

حقوق مالکیت صنعتی و تجاری در قانون ایران

محمد حسن قائمی _ کارشناس ارشد حقوق خصوصی

قسمت پایانی

گفتار چهارم: انواع دیگر از حقوق مالکیت صنعتی و تجاری

۱- طرحها و مدل‌های صنعتی

منظور از طرح صنعتی، شکل‌ها و خطوط و رنگهایی است که شخص، آن‌ها را ابداع کرده است و منظور از مدل صنعتی، تجسم مادی طرح بر روی یک نمونه‌ی ساخته شده از کالای صنعتی و تجاری است که جنبه‌ی ابداع داشته باشد. مانند مدل اتومبیل پراید. طرح صنعتی در مفهوم کلی و غیر تخصصی، دلالت می‌کند به یک اثر خلاقه برای دست یافتن به نمایی ظاهری (جلوه‌ای صوری) یا تزئینی در فرآورده‌هایی که به صورت انبوه تولید می‌شود. در یک معنای حقوقی، طرح صنعتی، دلالت دارد بر حقی که مطابق با یک نظام ثابت، برای حمایت از مشخصه‌های تزئینی اصیل و غیرعملکردی یک کالای صنعتی یا فرآورده‌ای که از یک فعالیت طراحی حاصل می‌شود، اعطاء می‌گردد. حقوقی که به مالک یک طرح صنعتی ثبت شده اعطاء می‌شود، تأکید مضاعفی است بر هدف اصلی قوانین حاکم بر طرح‌های صنعتی در جهت ترویج و پشتیبانی از عنصر طرح در محصولات صنعتی و قوانین مربوط به طرح‌های صنعتی به صاحب طرح حق انحصاری برای ممانعت از بهره‌برداری غیرمجاز از آن طرح در کالاهای صنعتی، واگذار می‌کند. [۱۵]

۲- حق امتیاز رویالتی **Royalty**

این حق مالکیت صنعتی، بر اثر انعقاد قرارداد ایجاد می‌شود و به یکی از دو صورت زیر است:

الف) صاحب یک کالای صنعتی یا عرضه‌کننده‌ی یک خدمت که بر تکنولوژی پیشرفته در مورد آن کالا یا خدمت دسترسی یافته است، آن را در سراسر جهان عرضه می‌کند و به فروش می‌رساند. قرارداد عرضه و فروش، قرارداد بیع است. به موجب این قرارداد خریدار، امتیاز ساخت آن کالا یا عرضه‌ی آن خدمت را از صاحب آن می‌خرد.

ب) کشوری که دارای مواد اولیه است، برای عرضه‌ی آن‌ها به بازار مصرف، لازم می‌بیند که از خدمات یک شرکت معتبر خارجی که صاحب تکنولوژی پیشرفته است، استفاده کند تا بتواند این مواد اولیه را از اعماق زمین استخراج و آماده‌ی بهره‌برداری و فروش نماید. در این میان شرکت صاحب تکنولوژی ترجیح می‌دهد که به جای دریافت پول، مواد اولیه (مانند نفت) استخراج شده را از خریدار تکنولوژی خود دریافت کند. از سوی دیگر خریدار تکنولوژی نیز ترجیح می‌دهد که به جای پول که باید از منابع دیگری تهیه نماید و به صاحب تکنولوژی بدهد، از همان مواد اولیه بدهد. قرارداد مربوط در این موارد بیع متقابل است.

۳- نوهاو (Know How)

این اصطلاح مهارتی است که تاجر، برای یافتن مشتری و فروش کالا به او به دست می‌آورد. این مهارت در نتیجه‌ی تجربه‌ی شخصی چندین ساله‌ی کار تجاری حاصل می‌شود و واضح است که حق مالکیت صنعتی و تجاری برای صاحب آن (تاجر) به شمار می‌رود.

فن جلب مشتری و فن ترتیب فروش کالا از جمله مهارت‌های تاجر محسوب می‌شود. شخصی که در این کار استاد است شریک تاجر سازنده‌ی کالا محسوب می‌گردد و به عنوان نماینده‌ی او اقدام به فروش کالاهای ساخته شده می‌کند؛ مثلاً کسی که نماینده‌ی فروش اتومبیل پراید است، این نمایندگی را به موجب قراردادی به همین نام «نمایندگی» به دست آورده است. باید توجه داشت که شرکت سازنده‌ی این اتومبیل، نمایندگی فروش آن را به هر شخصی نمی‌دهد.

پس حرفه‌ی تاجر نماینده، حساس است و از این رو، حق مالکیت صنعتی و تجاری او - که به این اصطلاح اعلام و شناسایی می‌شود - خود، به او این حق را می‌دهد که بتواند از این بابت، درصد (پورسانت) از سازنده‌ی کالا دریافت کند و او نیز با این پرداخت موافق است و سعی می‌کند که تقاضاهای او را برای بهتر شدن و رونق کار فروش کالا مثلاً اتومبیل را اجابت کند. [۷]

۴- مدارهای یک پارچه

عرصه‌ای دیگر در حمایت از مالکیت صنعتی، موضوع طرح‌های ترکیبی یا توپوگرافی مدارهای یکپارچه یا مدارهای کامل الکترونیک است. این طرح‌ها، آفریده‌های ذهن انسان و معمولاً محصول سرمایه‌گذاری کلان است که در فرآورده‌هایی از قبیل ساعت‌ها، تلویزیونها، ماشین لباسشویی و خودروها و هم چنین ابزار پردازش اطلاعات پیچیده مصرف می‌شوند. مشابه‌سازی طرح ترکیبی، وارد کردن، فروختن یا دیگر اقدامات توزیعی به منظور بهره‌برداری تجاری از یک طرح ترکیبی، بدون اجازه‌ی مالک آن، غیرقانونی خواهد بود.

۵- اسرار تجاری

اسرار تجاری می‌تواند شامل هر فرمول، الگو، مهارت عینی، ایده، فرآیند یا اطلاعات منسجمی باشد که اولاً برای صاحب آن در بازار مزیت رقابتی فراهم کند و ثانیاً با آن اطلاعات به عنوان اطلاعات محرمانه به گونه‌ای رفتار شود که به صورت متعارف می‌توان انتظار داشت. برای حمایت از اسرار تجاری، این اسرار در جایی ثبت نمی‌شوند بلکه بایستی از سوی صاحب آن به صورت محرمانه نگهداری گردند.

نمونه‌ی معروف اسرار تجاری فرمول کوکاکولا است که در گاو صندوق یک بانک نگهداری می‌شود که فقط با صلاح دید هیأت مدیره‌ی شرکت باز می‌شود و فقط دو نفر از کارکنان آن شرکت هم زمان از این فرمول اطلاع دارند.

۶- نشانه‌های مبدأ جغرافیایی

نشان جغرافیایی، نشانی است که مبدأ کالایی را به قلمرو، منطقه یا ناحیه‌ای از کشور منتسب می‌سازد؛ مشروط بر این که کیفیت و مرغوبیت، شهرت یا سایر خصوصیات کالا اساساً قابل انتساب به مبدأ جغرافیایی آن باشد. عباراتی مانند فرش ایران، عسل سبلان و پسته‌ی رفسنجان از این دست هستند.

نشان جغرافیایی به مصرف کنندگان می‌گوید که یک محصول در محل مشخصی تولید شده و مشخصات خاصی دارد که ناشی از محل تولید است و مورد حمایت قوانین خاص قرار گرفته است. هر رقابتی که بر خلاف رویه‌ی معمول شرافتمندانه در صنعت یا تجارت انجام گیرد، رقابت غیر منصفانه تلقی و ایجاد اخلال در فعالیتهای رقیب محسوب می‌شود. [۱۵]

متأسفانه انواع حقوق مالکیت صنعتی و تجاری اخیر در حقوق ایران یا واقع نشده و یا کم‌تر مورد توجه واقع شده که ضروری است با توجه به توسعه‌ی روزافزون روابط تجاری و بازرگانی کشورها در این مورد مقرراتی وضع شود.

بخش چهارم: قوانین و مقررات ملی و بین‌المللی مرتبط با مالکیت صنعتی و تجاری

گفتار اول: قوانین و مقررات ملی

الف (قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰/۴/۱ شمسی شامل سرفصل و ۵۰ ماده.

ب (آیین‌نامه‌ی اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مصوب سال ۱۳۳۷ وزارت دادگستری مشتمل بر چهار باب و ۶۷ ماده.

ج (اصلاح جدول طبقه‌بندی علائم صنعتی و تجاری موضوع باب چهارم آیین‌نامه‌ی اجرایی قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مصوب ۱۳۳۷ که در تاریخ ۱۳۸۲/۲/۹ به موافقت و تصویب رییس قوه قضاییه رسیده است.

د (مواد ۵۸۱-۵۷۶ قانون تجارت در خصوص اسم تجاری مصوب ۱۳۱۱/۱۲/۱۳.

گفتار دوم: قوانین و مقررات بین‌المللی

قوانین و مقررات بین‌المللی که دولت ایران به آن ملحق شده، به شرح زیر است:

الف (قانون اجازه‌ی الحاق دولت ایران به اتحادیه‌ی عمومی بین‌المللی معروف به قرارداد پاریس برای حمایت مالکیت صنعتی و تجاری و کشاورزی مصوب ۱۳۳۷/۱۲/۱۰.

ب (قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به اصلاحات به عمل آمده در کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی در استکهلم به سالهای ۱۹۶۷ و ۱۹۷۹ میلادی مصوب ۱۳۷۷/۸/۱۷.

ج (قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به موافقتنامه‌ی مادرید راجع به ثبت بین‌المللی علائم و پروتکل مربوط به آن مصوب ۸۰/۲/۱۶ هیأت وزیران.

د (قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به کنوانسیون تأسیس سازمان جهانی مالکیت معنوی (WIPO).

برابر ماده‌ی (۸) این کنوانسیون، اختراعات در کلیه‌ی زمینه‌های فعالیت انسان، کشفیات علمی، طراحی‌های صنعتی، علائم تجاری و خدماتی و نام‌های تجاری از جمله حقوق مالکیت معنوی شمرده شده که این سازمان و اعضای آن اهداف زیر را در این امور دنبال می‌کنند:

۱- پیش برد حمایت مالکیت معنوی در سراسر جهان از طریق همکاری در میان کشورها در صورت اقتضا با همکاری هر سازمان بین‌المللی دیگر.

۲- تأمین همکاری‌های اداری میان اتحادیه‌ها [۱۶]

ذکر این نکته خالی از لطف نیست که درباره ی مالکیت صنعتی و تجاری و حمایت از آن مقرراتی در حقوق ایران وجود دارد؛ از جمله مواد (۵۳۱)، (۵۲۸) و (۵۲۵) قانون مجازات اسلامی. مثلاً در ماده ی (۵۲۹) قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵ آمده است:

« هر کس مهر، منگنه یا علامت یکی از شرکت های غیردولتی که مطابق قانون تشکیل شده است یا یکی از کارخانه ها را جعل کند یا با علم به جعل استعمال نماید، علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از سه ماه تا دو سال محکوم خواهد شد.» [۱۷]

جمع بندی و نتیجه گیری

مالکیت تجاری و صنعتی با تکیه بر موضوع آن، شاخه ای از حقوق است که به حقوق غیر مادی (معنوی) پرداخته و در بهره گیری از این موارد به اعطای انحصاری می پردازد و با توجه به ماهیت، حقوق مالکیت صنعتی عبارت است از یک شکل از مالکیت سازماندهی شده توسط دولت که مربوط به دانش و اطلاعات برای ساخت یک پدیده می باشد.

مالکیت صنعتی و تجاری نیز دارای اقسام مختلفی است که برخی از آن ها در ایران به رسمیت شناخته شده و برخی دیگر در قوانین ما جایگاهی ندارند.

حق اختراع یکی از حقوقی است که در کشور ما به رسمیت شناخته شده است و عبارت است از حق انحصاری که مخترع برای مدت محدودی برای استفاده ی انحصاری از اختراع خود دارد. این حق با صدور گواهی نامه ی ثبت که در نتیجه تقاضای ثبت به وجود می آید شناخته می شود.

یکی دیگر از انواع مالکیت صنعتی و تجاری در قانون ایران علامت تجاری است که عبارت است از هر قسم علامتی که برای امتیاز و تشخیص محصول صنعتی، تجاری یا کشاورزی اختیار می شود. نام تجارتي، اسم و عنوان معینی است که تجار برای شناساندن خویش در فعالیتهای تجاری استفاده می نمایند.

در قوانین کشور ما برخی از انواع حقوق مالکیت صنعتی و تجاری مورد توجه قرار نگرفته که لازم است مقرراتی برای آن وضع شود.

با توجه به توسعه و تعاملات روزافزون تجاری بازرگانی بین کشورها، شایسته است مسئولین اجرایی و قانون گذار ایران با وضع قوانین و مقررات مورد نیاز این حقوق را در کشور جاری و ساری و به رسمیت بشناسند. رمز موفقیت در شبکه ی مبادلات جهانی مستلزم آشنایی با مفاهیم، کارکردها و قواعد حقوقی و بازرگانی حاکم بر آن است. بنگاههای اقتصادی ایران می بایست با چنین مفاهیم و تحولات آن آشنا شوند و توانمندی لازم را برای به کارگیری ابزارهای نوین در خود ایجاد کنند.

منابع:

- ۱- جعفری لنگرودی، دکتر محمد جعفر، مبسوط در ترمینولوژی حقوق - جلد سوم.
- ۲- ستوده تهرانی، دکتر حسن، حقوق تجارت، جلد اول، چاپ ششم، انتشارات نشر دادگستر، ۱۳۸۰.
- ۳- کاتوزیان، دکتر ناصر، دوره مقدماتی حقوق مدنی، اموال و مالکیت، چاپ هفتم، نشر میزان ۱۳۸۲.
- ۴- امامی، دکتر سیدحسن، حقوق مدنی، جلد اول، چاپ ششم، کتابفروشی اسلامیة، ۱۳۵۶

- ۵- حائری شاه باغ، سیدعلی، شرح قانون مدنی، جلد اول، چاپ اول، کتابخانه ی گنج دانش، ۱۳۷۶.
- ۶- عدل، مصطفی، حقوق مدنی، چاپ هفتم، مؤسسه ی چاپ و انتشارات امیرکبیر، ۱۳۴۲.
- ۷- حمیتی واقف، دکتر احمدعلی، کتاب حقوق مدنی ۲، اموال و مالکیت، نشر رخسار، ۱۳۸۳.
- ۸- پارساپور، محمد باقر، گزیده‌ای از حقوق اموال، انتشارات اشراق، ۱۳۸۰.
- ۹- مدنی، دکتر سیدجلال‌الدین، حقوق مدنی، جلد اول، مقدمات و کلیات اموال و حقوق مالی وقف، چاپ اول، انتشارات پایدار، ۱۳۸۲.
- ۱۰- صفایی، دکتر سیدحسین، سخنرانی‌ها و مقالات همایش ملی بررسی حقوق مالکیت ادبی و هنری، انتشارات خانه کتاب، دانشگاه تهران، ۱۳۸۳.
- ۱۱- یحیی مدنی، نقش اداره ی مالکیت صنعتی و خدمات آن در صنعت بازرگانی، سمینار ملی WIPO راجع به نقش سیستم مالکیت صنعتی در توسعه ی اقتصادی تهران، ۱۳۷۴.
- ۱۲- شمس، دکتر عبدالحمید، حقوق مالکیت بر علائم تجاری و صنعتی، انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها ۱۳۸۲.
- ۱۳- ناصرزاده، هوشنگ، مجموعه کامل قوانین و مقررات حقوقی ۱۳۸۰، قانون ثبت علایم و اختراعات، انتشارات خورشید.
- ۱۴- جزوه ی مالکیت صنعتی، مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاع.
- ۱۵- حقوق مالکیت صنعتی، ماهنامه علمی آموزشی تدبیر - شماره ی ۱۵۸.
- ۱۶- تقی امانی، قوانین و مقررات حقوق مالکیت فکری (ملی و بین‌المللی)، انتشارات بهنامی، ۱۳۸۳.
- ۱۷- منصور، جهانگیر، مجموعه ی قوانین مجازات اسلامی، ۱۳۸۰، انتشارات دیدار.