیت معنوی به عنوان یک ابزار بازاریابی برای صاحبان حقوق شناخته می‌شود. حفظ نشان‌ها و لوگوهای خاص از پدیده‌هایی است که طی ۲۰ سال گذشته در بازاریابی ورزشی رخ‌داده است. ورزش هم همچون صنعت موسیقی سعی کرده به حفظ محصولات خود روی آورد. شکل‌های ترکیب بازی، استراتژی‌ها، حق داده‌ها، حق تبلیغات، حق مرچندایزینگ، حق اسپانسر و حق انتقال از مواردی است که در رشته فوتبال به آن اشاره شده است (۱۳).

یکی دیگر از حوزه‌های مالکیت معنوی ورزشی در طول تاریخ، نمایش‌ها یا حرکات ابتکاری انجام‌شده توسط ورزشکاران بوده است. حرکاتی خاص که توانسته در لحظات آخر نتیجه یک رقابت را تغییر دهد و یا حتی روش برخی بازی‌ها را تغییر دهد. پس از ایجاد حرکات یا روش‌های خاصی در بازی‌های ورزشی بسیاری از تیم‌ها یا کشورها مدعی شدند که مبدع حرکات آن‌ها بوده‌اند و حمایت از ثبت چنین تحرکاتی می‌تواند باعث حفظ حق ابداع توسط ورزشکار یا تیم یا کشور مربوطه باشد. بدین ترتیب حق حرکت و مهارت ورزشی محفوظ شد و به مدت ۱۵ سال اعتبار دارد و قابل تمدید است و ورزشکارانی که از آن حرکت استفاده کنند باید به اشکال مختلف مثلاً تلویزیون، صفحات مجازی شخصی و مصاحبه‌ها منبع حرکت خود را اعلام کند(۱٤). از دیگر جنبه‌های مالکیت معنوی در ورزش تکنیک‌های ورزشی است. این تکنیک‌ها برای این‌که قابلیت ثبت به شکل اختراع داشته باشد باید از الزامات مربوط به اختراع، مثل تازگی، عدم آشکار بودن و عدم افشا برخوردار باشند. رسانه‌ها هم می‌توانند نقش مفیدی در این زمینه داشته باشند و اعلام این‌گونه اختراعات موجب آگاهی از وجود آن توسط دیگران می‌شود (۱۵). بی‌شک، یکی از مسائل مهم دیگری که باید در ورزش موردتوجه قرار گیرد وجود حامیان در رویدادهای ورزشی و کمک آن‌ها به برگزاری مسابقات در رشته‌های مختلف ورزشی است. زمانی حامیان با خیالی آسوده به همکاری یک رویداد ورزشی خواهند پرداخت که نسبت به محافظت از آرم‌ها، نمادها، شعارها و کلمات مرتبط با رویداد مطمئن باشند. قوانین مختلفی جهت حمایت از اسپانسرها توسط مسئولین رویدادهای ورزشی از جمله رقابت‌های المپیک وضع‌شده است که تخطی از آن‌ها مجازات‌هایی را به همراه دارد. برخی گزارشات به موارد نقض دارایی‌های معنوی المپیک ۲۰۰۸ پکن همچون فروش نمادهای این رویداد با قیمت‌های بسیار کم در بازارها اشاره داشته است (۱٦). در هر حال، با شکوفایی جنبه‌های تجاری و بازاریابی ورزش، ورزشکاران توجه ویژه به ارزش تجاری خود خارج از ورزش نمودند. این موضوع باعث شده تا ورزشکاران و باشگاه‌ها نگاه دقیقی به قرارداد مابین به منظور حمایت از حقوق خود داشته باشند در این قراردادها باشگاه‌ها از بازیکنان می‌خواهند تا با

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

استفاده از نام تصویر و برند آن‌ها به نفع باشگاه موافقت نمایند و ورزشکاران هم ممکن است که بخواهند از تصویر و شخصیت خود استفاده نمایند. حفظ حقوق دو طرف قرارداد نیاز به بندهایی برای حفظ منافع دارد (۱۷).

ورزش در ایران در طول سالیان گذشته از نظر فنی در برخی رشته‌های ورزشی همچون کشتی، وزنه‌برداری و رشته‌های رزمی موفقیت‌های مطلوبی داشته است. همچنین در حوزه ساخت اماکن ورزشی و پرورش نیروهای انسانی فعالیت‌های رو به رشدی قابل‌مشاهده است، ولی از نظر مالکیت معنوی نتوانسته است موفقیت‌های مطلوبی حاصل نماید. البته ایران تنها کشوری نیست که در برخی موارد قوانین مربوط به مالکیت معنوی در آن نقض می‌شود و در کشورهای پیشرفته جهان نیز این موضوع مشاهده می‌شود. پینگ و همکاران (۲۰۱۷) بیان کردند که در کشورهای آمریکا و چین نیز موارد متعددی از نقض قوانین حق مالکیت معنوی مشاهده می‌شود که نیاز به تقویت حمایت دارد. رقابت شدید اقتصادی بین کشورهای پیشرو باعث می‌شود از بقیه برخی رعایت‌ها در حقوق مالکیت معنوی چشم‌پوشی نمایند (۱۸). به نظر می‌رسد که صنعت ورزش ایران، برای موفقیت در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و دیگر مسائل مرتبط، نیاز به تدوین زیرساخت‌های حق مالکیت معنوی و توجه به این مهم در حوزه‌های مختلف دارد. یکی از نشانه‌های توجه به حقوق مالکیت معنوی، تولید محتوای علمی در این حوزه است. مرور منابع علمی موجود در کشور نشان می‌دهد که پژوهش‌های محدودی در زمینه حقوق مالکیت معنوی در ورزش ایران انجام‌شده است. در پژوهشی حقوق مالکیت معنوی در ورزش با تمرکز بر پتنت و حق پخش تلویزیونی/رادیویی مورد بررسی قرار گرفت و نتایج نشان داد پخش برنامه‌های ورزشی از رادیو و تلویزیون موضوع مهمی در مبحث حق مالکیت معنوی است که با حق کپی‌رایت و مقررات مربوطه قابل محافظت است (۱۹). محمدی و همکاران (۱۳۹۷) بیان داشتند در صورتی که حقوق مالکیت صنعتی به درستی مورد استفاده قرار گیرد از ابزارهای مهم و قوی در فرآیند توسعه صنعت ورزش ایران به شمار می‌رود. اعمال قواعد حقوق مالکیت صنعتی در صنعت ورزش ازجمله در مباحث مربوط به علائم و نام‌های تجاری، طرح‌های صنعتی، اختراعات، اسرار تجاری و رقابت ناعادلانه در صورتی که به درستی و هدفمند مورد استفاده قرار گیرند باعث توسعه اقتصادی صنعت ورزش و شکوفایی این صنعت می‌گردد (۲۰). خوشنویس و حکمت نیا (۱۳۸۸) مهارت‌های ورزشی، شخصیت ورزشکاران، اشخاص حقیقی و نهادهای ورزشی را از مصادیق حقوق مالکیت معنوی در صنعت ورزش دانستند (۲۱). سلطانی و همکاران (۱۳۹۹) به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در مالکیت معنوی (مطالعه موردی: ورزش ایران) با یک روش آمیخته پرداخته و ۲۰ عامل را شناسایی کردند. فقدان دفاتر تخصصی مالکیت معنوی، برخورد قانونی با برخی سرقت‌ها در خصوص اختراعات ایده‌ها و نوآوری‌های ورزشی و مراقبت از آثار و نوآوری‌های تولیدشده از مهم‌ترین عوامل بودند(۲۲). خاریتنف و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی مشخصات آشکار و ویژگی‌های مقررات قانونی حقوق مالکیت فکری در حوزه ورزش پرداختند و از تعدادی روش علمی همچون تحلیل، ترکیب و روش تطبیقی- حقوقی استفاده کردند.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

نویسندگان این مطالعه به این نتیجه رسیدند که ورزش مدرن در پیوند تنگاتنگ با حقوق مالکیت معنوی درحال‌توسعه است، زیرا تنها از این طریق می‌توان یک نمایش ورزشی را به طیف گسترده‌ای از تماشاگران و مصرف‌کنندگان به معنای گسترده منتقل کرد. علاوه بر این، دامنه ارتباط بین مالکیت معنوی و حقوق ورزش به‌طور مداوم در حال افزایش است و اکنون می‌توان نه‌تنها حق ثبت اختراع و علائم تجاری را در ورزش در نظر گرفت نامید، بلکه حق چاپ، حقوق "تصویر"، دانش فنی در ورزش و موارد مشابه را نیز می‌توان موردتوجه قرار داد (۲۳). آمادی[1] (۲۰۱۷) به بررسی حقوق مالکیت معنوی در ورزش نیجریه پرداخت و نشان داد که متخصصان ورزشی، انجمن‌های ورزشی و سازمان‌دهندگان رویدادهای ورزشی مجبور به تکیه‌بر پاره‌ای از حقوق موجود در قانون جامع مالکیت معنوی هستند (۱۰). از طرفی، بسیاری از محصولات صنعت ورزش هم نیازمند مجموعه‌ای از قوانین هستند که بتواند از تولیدکننده آن جهت کسب منافع اقتصادی حاصل از محصول حمایت کند. برخی از محصولات صنعت ورزش می‌توانند توسط قوانین موجود در نظام حقوقی کشور مورد حمایت قرار گیرند. اما شاید بسیاری از محصولات صنعت ورزش به دلیل ماهیت ویژه‌ای که دارند بیشتر از سایر صنایع نیازمند حمایت‌های قانونی علی‌الخصوص در زمینه حق مالکیت معنوی باشند. از طرفی این پرسش که کدامین مصادیق این محصولات و دستاوردها شرایط حمایت را در قالب نظام مالکیت معنوی داشته محل گفتگوی فراوان است. در مجموع بازنگری انجام‌شده نشان می‌دهد که صنعت ورزش ایران با وجود برخورداری از حقوقی که در نتایج پژوهش‌های مختلف به عنوان حقوق پشتیبان محصولات ورزشی مطرح‌شده است، مانند حق کپی‌رایت، حق علائم تجاری، حق شهرت و ... نتوانسته است از حق مالکیت خود بر محصولات ورزشی استفاده لازم را ببرد. دلایل این موضوع روشن نیستند و مطالعات علمی و پژوهشی که پاسخی برای این موضوع داشته باشند محدود بود. لذا این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که تأثیر مؤلفه‌های مختلف مدل ماکیت معنوی به چه میزانی است؟

روش‌شناسی

روش تحقیق از نوع کمّی، توصیفی همبستگی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری است. در بخش کمی نیز جامعه پژوهش شامل صاحب‌نظران آگاه به مسائل حقوق ورزشی در بخش‌های مختلف همچون ادارات ورزشی دولتی، برخی فدراسیون‌های ورزشی و باشگاه‌های ورزشی خصوصی بود که به عنوان مشاور یا مسئول بخش حقوقی فعالیت داشتند و تعدادی از اساتید دانشگاهی که در حوزه حقوق ورزشی دارای تألیف و ترجمه کتاب یا مقاله بودند. برای این کار از روش‌های مختلفی همچون جستجوی اینترنتی در سایت‌های مرتبط و جستجوی تلفنی از سازمان‌های مختلف ورزشی و همچنین افراد مطلع استفاده شد که تعداد ۹۵ نفر از این افراد شناسایی شد. روش نمونه‌گیری به صورت غیر تصادفی و هدفمند انتخاب شد و تعداد نمونه آماری با توجه به محدود بودن جامعه پژوهش به صورت تمام شمار در نظر گرفته شد و در نهایت تعداد ۷۲ نفر در تحقیق مشارکت کردند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته (بر اساس

[1]. Amadi

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

بخش اول پژوهش که در یک فاز کیفی انجام‌گرفته بود) استفاده شد. پرسشنامه از طریق یکی از سایت‌های مربوط به شکل الکترونیکی درآمد و با روش‌های مختلف اعم از ایمیلی، شبکه مجازی به خصوص واتساپ و همچنین حضوری و فیزیکی در بین نمونه‌ها توزیع شد. نرخ بازگشت ۷۸ درصد محاسبه شد. پرسشنامه طراحی‌شده شامل ۷ سؤال مربوط به ویژگی‌های جمعیت شناختی و ۳۶ سؤال در خصوص حق مالکیت معنوی و عوامل مرتبط با آن بود که با استفاده از طیف پنج ارزشی لیکرت از کاملاً مخالف (برابر ۱) تا کاملاً موافق (برابر ۵) نمره‌گذاری شد. روایی صوری پرسشنامه با ارسال اهداف و سؤالات به ده نفر از نمونه‌ها قبل از توزیع کلی مورد تأیید قرار گرفت و برای بررسی روایی محتوایی پرسشنامه از پنل متخصصان و روش نسبت روایی محتوایی (CVR) استفاده شد؛ و در نهایت روایی محتوایی و صوری پرسشنامه با ۳۶ گویه مورد تأیید قرار گرفت. در ادامه پایایی پرسشنامه با استفاده از روش‌های آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (CR) و بارعاملی گویه‌ها، روایی همگرا با استفاده از متوسط واریانس استخراجی (AVE) و روایی واگرا نیز با استفاده از ماتریس فورنل و لارکر ارزیابی شد. به منظور بررسی وضعیت نرمالیته داده‌ها آزمون‌های کشیدگی و چولگی استفاده شد که داده‌ها در هر دو معیار در دامنه ۲- تا ۲+ قرار گرفتند که نشان از نرمال بودن داده‌ها داشت، لیکن با توجه به تعداد نسبتاً محدود نمونه‌ها جهت کاهش خطاهای احتمالی در تحلیل داده‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۳,۲,۹ استفاده شد. جهت مشخص نمودن سازه‌های پرسشنامه و مدل نهایی از تحلیل عاملی اکتشافی در نرم‌افزار اس پی اس اس ورژن ۲۲ استفاده شد.

یافته‌ها

در بخش ابتدایی، یافته‌های توصیفی و جمعیت شناختی نمایش داده شد که در جدول ۱ قابل‌مشاهده است.

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی آزمودنی‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی		فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۴۹	۶۸
	زن	۲۳	۳۲
سن	۲۰ _ ۲۹	۱۳	۱۶/۹
	۳۰ _ ۳۹	۳۰	۳۹
	۴۰ _ ۴۹	۱۹	۲۴/۷
	۵۰ سال و بالاتر	۱۰	۱۳
رشته تحصیلی	تربیت بدنی	۲۶	۳۳/۸
	مدیریت ورزشی	۲۴	۳۱/۲
	حقوق ورزشی	۸	۱۰/۴
	حقوق	۱۰	۱۳
	سایر	۴	۵/۲

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

سابقه علمی اجرایی	۱-۵	۱۶	۲۲
	۶-۱۰	۲۶	۳۶/۱
	۱۱-۱۵	۱۴	۱۹/۴
	۱۵-۲۰	۱۱	۱۵/۲
	بالاتر از ۲۰	۵	۷/۳

با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش متعامد[1]، متغیرهای تبیین‌کننده مالکیت معنوی در ورزش مشخص گردید؛ در این روش گویه‌های مختلف در عامل‌های مرتبط گروه‌بندی شدند. از آماره آزمون‌های کایسر[2] و بارتلت به عنوان پیش‌زمینه تحلیل عاملی اکتشافی که نشان از کفایت نمونه و مناسب بودن انجام تحلیل عاملی برای متغیرهای پژوهش دارد استفاده شد. آماره آزمون کایزر بین صفر و یک متغیر بوده و مقادیر بیشتر از ۰/۷ به عنوان سطح قابل‌قبول و بین ۰/۵ تا ۰/۷ با احتیاط قابل‌قبول است و نشان‌دهنده تناسب داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی است. مقدار آماره کایسر مایر اولکین برای این مطالعه برابر با ۰/۵۳۶ بود. همچنین معنادار بودن آزمون بارتلت در سطح ۰/۰۵ (α=۰/۰۱) نیز نشانی دیگر برای مناسب بودن داده‌ها در انجام تحلیل عاملی اکتشافی است.

جدول ۲ ـ نتایج آزمون بارتلت

معیار KMO	آماره آزمون بارتلت (χ^2)	درجه آزادی	سطح معناداری
۰/۵۳۶	۱۱۹۸/۲۳	۶۳۰	۰/۰۰۱

بررسی نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که از ۳۷ گویه تعداد ۳۶ گویه از نظر بار عاملی تأیید شد که نتایج در جدول ۳ قابل‌مشاهده است. گویه‌ها در ۸ عامل قرار گرفتند که واریانس بیشتر از عدد ۱ داشتند و هر عامل بر اساس اشتراکات مفهومی به وسیله گروه تحقیق نام‌گذاری شد.

1. Varimax rotation
2. Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

جدول ۳. تحلیل عاملی اکتشافی مؤلفه‌های تحقیق

عامل	گویه	بار عاملی	مقدار واریانس	مقدار ویژه
نهاد بین‌المللی	عضویت در نهادهای بین‌المللی	۰/۸۱۱	۱۸/۱۹۷	۶/۵۵۱
	همسویی با نهادهای حقوقی بین‌المللی برای تدوین حقوق مالکیت معنوی	۰/۷۶۸		
	تعامل با نهادهای بین‌المللی	۰/۷۷۷		
فرهنگ عمومی و آموزش	توجه به فرهنگ عمومی برای پذیرش و بهره‌برداری از حقوق مالکیت معنوی	۰/۷۵۱	۸/۲۸	۲/۹۸۱
	توجه به پایبندی عموم مردم به قوانین و مقررات	۰/۷۲۶		
	توجه به مسائل دینی و مذهبی (مانند احکام شرعی)	۰/۶۳۷		
	آموزش‌های عمومی به افراد (مدیران ورزشی، تولیدکنندگان، نوآوران و ...)	۰/۷۷۳		
	فرهنگ‌سازی از طریق رسانه‌ها و نهادها	۰/۵۸۹		
	ایجاد زمینه‌های آموزشی مانند تألیفات، دروس دانشگاهی و ...	۰/۸۱۸		
تدوین قوانین	توجه به نقش افراد و جناح‌های سیاسی در چگونگی تدوین حقوق مالکیت معنوی	۰/۷۶۹	۷/۳۲۹	۲/۶۳۸
	تصویب قوانین مناسب برای صیانت از حق مالکیت معنوی در ورزش	۰/۸۲۴		
	تدوین نظام حقوقی	۰/۸۱۹		
	ایجاد سازوکارهایی حقوقی برای نظارت بر اجرای قانون حق مالکیت معنوی	۰/۶۲۱		
تجاری‌سازی	تبدیل ایده‌های مرتبط با محصولات ورزشی به یک محصول تجاری	۰/۷۶۳	۶/۵۰۱	۲/۳۴۰
	فراهم ساختن بستر تجاری‌سازی صنعت ورزش (مانند تجاری‌سازی باشگاه‌ها)	۰/۷۶۴		
توسعه صنعت ورزش	فراهم ساختن زمینه توسعه کمی و کیفی تولیدات ورزشی	۰/۵۹۸	۶/۰۲۲	۲/۱۶۸
	دستیابی به منافع ملی مانند رشد اقتصادی و افزایش سرانه تولید ملی در ورزش	۰/۷۵۶		

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

خلاقیت و نوآوری	ایجاد انگیزه و فراهم ساختن زمینه بروز خلاقیت و نوآوری و امنیت روانی برای تولیدکنندگان	۰/۸۳۰	٤/۸۱٥	۱/۷۳٤
	فراهم ساختن زمینه رشد و شکوفایی سازمان‌ها و نهادهای ورزشی	۰/۷۲۳		
پشتیبانی سازمانی- ساختاری	پشتیبانی سازمانی و ساختاری دولت و حاکمیت	۰/۷٤۱	٤/۳۳۸	۱/٥٦۲
	ایجاد ساختارهای نرم‌افزاری برای ثبت، ذخیره و بازیابی اطلاعات	۰/۷٥۲		
	ایجاد مکانیزم‌های مدیریتی برای هدایت، حمایت و پشتیبانی از ایده‌ها	۰/۷۸۱		
	طراحی مکانیزم‌های فرایندی، دستورالعمل‌ها و شیوه‌های اجرایی	۰/۸۳۸		
	ایجاد ساختارهای اجرایی برای ثبت، حمایت و هدایت مصادیق مرتبط با حقوق مالکیت معنوی	۰/۷۲٥		
	ایجاد ساختارهای نظارتی مانند نهادهای رسیدگی به جرائم و پیگیری متخلفین	۰/۸٤۸		
	ایجاد یک فرایند رسمی و مشخص برای ثبت ایده‌های موضوعه حق مالکیت	۰/۸۱۰		
اشکال مالکیت معنوی ورزش	ویژگی‌های ظاهری (مانند مدل مو، نحوه شادی و ...)	۰/۷۸۳	٤/۲۳۲	۱/٥۲۳
	برند، نام و نشان (سازمان‌ها و نهادی ورزشی)	۰/۸۱۳		
	تألیفات	۰/٥۰٦		
	تصویر افراد (ورزشکاران، مربیان، داوران و ...)	۰/۷٦۰		
	مهارت و تکنیک	۰/۷٥۳		
	صدا (ورزشکاران، مربیان، داوران و ...)	۰/۷٤٥		
	حق تصویر و صدا (حق پخش)	۰/۷٦٦		
	طراحی‌ها (لباس، تجهیزات و وسایل، نرم‌افزار و ...)	۰/۷۸۸		
	سبک‌ها و رشته‌ها	۰/۸۱۷		

در ادامه، با توجه به تعداد نمونه‌های تحقیق و برخی پیش‌فرض‌های روش‌های آماری کواریانس محور همچون تعداد نمونه‌های بیشتر و تعداد حداقل سه گویه برای هر عامل پنهان، از روش‌های واریانس محور و روش حداقل مربعات جزئی با نرم‌افزار PLS استفاده شد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

با توجه به مقوله‌های مطرح‌شده و نوع ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر مدلی مفهومی ترسیم شد که با توجه به عامل اشکال مالکیت معنوی به عنوان عاملی که می‌تواند از سایر عامل‌ها تأثیرپذیری داشته باشد در مرکز مدل قرار گرفت و تأثیر سایر عوامل پنهان بر آن مشخص شد. بدین صورت، برازش مدل در دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری موردبررسی قرار گرفت.

ارزیابی مدل اندازه‌گیری

پایایی درونی مدل با استفاده از بار عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) بررسی شد. در این بخش حد مطلوب بالای ۰/۷، به عنوان معیار پایایی مطلوب در نظر گرفته شد. روایی همگرا با استفاده از شاخص متوسط واریانس استخراجی (AVE) ارزیابی شد. بدین ترتیب شاخص‌هایی که مساوی یا بیشتر از ۰/۵ بودند مورد تأیید قرار گرفتند. جدول ۱ داده‌های مربوط به بار عاملی، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و متوسط واریانس استخراج‌شده را در بخش مدل اندازه‌گیری نشان می‌دهد.

جدول ٤- ضریب بار عاملی، پایایی ترکیبی، ضریب rho و میانگین واریانس استخراجی متغیرهای تحقیق

	loading	CA	rho	AVE
نهاد بین‌المللی		۰,٦۹۰	۰,۷٦۳	۰,۷۵۰
Q1	۰,۸۳۸*			
Q2	۰,۹۲۲*			
Q3	۰,۷۱۰*			
فرهنگ عمومی و آموزش		۰,۷٦٦	۰,۷۸٦	
Q4	۰,۷۱۳*			
Q5	۰,۸۱٦*			
Q6	۰,۸۵۵*			
Q17	۰,۷٤۲*			
Q19	۰,۷۸۲*			
Q20	۰,۸۲۰*			
تدوین قوانین		۰,۷٦۰	۰,۷۹۳	۰,٦۷٦
Q7	۰,۸۷۷*			
Q15	۰,۷۲۲*			
Q16	۰,۷۲٦*			
Q25	۰,۷٦۱*			
تجاری‌سازی		۰,۷۷۱	۰,۷۹۸	۰,٦۸۲
Q8	۰,۸٦۱*			
Q10	۰,۸٤۷*			

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

توسعه صنعت ورزش		۰,۸۱۱	۰,۸۶۳	۰,۶۱۸
Q9	۰,۷۲۷*			
Q11	۰,۹۱۴*			
خلاقیت و نوآوری		۰,۸۸۵	۰,۸۶۶	۰,۶۳۷
Q12	۰,۸۸۰*			
Q13	۰,۸۳۱*			
پشتیبانی سازمانی-ساختاری		۰,۶۹۳	۱,۲۴۷	۰,۷۳۱
Q14	۰,۷۲۴*			
Q21	۰,۹۰۹*			
Q22	۰,۷۹۲*	۰,۸۲۰	۰,۸۳۴	۰,۶۸۱
Q23	۰,۸۲۲*			
Q24	۰,۷۰۵*			
Q26	۰,۷۷۴*			
Q27	۰,۷۲۱*			
اشکال مالکیت معنوی		۰,۷۸۲	۰,۷۵۹	۰,۶۹۵
Q28	۰,۷۸۷*			
Q29	۰,۷۲۴*			
Q30	۰,۷۰۴*			
Q31	۰,۷۱۳*			
Q32	۰,۸۱۲*			
Q33	۰,۸۱۱*			
Q34	۰,۷۸۰*			
Q35	۰,۷۵۳*			
Q36	۰,۷۲۸*			

Note: CA= cronbach's alphas, AVE= average variance extracted, *=significant (p<0.05)

همان‌طور که از جدول مشاهده می‌شود، گویه‌های باقی‌مانده در جدول همگی در سطح خطای ۰,۰۵ معنی‌دار می‌باشند و متوسط واریانس استخراجی بالای ۰,۰۵ بود.

روایی واگرای مدل با استفاده از شاخص HTMT محاسبه شد. مشاهده می‌شود مقادیر مشخص‌شده در قطر جدول فورنر و لاکر در هر متغیر بیشتر از اعداد ستون است و مقادیر HTMT کمتر از حد مطلوب ۰,۸۵ است (۲۴). این نتایج در جدول ۵ دیده می‌شود.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

جدول ۵- ضریب HTMT

	نهاد بین‌المللی	فرهنگ عمومی و آموزش	تدوین قوانین	تجاری‌سازی	توسعه صنعت ورزش	خلاقیت و نوآوری	پشتیبانی سازمانی-ساختاری	اشکال مالکیت معنوی
نهاد بین‌المللی	۰,۸۲۲							
فرهنگ عمومی و آموزش	۰,۳۴۸	۰,۸۶۶						
تدوین قوانین	۰,۲۷۰	۰,۱۵۵	۰,۷۸۶					
تجاری‌سازی	۰,۱۴۲	۰,۱۰۳	۰,۳۲۴	۰,۸۵۵				
توسعه صنعت ورزش	۰,۳۶۹	۰,۳۳۴	۰,۳۷۷	۰,۲۸۶	۰,۶۳۱			
خلاقیت و نوآوری	۰,۴۳۶	۰,۳۴۴	۰,۵۵۴	۰,۳۴۲	۰,۴۰۳	۰,۸۲۶		
پشتیبانی سازمانی-ساختاری	۰,۱۶۷	۰,۰۶۹	۰,۶۰۰	۰,۶۳۰	۰,۳۸۳	۰,۴۷۱	۰,۷۹۸	
اشکال مالکیت معنوی	۰,۳۸۲	۰,۲۳۴	۰,۲۸۴	۰,۲۲۱	۰,۲۴۸	۰,۳۷۳	۰,۳۶۳	۰۸۳۰

Note: * Heterotrait-Monotrait Ratio

همان‌طور که از نتایج جدول ۲ مشاهده می‌شود اعداد مربوط به قطر جدول از تمامی اعداد هر ستون بزرگ‌تر هستند که معیار مناسبی برای روایی واگرا است.

ارزیابی مدل ساختاری

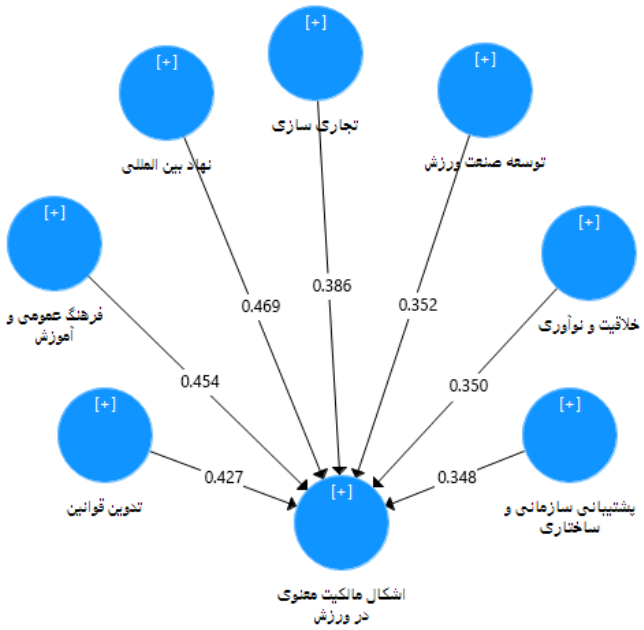
برازش مدل ساختاری از طریق بررسی ضرایب معناداری مسیرها، عدد T جهت معناداری مسیرها و میزان R2 و Q2 و F2 مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین شاخص برازش کلی مدل SRMR و NIF نیز موردبررسی قرار گرفت که در جدول ۳ نشان داده شد.

جدول ٦- نتایج مدل ساختاری

	β	TStatistics (|O/STDEV|)	P Values
نهاد بین‌المللی -> اشکال مالکیت معنوی	۰,۴۶۹	۴,۳۴۳	۰,۰۰۲
فرهنگ عمومی و آموزش -> اشکال مالکیت معنوی	۰,۴۵۴	۴,۲۵۵	۰,۰۰۴
تدوین قوانین -> اشکال مالکیت معنوی	۰,۴۲۷	۳,۹۹۷	۰,۰۰۷
تجاری‌سازی -> اشکال مالکیت معنوی	۰,۳۸۶	۳,۳۰۰	۰,۰۰۸
توسعه صنعت ورزش -> اشکال مالکیت معنوی	۰,۳۵۲	۳,۲۶۷	۰,۰۴۱
خلاقیت و نوآوری -> اشکال مالکیت معنوی	۰,۳۵۰	۲,۲۷۷	۰,۰۴۵
پشتیبانی سازمانی-ساختاری -> اشکال مالکیت معنوی	۰,۳۴۸	۲,۱۰۹	۰,۰۴۷

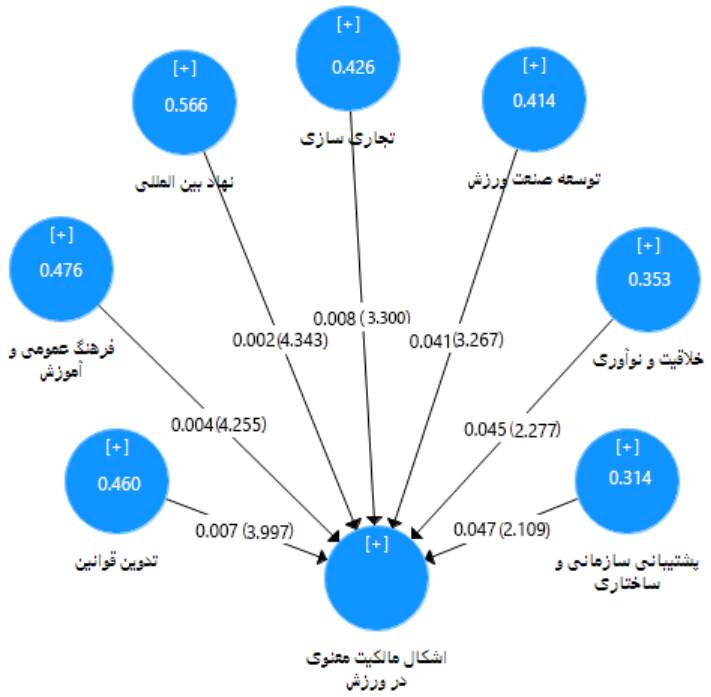
[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

	R^2	Q^2	F^2
نهاد بین‌المللی	۰,۵۶۶	۰,۲۵۴	۰,۲۵۸
فرهنگ عمومی و آموزش	۰,۴۷۶	۰,۲۲۵	۰,۲۲۶
تدوین قوانین	۰,۴۶۰	۰,۱۵۸	۰,۲۱۵
تجاری‌سازی	۰,۴۲۶	۰,۱۴۱	۰,۱۷۹
توسعه صنعت ورزش	۰,۴۱۴	۰,۱۳۶	۰,۱۶۴
خلاقیت و نوآوری	۰,۳۵۳	۰,۱۰۴	۰,۱۵۸
پشتیبانی سازمانی-ساختاری	۰,۳۱۴	۰,۱۰۱	۰,۱۵۵
	SRMR=۰,۰۷۶۱	NFI=۰,۸۹۵	
Note: β = path coefficients, p<0.05			



شکل ۱- مدل خروجی تحقیق در حالت ضریب مسیر

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]



شکل ۲. مدل خروجی تحقیق در حالت ضریب معنی‌داری و ضریب T

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف شناسایی وجوه حق مالکیت معنوی در ورزش و عوامل مؤثر (ارائه الگو) انجام شد. به این منظور بر اساس داده‌های کمی جمع‌آوری‌شده مدل مفهومی موردنظر آزمون شد. در نهایت مدلی با هشت عامل به دست آمد که یکی از عوامل نشان‌دهنده وجوه حق مالکیت معنوی در ورزش ایران و هفت عامل به عنوان عوامل تأثیرگذار مورد تأیید قرار گرفت. این مدل سازوکارهایی را بیان می‌کند که از طریق آن‌ها صنعت ورزش ایران می‌تواند از حقوق مالکیت معنوی منتفع شود. نتایج نشان داد با توجه به منافعی که حق مالکیت معنوی در ورزش در سطح جامعه دارد لازم است حقوق مالکیت معنوی برای محصولات ورزشی تدوین‌شده و یا شرایط لازم برای این امر فراهم گردد، یکی از عوامل، همراهی با نهادهای بین‌المللی در حوزه حمایت از مالکیت معنوی است که در این تحقیق نیز بیش‌ترین تأثیر را بر اشکال مختلف مالکیت معنوی در ورزش داشت. یکی از مهم‌ترین سازمان‌های بین‌المللی در حوزه مالکیت فکری، سازمان جهانی مالکیت فکری «WIPO» است. در حال حاضر، ۱۹۳ کشور جهان، به عضویت این سازمان درآمده‌اند و معاهدات بین‌المللی زیادی، از جمله پیمان همکاری ثبت اختراع «PCT»، موافقت‌نامه لیسبون و پروتکل مادرید را تحت پوشش خود دارد. ارتقاء و توسعه تدابیر پیش‌بینی‌شده برای تسهیل حمایت مؤثر از مالکیت فکری در سراسر جهان و هماهنگی قوانین ملی در این زمینه یکی از اهداف تشکیل این نهاد است. بی‌شک عضویت و همراهی با این سازمان‌های بین‌المللی می‌تواند زمینه حضور آسوده تولیدکنندگان و خدمات دهندگان حوزه‌های مختلف تز جمله ورزش را در سطح بین‌المللی فراهم کند. اگرچه ایران از سال ۲۰۰۱ عضو سازمان جهانی مالکیت فکری است و تابه‌حال تعدادی از پیمان‌های مربوط به مالکیت فکری از جمله پیمان پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی را در سال ۱۹۵۹ و پیمان مادرید برای ثبت بین‌المللی علائم در سال ۲۰۰۳، توافقنامه لیسبون

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

به منظور حمایت از نام منشاء و ثبت بین‌المللی را در سال ۲۰۰۵ پذیرفته است ولی ایران تاکنون کنوانسیون برن برای حمایت از آثار ادبی و هنری را امضا نکرده است و عضو هیچ‌یک از کنوانسیون‌های بین‌المللی مربوط به حق تکثیر نیست. در سازمان تجارت جهانی تنها ناظر است و به موافقت‌نامه تریپس هم نپیوسته است؛ یعنی به‌طورکلی اگرچه در حوزه مالکیت صنعتی اقدامات مثبتی انجام‌شده اما در حوزه مالکیت ادبی که از جمله بخش مهمی از فعالیت‌های ورزشی را شامل می‌شود اقدام مناسبی انجام نگرفته است. دهقانی (۱۳۹٤) در نتایجی همسو با تحقیق، همراهی با مقررات بین‌المللی را موجب توسعه الگوهای تجارت می‌داند (۲۵). آمادی (۲۰۱۷) نیز اجماع با جامعه بین‌المللی در مالکیت معنوی را ضروری و مناسب دانسته است (۱۰).

همراهی با نهادهای بین‌المللی هم‌زمان با رشد فرهنگ عمومی حضور در عرصه ورزش در ابعاد مختلف می‌تواند تأثیر مضاعف داشته باشد. موضوع فرهنگ همواره نیاز به آموزش و اطلاع‌رسانی دارد. این آموزش مورد نیاز تولیدکنندگان، تأمین‌کنندگان، عرضه‌کنندگان و در نهایت مصرف‌کنندگان است. در این بین حتی می‌توان از ظرفیت‌های دینی و شرعی در کنار مسائل عرفی و قانونی استفاده کرد. عدم سوءاستفاده از اختراعات و نوآوری‌های دیگران و دسترنج و اندیشه افراد صاحب ایده و خلاقیت از جمله مسائلی است که باید از کودکی نهادینه شود. بدین منظور می‌توان با تألیف درس‌ها یا واحدهای درسی از دوران دبستان تا دانشگاه این مباحث را آموزش داد. همچنین صداوسیما و انواع رسانه‌ها می‌توانند در این فرهنگ‌سازی نقش مهمی داشته باشند و با توجه به اقبال عموم جامعه از رسانه‌ها، حتی رسانه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی محتواهای مناسب را در این خصوص تولید و عرضه نمود. البته تولیدکننده و خالق یک محصول و اثر ورزشی نیز باید آموزش لازم جهت ثبت و محافظت از داشته‌های خود را دریافت و عمل نماید. ارائه آموزش‌های عمومی به ذینفعان، پرورش نیروی انسانی (مانند قاضیان و وکلا) متخصص در حوزه ورزش و فرهنگ‌سازی از طریق رسانه‌ها و نهادها می‌تواند بستر مناسب برای رعایت حقوق مالکیت معنوی در اشکال مختلف آن را در سطح جامعه فراهم سازد. نادریان و رهبری (۲۰۱٤) در پژوهشی تأسیس رشته کارشناسی ارشد حقوق ورزشی در دانشگاه‌های ایران را ضروری دانستند و بر ایجاد مشاغل جدید حقوقی، امکانات تخصصی، استقلال رشته حقوق ورزش، آموزش‌های کوتاه مدت، دروس حقوق ورزش و کارگاه‌های آموزشی حقوق ورزش تأکید کردند (۲٦). اولایسن و ریونج (۲۰۱۷) معتقد است هرچه میزان آموزش درزمینهٔ مالکیت معنوی بیشتر شود میزان اشتراک دانش در حوزه‌های مختلف افزایش می‌یابد و افراد بدون ترس و نگرانی می‌توانند دانش خود را با دیگران به اشتراک بگذارند (۲۷). دهقانی (۱۳۹٤) بر نقش آموزشی و فرهنگی رسانه تأکید نموده است که همگی تأییدی بر یافته‌های این تحقیق هستند (۲۵).

اصولاً یکی از موارد مهمی که می‌تواند در حفظ و گسترش موضوع مالکیت معنوی در ورزش تأثیرگذار باشد تدوین قوانین دارای ضمانت اجرایی است. البته منظور از قوانین در این تحقیق هرگونه قانون مصوب مجلس شورای اسلامی، بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌های دولتی و مربوط به سازمان‌های متولی در این حوزه است. در ایران وضع و اجرای قوانین مربوط به حقوق مالکیت فکری بر عهده قوهٔ مقننه و قضاییه بوده که از سال ۱۳۰٤ هجری شمسی آغاز و بنا بر مقتضیات بارها بازنگری و تکمیل‌شده است. در حال حاضر سازمان ثبت اسناد و املاک کشور وابسته به قوه قضاییه، متولی امور حقوقی و قانونی مالکیت فکری است. اگرچه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، انجمن حقوق مالکیت فکری و برخی نهادهای دیگر در این زمینه فعالیت دارند. با توجه به

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

اینکه ورزش در بسیاری جهات یک موضوع تخصصی است لازم است تا وزارت ورزش و جوانان به عنوان متولی ورزش در ایران با تشکیل دفتر مالکیت معنوی در ورزش از حقوق ذینفعان ورزش حمایت نماید. هرچند پژوهشی که به‌طور مشخص به بررسی دلایل تدوین حق مالکیت معنوی در ورزش پرداخته‌شده باشد توسط محقق یافت نشد اما نتایج تحلیل تطبیقی رهبری و لجم اوراک (۲۰۲۰) نشانگر ابهام و عدم کار آیی مقررات موجود و ادبیات حقوقی ایران در مورد حمایت مؤثر از حقوق ورزشکاران است (۲۸). همچنین هیلتون (۲۰۱۱) بیان می‌کند که چنانچه قانون ورزش بتواند تعادل مناسبی بین خواسته‌های کسانی که ورزش را تولید می‌کنند و افرادی که مصرف ورزش را به عنوان بخش مهمی از زندگی خود می‌بینند، ایجاد نماید، می‌تواند چشم‌انداز ورزشی منصفانه‌تری به دنبال داشته باشد (۲۹). الهی (۲۰۱۰) یکی از دلایل عدم دستیابی باشگاه‌های فوتبال به درآمد حاصله از منابع مختلف از جمله حق پخش تلویزیونی و محصولات ترویجی را محدودیت‌های قانونی و نبود ضمانت اجرایی برای قوانین موجود عنوان می‌کند (۳۰). چنانچه قوانین موضوعه حق مالکیت معنوی در ورزش به درستی تدوین، اجرا و نظارت شوند، می‌تواند منافع ملی و منافع متعددی در حوزه ورزش به همراه داشته باشد. بالکازیک (۲۰۱۱) بر متفاوت بودن قوانین کشورها و گارسیا (۲۰۱۱) بر لزوم تدوین برخی قوانین حمایتی در ایالات متحده در خصوص مجازات خاطیان اشاره داشته‌اند (۱٤). آمادی (۲۰۱۷) نیز بیان داشت ماهیت ورزش متفاوت از سایر حوزه‌ها است و نیازمند تدوین قوانین ویژه این حوزه است (۱۰). در نهایت پیشنهاد می‌شود جهت توسعه ورزش با بازنگری قوانین حق مالکیت معنوی در ورزش ایران نسبت به تدوین قوانین مناسب و صیانت و نظارت بر قوانین اقدام شود. تدوین قوانین مناسب با مصادیق ورزشی می‌تواند از طریق فراهم ساختن محیط رقابتی و ایجاد آرامش و اعتماد زمینه بروز خلاقیت و نوآوری و بستر لازم برای رشد و توسعه صنعت ورزش را فراهم سازد.

نتایج این تحقیق نشان داد که توسعه صنعت ورزش می‌تواند بر توسعه اشکال مالکیت معنوی ورزش تأثیرگذار باشد. بسیاری از اشکال حق مالکیت معنوی در بطن صنعت ورزش وجود دارند. مثلاً حق پخش تلویزیونی یکی از عناصر توسعه صنعت ورزش است و می‌توان تأثیرگذاری آن را متصور بود. صنعت ورزش در اشکال مختلف عملکردی، تولیدی و ترویجی ارتباط نزدیکی با مالکیت معنوی دارد. عناصر مختلف صنعت ورزش از جمله باشگاه‌ها در سطوح مختلف، شرکت‌ها و نهادهای تجاری، تولیدکنندگان، عرضه‌کنندگان و ... به‌طور روزمره با فعالیت‌هایی مثل ثبت برند، ثبت محصول و اختراع و اشکال مختلف ملکیت معنوی در تماس هستند. فرسادمختاری (۱۳۹۵) وجود مالکیت صنعتی را در توسعه صنعت ورزش و بهبود تولیدات ورزشی مؤثر دانسته است (۳۱). هیلتون (۲۰۱۱) معتقد است تولیدکننده و مصرف‌کننده که هر دو از عوامل صنعت ورزش هستند از حق مالکیت معنوی بهره می‌برند (۲۹). بدون شک توسعه صنعت ورزش بدون سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی میسر نیست. پاتل و پریس (۲۰۱۸) هم نشان دادند حق مالکیت فکری با رشد و توسعه سرمایه‌گذاری در خرده‌فروشی‌های ورزشی در ارتباط است (۵). در حقیقت توسعه ابعاد مختلف صنعت ورزش نیازمند توسعه زیرساخت‌های نرم‌افزاری است که یکی از آن‌ها بحث حق مالکیت معنوی است.

از دیگر عواملی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفت تأثیری است که تجاری‌سازی و توجه به خلاقیت و نوآوری بر توسعه مالکیت معنوی در ورزش دارند که اثر هر دو عامل نیز مثبت و معنی‌دار به‌دست‌آمده است. بی‌شک نوآوری بستری در راه تجاری‌سازی است و برای نوآوری خلاقیت، ایجاد انگیزه و آماده سازی

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

زمینه امنیت روانی ضروری است. آماده سازی زمینه رشد و شکوفایی سازمان‌ها و نهادها باعث گسترش نوآوری می‌شود. توسعه تجاری‌سازی نیز با رشد اقتصادی و سرمایه‌گذاری مرتبط است. معمولاً هر جا که سرمایه‌گذاری رخ می‌دهد، سرمایه‌گذار برای حفظ سرمایه و دارایی خود در اندیشه حفاظت است و می‌توان رشد مالکیت معنوی را متصور بود؛ یعنی ارتباط بین تجاری‌سازی یا نوآوری خلاقیت با حق مالکیت معنوی درواقع دوطرفه است که در این تحقیق به تأثیر روی عامل مالکیت معنوی در ورزش پرداخته‌شده است.

دستیابی به منافع ملی مانند رشد اقتصادی و افزایش سرانه تولید ملی، ایجاد انگیزه و فراهم ساختن زمینه بروز خلاقیت و نوآوری و امنیت روانی برای تولیدکنندگان، فراهم ساختن زمینه رشد و شکوفایی سازمان‌ها و نهادهای ورزشی از جمله عواملی است که همراه با رشد حق مالکیت معنوی در ورزش فراهم می‌شود. جعفری‌توسی و نورانی (۲۰۱۸) عنوان می‌کنند که ورزش ازجمله زمینه‌هایی است که باید در قالب مالکیت معنوی محافظت شود و معتقدند که حفاظت از مالکیت معنوی نقش حیاتی در نظام اقتصادی ورزش ایفا می‌کند (۱۹). چادوری (۲۰۱۹) و پاتل و پریس (۲۰۱۸) حق مالکیت معنوی را توسعه‌دهنده بستر سرمایه‌گذاری می‌دانند. اولسین و ریوانج (۲۰۱۷) معتقد است حق مالکیت معنوی و نوآوری در ارتباط با هم هستند. حق مالکیت معنوی می‌تواند با حمایت از علائم تجاری موجب رشد تجاری‌سازی شود. برم (۲۰۱۷) اعلام نمود حق مالکیت معنوی می‌تواند موجب افزایش هزینه‌های نوآوری شود ولی در واقع در بلندمدت می‌تواند هزینه‌های تولید یک محصول را کاهش دهد و وجود حق مالکیت فکری را در تسهیل انتقال فناوری و سطح رفاه مؤثر است (۳۲). حکمتی فرید (۱۳۹۵) بیان نمود هر چقدر فضای کسب‌وکار و حقوق مالکیت معنوی رشد یابد موجب توسعه اقتصادی خواهد شد (۳۳).

پشتیبانی سازمانی و ساختاری آخرین عامل مؤثر بر توسعه اشکال مالکیت معنوی در ورزش بود. بخشی از این پشتیبانی به شکل نرم‌افزاری است. وجود و دسترسی نوآوران و صاحبان ایده به سامانه‌ها یا نرم‌افزارهایی با کاربردهای ثبت، ذخیره و بازیابی اطلاعات ایده و اختراع رشد دهنده حق مالکیت معنوی در حوزه ورزش است. هم‌اکنون نیز در هنگام ثبت اختراع در اداره ثبت اسناد طبقه‌ای به اقلام ورزشی و اسباب‌بازی اختصاص‌یافته که بیشتر حوزه کالاهای ملموس را در برمی‌گیرد. این در حالی است که نمودهای ثبت در ورزش گسترده‌تر از صرفاً کالاهای ورزشی است که در ادامه نیز بحث خواهد شد. هماهنگی ساختارهای مختلف در کنار فرایندها و مکانیزم‌های ثبت ایده‌ها و آسان‌سازی و رفع موانع در کنار اطلاع‌رسانی مناسب بسیار ضروری و لازم می‌نماید. در این بین نظارت بر روندهای یادشده نیز ضروری است. ایجاد سازوکارهای حقوقی برای نظارت بر اجرای قانون حق مالکیت معنوی در ورزش، ایجاد ساختارهای نظارتی مانند نهادهای رسیدگی به جرائم و پیگیری متخلفین و ایجاد یک فرایند رسمی و مشخص برای ثبت ایده‌های موضوعه حق مالکیت معنوی می‌تواند اثرگذاری حقوق تدوین‌شده را افزایش دهد. ساختارهای اقتصادی، حقوقی و فرهنگی جامعه نیز می‌تواند در رشد یا کاهش حق مالکیت معنوی تأثیرگذار باشد. علیدوست (۲۰۱۳) در بررسی موانع حق پخش تلویزیونی در ورزش ایران که یکی از نمودهای حق مالکیت معنوی در ورزش است ساختارهای حقوقی و قانونی را یکی از موانع می‌دانند (۳٤). حکمتی فرید (۱۳۹۵) نقش ساختار سیاسی را بر بهبود فضای کسب‌وکار و حقوق مالکیت مؤثر می‌داند (۳۳).

در این پژوهش مصادیق مختلف حق مالکیت در ورزش به عنوان متغیری که می‌تواند متأثر از سایر متغیرها قرار گیرد نقش محوری داشت. تصویر افراد (ورزشکاران، مربیان، داوران و ...)، برند، نام و نشان (سازمان‌ها

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

و نهادی ورزشی)، حق تصویر و صدا (حق پخش)، طراحی‌ها (لباس، تجهیزات و وسایل، نرم‌افزار و ...) و سبک‌ها و رشته‌ها به عنوان این مصادیق مورد تأیید قرار گرفت. محمدی، صالحی و زاهدی (۲۰۱۷) اشاره می‌کنند که در کشورهای پیشرو از لحاظ حقوقی، حق شهرت با استفاده از اصول کلی ناظر بر مالکیت‌های معنوی و ایجاد تأسیسات نوین حقوقی، موردحمایت قرارگرفته است (۳۵). در نظام حقوقی ایران، به دلیل فقدان مقررات حداقلی ناظر به این حق، رویه قضایی کفایت و کارآمدی لازم را در مواجه با نقض حق شهرت نداشته است. مارگونی (۲۰۱۶) با بررسی حق مالکیت معنوی در اتحادیه اروپا عنوان می‌کند که راه-حل‌های مبتنی بر شکل‌های سنتی و جدید مالکیت، حقوق مالکیت معنوی و حقوق مرتبط با آن، هنوز هم می‌تواند برای محافل ورزشی مناسب باشد (۳۶).

خوشنویس و حکمت نیا (۱۳۸۸) در پژوهشی مصادیق حقوق مالکیت معنوی در صنعت ورزش را مشخص نمودند که نتایج این پژوهش در ارتباط با بخشی از مصادیق عنوان‌شده همسو است (۲۱). همچنین همسو با نتایج این پژوهش جعفری‌توسی و نورانی (۲۰۱۸) اشاره می‌کنند که پخش برنامه‌های ورزشی از رادیو و تلویزیون موضوع مهمی در مبحث حق مالکیت معنوی است (۱۹). ال-امین (۲۰۱۷) نیز اهمیت حق تصویر ورزشکاران در کسب‌وکار فوتبال را با توجه به پتانسیل تجاری عظیم آن نشان داده است (۱۷).

آمادی (۲۰۱۷) با بررسی حقوق مالکیت معنوی در ورزش نیجریه عنوان می‌کند که بهره‌برداری از شکل‌های مختلف حقوق مالکیت معنوی در چارچوب قوانین نیجریه نه‌تنها منجر به پیشرفت اقتصادی انجمن‌ها و سازمان‌های ورزشی مختلف در نیجریه می‌شود بلکه باعث افزایش حاشیه سود فردی ورزشکاران و همچنین تضمین جذب منافع بین‌المللی و سرمایه‌گذاری خارجی می‌شود (۱۰).

در پایان بر اساس یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌شود کارگروهی از طرف نهادهای متولی حقوق مالکیت معنوی که از آن‌ها نام‌برده شد برای آماده سازی شرایط حضور کشورمان در کنوانسیون‌های بین‌المللی تشکیل شود. پیشنهاد می‌شود صداوسیما در برنامه‌های مختلف ورزشی موضوع حق مالکیت معنوی را بیشتر موردبررسی قرار دهند و همچنین واحدهای درسی در دانشگاه و حتی در دوره دبیرستان با مفهوم آشنایی با موضوع حق مالکیت گنجانده شود تا فرهنگ‌سازی بیشتری در این زمینه صورت گیرد.

پیشنهاد می‌شود با عنایت به تخصصی بودن حوزه ورزش، وزارت ورزش و جوانان با همکاری نهادهای متولی حق مالکیت معنوی در کشور بخشنامه‌ها یا آیین‌نامه‌های لازم برای حفظ و توسعه این موضوع را به نهادهای ورزشی اعلام دارد یا در صورت لزوم از طریق ارائه لوایح به مجلس شورای اسلامی در پی قانونی نمودن این موضوع باشد. همچنین این وزارتخانه پیگیر نهایی شدن زیرساخت‌های لازم توسعه صنعت ورزش و احقاق مالکیت مسائلی همچون حق پخش تلویزیونی باشد. تسهیل دسترسی فرایندهای مرتبط با ثبت ایده و اختراع از طریق سامانه‌ها یا نرم‌افزارها و ایجاد دفتری به این منظور در وزارت ورزش و جوانان از پیشنهادهای دیگر این پژوهش است. این تحقیق سعی نمود اشکال مختلف مالکیت موجود در ورزش را شناسایی و معرفی نماید که در قالب یک الگو مطرح شد. مدل ارائه‌شده می‌تواند به عنوان چارچوبی مناسب و بومی برای مطالعات پژوهشی در این حوزه مورداستفاده قرار گیرد.

Refrences

1. Gans J, Murray FE, Stern S. Contracting over the disclosure of scientific knowledge: Intellectual property and academic publication. Research Policy. 2017;46(4):820-35.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

2. Maleki R, Salahi A, Mohamad Nia E, Keymasi K. The influential factors on the quality of electronic service in sport from Esteghlal club fans point of view. JRSM 2015; 5 (10) :83-94.
3. Hernández-Chea R, Vimalnath P, Bocken N, Tietze F, Eppinger E. Integrating Intellectual Property and Sustainable Business Models: The SBM-IP Canvas. 2020;12(21):8871.
4. Suli F. Intellectual Properly: Woodhead Publishing Series in Electronic and Optical Materials; 2019.
5. Patel PC, Pearce JA. The survival consequences of intellectual property for retail ventures. Journal of Retailing and Consumer Services. 2018;43:77-84.
6. Ménière YR, Ilja. Grilli, Muzio Intellectual property rights and firm performance in the European Union. 2021.
7. Latifi, S., Shirzad, E., Pirmohammadi, N., Gohari, M. Validity and reliability of the Iranian force plate. *Sport Sciences and Health Research*, 2021; 14(1): 109-114.
8. Halbert D. Intellectual property theft and national security: Agendas and assumptions. The Information Society. 2016;32:256-68.
9. Salahi Kojour, A., Razavi, S. M. H., Amirnejad, S., Mohammadi, N., Taghipourian, M. J. Investigating the Factors Affecting Smart Tourism in the Hybrid Technique-Based Sports Industry. *Journal of Tourism Planning and Development*, 2020; 9(34): 101-120.
10. Amadi U. Intellectual Property in Sports: A Trick or Two Nigeria Can Learn From the Global Game. African Sports Law Journal. 2016.
11. Roessler V. College Athlete Rights After O'Bannon: Where Do College Athlete Intellectual Property Rights Go From Here?. . ENT & TECH. 2016;18(4):935.
12. Edelman M. From Meerkat to Periscope: Does Intellectual Property Law
Prohibit the Live Streaming of Commercial Sporting Events? COLUMBIA JOURNAL OF LAW & THE ARTS. 2017;39:469-95.
13. Qasim Sabah K. The Legal Protection and Regulation of Sponsorship Rights in English Football: University of Leeds 2018.
14. García G. He Shoots, He Scores…and Receives Copyright Protection? How the Current State of Intellectual Property Law Fumbles with Sports. U. Denv. Sports & Ent. L.J.; 2011.
15. Bambauer D. LEGAL RESPONSES TO THE CHALLENGES OF SPORTS
PATENTS. Harvard Journal of Law & Technology 2005;18(2):401-34.
16. Torsen M. Intellectual Property and Sporting Events: Effective Protection of Event Symbols through Law and Practice. international intellectual property institute; 2007.
17. Ameen A. Image Right Clauses in Football Contracts: Masterstroke for Mutual Success? Intellectual Property Rights: Open Access. 2017;05.
18. Peng M, Ahlstrom D, Carraher S, Shi W. History and the Debate Over Intellectual Property. Management and Organization Review. 2017;13:15-38.
19. Jafari-Tousi, Ehsan. & Nourani N. Study on Intellectual Property in Sports Focusing on Radio/Television Broadcasting Patent. International Academic Journal of Humanities. 2018;5(2):162-72.
20. Mohammadi., Kalateh Seifari M, razavi Mh, Farsijani M. Designing Qualitative Model for Economic Development of Iran's Sports Industry with World-Class Manufacturing Approach %J Applied Research in Sport Management.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]

2019;8(1):69-84.
21. Khoshnevis-Zarch AH, A. Examples of intellectual property rights in the sports industry. Islamic Rights. 2009;6(23):127-59.
22. Soltani M A, Mohammadi, H.A., Forughipoor, H. Prioritization of effective factors in intellectual property (Case study: Iranian sports). . Scientific Journal of Jurisprudence , law and Criminal Sciences. 2020;18:1-10.
23. Kharytonov EK, Olena; Tkalych, Maxym; Bolokan, Inna; Samilo ,Hanna; Tolmachevska, Yuliia. Intellectual property law in the field of sports: specifics of manifestations and features of legal regulation. Cuestiones Políticas jul-dic 2021;39(69):530-46.
24. Henseler J, Ringle C, Sarstedt M. A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling. Journal of the Academy of Marketing Science. 2015;43:115-35.
25. Dehghani Firuzabadi F. Modeling the Commercial Law Framework in Iranian Professional Sports Based on Structural Equations: Azahra; 2015.
26. Nadarian MR, S. Feasibility of Establishing a Master of Sport Law Degree in Iranian Universities. Journal of Interdisciplinary Studies in Humanities. 2013;6(4):19-32.
27. Olaisen JR, O. The dynamics of intellectual property rights for trust, knowledge sharing and innovation in project teams. International Journal of Information Management. 2017;37:583-9.
28. Rahbari E, Lajmorak H. A Comparative analysis on Legal Protection of Sport Publicity or Image Right %J The Judiciarys Law Journal. The Judiciary's Law Journal. 2019;83(108):71-93.
29. Hylton JG. The Over-Protection of Intellectual Property Rights in Sport in the United States and Elsewhere. Legal Aspects Sport. 2011(21):43.
30. Elahi A, Sajjadi N, Khabiri M, Abrishami H. Barriers to the Development of Attracting Financial Support Income in the Football Industry of the Islamic Republic of Iran. Journal of Sport Management. 2010(1):189-202.
31. Farsadmokhtari V. The Role of Industrial Property Rights in the Development of Iran's Sports Industry: Allameh Tabataba'i University; 2015.
32. Shah-Hoseini S, Vasfi S, Naserzadeh S. Assessing the Role of Protecting Intellectual Property Rights in Economic Growth: TRIPS Case Study. Commerce Journal. 2018;21(84):65-92.
33. hekmati farid s, Mohamad zadeh Y, Khazali D. The Impact of Business Regulatory Reforms and Intellectual Property Rights on Economic Growth in Upper Middle Income Countries. Quarterly Journal of Economic Growth and Development Research. 2016;6(22):130-19.
34. Alidoust Ghahfarrokhi E. The Analysis of Legal Barriers Affecting the Implementation of General Policies of Article 44 in Iran Professional Football. Journal of Sport Management. 2019;11(3):411-28.
35. Mohammadi A, Salehi mazandarani M, Zahedi M. Protection of Publicity Right in the Light of Intellectual Property Rights (Comparative Analysis). IQBQ. 2017;21(3):185-214.
36. Margoni T. The Protection of Sports Events in the EU: Property, Intellectual Property, Unfair Competition and Special Forms of Protection. International Review of Intellectual Property and Competition Law. 2016;47(4):386-417.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.22520716.1402.13.26.11.3]
[DOI: 10.61186/JRSM.13.26.188]