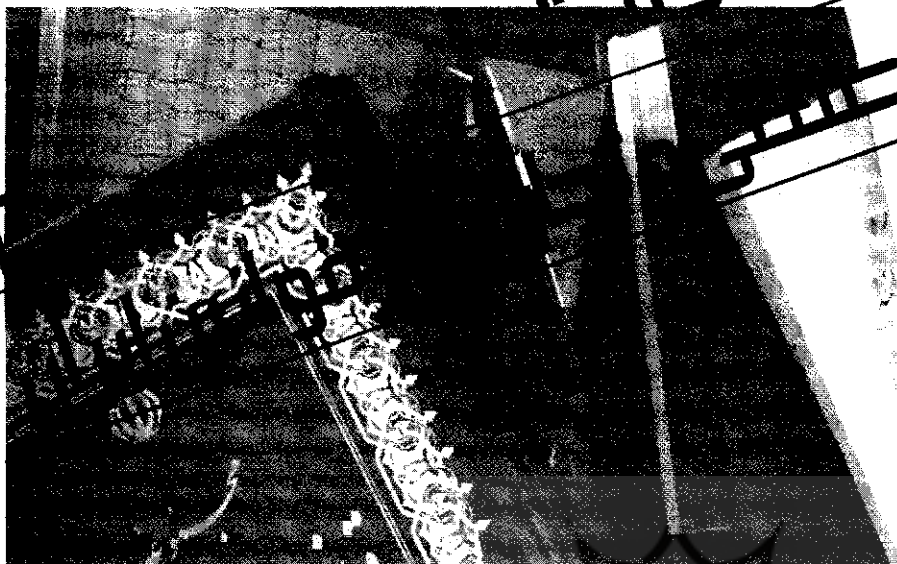


حقوق مالکیت صنعتی

حقوق مالکیت صنعتی



یکی از حقوق شناخته شده در حقوق بین الملل و کشور ما، حقوق مالکیت صنعتی و تجاری است. این حقوق در قانون ما، با عنوان قانون ثبت علائم و اختراعات مطرح شده و در سطح بین المللی نیز با تصویب کنوانسیونها و موافقتنامه‌های مختلف بین کشورها مورد توجه قرار گرفته است.

از آن جایی که رشد روز افزون و مبادله‌ی اطلاعات موجب ایجاد رقابت در امر اختراعات و اکتشافات و توسعه‌ی فن آوری در امور تجاری و صنعتی گردیده و از سوی دیگر کشور ما به عنوان یک کشور در حال توسعه با همت و تلاش جوانان برومند و دانشمند خویش، در عرصه‌ی پژوهش و تحقیقات دست آوردهای مهمی داشته، لذا آشنایی اجمالی با قوانین و مقررات مربوط به این حقوق بیش از پیش احساس می‌شود. در این مقاله سعی شده که برخی از مواد قانونی موضوعه‌ی داخلی تشریح و کنوانسیونها و موافقتنامه‌های خارجی که مورد پذیرش قانون ایران قرار گرفته، تبیین گردد.

مقدمه
مالکیت تجاری و صنعتی اصطلاح و حق جدیدی است که در نتیجه‌ی توسعه‌ی صنعت و تجارت در قرن ۱۹ به این طرف پیدا شده و شامل حقوق مختلفی است که در نتیجه‌ی سعی و ابتکار و کوشش تجار و صاحبان صنایع و مخترعین حاصل می‌شود. گرچه حق مالکیت تجاری با حق مالکیت صنعتی اغلب مترادف بوده، با هم استعمال می‌شوند ولی تفاوت‌هایی بین آنها موجود است؛ زیرا مالکیت تجاری مربوط به حقوقی است که در نتیجه‌ی فعالیت تجاری به تاجر تعلق می‌گیرد؛ مانند حق مایه‌ی تجاری، سرقفلی، اسم و علامت تجاری. مالکیت صنعتی مربوط به حقوقی است که در نتیجه‌ی فعالیتی صنعتی به ارباب حرف یا صاحبان صنایع تعلق می‌گیرد؛ مانند حق انحصاری اختراع، حق بر اشکال و ترسیمات صنعتی. به این ترتیب می‌توان مالکیت تجاری و صنعتی را از یک دیگر مجزی نمود. [۱]

نتیجه‌ی فعالیتی صنعتی به ارباب حرف یا صاحبان صنایع تعلق می‌گیرد؛ مانند حق انحصاری اختراع، حق بر اشکال و ترسیمات صنعتی. به این ترتیب می‌توان مالکیت تجاری و صنعتی را از یک دیگر مجزی نمود. [۱]

انتشار که همیشه به نام او باقی می‌ماند و قابل لمس نیست، ولی حق انحصاری است که بر اثر خود داشته و دیگران نمی‌توانند بدون اجازه‌ی او مبادرت به انتشار اثر او نمایند یا آن را به نام خود مورد استفاده قرار دهند. حق انحصاری که مؤلف یا مخترع یا صاحب علامت نسبت به اثر خود دارد، حقی است محدود کننده که مانع می‌شود اشخاص دیگر از آن تقلید کنند یا آن را مورد استفاده قرار دهند. این حق و تو یا حق تحریمی، عنصر اصلی حق مالکیت تجاری و صنعتی را تشکیل می‌دهد و مالک آن را در مقابل تجاوز اشخاص دیگر حمایت می‌کند.

خصوصیت دیگر حق مالکیت تجاری و صنعتی این است که استفاده از حق مالکیت اصولاً

مختص به مالک آن است و هر چه مالک بیشتر و منحصر از آن بتواند استفاده کند، مفیدتر جلوه خواهد کرد؛ در صورتی که در مالکیت تجارتي و صنعتی هر چه دیگران بیشتر از آن استفاده کنند، حق مزبور ارزش بیشتری پیدا می‌کند؛ مثلاً علامت صنعتی یا اختراع مانند کتاب در صورتی که فقط مورد استفاده‌ی انحصاری صاحب آن قرار گیرد، ارزش نخواهد داشت ولی اگر اختراع یا علامت یا کتابی که منتشر می‌شود مورد استفاده‌ی عموم باشد یا توزیع محصولات و انتشار کتاب مورد استفاده‌ی عامه قرار گیرد، استفاده‌ی صاحب آن زیادتر خواهد بود. زیرا با افزایش فروش محصولی که حق مالکیت تجارتي و صنعتی بر روی آن اعمال می‌شود، سود صاحب آن نیز افزایش پیدا می‌کند.

با توجه به مراتب بالا حق مالکیت تجارتي و صنعتی عبارت از حق بهره‌برداری انحصاری است که صاحب آن از اثر و فعالیت تجارتي و صنعتی خود دارد. [۲]

بخش اول: مالکیت و مفهوم آن
گفتار اول: مال

در عرف کنونی واژه‌ی مال به دو معنی مادی و حقوقی به کار برده می‌شود:

۱- به معنای مادی و محدود، که به اشیایی گفته می‌شود که موضوع داد و ستد حقوقی بین اشخاص قرار می‌گیرد؛ مانند خانه، اتومبیل، فرش و جواهر.

۲- به معنای موسع و حقوقی که عبارت از حقوق مالی است که به اشخاص امکان انتفاع از اشیاء مادی را می‌دهد؛ مانند حق مالکیت و طلب از دیگران. [۳]

برخی از علماء مال را در اصطلاح حقوقی چیزی می‌دانند که بتواند مورد داد و ستد قرار گیرد و از نظر اقتصادی ارزش مبادله را داشته باشد. [۴] برخی دیگر مال را عبارت از هر چیزی که انسان می‌تواند از آن استفاده کند و قابل تملک باشد می‌دانند. [۵] برخی دیگر مال را چیزی می‌دانند که در نظر عرف و عقلاء قیمت و ارزشی داشته چه مستقلاً و یا به تبع دیگری دیگر

مال را در اصطلاح حقوقی، عبارت از هر چیزی که بتواند جزء دارایی کسی به شمار آید و قابل ارزیابی به پول باشد، می‌دانند. [۶] به طور کلی، در یک جمع‌بندی می‌توان گفت که مال، هر پدیده‌ی حقوقی است که قابلیت تملک داشته باشد. در توضیح این تعریف می‌گوییم که:

اولاً: مال پدیده‌ی حقوقی است و پدیده‌ی حقوقی، هر آفریده و موجودی است که به عالم حقوق راه یافته و موضوعی است اعتباری نه انتزاعی؛ یعنی قانون‌گذاری به آن اعتبار بخشیده است. بنابراین ممکن است مال از مال بودن ساقط شود و قانون‌گذار اعتباری را که به آن داده است از آن سلب نماید؛ مثلاً امروزه مواد مخدر مال محسوب نمی‌شود.

ثانیاً: مال، قابلیت مورد تملک واقع شدن دارد؛ یعنی می‌توان مال را مورد تصرف قرار داد اعم از تصرف فعلی و تصرف حقوقی. تصرف فعلی یعنی این که مثلاً مالک، گندم خود را آرد کند یا بر اتومبیل خود سوار شود و تصرف حقوقی یعنی این که مالک، گندم خود را بفروشد یا اتومبیل

**مالکیت تجارتي و صنعتی
اصطلاح و حق جدیدی
است که در نتیجه‌ی
توسعه‌ی صنعت و
تجارت در قرن ۱۹ به این
طرف پیدا شده و شامل
حقوق مختلفی است که
در نتیجه‌ی سعی و
ابتکار و کوشش تجار و
صاحبان صنایع و
مخترعین
حاصل می‌شود.**

خود را گرایه دهد. [۷]
گفتار دوم: مالکیت

مالکیت حقی دائمی، انحصاری و مطلق است و این سه خصوصیت به مالکیت اعتبار کامل داده است:

۱- دوام حق مالکیت: مالکیت حقی است دائمی؛ زیرا مقید به مدتی معین نمی‌باشد. در صورت فوق مالک ورثه جای او را می‌گیرند و این جا به جایی مالک لطمه‌ای به دوام مالکیت نمی‌زند.

۲- انحصاری بودن حق مالکیت: مالکیت حقی انحصاری است؛ زیرا فقط مالک حق همه‌گونه تصرف و اقدام را دارد و دیگر افراد، باید رابطه‌ی تام مالک با مالک را محترم بدانند و از هر تجاوزی به ملک او با هر انگیزه‌ای خودداری نمایند.

۳- مطلق بودن حق مالکیت: چون مالک می‌تواند هر نوع انتفاع ممکن را از ملک داشته باشد، آن را حق مطلق شناخته‌اند. مطلق بودن به این معنی است که بتواند هر نوع تصرفی را در ملک خود بنماید. که «الناس مسلطون علی اموالهم». اما این که به اتکای این اطلاق می‌تواند مال خود را تخریب کند، آن را آتش بزند و از بین ببرد، در حقوق اسلام تا این حد مشخص نمی‌تواند مالکیت مطلق داشته باشد. [۸]

بخش دوم: مالکیت معنوی و انواع آن
مالکیت معنوی، مجموعه‌ای از حقوق پدید آورندگان آثار ادبی و هنری یا کارهای تجاری است که ناشی از ابتکار و خلاقیت ذهنی آنان است. حقوق معنوی نیز حقوقی است که به صاحب آن اختیار انتفاع انحصاری از فعالیت و فکر و ابتکار انسان را می‌دهد. [۹]
حقوق معنوی شامل موارد زیر است:

۱- حق انتشار: یعنی پدید آورنده می‌تواند در باره‌ی انتشار یا عدم انتشار اثر خود تصمیم بگیرد و نمی‌توان او را مجبور به انتشار اثرش کرد.
۲- حق حرمت نام: پدید آورنده حق دارد نشر اثر خود را بانام خود بخواهد یا اثر را بدون نام یا با نام مستعار منتشر کند. این حق در حقوق فرانسه «حق ولایت بر اثر» نامیده شده است.



۳- حق حرمت اثر: از آن جا که اثر به شخصیت پدید آورنده بستگی دارد، باید محترم شمرده شود، بدین معنی که هیچ کس حق تحریف یا تغییر اثر بدون رضایت پدیدآورنده یا قائم مقام او را ندارد.

حقوق معنوی دارای ویژگی‌هایی است. ماده ی (۳) قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان می‌گوید: «حقوق معنوی پدید آورنده محدود به زمان و مکان نیست و غیر قابل انتقال است» بنابراین حقوق معنوی دارای ویژگیهای زیر است:

- ۱- محدود به زمان نیست؛ یعنی دائمی است و با مرور زمان ساقط نمی‌شود.
- ۲- محدود به مکان نیست؛ یعنی محل اقامت پدیدآورنده با محل انتشار و عرضه‌ی اثر و هر عامل مکانی دیگر در آن بی‌تأثیر است. بنابراین قانون ایران از لحاظ حقوق معنوی از همه‌ی آثار ادبی و هنری، اعم از این که برای نخستین بار در ایران منتشر شده باشد یا نه و اعم از این که اثر متعلق به ایرانی یا بیگانه باشد، حمایت می‌کند.
- ۳- غیر قابل انتقال است؛ یعنی حمایت از شخصیت پدیدآورنده اقتضاء می‌کند حقوق معنوی او بعد از مرگ به وسیله‌ی کسانی که قائم مقام او هستند، اعمال شود و از طرفی نباید حقوق مزبور با فوت پدید آورنده از بین برود. [۱۰]

مالکیت معنوی به طور کلی به دو نوع تقسیم شده است:

الف) مالکیت ادبی و هنری یا حق انحصاری انتشار

در این نوع مالکیت، اثر ادبی و هنری، موجب به وجود آمدن حقوق معنوی و هم چنین حقوق مادی برای پدیدآورنده‌ی اثر (مؤلف - هنرمند) می‌شود.

ب) مالکیت صنعتی و تجارتي (Commercial and Industrial Property):

در این نوع از مالکیت معنوی - چنان که از نام آن نیز پیداست - کار صنعتی و تجارتي سبب ایجاد حقوق معنوی و به تبع آن حقوق مادی می‌شود.

حقوق معنوی در این مالکیت، به علت وجود رقابت که لازمه‌ی پیشرفت در امر صنعت و تجارت است، از راه منع رقابت مکارانه تحلیل می‌شود. بنابراین حرمت نام تاجر، حرمت نام تجارتي و حرمت علامت تجارتي و حرمت اختراع از مصادیق حقوق معنوی در مالکیت صنعتی و تجارتي محسوب می‌شوند. [۱۱]

حق مالکیت تجارتي و صنعتی اغلب محدود به زمان و مکان می‌باشد؛ یعنی اولاً محدود به مدت معینی است؛ مانند حق انحصاری استفاده

در تعریف دیگر حق اختراع عبارت است از حق انحصاری که مخترع برای مدت محدودی برای استفاده‌ی انحصاری از اختراع خود دارد. حق اختراع نتیجه‌ی زحمت، کار و فعالیت مخترع است؛

از اختراعات و اشکال و ترسیمات تجارتي و صنعتی که برای مدت محدودی (حداکثر ۲۰ سال) شناخته می‌شود و بعد از سپری شدن دوره‌ی مزبور حق انحصاری استفاده از آن از بین می‌رود. ثانیاً اعمال حق مزبور فقط در کشورهایی است که تشریفات مربوط به ثبت در آن جا انجام شده باشد؛ مثلاً علامت یا اختراعی که در یک کشور به عنوان مالکیت تجارتي یا صنعتی شناخته می‌شود به خودی خود در کشورهای دیگر اعتبار ندارد و برای احراز این حق تشریفات قانونی لازم، در هر کشوری باید انجام گیرد. برخی از نویسندگان، حقوق مالکیت صنعتی را

با تکیه بر موضوع یا براساس ماهیت تعریف کرده‌اند. به این مفهوم که مالکیت صنعتی با تکیه بر موضوع، شاخه‌ای از حقوق است که بر حقوق غیر مادی (معنوی) پرداخته و در بهره‌گیری از این موارد بر اعطای انحصار از قبیل امتیاز ثبت اختراع، علائم تجارتي و صنعتی و... می‌پردازد. از سوی دیگر مالکیت صنعتی با توجه به ماهیت و سرشت حقوق مالکیت صنعتی عبارت است از یک شکل از مالکیت سازماندهی شده توسط قدرت عمومی (دولت) که مربوط به علائم تمایز بخش (کالاها و خدمات) و دانش و اطلاعات برای ساخت یک پدیده می‌باشد. [۱۲]

بخش سوم: انواع مالکیت صنعتی و تجاری گفتار اول: حق اختراع (PATENT)

حق اختراع حق انحصاری ساخت و فروش و بهره‌وری کاشف یا صانع امری تازه در صنع است و در تعریف دیگر حق اختراع عبارت است از حق انحصاری که مخترع برای مدت محدودی برای استفاده‌ی انحصاری از اختراع خود دارد. حق اختراع نتیجه‌ی زحمت، کار و فعالیت مخترع است؛ زیرا کالای جدیدی به بازار عرضه کرده است. البته اختراع باید از لحاظ اقتصادی و عملی فوراً قابل استفاده باشد؛ زیرا قوانین علمی که ممکن است بعداً منشأ نتایج مهمی گردند از لحاظ مادی ارزش اقتصادی ندارند. علاوه بر آن اختراع باید تازگی داشته باشد و قبلاً شناخته شده نباشد؛ زیرا در این صورت هر کس می‌تواند از آن استفاده کند و اکتشافات قبلی را اشخاص نمی‌توانند به عنوان اختراع در انحصار خود قرار دهند.

قانون ثبت علائم و اختراعات ایران در این مورد در ماده ی (۲۶) خود مقرر می‌دارد:

«هر قسم اکتشاف یا اختراع جدید در شعب مختلفی صنعتی یا فلاحتی به کاشف یا مخترع آن حق انحصاری می‌دهد که بر طبق شرایط و در مدت مقرر در این قانون از اکتشاف یا اختراع خود استفاده نماید، مشروط بر این که اکتشاف یا اختراع مزبور مطابق مقررات این قانون در

اداره‌ی ثبت اسناد تهران به ثبت رسید باشد.»
در ماده‌ی (۲۷) نیز مشخص می‌کند چه چیزهایی به عنوان اختراع شناخته می‌شود:
« هر کس مدعی یکی از امور زیر باشد، می‌تواند تقاضای ثبت نماید:

۱- ابداع هر محصول صنعتی جدید.
۲- کشف هر وسیله‌ی جدید یا اعمال و وسایل موجوده به طریق جدید برای تحصیل یک نتیجه یا محصول صنعتی یا فلاحتی... »

مدت حق استفاده انحصاری از اختراع در همه‌ی کشورها به یک اندازه نیست و اغلب بین ۱۶ الی ۲۰ سال است. در قانون ایران نیز مدت آن ۲۰ سال است. در مورد به کار بستن اختراع قانون مقرر داشته که حداقل هر پنج سال باید اختراع به موقع استفاده‌ی عملی گذاشته شود. اگر مخترع اقدام به این کار ننماید و یا پیشنهاد عملی کردن آن را به دیگران نکند حق او باطل خواهد شد. اختراع مطلقاً نباید قبلاً منتشر شده باشد وگرنه اختراع نخواهد بود. تنها استثنایی که این اصل دارد در مورد اختراعی است که سابقاً در خارج به ثبت رسیده باشد، زیرا در این صورت محققاً این اختراع معرفی و چاپ و منتشر شده است. [۶]

الف - تقاضای ثبت اختراع

براساس ماده‌ی (۲۶) قانون ثبت علائم و اختراعات، ثبت اختراع در ایران اختیاری است ولی اختراع در صورتی مورد حمایت قرار می‌گیرد که طبق شرایط مندرج در قانون به ثبت رسیده باشد. محل ثبت، اداره‌ی ثبت شرکتها و مالکیت صنعتی در تهران است.

برای ثبت اختراع، مخترع باید تقاضای ثبت را مطابق اظهار نامه که طبق نمونه‌های چاپی از طرف اداره‌ی ثبت تهیه شده، در سه نسخه به فارسی تنظیم و امضاء نموده و به اداره‌ی ثبت تسلیم نماید.

مطابق ماده‌ی (۳۳) قانون فوق، مدت اعتبار ورقه‌ی اختراع از تاریخ تسلیم اظهار نامه و بر حسب تقاضای مخترع پنج یا ده یا پانزده یا منتهی بیست سال خواهد بود.

اعتبار ورقه‌ی اختراع بعد از ثبت در صورتی

محفوظ می‌ماند که صاحب اختراع هر ساله مبلغی برای ادامه‌ی اعتبار آن پرداخت نماید و چنان چه در پرداخت اقساط مزبور بیش از سه ماه تعلل شود اعتبار ورقه‌ی اختراع از بین خواهد رفت و هر کس خواهد توانست آن اختراع را مورد استفاده قرار دهد. علاوه بر پرداخت اقساط سالیانه، مخترع باید در ظرف ۵ سال از تاریخ ثبت، اختراع خود را مورد استفاده‌ی عملی قرار دهد یا آن که استفاده عملی آن را به دیگران پیشنهاد کند.

براساس ماده‌ی (۲۶)

قانون ثبت علائم

و اختراعات، ثبت

اختراع در ایران

اختیاری است ولی

اختراع در صورتی مورد

حمایت قرار می‌گیرد

که طبق شرایط مندرج

در قانون به ثبت

رسید باشد.

محل ثبت، اداره‌ی

ثبت شرکتها و

مالکیت صنعتی

در تهران است.

ب - ثبت تغییرات راجع به اختراع
برابر ماده‌ی (۳۴) قانون ثبت علائم و اختراعات، هر تغییر یا اضافه یا تکمیلی که در مدت اعتبار ورقه‌ی اختراع راجع به اختراع مزبور حاصل شود، تابع مقررات مندرج در مواد (۲۳) و (۲۴) قانون فوق خواهد بود و طبق ماده‌ی (۳۵) این قانون نیز برای تغییر یا تکمیل و یا اضافات مزبور، ورقه‌ی اختراع در تکمیل ورقه‌ی اصلی صادر می‌گردد و ورقه‌ی تکمیلی اخیرالذکر تابع مقررات حاکم بر ورقه‌ی اصلی خواهد بود. ضمناً مدت اعتبار ورقه تکمیلی نمی‌تواند از مدت اعتبار ورقه‌ی اصلی تجاوز نماید. [۱۳]

ج - اعتراض به ثبت اختراع
برابر ماده‌ی (۲۶) قانون ثبت علائم و اختراعات، اشخاص ذی‌نفع می‌توانند در موارد زیر به محکمه رجوع کنند و تقاضای صدور حکم بطلان ورقه اختراع را بنمایند:

۱- وقتی که اختراع، اختراع جدیدی نیست.
۲- وقتی که اختراع مخالف مقررات ماده‌ی (۲۸) قانون صادر شده باشد (یعنی از مواردی است که نمی‌توان به عنوان اختراع برای آن‌ها تقاضای ثبت نمود).

۳- وقتی که اختراع مربوط به طریقه‌ی علمی صرف بوده و عملاً قابل استفاده‌ی صنعتی یا فلاحتی نباشد.

۴- وقتی که پنج سال از تاریخ صدور ورقه‌ی اختراع گذشته و اختراع به موقع، استفاده‌ی عملی نشده باشد (زیرا هر اختراع یا هر تکمیل اختراع موجودی که از تاریخ تقاضای ثبت خواه در ایران و خواه در خارج در دسترس عموم است و یا به مورد عمل یا استفاده گذارده شده باشد، اختراع جدید محسوب نمی‌گردد).

رسیدگی به دعاوی حقوقی و یا جزایی مربوط به اختراع در محاکم تهران به عمل می‌آید و مانند سایر دعاوی تجاری، رسیدگی به آن اختصاری است. تقاضاکننده‌ی ثبت اختراع در صورتی که تقاضای او از طرف اداره‌ی ثبت رد شود نیز حق دارد به دادگاه تهران مراجعه نموده و از تصمیم اداره‌ی ثبت شکایت کند. پس از رسیدگی و صدور حکم، اداره‌ی ثبت مطابق رأی دادگاه رفتار خواهد نمود.

گفتار دوم: علامت تجاری (Trade mark)
علامت تجاری و علامت صنعتی اغلب مترادف استعمال شده است.

به موجب ماده‌ی (۱) قانون ثبت علائم و اختراعات « علامت تجاری عبارت از هر قسم علامتی است، اعم از نقش، تصویر، رقم، حرف، عبارت، مهر، لفاف و غیر آن که برای امتیاز و تشخیص محصول صنعتی، تجاری یا فلاحتی اختیار می‌شود. ممکن است یک علامت تجاری برای تشخیص امتیاز محصول جماعتی از زارعین



یا ارباب صنعت یا تجار و یا محصول یک شهر و یا ناحیه از مملکت اختیار شود.»

این تعریف که علاوه بر قلمرو و موضوعات مربوط به علائم به ماهیت آن نیز اشاره دارد، با آمدن کلمه ی « غیر » دیگر گونه‌های علائم تجاری و صنعتی، هم چون علائم غیرمادی (چون صدا، بو و رایحه) را نیز شامل می‌شود.

به طور کلی علامت صنعتی و تجاری برای شناساندن جنس از لحاظ کیفیت آن است و به عبارت دیگر وسیله‌ای است که در مقابل رقابت تجاری، تجار با توسل به آن، نوع جنس و متاع خود را به خریدار عرضه داشته و در حقیقت ضمانت مرغوبیت جنس را می‌نمایند و بالأخره علامت تجاری نشانه‌ای است که به کمک آن خریدار، سازنده ی جنس و کمیت و کیفیت کالا را درک می‌کند و به این وسیله همواره همان کالایی را می‌خرد که علامت مورد نظر را دارد.

الف - خصوصیات علامت تجاری
علامت تجاری اصولاً باید دارای خصوصیات زیر باشد:

۱- علامت تجاری باید تازگی داشته و برای جنسی که به کار می‌رود، جدید باشد.

۲- علامت باید وجه تمایز داشته و ابتکاری باشد. به این معنی که علامت نباید نشانه‌های ساده‌ای باشد که هر کس بتواند آن را استعمال کند یا آن که به صورتی باشد که با خود جنس اشتباه شود. با این تعبیر اسامی عام، اوصاف جنس و نشانه‌های ساده مانند خط مستقیم و اشکال هندسی نمی‌توانند به عنوان علامت اختیار شوند. انتخاب ارقام برای علامت تجاری اگر حاکی از کیفیت جنس نباشد و یا استفاده از حروف نیز اصولاً اشکالی ندارد.

۳- علامت نباید گمراه کننده باشد. به این معنی که علامت نباید مشتری را از لحاظ جنس یا مبدأ علامت به اشتباه اندازد. [۱۴]

ب - ثبت علامت تجاری
به موجب تبصره ی (۱) قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات، ثبت علامت در ایران اختیاری است مگر در مواردی که دولت آن را الزامی کند؛

ولی ماده ی (۲) اضافه می‌کند:

« حق استعمال انحصاری علامت تجاری فقط برای کسی شناخته خواهد شد که علامت خود را به ثبت رسانیده باشد. »

بنابراین مؤسسات تجاری جز در مواردی که دولت آن را الزامی کند، اجباری به ثبت علامت تجاری ندارد. ولی حق استعمال انحصاری علامت برای آن‌ها مشروط و منوط به ثبت آن علامت است؛ به این معنی که اشخاصی که علامت خود را به ثبت نرسانند، نمی‌توانند از استفاده ی اشخاص دیگر از آن علامت جلوگیری کنند و به این جهت کلیه ی تجار و مؤسسات تجاری برای حفظ علامت خود از تقلید و تقلب، علائم خود را به ثبت می‌رسانند.

ج - اعتراض به ثبت علامت تجاری
ماده ی (۱۶) قانون ثبت علائم تجاری مقرر می‌دارد که اشخاص زیر می‌توانند نسبت به علامتی که تقاضای ثبت آن شده یا به ثبت رسیده است، اعتراض کنند:

۱- کسانی که آن علامت را علامت تجاری خود می‌دانند.

۲- کسانی که آن علامت، با علامت آنها به اندازه‌ای شباهت دارد که مصرف کنندگان عادی را به اشتباه می‌اندازد.

برابر یکی دیگر از مواد این قانون، اعتراض به ثبت در دو زمان ممکن است صورت پذیرد:

اول - اعتراض قبل از ثبت علامت
این اعتراض قبل از ثبت علامت باید در ظرف ۳۰ روز از تاریخ انتشار آگهی مربوط به تقاضای ثبت علامت به عمل آید. اداره ی ثبت موظف است در ظرف ۱۰ روز از تاریخ وصول اعتراض نامه مراتب را به درخواست کننده ی ثبت ابلاغ کند. چنان چه درخواست کننده ی ثبت بعد از دریافت ابلاغ اداره ی ثبت به اعتراض تمکین کند، درخواست او مسترد می‌شود و چنان چه تا ۶۰ روز از تاریخ ابلاغ اعتراض نامه تمکین نکند، معترض باید به دادگاه تهران مراجعه کند تا به دعوی او مطابق اصول مربوط به دعاوی تجاری رسیدگی به عمل آید و اداره ی ثبت منتظر می‌ماند

تا بعد از اعلام حکم قطعی، طبق مفاد حکم رفتار کند.

دوم - اعتراض بعد از ثبت علامت
طبق ماده ی (۲۲) قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات اشخاص ذی‌نفع می‌توانند در ظرف سه سال بعد از تاریخ ثبت علامت نسبت به آن اعتراض کنند. معترض باید مستقیماً به دادگاه دادخواست بدهد. دادگاه نیز پس از رسیدگی حکم به ابطال ثبت علامت مورد اعتراض یا حکم به رد اعتراض خواهد داد. [۶]

د- کارکرد علامت تجاری
۱) کنترل کننده ی منشاء و کیفیت
علائم تجاری رسالت کنترل منشاء یا کیفیت محصول یا خدمات را برعهده دارد.

در عمل، مصرف کننده این ابزار را به عنوان ضمانتی برای شناسایی اصالت و کیفیت می‌شناسد. مسئله ی شناسایی علائم تجاری به عنوان وسیله ی تضمین کیفی، در ارتباط با مجاز شناختن یک علامت تجاری، از اهمیت زیادی برخوردار است. در این ارتباط عموماً معتقدند که صاحب مجوز باید برخی استانداردهای کیفی را که به وسیله ی مالک علامت تجاری مشخص می‌شود رعایت کند.

۲) علائم تجاری ابزاری برای استراتژی صنعتی
یک شرکت صنعتی می‌تواند با بهره‌گیری از یک علامت تجاری کلی به اتخاذ راهبردهای همگرایی، عمودی و یا افقی مبادرت نماید؛ یعنی با خرید یا ایجاد شرکتهای متعدد، با محصولات و فعالیتهای متنوع، یک کمپانی بزرگ به وجود آورد. بدین ترتیب شرکت مربوطه روی تعداد اندکی از علائم سرمایه‌گذاری می‌کند، در حالی که شرکتهای مختلف، با علائم گوناگون را تحت پوشش قراردادده است. در مقابل یک شرکت ممکن است بخواهد در بخشهای گوناگون یک بازار مستقر شود و با اتخاذ راهبرد تنوع گرایی، محصولات مختلفی را به مصرف کننده عرضه نماید. در این شرایط مجبور خواهد بود تا از علائم متعدد و متنوع بهره‌گیری نماید.

۳) علائم تجاری و استراتژی بازاریابی
سومین کارکرد علائم تجاری جنبه ی تبلیغاتی دارد و می تواند تصویری قوی یا ضعیف از یک بنگاه ارائه دهد. به عبارت دیگر علامت تجاری و صنعتی یک ابزار بازاریابی است و می تواند - اگر با دقت و توجه به روانشناسی اجتماعی و فضای اقتصادی حاکم بر جامعه برگزیده شود - جذابیت یک مؤسسه و کالاهای آن را در افکار عمومی افزایش دهد.

۴) علائم تجاری و استراتژی رقابتی
در این جامی توان از علائم ذخیره ای، دفاعی و مانع تراشی یاد نمود.

علامت ذخیره آن است که ثبت شده، ولی فوراً مورد استفاده صاحب آن قرار نمی گیرد بلکه نگهداری می شود تا به هنگام پیدایش یک محصول یا خدمت نوین، شرکت مالک علامت از آن برای معرفی محصول نوین خود استفاده کند. علامت دفاعی یا علامت شریک، شبیه علامتی است که مؤسسه واقعاً از آن استفاده کند. با این ترفند بنگاه می تواند، جلوی رقبایی را که ممکن است با گزینش و ثبت این علامت، خود را به علامت تحت حمایت کارخانه نزدیک کنند، سد نماید. ثبت علامت با انگیزه ی مانع تراشی نیز ترفندی با هدف پیشگیری از گزینش آن توسط یک رقیب است. در این جا مؤسسه ی سؤاستفاده کننده از علامت، در مرز سؤاستفاده از قانون قرار دارد. [۱۲]

گفتار سوم: نام تجاری

تجار مانند اشخاص برای شناساندن خود تحت اسم و عنوان معینی فعالیت می کنند. تاجر ممکن است فعالیت تجاری خود را تحت نام خانوادگی خود انجام دهد در این صورت نام خانوادگی و اسم تجاری تاجر یکی خواهد بود ولی تاجر ممکن است برای فعالیت تجاری خود نام دیگری غیر از نام خانوادگی انتخاب کند که در این صورت اسم تجاری با نام خانوادگی تفاوت خواهد داشت.

در شرکتهای تجاری چون شخصیت آنها از شخصیت شرکاء جداست اسم تجاری شرکت نیز

غیر از اسم تجاری شرکا است و قانون تجارت درباره ی کلیه شرکتهای تصریح نموده که باید تحت اسم مخصوصی تشکیل شوند. اسم مخصوص شرکتهای تجاری شامل دو قسمت است: یک قسمت مربوط است به تعیین نوع شرکت و قسمت دیگر مربوط است به اسم شرکت.

به موجب ماده ی (۵۷۶) قانون تجارت: « ثبت اسم تجاری اختیاری است مگر در مواردی که وزارت عدلیه (دادگستری) ثبت آن را الزامی کند.»

و ماده ی (۵۸) قانون مزبور اضافه می کند: « در مواردی که ثبت اسم تجاری الزامی شده و در موعدمقرر ثبت به عمل نیاید، اداره ی ثبت اقدام به ثبت کرده و سه برابر حق الثبت مأخوذ خواهد داشت.»

ماده ی (۵۷۸) قانون تجارت مقرر می دارد:

ادامه دارد...

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 سید حسن، حقوق مدنی، جلد اول، چاپ ششم، کتابفروشی اسلامی، 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، گزیده ای از حقوق اموال، انتشارات اشراق، ۱۳۸۰.
- ۹- مدنی، دکتر سیدجلال الدین، حقوق مدنی، جلد اول، مقدمات و کلیات اموال و حقوق مالی وقف، چاپ اول، انتشارات پایدار، ۱۳۸۲.
- ۱۰- صفایی، دکتر سیدحسین، سخنرانی ها 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 علائم 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 بین المللی)، انتشارات بهنامی، ۱۳۸۳.
- ۱۷- منصور، جهانگیر، مجموعه ی قوانین مجازات اسلامی، ۱۳۸۰، انتشارات دیدار.

