

# حقوق ثبت علائم تجاری:

## مطالعه‌ای تطبیقی در حقوق ایران و سازمان تجارت جهانی

دکتر مهدی زاهدی\*

مقدمه

عوامل مؤثر در توسعه تجارت بین‌الملل به طور روز افزون دگرگون و پیچیده می‌شود. پیشرفتهای فنی نقش حیاتی در زمینه تولید و تجارت دارند. امروزه توان رقابت و کسب سود در بازارهای بین‌المللی متکی بر منابع طبیعی، هزینه یا دستمزد ارزان کارگر (نیروی انسانی) یا منافع قراردادی نیست بلکه بر ظرفیت یک کشور در ابداع، تطبیق، تقلید و بهبود تکنولوژی اتکا دارد. به وجود آمدن پیشرفتهای سریع فنی در زمینه تکنولوژی انفورماتیک، ارتباطات، بیوتکنولوژی، نرم افزارهای کامپیوتری و سایر پیشرفتهای در زمینه روند تولید، موضوعات جدیدی را برای حقوق مالکیت معنوی به وجود آورده است. در

---

\* استادیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی

عین حال پیشرفتهای فنی، اجرای این حقوق را مواجه با اشکال کرده است، زیرا سرقت‌های ادبی و کپی برداری‌های غیر مجاز را آسانتر از قبل ساخته است. مالکیت صنعتی که در بردارندهٔ علائم تجاری می‌باشد، یکنوع از حقوق مالکیت معنوی است. حقوق مالکیت صنعتی، حقوق انحصاری مالک و دارندهٔ مال معنوی (اختراع، علامت تجاری و...) را به رسمیت می‌شناسد. این حقوق معمولاً پس از ثبت اختراع، نام و علامت تجاری و انجام مراحل تشریفاتی ثبت، به دارندهٔ آن اعطاء می‌شود. اهمیت حمایت از حقوق دارندگان مالکیت صنعتی موجب گردیده قانونگذاران ملی در سطح جامعه داخلی مبادرت به وضع قوانینی به منظور حمایت از این گونه افراد نمایند. در جامعه بین‌المللی نیز، تلاش جمعی کشورها موجب تصویب عهدنامه‌هایی شده که حمایت از حقوق دارندگان اموال معنوی را در بر می‌گیرد. کنوانسیون پاریس برای حمایت از حقوق مالکیت صنعتی ۱۸۸۳ و مقررات اخیر تصویب گات ۱۹۹۳ از جمله معاهدات بین‌المللی است که برای حمایت از حقوق مالکیت صنعتی و به طور عام حقوق مالکیت معنوی به تصویب جامعه بین‌المللی کشورها رسیده است. در این تحقیق کوشش شده است تا یکی از مصادیق حقوق مالکیت صنعتی، علائم تجاری، مورد بررسی قرار گیرد. اهمیت حمایت از صاحبان علائم تجاری، بررسی و مطالعهٔ تطبیقی مقررات ایران با مقررات حقوق بین‌الملل مالکیت معنوی، موضوعات اساسی این تحقیق به شمار می‌آید.

## ۱- علائم تجاری و حقوق ناشی از ثبت علامت

### ۱-۱- علائم تجاری چیست.

علامت تجاری نشانه‌ای است که کالاها یا خدمات تولید شده یا خدمات ارائه شده توسط یک شخص یا بنگاه اقتصادی را از کالاها یا خدمات شخص یا بنگاه اقتصادی دیگر متمایز می‌سازد و مصرف‌کننده به وسیله آن علامت می‌تواند کالا را از سایر تولیدات مشابه تشخیص دهد. علامت تجاری عامل تشخیص خریدار است و وی را قادر می‌سازد

کالای یک تاجر را از تجار دیگر تمییز دهد.<sup>۱</sup> یک علامت تجاری می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد. اکثر قوانین ملی و همین‌طور ضوابط پذیرفته شده بین‌المللی مقرر می‌دارند که هر علامت یا ترکیبی از علائم که نشانگر تمایز میان یک کالا از کالاهای مشابه باشد، می‌تواند تحت عنوان علامت تجاری قرار گیرد. این علامت می‌تواند یک یا ترکیبی از کلمات، حروف، اعداد، اشکال، طرحها، اسامی، امضاء، عناوین، تصاویر، رنگها، اصوات و حتی علائم بویایی باشد. در اصل علامت تجاری برای حمایت از یک کالا در نظر گرفته می‌شود. لیکن در سالهای اخیر علائم به کار رفته در بخش خدمات نیز از چنین حمایتی برخوردار شده‌اند. مقررات تریپز<sup>۲</sup> به موجب ماده ۱۵ خود ثبت علامت را هم در حوزه کالا و هم در بخش خدمات پذیرفته است. ماده یک قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات ایران مصوب ۱۳۱۰ مقرر داشته: «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...» قانونگذار ایرانی، علامت تجاری در بخش خدمات را نپذیرفته است، در حالی که امروزه غالب قوانین ملی و همچنین قوانین بین‌المللی از جمله تریپز، ثبت علائم تجاری در بخش خدمات را مورد حمایت قرار می‌دهد. در ماده فوق از علائم صوتی، بویایی و رنگها نامی برده نشده لیکن به نظر می‌رسد تعریف علامت در این ماده محدودیت ندارد و قانونگذار با به کار بردن اصطلاح «و غیر آن» این موضوع را روشن ساخته است.

در برخی از کشورها حمایت از علائم جمعی Collective Marks و علائم تصدیقی Certification Marks نیز وجود دارد. علائم جمعی علائمی هستند متعلق به انجمنهایی که اعضاء آنها به دلیل پاره‌ای ویژگیها و خصوصیات برجسته خود را با این علائم معرفی می‌نمایند مانند انجمنهای حسابداری، مهندسی و یا معماری. یک علامت جمعی ممکن است تحت مالکیت مؤسسه‌ای باشد که خود از آن علامت جمعی استفاده نمی‌کند بلکه

1- Michael Z. Brooke & John M. Skilbeck, Licensing, England, Gower Publishing limited, 1994, 100.

2- "Agreement on Trade - Related Aspects of Intellectual Property Rights, Including Trade in Counterfeit Good" 33 I.L.M., (1994).

«موافقتنامه در خصوص جنبه‌های مرتبط با تجارت حقوق مالکیت معنوی در بردارنده تجارت کالاهای تقلبی»

اعضایش از آن استفاده می‌کنند. بدین منظور مؤسسه معیارهای کیفی خاصی را تعیین می‌نماید و اعضاء در صورتی می‌توانند از علامت جمعی استفاده کنند که شرایط و معیارهای تعیین شده را رعایت نمایند. علائم تصدیقی به مفهوم عضویت در انجمن خاصی نیستند بلکه نشان می‌دهند که کالای ارائه شده با این علامت دارای یک استاندارد خاصی می‌باشد. تفاوت دیگر این است که علامت تصدیقی می‌تواند توسط هر شخصی که مطابق با معیارهای تعریف شده عمل نماید مورد استفاده قرار گیرد (اصل مغازه باز). برای مثال علامت ISO 9000 از علائمی است که بیانگر کیفیت استاندارد کالا بوده و در سراسر جهان شناخته شده می‌باشد در حالی که استفاده کنندگان از یک علامت جمعی کلویی را تشکیل می‌دهند.<sup>۱</sup>

#### ۲-۱ اهمیت و حقوق ناشی از ثبت علامت:

حقوق مالکیت معنوی اساس بسیاری از معاملات قراردادی را تشکیل می‌دهد. قانون‌گذاران - در همه نظامهای حقوقی - سعی می‌کنند، با وضع قوانین مناسب، نظام مطمئنی برای اجرای قراردادها برقرار سازند تا به وسیله آن در هنگام بروز تخلف از قراردادها، جبران خسارت حتی الامکان بدون توسل به مقامات قضایی امکان‌پذیر گردد. خصیصه اساسی حقوق مالکیت معنوی نیز در جلوگیری و منع کسانی است که هیچ رابطه و ارتباطی با دارنده این حقوق ندارند.<sup>۲</sup> حقوق مالکیت معنوی، دارنده آن را قادر می‌سازد تا اشخاص دیگر نتوانند بدون گرفتن مجوز از وی از ابداعات فکری او مانند اختراعات، کارهای هنری و غیره بهره‌برداری کنند.<sup>۳</sup>

پس از ثبت یک علامت تجاری، کاربرد انحصاری آن فقط برای کسی مجاز خواهد بود که آن علامت را به ثبت رسانده است. تولیدکنندگان، کالای خود را با علامت تجاری ثبت شده به مصرف کنندگان ارائه می‌نمایند و مصرف کنندگان نیز کالاهای مورد نیاز خود را توسط علامت به کار گرفته شده در آن کالاها انتخاب می‌کنند. در حقیقت،

1- WIPO, Background Reading Material on Intellectual Property, 659(E), (1988), 145.

2- W.R. Cornish, Intellectual Property, London, Sweet & Maxwell, Third Edition 1996, 41.

3- Valentine korah, Cases and Materials on E.C. Competition Law, london, Sweet & Maxwell, 1996, 344.

علامت هر کالا نشان دهنده کیفیت و تولید کالا توسط تولید کننده خاصی است. اگر تولید کننده حق انحصاری به کار بردن علامت تجاری خود را نداشته باشد، تولیدات مشابه با کیفیت نازل و با علامت تجاری تولید کننده اصلی وارد بازار می شود و اعتماد مصرف کنندگان به تولید کننده کالای اصلی را سلب خواهد کرد. تولید کننده به منظور پذیرش بهتر مصرف کنندگان سعی در بالا بردن کیفیت کالای خود دارد، حال آنکه اگر کالای مشابه با کیفیت پایین ولی با همان علامت تجاری به بازار عرضه شود موجب گمراهی مصرف کنندگان و نهایتاً سلب اعتماد آنان خواهد شد و این امر به نوبه خود موجب از بین رفتن انگیزه تولید کننده در بالا بردن کیفیت کالا می شود. از این روی قوانین ملی، نظام حمایتی از ثبت علائم تجاری را وضع کرده اند. ماده ۱۶ مقررات تریپس، نیز مقرر می دارد که مالک یک علامت تجاری ثبت شده، حق انحصاری در استفاده از آن علامت را دارد و می تواند دیگران را از استفاده از آن علامت یا علامتی مشابه - که احتمال گمراهی مصرف کننده را در تشخیص کالای اصلی به وجود می آورد - منع کند.

## ۲- مقررات موجود

### ۱-۲ حقوق ایران

اولین قانون مالکیت علائم به سال ۱۳۰۴ هجری شمسی به تصویب قانونگذار ایران رسید و از سال ۱۳۰۵ به اجراء در آمد. اداره ثبت علائم زیر نظر وزارت فلاح و تجارت و فوائد عامه به کار مشغول و علائم تجاری در مجله فلاح از اول شهریور ۱۳۰۷ شمسی منتشر شد. اداره ثبت علائم در سال ۱۳۰۹ در وزارت اقتصاد ملی متمرکز گردید و علائم در مجله اقتصاد ملی چاپ می شد. بعداً به سال ۱۳۱۰ قانون جامعی به نام قانون ثبت علائم و اختراعات در ۳ فصل و ۵۱ ماده به تصویب رسید و قانون ۱۳۰۴ نسخ گردید. از این تاریخ و برای اولین بار در تاریخ ایران، اختراعات به ثبت رسید و از حمایتهای قانونی برخوردار شد. ثبت علائم و اعطای گواهینامه های ثبت اختراع به وزارت دادگستری محول شد و به موجب ماده ۶ قانون سال ۱۳۱۰ تقاضای ثبت علائم می بایستی به شعبه مخصوصی که در دفتر دادگاه شهرستان تهران تشکیل گردیده بود،

تسلیم می‌شد. براساس آئین نامه شماره ۵۱۵۸۳ مصوب اسفند ۱۳۳۷ و به موجب ماده اول آن، برای ثبت شرکتهای تجارتي و علائم و اختراعات در تهران اداره‌ای به نام اداره ثبت شرکتهای و علائم تجاری و اختراعات - که جزء تشکیلات اداره کل ثبت اسناد و املاک بود - تشکیل شد. بعدها براساس طرح آئین نامه ثبت شرکتهای، مصوب شهریور ۱۳۴۰، اداره فوق‌الذکر به اداره ثبت شرکتهای و مالکیت صنعتی تغییر نام یافت و به سال ۱۳۵۲ به اداره کل ثبت شرکتهای و مالکیت صنعتی تبدیل شد.

قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰ دارای ۳ فصل و ۵۱ ماده می‌باشد. فصل اول این قانون به مقررات ثبت علائم تجارتي و فصل دوم به مقررات ثبت اختراع و فصل سوم به مقررات مشترک اختصاص دارد.

## ۲-۲. الحاق ایران به کنوانسیون پاریس

اگرچه حمایت از حقوق مالکیت معنوی در حوزه حقوق ملی جستجو و اعمال می‌شود ولی پیشرفتهای ملی در این زمینه تحت تأثیر میزان واقعی این حمایت در صحنه بین‌المللی است. پیشرفتهای بین‌المللی الگوها و مدلهایی را برای قوانین ملی تعیین می‌کنند. این پیشرفتها عموماً معاهدات بین‌المللی را شکل می‌دهند.<sup>۱</sup>

اهمیت حمایت از حقوق دارندگان مالکیت صنعتی موجب گردید جامعه بین‌المللی نیز به منظور وضع نظام بین‌المللی حمایت، تلاشهایی را صورت دهد. کنوانسیون پاریس برای حمایت از حقوق مالکیت صنعتی از جمله این موارد است. کنوانسیون پاریس در ۲۰ مارس ۱۸۸۳ به امضای ۱۱ کشور رسید و در ۷ ژوئیه ۱۸۸۴ لازم‌الاجرا گردید؛ و هم‌اکنون بیش از یکصد سال از تصویب آن می‌گذرد. این کنوانسیون، اتحادیه بین‌المللی برای حمایت از حقوق مالکیت صنعتی را ایجاد کرد. کنوانسیون مقرراتی در خصوص اختراعات، اسامی و علائم تجاری، طرحهای صنعتی، مدلهای بهره‌برداری (نمونه اشیاء مصرفی) Utility Models علائم کشور سازنده Indications of Source علائم محل ساخت Appellations of Origin و همچنین مقرراتی در خصوص منع رقابت ناعادلانه

1- S.K. Verma, "Intellectual Property: International Aspects", in Prof P.S. Sangal & Prof K.Ponnuswami, ed. Intellectual Property law, New Delhi, R.K. Naroola, 1994, 120.

Unfair Competition را در بردارد. کنوانسیون اصل مهم «حق رفتار ملی» را پیش‌بینی کرد. این اصل طرفین قرارداد را ملزم می‌سازد تا همان حمایتی را که از اتباع خود می‌کنند دربارهٔ اتباع سایر کشورهای عضو کنوانسیون نیز، معمول دارند. بنابراین یک کشور عضو کنوانسیون نمی‌تواند در خصوص حقوق مالکیت معنوی اتباع خارجی، رفتار و حمایت کمتری نسبت به اتباع داخلی داشته باشد.

دولت ایران به سال ۱۳۳۷ به کنوانسیون پاریس پیوست. با تصویب قانون اجازه الحاق دولت ایران به اتحادیهٔ عمومی بین‌المللی معروف به پاریس، (برای حمایت از مالکیت صنعتی) عضویت ایران از تاریخ ۱۳۳۸/۹/۲۴ در این کنوانسیون قطعی شد. هنگام الحاق به قرارداد پاریس - با آنکه اصلاحات لیسبون ۱۹۵۸ صورت گرفته بود - ولی این اصلاحات مورد نظر واقع نشد و ایران پس از اصلاحیه لندن به قرارداد ملحق شد.<sup>۱</sup> الحاق به اصلاحات لیسبون چند سال بعد صورت گرفت و متن اصلاحات اخیر در روزنامه رسمی شماره ۷۲۶۹ مورخ ۱۳۴۸/۱۰/۱۸ انتشار یافت. با تصویب قانون الحاق دولت ایران به اصلاحات به عمل آمده در کنوانسیون پاریس در استکهلم به سالهای ۱۹۶۷ و ۱۹۷۹ (۱۳۴۶، ۱۳۵۸) در مورخ ۱۳۷۷/۸/۱۷ دولت ایران به اصلاحات به عمل آمده در کنوانسیون پاریس در استکهلم نیز پیوست.

لذا با توجه به مواد ۳ و ۹ قانون مدنی هم اینک مقررات کنوانسیون پاریس همراه با اصلاحات لیسبون و استکهلم جزئی از مقررات حقوق مالکیت صنعتی ایران است.

## ۲-۳- گات، مقررات تریپز TRIPS

با توجه به اهمیت حقوق مالکیت معنوی و نقش روز افزون آن در تجارت بین‌الملل و ناکافی بودن نظام حمایتی مقرر شده در کنوانسیون پاریس (و سایر عهدنامه‌های بین‌المللی مانند کنوانسیون برن برای حمایت از نوشته‌ها و آثار هنری ۱۸۸۶) از اواخر

۱- کنوانسیون پاریس در طول حیات خود تاکنون مورد انتقادات بسیاری قرار گرفته است. به عنوان مثال اصل رفتار ملی اغلب مورد انتقاد بوده زیرا اگر یک کشور هیچ نوع حمایت از حقوق مالکیت معنوی را نسبت به یک تبعهٔ خود اعمال نکند، کنوانسیون این کشور را به اعمال آن دربارهٔ اتباع خارجی ملزم نمی‌سازد. در پاسخ به این انتقادات، کنوانسیون بارها مورد تجدید نظر قرار گرفت که اولین آن در سال ۱۸۸۶ در رم و آخرین آن ۱۹۷۹ در استکهلم بود. بین سالهای ۱۹۸۰-۴ نیز کنفرانسی در ژنو به منظور اصلاح کنوانسیون پاریس تشکیل شد که بدون نتیجه به پایان رسید.

دهه ۷۰ قرن بیستم توسط دولت ایالات متحده آمریکا و جامعه اروپا به منظور جلوگیری از نقض حقوق دارندگان این نوع مالکیت تلاشهایی صورت گرفت. کنوانسیون پاریس مورد انتقادات شدیدی قرار داشت. از بزرگترین و مقتدرترین منتقدین این کنوانسیون، ایالات متحده آمریکا بود. به نظر این دولت مقررات جاری و حاکم بر حقوق مالکیت معنوی به علت فقدان ضوابط اجرایی و مقررات مربوط به حل و فصل اختلافات، کارایی لازم را برای حفظ حقوق دارندگان مالکیت معنوی ندارد. به نظر ایالات متحده، استانداردهای حقوق مالکیت معنوی در کنوانسیون پاریس ناکافی است و لذا زیانهای تجاری بزرگی را متوجه دارندگان حقوق مالکیت معنوی ساخته است. این عقیده که محصولات تولید شده با نشانها و علائم تقلبی، آثار زیان آور قابل توجهی بر روی درآمدهای تجاری گذاشته است مبتنی بر تصوراتی بود که از اواخر دهه ۷۰ در ایالات متحده به وجود آمد. توافق آمریکا و جامعه اروپا به سال ۱۹۷۹ بر روی پیش نویس «موافقتنامه در خصوص اتخاذ اقداماتی به منظور کاهش واردات کالاهای تقلبی» از جمله چاره‌اندیشی این دولت در این زمینه بود. مع هذا این اقدام و تلاشهای مشابه نتوانست صاحبان صنایع و دارندگان حقوق مالکیت معنوی را راضی سازد. در گزارش کمیسیون تجارت بین‌الملل نمایندگان مجلس ایالات متحده در سال ۱۹۸۳ آمده که سالیانه در صنعت ساخت ویدئو ۶ میلیارد دلار ضرر از طریق تولید کالای مشابه با نام و علامت تقلبی و در صنعت ساخت لوازم و قطعات یدکی ۱۲ میلیارد دلار ضرر از این طریق وارد می‌شود.<sup>۱</sup> در گزارش مشابهی به سال ۱۹۸۶ نیز آمده که در این سال شرکتهای آمریکایی ۶۱ میلیارد دلار به علت فقدان حمایت کافی از صاحبان حقوق مالکیت معنوی، زیان دیده‌اند.<sup>۲</sup> با توجه به این موارد، دولت آمریکا تلاش کرد تا موضوع حمایت از حقوق مالکیت معنوی را در دستور کار سازمان گات قرار دهد که این تلاش با مخالفت کشورهای در حال توسعه روبه‌رو شد. به اعتقاد این کشورها گات سازمانی است برای آزادسازی تجارت بین‌المللی و وظیفه بررسی و تنظیم و اجرای قواعد مربوط به حقوق

1- Michael Blakeney, Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights: A Concise Guide to the TRIPS Agreement, London, Sweet & Maxwell, 1996, 2.

2- Carol J. Bilzi, Esq., "Towards an Intellectual property Agreement in the GATT: View from the Private Sector", (1989) 19 Georgia Journal of International and Comparative Law 345.



مالکیت معنوی را به عهده ندارد و این امر در انحصار WIPO (سازمان جهانی حقوق مالکیت معنوی) است.<sup>۱</sup>

پس از بحثهای طولانی نتیجه این شد که حمایت از حقوق مالکیت معنوی و تجارت مربوط به آن در دستور کار گات قرار گیرد و نهایتاً در دور هشتم گات، یعنی دور اروگوئه (۱۹۸۶-۱۹۹۳) مقررات مربوط به حمایت از حقوق مالکیت معنوی معروف به TRIPS<sup>۲</sup> به عنوان مجموعه مقرراتی مستقل و ضمیمه سند اصلی و نهایی گات (که سازمان تجارت جهانی WTO را ایجاد کرد) به تصویب رسید. مقررات تریپز تکمیل کننده کنوانسیونهای پاریس و برن است و به موجب آن تمامی دولتهای عضو ملزم به رعایت مقررات کنوانسیون پاریس و برن شده‌اند. دو اصل بسیار مهم در بخش مقررات عمومی این معاهده وجود دارد.

۱- اصل رفتار ملی (National Treatment) که به موجب آن «هر دولت عضو باید از اتباع سایر دول عضو همان حمایتی را معمول دارد که از اتباع خود به عمل می‌آورد.»  
 ۲- اصل دول کاملاً الوداد Most Favoured Nation که به موجب آن «هر دولت عضو باید به اتباع هر کشور عضو، همان امتیازات و مصونیت‌هایی را اعطاء کند که به اتباع عضو دیگر داده است و اگر برای یک دولت عضو محدودیت کمتری قایل است، باید برای سایر دولتهای عضو نیز باشد.»

مقررات تریپز دارای ۷ اصل و مجموعاً ۷۳ ماده می‌باشد. مواد ۱۵ الی ۲۱ آن به مقررات مربوط به علائم تجاری اختصاص دارد که بررسی و مطالعه تطبیقی آن با مقررات جاری در حقوق ایران، مباحث آتی این مقاله را تشکیل می‌دهد.

### ۳- نظام ثبت علامت و حقوق ناشی از آن

#### ۱-۳- نظام شکلی

1- Mohammed B.E Fayez, "Technological Transformation for Developing Countries: Some Factors and Prerequisites", in Proceedings of the Seminar on Technology Selection, Acquisition and Negotiation organized by UNCTAD and the Islamic Development Bank, UNCTAD/ITP/TEC/22, (1991), 96.

۲- رک: زیرنویس شماره ۲

مقررات تریز، نظام و مقررات شکلی خاصی را برای ثبت یک علامت در بر ندارد و به غیر از ماده ۵-۱۵ که برخی از موارد عدم قبول اظهارنامه ثبت را بازگو می‌کند. مقررات دیگری در خصوص روش ثبت ندارد. با این حال ماده ۶ کنوانسیون پاریس مقرر می‌دارد که شرایط ارائه اظهارنامه ثبت و ثبت علامت تجاری در هر کشور عضو کنوانسیون به وسیله مقررات داخلی تعیین می‌شود. بنابراین وضع مقررات شکلی، به عهده قانونگذاران ملی گذارده شده است.

در بریتانیا، ثبت یک علامت تجاری (از تاریخ درخواست متقاضی و تکمیل فرم مربوطه و طی مراحل لازم) ممکن است دو سال به طول انجامد. این روند می‌تواند توسط خود متقاضی طی شود، لیکن مؤسساتی نیز وجود دارند که می‌توانند درخواست متقاضی را تا ثبت علامت دنبال کنند. بدیهی است این گونه مؤسسات با مشکلات مختلفی که ممکن است در این روند به وجود آید آشنایی می‌دارند<sup>۱</sup>. در ایران، قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب سال ۱۳۱۰ و آئین نامه اصلاحی آن مصوب سال ۱۳۳۷ شرایط این کار را تعیین کرده است که بررسی آن فرصت دیگری را می‌طلبد.<sup>۲</sup>

### ۲-۳- نظام ماهوی

#### ۳-۲-۱- چه علائمی قابل ثبت است.

به موجب بند یک ماده ۱۵ مقررات تریز، هر علامت یا ترکیبی از علائم که نمایانگر تمایز میان کالاها باشد به عنوان علامت تجاری قابل ثبت است: حروف، اعداد، اسامی شخصی، اشکال و عناصر ترکیبی، ترکیبی از رنگها و همچنین ترکیبی از همه موارد مذکور. البته موارد فوق محدود نیست و سایر موارد نیز به شرطی که دارای ویژگی یاد شده باشد، قابل ثبت است. پیش از این و در سال ۱۹۸۶ درخواست ثبت شکل شناخته شده بطری نوشابه کوکاکولا به عنوان علامت تجاری در حقوق انگلیس، توسط مجلس اعیان این کشور رد شده بود<sup>۳</sup>. بدیهی است این رای، دیگر با توجه به ماده ۱۵ تریز

1- Michael Z. Brooke, op.cit.100

۲- در این خصوص مراجعه کنید به: نصرت اله دوستی، راهنمای ثبت شرکتهای تجاری، تهران، نشر حقوقدان، چاپ اول تابستان ۱۳۷۶ صفحات ۲۸۵-۲۶۴.

3- W.R.Cornish, Cases and Materials on Intellectual Property, London, Sweet & Maxwell Third

پذیرفتنی نیست. قانون علائم تجاری ۱۹۹۴ بریتانیا مقرر داشته یک علامت تجاری، ممکن است از کلمات (از جمله، اسامی شخصی) طرحها، حروف، اعداد و شکل کالاها یا بسته‌بندی آنها تشکیل شود.<sup>۱</sup>

در برخی از نظامهای حقوقی، ثبت اصوات نیز به عنوان علامت تجاری، امکان‌پذیر است. مع‌هذا ارائه ثبت نوشته شده آن صوت برای ثبت الزامی است. بدین ترتیب که صوت مورد نظر باید ثبت نویسی یا شرح و توصیف شود تا به ثبت برسد. برای مثال، لحن و تون یک جرینگ جرینگ تبلیغاتی، قابل ثبت است. در ایالات متحده، عطر و بونیز به عنوان یک علامت تجاری می‌تواند به ثبت رسد، چنانکه در یک مورد، متقاضی، ثابت کرد که عطر و بوی نخ و ریسمانهای نقش دوزی شده‌ی وی، وجه تمایز اختصاصی محصولاتش شده است. وی توضیح داد که این علامت تجاری، تجلی فوق‌العاده‌ای از عطر و شمیم شکوفه‌های تازه گل "Plumeria" است.<sup>۲</sup> بنابراین اگر تولیدکننده‌ای کالاهايش را با عطر خاصی به بازار ارائه دهد و مصرف‌کننده عادت کند که آن کالاها را از بویشان تشخیص دهد، آن عطر و بو قابل ثبت است. در حقوق ایران همان‌گونه که پیش از این گفته شد ماده یک قانون ثبت علائم و اختراعات، ثبت علائم را فقط برای کالا در نظر گرفته و با آنکه موارد ذکر شده در ماده محدودیتی ندارد، اما در عمل، اداره ثبت شرکتها و مالکیت صنعتی، از ثبت اشکال کالاها، اصوات و عطرها به عنوان علائم تجاری خودداری می‌کند.

۳-۲-۲- چه علائمی قابل ثبت نیست.

بند ۲ ماده ۱۵ تریز به اعضاء این اختیار را داده که از ثبت برخی از علائم خودداری کنند. این علائم، همانهایی هستند که کنوانسیون پاریس مقرر داشته است. براساس ماده ۶ bis کنوانسیون، علائمی که دارای ویژگیهای ذیل هستند قابل ثبت نیست:

- علائمی که از روی یک علامت معروف و شناخته شده کپی برداری شده است،
- علائم تقلیدی،

Edition, 1996, 521.

1- Ibid, 491.

2- Michael Blakeney, op. cit.54.

- علائمی که ترجمه یک علامت ثبت شده قبلی باشد،  
 - علائمی که به علت شباهت با یک علامت شناخته شده معتبر، مصرف کننده را به اشتباه اندازد،

- علائمی که بدون مجوز، در بردارنده (نشانه‌های خانوادگی، پرچم کشورها، سایر علائم دولتها، علائم رسمی و نشانه‌هایی که دولتها برای تضمین کیفیت کالا به کار می‌برند) باشد. بند ۱ ماده ۳ قانون علائم تجاری ۱۹۹۴ بریتانیا، نیز علائمی را که خالی از هر خصیصه تمایز باشد و همچنین علائمی را که در عرف تجاری، منحصرأ نشان دهنده نوع، کیفیت، کمیت، قیمت، هدفی خاص، مبنای جغرافیایی، زمان تولید یا انجام خدمت و سایر خصایص کالاها و خدمات است، قابل ثبت نمی‌داند. این قانون همچنین علائمی را که در زبان رایج و عرف مردم عادی یا در عملیات تجارتي وجود دارند و استفاده از آنها مرسوم است، قابل ثبت نمی‌داند.<sup>۱</sup>

ماده ۵ قانون ثبت علائم ایران، ثبت علائمی را که در بردارنده پرچم ایران یا هر کشور دیگر و همچنین مدال‌ها و نشان‌ها و برچسب‌های دولت ایران باشد یا در آن کلمات و عباراتی به کار رفته باشد که موهم انتساب به مقامات رسمی ایران گردد، مجاز نمی‌داند. این قانون استفاده از علائم سازمانهای رسمی، مانند هلال احمر، نیز علائمی که مخّل نظم عمومی یا منافعی عفت باشد را ممنوع کرده است.

### ۳-۲-۳- چه کسانی حق ثبت علامت تجاری را دارند.

به موجب مواد ۳ و ۴ قانون ثبت علائم ایران، کلیه کسانی که در ایران دارای مؤسسات تجارتي، صنعتی یا فلاحتی هستند اعم از اتباع داخله یا خارجه، در صورتی که علائم تجارتي آنها مطابق این قانون به ثبت برسد از مزایای قانونی آن بهره‌مند خواهند شد و همین طور کسانی که مؤسسات آنها در خارج از ایران واقع است به شرط اینکه آن مؤسسات در کشوری قرار داشته باشد که از علائم تجارتي ایران حمایت کند، مشمول امتیاز یاد شده خواهند بود. به عبارت دیگر کسانی که مؤسسه‌ای در ایران دارند می‌توانند

1- W.R.Cornish, Cases and Materials on Intellectual property, op.cit.498.

علائم تجارتي خود را به ثبت برسانند ولي ثبت علائم مؤسسات خارج از ايران به شرط معامله متقابل مقدور است. بدیهی است اعضای کنوانسیون پاریس نیاز به تأیید و اثبات شرط رفتار متقابل را ندارد، زیرا براساس کنوانسیون مزبور، کلیه دول عضو حمایت از علائم اتباع دیگر را پذیرفته‌اند.

### ۳-۲-۴- الزامی یا اختیاری بودن ثبت علامت

به موجب قانون ثبت علائم و اختراعات، داشتن و ثبت علامت تجارتي در ايران اختیاری است مگر در موردی که دولت آن را الزامی بداند. از زمان تصویب این قانون تاکنون فقط در سال ۱۳۲۸ به موجب تصویبنامه هیأت وزیران، ثبت علائم مربوط به اجناس دارویی و پزشکی و مواد غذایی اجباری شده است، که انواع کالای فوق در تصویبنامه مذکور تعیین شده است. همچنین طبق ماده ۱۳ قانون مربوط به مقررات امور پزشکی و دارویی و مواد خوراکی و آشامیدنی مصوب ۲۹ خرداد ۱۳۳۴ ثبت داروهای اختصاصی نیز اجباری است. ماده ۲ قانون ثبت علائم و اختراعات مقرر می‌دارد «حق استعمال انحصاری علامت تجارتي فقط برای کسی شناخته خواهد شد که علامت خود را به ثبت رسانیده باشد». بنابراین مؤسسات تجارتي، مجبور به ثبت علامت تجارتي خود نیستند. مگر در مواردی که دولت آن را الزامی کرده باشد (مانند موارد فوق الذکر). اگر شخصی علامت تجارتي خود را به ثبت رسانده باشد، حق انحصاری بهره‌مندی از آن را پیدا خواهد کرد، ولی چنانچه مؤسسه یا تاجر، علامت تجارتي خود را به ثبت نرساند، نمی‌تواند از استفاده اشخاص دیگر از آن علامت جلوگیری کند. در حقوق انگلیس نیز همین وضعیت وجود دارد و ثبت علائم تجاری در آنجا اجباری نیست ولی اگر درخواست ثبتی با موفقیت به انجام رسد این حق را برای دارنده به وجود می‌آورد که انحصاراً از آن علامت بر روی بسته‌بندی کالای خود و سربرگهای مؤسسه‌اش استفاده کند. این یک حق انحصاری است و فقط برای کسی که علامت را به نام خود ثبت کرده به

وجود می‌آید.<sup>۱</sup>

### ۳-۲-۵. معیار ثبت علامت

تعیین معیار برای ثبت علامت تجاری ضروری است. بند ۱ ماده ۱۵ مقررات تریپز معیار «تمیز و تشخیص» را برای ثبت یک علامت در نظر گرفته است. همچنین ماده ۶ از بخش B۲ کنوانسیون پاریس به اعضا اجازه می‌دهد که اظهار نامه ثبت علامت تجاری را اگر تهی از هر گونه وجه تمایزی باشد، نپذیرند، مانند علائم بسیار ساده (یک حرف، ستاره یا تاج) و یا بسیار پیچیده (مثلاً شعاری مبتنی بر دعوت به خرید کالا) و یا علامتی که هم اکنون مورد استفاده عموم است و در نتیجه نمی‌تواند وجه تمایز بین کالایی با کالاهای دیگر باشد.<sup>۲</sup>

معیار تمیز و تشخیص، ملاک دقیقی است و با اهداف مورد نظر از ثبت یک علامت سازگار است زیرا علامت تجاری، وسیله‌ای است که تجار و صنعتگران کالای خود را با آن معرفی می‌کنند و خریداران به وسیله آن، سازنده جنس، کمیت و کیفیت کالا را تشخیص و از سایر کالاهای مشابه تمیز می‌دهند. لذا هر علامت تجاری باید خصوصیت فوق را داشته باشد تا بتواند ثبت و حمایت شود. به کار بردن اسامی عام مانند کلمه سرکه به عنوان علامت تجاری برای همین محصول (سرکه) یا اوصاف کالا، مانند گز شیرین برای گز نمی‌تواند مصرف‌کننده را برای تشخیص کالایی خاص از سایر کالاهای مشابه کمک کند. پیش از این (۲-۲-۳) دانستیم که نظام حقوقی انگلیس چنین علائمی را قابل ثبت نمی‌داند. از این گذشته، علامت برای کالای مورد نظر باید تازگی داشته باشد. از همین روی، کالاها به طبقات مختلفی تقسیم شده است. تا در هنگام ثبت علامت، روشن شود که برای کدام یک از طبقات به کار برده می‌شود.

### ۳-۲-۶. طبقه‌بندی کالاها برای ثبت علامت.

منظور از جدید و تازه بودن علامت، این نیست که علامت مزبور به هیچ وجه وجود

1- Michael Z. Brooke, op.cit.100.

2- Michael Blakeney, op. cit.53.

خارجی نداشته باشد، زیرا اکثر علائم قبلاً وجود خارجی داشته‌اند اما به عنوان علامت استفاده نمی‌شده‌اند. لذا صفت جدید و تازه مزبور به استفاده از علائم در رشته صنعتی مورد نظر است و سابقه کاربرد از طرف دیگران نیز نباید داشته باشد. به همین دلیل برای تفکیک محصولات مختلف از یکدیگر قوانین کلیه کشورها محصولات تجاری و صنعتی را به طبقات مختلفی تقسیم کرده‌اند که صاحب علامت در موقع ثبت آن، طبقه یا طبقات محصولی را که مورد نظر اوست تعیین می‌کند و به این ترتیب دیگران نمی‌توانند همان علامت را در آن طبقه یا طبقات به ثبت برسانند. در این خصوص، مقررات بین‌المللی نیز وجود دارد. موافقتنامه نیس NICE ۱۹۵۷ و اصلاحات بعدی آن، شیوه طبقه‌بندی بین‌المللی کالاها و خدمات را تعیین کرده است. امروزه اکثر کشورها، شیوه طبقه‌بندی بین‌المللی فوق را اعمال می‌کنند. براساس این شیوه، کالاها به ۳۴ طبقه و خدمات به ۸ طبقه تقسیم می‌شوند.<sup>۱</sup> در حقوق ایران قانون ۱۳۰۴ به طبقه‌بندی محصولات اشاره‌ای ندارد، ولی قانون مصوب ۱۳۱۰ و آئین نامه اجرایی آن، کالاها را به ۸۰ طبقه تقسیم کرده است. مع هذا آئین نامه اصلاحی قانون علائم و اختراعات، مصوب ۱۳۳۷ تعداد طبقات کالاها را - به منظور انطباق با طبقه‌بندی بین‌المللی موافقتنامه نیس - به ۳۶ طبقه کاهش داد.

### ۳-۲-۷- شرط استفاده

در برخی از کشورها ثبت علامت تجاری مشروط است به استفاده یا قصد استفاده از علامت در طبقه‌ای از کالاها که فعالیت متقاضی یا مؤسسه نیز در همان طبقه و یا شبیه به همان طبقه باشد. به موجب قوانین ایالات متحده، حقوق ناشی از ثبت علامت تجاری (بر خلاف حق ثبت اختراع Patent)<sup>۲</sup> با استفاده واقعی از آن علامت، در همان طبقه‌ای

1- Ibid

۲. مورد استفاده قرار دادن اختراع ثبت شده در کشور اعطا کننده حق اختراع، یعنی بکارگیری اختراع ثبت شده برای بهره‌برداری‌های تجاری، تنها تعهد و تکلیف نظام ثبت اختراعات است که بردارنده حق اختراع تحمل می‌شود. این تعهد و تکلیف دارنده حق اختراع در بسیاری از نظامهای حقوقی پذیرفته شده و صریحاً در مدل و قانون نمونه‌ای که سازمان جهانی حقوق مالکیت معنوی برای کشورهای در حال توسعه در خصوص اختراعات و دانش فنی منتشر نموده تأکید گردیده است برای مطالعه بیشتر رجوع کنید به:

که به ثبت رسیده است، حاصل می‌شود و بنابراین ناشی از اعطای آن توسط دولت فدرال نیست. البته در تجدید نظر اخیر (قانون اصلاح حقوق علائم تجاری ۱۹۸۸ که از نوامبر ۱۹۸۹ لازم الاجرا شده است)، قوانین علائم تجاری دولت فدرال اجازه می‌دهد که حقوق ناشی از ثبت علامت تجاری چنانچه واقعاً قصد جدی برای استفاده از آن در آینده باشد، برای آینده نیز حفظ شود. با این حال و در نهایت، استفاده واقعی از یک علامت، حقوق ناشی از ثبت آن را برای دارنده ایجاد می‌کند.<sup>۱</sup> شرط مشابه دیگری هم در این خصوص وجود دارد و آن اینکه اگر بعد از ثبت یک علامت، دارنده آن تا مدت زمان معینی از آن استفاده نکند، ابطال ثبت آن علامت امکان‌پذیر است. در حقوق آمریکا نیز قصور در استفاده واقعی از یک علامت در طول یک زمان معقول بعد از ثبت آن، منجر به باطل شدن ثبت آن علامت خواهد شد.<sup>۲</sup> در طول مذاکرات مربوط به انعقاد مقررات تریپز، این مسئله به موضوعی بحث‌انگیز تبدیل شد. مطابق با قوانین آمریکا و کانادا، استفاده واقعی یا قصد استفاده از یک علامت، شرط ضروری برای قبول ثبت آن است. در حالی که مطابق قوانین کشورهای عضو اتحادیه اروپا و ژاپن تحصیل حقوق ناشی از ثبت علامت تجاری هم از طریق استفاده از آن علامت و هم از طریق ثبت آن امکان‌پذیر است. متن نهایی تریپز ترکیبی از نظر آمریکا و کشورهای عضو اتحادیه اروپا و ژاپن می‌باشد.<sup>۳</sup> بند ۳ ماده ۱۵ تریپز مقرر می‌دارد «اعضاء ممکن است ثبت علامت را به استفاده از آن منوط سازند. مع‌هذا استفاده واقعی از یک علامت نمی‌تواند شرط قبول درخواست ثبت باشد» ماده ۱۹ تریپز نیز مقرر کرده که ثبت یک علامت تنها وقتی باطل و بی‌اثر می‌گردد که حداقل ۳ سال متوالی از آن استفاده نشود، مگر اینکه دارنده علامت دلایل موجهی مبتنی بر وجود موانعی برای استفاده از علامت ارائه دهد. این دلایل در ماده مذکور چنین توصیف شده: دلایل باید بر اوضاع و احوالی مبتنی باشد که خارج از اراده مالک و مستقلاً به وجود آمده باشد، مانند محدودیتهای مربوط به واردات یا سایر الزامات و ترتیباتی که دولت آن را مقرر کرده است.

know - how, WG/ML/INV/ 1, (1977), 22.

1- Remi J. Turcon, Foreign Direct Investment in the United States, London, Sweet & Maxwell, 1993, 237.

2- Ibid., 245

3- Michael Blakeney, op. cit. 56.



در حقوق ایران نیز ماده ۱۳ آئین نامه اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مصوب ۱۳۳۷ در این خصوص مقرر می‌دارد: «در صورتیکه علامت ثبت شده برای محصولات مقرر در ماده یک قانون ثبت علائم اختراعات ظرف مدت ۳ سال از تاریخ ثبت آن از طرف صاحب علامت یا قائم مقام یا نماینده قانونی او بدون عذر موجه مورد استفاده تجاری در ایران یا در خارجه قرار نگیرد هر ذی‌نفعی می‌تواند ابطال آن را از دادگاه شهرستان تقاضا نماید.» در خصوص این ماده چند نکته می‌تواند مورد بحث قرار گیرد. اولاً میزان و مقدار استفاده، برای تشخیص استفاده تجاری که در این ماده ضروری شناخته شده، تعیین نگردیده است. در حقوق سایر کشورها در مواردی حتی یک بار استفاده نیز کافی شناخته شده است.<sup>۱</sup> ثانیاً ماهیت دعوی عدم استفاده از علامت تجاری، اثبات امر عدمی است. طبق اصول کلی «البینه علی المدعی» اثبات دعوی به عهده مدعی است.<sup>۲</sup> ولی در دعوی استفاده از علامت تجاری (مانند دعوی مطالبه نفقه و ایفای حقوق زوجیت) اجرای اصل فوق ملازمه به اثبات امر عدمی دارد و امر عدمی قابل اثبات نیست (البته به استثنای مواردی که ملازمه با امر وجودی داشته باشد). لذا صرف اعلام و ادعای ذی‌نفع مبنی بر اینکه مالک علامت، مدت ۳ سال از تاریخ ثبت، از علامت خود استفاده نکرده، برای استماع دعوی کافی است و اثبات خلاف ادعا به عهده مدعی علیه (مالک علامت) است و این رویه ایست که قانونگذار فرانسه نیز پذیرفته و ذیل ماده ۱۱ قانون ثبت علائم مقرر داشته «که دلیل استفاده از علامت باید از سوی مالک آن ابراز شود».<sup>۳</sup>

### ۳-۲-۸- مدت حمایت

ثبت علامت تجاری، حق به وجود آمده را برای یک دوره معین بین ۱۰ تا ۲۰ سال که قابل تجدید است اعطا می‌کند و در پایان دوره اگر تجدید ثبت صورت نگیرد حق به وجود آمده از بین می‌رود. وفق قانون علائم تجاری ۱۹۹۴ بریتانیا مدت حمایت از

1- Ibid., 57.

۲- این اصل در مواد ۱۲۵۷ قانون مدنی و ۱۹۷ آئین دادرسی دادگاههای عمومی و انقلاب در امور مدنی تجلی یافته است.  
۳- لاهیجی، عبدالکریم، دعوی عدم استفاده از علامت تجاری، مجله کانون وکلای دادگستری، شماره ۱۲۴، صفحات ۸۲-۸۰.

علامت تجاری در این کشور ۱۰ سال از تاریخ ثبت محسوب می‌شود و البته تجدید ثبت در پایان هر ۱۰ سال برای ۱۰ سال آینده امکان‌پذیر است.<sup>۱</sup> ماده ۱۸ مقررات تریپز مقرر می‌کند که ثبت ابتدایی و هر تجدید ثبت یک علامت تجاری برای یک دوره معین که کمتر از ۷ سال نباشد، صورت می‌گیرد. این ماده همچنین تجدید ثبت را به طور نامحدود اجازه داده است. زمان آغاز حمایت در این ماده، مسکوت مانده است.

بنابراین دو احتمال در این مورد وجود دارد:

۱. حمایت از زمانی شروع می‌شود که درخواست ثبت تکمیل و به سازمان مربوطه ارائه می‌شود. این تلقی در اکثر قوانین ملی مربوط به علائم تجاری پذیرفته شده است.
۲. آن گونه که قوانین امریکا مقرر داشته است، آغاز حمایت از زمان ثبت علامت در اداره مربوطه شروع می‌شود.<sup>۲</sup>

مطابق مقررات قانون ثبت علائم ایران و آئین نامه اصلاحی آن، اداره ثبت شرکتها و مالکیت صنعتی پس از ثبت علامت تجاری بایستی گواهی ثبت علامت صادر کند و مدت اعتبار ثبت علامت برای هر بار ۱۰ سال است، و برای استقرار آن متقاضی باید حداکثر ظرف ۶ ماه از انقضای اعتبار ثبت اقدام به تجدید آن نماید. در صورت سپری شدن ۶ ماه، علامت ثبت شده دیگر مورد حمایت این قانون نخواهد بود مگر اینکه مجدداً متقاضی با رعایت کلیه مقررات این قانون اقدام به ثبت مجدد آن نماید.

### ۳-۲-۹- حمایت بدون ثبت

نظام حمایتی مخصوصی برای علائمی که به عنوان «علائم معروف و شناخته شده»<sup>۳</sup> در نظر گرفته می‌شود وجود دارد. در این نظام، حمایت از یک علامت بدون اینکه به ثبت رسیده باشد صورت می‌گیرد و آن هنگامی است که علامت مزبور در یک کشور، شهرت قابل توجهی یافته و از طریق تبلیغات، شهرت بین‌المللی نیز به دست آورده و مورد استفاده عموم باشد.<sup>۴</sup> این نظام حمایتی توسط ماده ۶ کنوانسیون پاریس ایجاد شده است

1- W.R.Cornish, Cases and Materials on Intellectual Property, op. cit. 496.

2- Michael Blakeney, op. cit. 60

3- Well - Known Marks

4- Ibid, 18.

و به کشورها این اجازه را می‌دهد تا چنانچه علامتی، ترجمه، تقلید یا شکل بازسازی شده علامتی ثبت شده یا علامتی معروف و شناخته شده باشد و استفاده از آن موجب اشتباه با علامت اصلی شود، از ثبت آن خودداری و یا اگر به ثبت رسانده‌اند، آن را باطل کنند. در مقررات تریپز عبارات صریح و روشنی که نشان دهنده پذیرش کامل مقررات کنوانسیون پاریس در خصوص علائم معروف باشد، وجود ندارد، ولی بند ۲ و ۳ ماده ۱۶ تریپز، مقررات ماده ۶ کنوانسیون پاریس را با تغییرات جزئی و ضروری بر کالاهای و خدمات قابل اعمال می‌داند. علائم معروف و شناخته شده بین‌المللی غالباً متعلق به شرکتهای چند ملیتی است. به علت اهمیت خاص استفاده از علائم معروف توسط این شرکتها در عملیات تجاری، برخی از حقوق‌دانان معتقدند تنظیم بندهای ۲ و ۳ ماده ۱۶ در موافقتنامه تریپز با حمایت این شرکتها صورت گرفته است.<sup>۱</sup>

در مقررات تریپز و کنوانسیون پاریس و همچنین در اکثر قوانین ملی تعریفی روشن از علائم معروف وجود ندارد، لذا در فقدان یک تعریف معین قانونی از علائم معروف، باید به سراغ قوانین و رویه قضایی کشورها برویم. تصمیم قضایی شماره ۳۴۴ توافق Andean<sup>۲</sup> که از اول ژانویه ۱۹۹۴ لازم الاجرا گردیده معیارهایی برای تعیین شهرت یک علامت تجارتی تعیین کرده است. این معیارها عبارتند از: شناخت مشتری، سطح تبلیغات، قلمرو جغرافیایی، درجه حمایت، سلیقه و رجحان مصرف کننده... و برخی از این معیارها توسط مقررات تریپز پذیرفته شده‌اند، مانند شهرت عمومی و تبلیغات که در بند ۲ ماده ۱۶ به آن اشاره شده است.<sup>۳</sup>

در حقوق ایران نیز، علائم معروف مورد حمایت قرار گرفته‌اند. ماده ۲۰ قانون ثبت علائم و اختراعات در این خصوص مقرر می‌دارد «هرگاه معترض ثابت کند که نسبت به علامت به واسطه سابقه استعمال مستمر قبل از تقاضای ثبت، حق تقدم داشته محکمه حکم خواهد داد که آن علامت به اسم معترض ثبت شود و اگر علامت مورد اعتراض

1- ALJ. Daniel, Jr, "Intellectual Property in the Uruguay Round: The Dunkel Draft and a Comparison of United States Intellectual Property Rights, Remedies and Border Measures", (1993) 25 Journal of International Law and Politics 777.

2- ASEAN Intellectual Property Union.

3- Michael Blakeney, op.cit.62.

قبلاً در اداره ثبت اسناد به ثبت رسیده باشد، محکمه حکم خواهد داد که ثبت سابق ابطال و علامت بنام معترض ثبت گردد.»

### ۳-۲-۱۰- حق اعتراض ثالث

بند ۵ ماده ۱۵ مقررات تریز از دولتها می‌خواهد که هر علامتی را قبل از ثبت و بی‌درنگ بعد از ثبت آن برای اطلاع عموم منتشر سازند. بعد از انتشار درخواست ثبت علامت، اشخاص ثالث به علت حقوق ایجاد شده قبلی خود در آن علامت یا به علت شباهت فریب‌آمیز با علامتی دیگر حق اعتراض دارند. ماده ۱۵ مقررات تریز، دولتهای عضو را موظف می‌سازد که فرصتی معقول برای اشخاص ثالث جهت اعلام اعتراض خود به ثبت علامت، یا درخواست لغو آن، در نظر گیرند. ماده ۶ کنوانسیون پاریس نیز مقررات مشابهی در این خصوص دارد. بنابراین اعتراض ثالث هم قبل و هم بعد از ثبت علامت امکان‌پذیر است.

### ۳-۲-۱۰-۱- اعتراض به اظهارنامه ثبت

در حقوق ایران متقاضی باید در اداره ثبت شرکتها و مالکیت صنعتی اظهارنامه‌های مربوطه را تکمیل کند و همراه سایر مدارک به مسئول مربوطه تحویل دهد. اظهارنامه در دفتر مخصوص، با قید ساعت، تاریخ روز، ماه و سال ثبت می‌شود. کارشناس مربوطه در مدت ۱۵ روز به تقاضای وارده رسیدگی می‌کند و در صورت عدم ملاحظه سابقه ثبت و یا شباهت آن با علایم ثبت شده و تعیین طبقه کالا، اقدام به تهیه پیش‌نویس آگهی تقاضای ثبت علامت تجارتي می‌نماید. در صورتی که کارشناس ملاحظه کند، علامت متقاضی قبلاً ثبت شده یا شباهت با علائم ثبت شده دارد، اخطار رد علامت را تهیه و به نظر مسئول اداره می‌رساند. در صورت رد تقاضای ثبت علامت تجارتي از سوی اداره مالکیت صنعتی، متقاضی می‌تواند ظرف ۱۰ روز از تاریخ ابلاغ، از این تصمیم به دادگاه شکایت و حکم لازم را اخذ کند.<sup>۱</sup> حال اگر اشخاص ثالث نسبت به ثبت علائم تجارتي که در روزنامه رسمی آگهی شده اعتراض داشته باشند بایستی ظرف ۳۰ روز از تاریخ

۱- دوستی، نصرت‌الله، راهنمای ثبت شرکتهای تجاری، موسسات غیر تجارتي اختراعات و علایم تجارتي، نشر حقوقدان، چاپ اول، تابستان ۱۳۷۶، تهران، ۶۷-۲۶۶.

انتشار تقاضای ثبت، اعتراض خود را نسبت به ثبت به انضمام کلیه مدارک خود به اداره مالکیت صنعتی تحویل دهند. این اعتراض باید در دفتر مراسلات اداره ثبت شود. مسئول اداره این اعتراض را ظرف ۱۰ روز از تاریخ وصول، طی اخطاری به متقاضی ثبت علامت تجاری ابلاغ خواهد کرد. متقاضی ممکن است با ملاحظه اعتراض، تمکین نماید و انصراف خود را کتباً اعلام دارد. در این صورت، تقاضای وی کان لم یکن تلقی می شود، اما اگر تمکین نمود، مراتب عدم تمکین به معترض ابلاغ می شود و معترض باید برای اثبات ادعای خود دادخواستی به دادگاههای حقوقی تهران ارائه دهد و گواهی لازم مبتنی بر اقامه دعوی خود را ظرف ۶۰ روز به اداره مالکیت صنعتی تسلیم کند. در این مرحله، اداره مالکیت صنعتی، تا اعلام حکم قطعی محکمه منتظر خواهد ماند. اگر معترض ظرف ۶۰ روز از ارائه گواهی خودداری نمود، متقاضی می تواند به دفتر دادگاههای حقوقی تهران مراجعه کند و گواهی (دایر بر اینکه شخص معترض اصولاً دادخواستی تقدیم نداشته یا دعوی خود را پیگیری نکرده) بگیرد و به دفتر اداره مالکیت صنعتی تسلیم دارد. آن گاه علامت به نفع متقاضی ثبت علامت، ثبت خواهد شد. حال اگر معترض مراجعه کند و خواهان ابطال ثبت علامت مذکور باشد برای اقامه دعوی، به محکمه هدایت خواهد شد.<sup>۱</sup>

### ۲-۳-۱۰-۲- اعتراض به ثبت علامت

پس از ثبت علامت تجاری نیز می توان نسبت به ثبت آن اعتراض نمود. به موجب ماده ۱۸ قانون ثبت علائم و اختراعات، معترض باید مستقیماً در محکمه حقوقی اقامه دعوی و ابطال ثبت را تقاضا کند. مهلت چنین اعتراض طبق ماده ۲۲ همین قانون، سه سال از تاریخ ثبت علامت تجاری می باشد. طبق این ماده کسی که نسبت به ثبت علامتی از تاریخ ثبت آن تا سه سال اعتراض نکرده باشد، دیگر نمی تواند به ثبت آن اعتراض کند مگر اینکه ثابت کند معترض علیه، در حین ثبت، عالم بوده است به اینکه علامت را خود معترض یا کسی که علامت را به معترض انتقال داده قبلاً به طور مستمر از آن استفاده

۱- ماده ۱۶ قانون ثبت علائم و اختراعات، مواد ۵۱ الی ۵۸ آئین نامه اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۳۷. همچنین رجوع شود به منبع پیشین صفحات ۲۷۶-۷.

کرده است ولی هرگاه معترض علیه ثابت کند که معترض قبل از انقضای مدت ۳ سال فوق از ثبت علامت اطلاع داشته است، اعتراض وی پذیرفته نخواهد شد. بنابراین اصل بر عدم پذیرش اعتراضی است که پس از انقضای ۳ سال از تاریخ ثبت علامت تجارتمی صورت می‌گیرد.

با توجه به مطالب فوق الذکر در حقوق ایران، اعتراض به ثبت علامت تجارتمی به دو صورت تحقق‌پذیر است.

۱- اعتراض قبل از ثبت، یعنی اعتراض به اظهارنامه ثبت علامت تجارتمی (ماده ۱۶ قانون ثبت علائم و اختراعات).

۲- اعتراض بعد از ثبت، یعنی اعتراض به تصدیق ثبت علامت تجارتمی.

اعتراض اول به اداره ثبت شرکتها و ظرف ۳۰ روز از انتشار آگهی است و اعتراض دوم به محکمه حقوقی و تا ۳ سال پس از تاریخ ثبت<sup>۱</sup>.

### ۳-۲-۱۱- واگذاری حقوق ناشی از ثبت علامت

Licensing یا فروش مجوز استفاده از حقوق مالکیت معنوی، قراردادی معمول است که توسط آن دارنده علامت تجارتمی، حقوق مربوط به استفاده از علامت خود را در خصوص یک محصول یا خدمتی خاص در مقابل دریافت حق الامتیاز به دیگری واگذار می‌کند. فروش این مجوز یکی از راههایی است که مالکان علامت تجارتمی می‌توانند از ارزش علامت خود به طور مادی بهره بردارند. فروش این مجوزها بخصوص در صنعت وسایل سرگرم‌کننده (مانند میکی ماوس) و همین‌طور سایر علائم تجارتمی معروف (مانند پیرکاردن) و رستورانهای غذای آماده (مانند مک‌دونالد) یک صنعت چند میلیارد دلاری در ایالات متحده امریکا است.<sup>۲</sup> اکثر نظامهای ثبت علائم، اجازه واگذاری یا استفاده از علامت ثبت شده را به ثبت‌کننده علامت می‌دهند، ولی ممکن است از

۱- سوالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که آیا دو حق اعتراض توأمأً برای معترض واحد قابل اعمال و استفاده می‌باشد یا چنانچه کسی نسبت به درخواست ثبت علامت اعتراض نمود ولی در مدت ۶۰ روز مقرر دادخواست اعتراض به محکمه تسلیم نکرد حقوق قانونی وی برای طرح دعوی اعتراض بعد از ثبت در مدت ۳ سال ساقط خواهد گردید؟ در این مورد رجوع کنید به آلبرت برنادی، دو موضوع قابل بحث، مجله کانون وکلای دادگستری شماره ۱۲۲.

2- Remij. Turcon, op.cit.247.

واگذار کننده بخواهند که این واگذاری را ثبت کنند. ماده ۲۱ مقررات تریپز به اعضا اجازه می دهد که مقررات و شرایط استفاده و واگذاری علامت را خود تعیین کنند. این ماده مقرر می دارد که مالک علامت، حق واگذاری یا دادن مجوز استفاده از علامت را به دیگران (همراه با تجارت مربوط یا بدون انتقال آن)، داراست. در حقوق ایران نیز علامت تجارتي قابل نقل و انتقال است، ولی این انتقال باید مطابق مقررات به ثبت برسد. همچنین اجازه استفاده از علامت ثبت شده نیز در صورت ثبت چنین اجازه ای، امکان پذیر است. ماده ۲۱ تریپز، مجبور ساختن صاحب علامت را به دادن مجوز به دیگران برای استفاده از آن علامت ممنوع کرده است. مجوز اجباری *Compulsory License*، در مقابل مجوز اختیاری *Voluntary License*، اجازه ای است که توسط دولت، به منظور حفظ منافع عمومی یا هنگامی که این علامت یا اختراع ثبت شده مورد استفاده قرار نمی گیرد، بدون رضایت صاحب علامت یا حق اختراع به شخص ثالثی برای استفاده از آن علامت یا اختراع داده می شود.<sup>۱</sup> به رغم ممنوعیت ماده ۲۱ تریپز در خصوص مجوز اجباری، این نهاد حقوقی در ایالات متحده امریکا به عنوان وسیله ای برای اعمال سیاستهای رقابتی وجود دارد.<sup>۲</sup>

#### ۴- جبران حقوق از دست رفته ناشی از نقض علامت

هنگامی که علامت تجاری ثبت شده بدون اجازه مورد استفاده قرار می گیرد، دارنده و مالک آن می تواند برای جبران حقوق از دست رفته اش تقاضا کند که حکم ممنوعیت استفاده برای خاطی و همچنین حکم پرداخت خسارت و حتی توقیف و ضبط کالاهای تقلبی صادر شود. اکثر نظامهای ملی حقوق مالکیت معنوی چنین مواردی را پیش بینی کرده اند و قضات در هنگام رسیدگی به تخلفات ناشی از نقض حقوق مالکیت معنوی تمامی تدابیر فوق را در تصمیمات خود لحاظ می کنند به عنوان مثال در ایالات متحده امریکا، اکثر احکام جبران خسارت که به طور سنتی توسط محاکم در هنگام نقض

1- B.S Chimni, "Towards Technological Wastelands: A Critique of the Dunkel Text on TRIPS", in KRG Nair & Ashok Kumar, ed., Intellectual Property Rights, New Delhi, Allied Publishers Limited, 1994, 98.

2- Michael Blakeney, op.cit.67.

علامت تجاری صادر می‌شود، در بردارنده جبران خسارت عادلانه‌ای مبنی بر اجبار خواننده به رعایت حقوق خواهان است. جبران مالی و پرداخت غرامت به تنهایی، جبران کافی برای نقض علامت تجاری نیست، بلکه بایستی همراه با حکم ممنوعیت استفاده از علامت توسط خاطی باشد در غیر این صورت نقض و تجاوز به حقوق دارنده علامت ادامه خواهد یافت. بنابراین اگر محکمه‌ای به پرداخت غرامت حکم دهد، ولی اجبار خواننده به توقف نقض حقوق ناشی از ثبت علامت تجاری را مورد حکم قرار ندهد، خواهان می‌تواند دعوی خود را پس از صدور حکم اولیه مجدداً برای دریافت غرامات جدیدی که ناشی از نقض حقوق علامت تجاری‌اش به وسیله خواننده صورت گرفته طرح کند.<sup>۱</sup> در حقوق انگلیس نیز برای جبران حقوق از دست رفته دارنده علامت روشهای مختلفی پیش‌بینی شده است که علاوه بر مراجعه به محکمه و اخذ احکام مدنی و جزائی، روش‌ها و رویه‌های اداری و همین‌طور ترتیبات معینی برای خود جبرانی یا اقدام شخصی بدون مراجعه به مراجع قضایی در نظر گرفته شده است.<sup>۲</sup>

فصل سوم مقررات تریپز از مواد ۴۱ الی ۶۲ الزامات حقوقی و کیفری ناشی از نقض حقوق مربوط به کلیه اشکال حقوق مالکیت معنوی، از جمله علامت تجاری را تعیین کرده که شرح و بررسی آن فرصت جداگانه‌ای را می‌طلبد. در حقوق ایران نیز طرق جبران مدنی و کیفری نقض حقوق ناشی از ثبت علامت تجاری در قانون ثبت علائم و اختراعات و آئین‌نامه اصلاحی آن و همچنین مقررات جزایی پیش‌بینی شده است که در ذیل بدان پرداخته می‌شود.

#### ۱-۴-۱- جبران مدنی

۱-۴-۱-۱- چه محکمه‌ای صلاحیت رسیدگی به دعاوی حقوقی یا جزایی را دارد؟  
در حقوق ایران مطابق ماده ۴۶ قانون ثبت علائم و اختراعات رسیدگی به دعاوی حقوقی یا جزایی مربوط به اختراع یا علامت تجاری در محاکم تهران به عمل خواهد آمد هر چند در مورد دعاوی جزایی، جرم در خارج از تهران واقع یا کشف یا متهم در

1- Remi J. Turcon, op.cit.246.

2- W.R.Cornish, Intellectual Property, op.cit. 41-54.



خارج از تهران، دستگیر شده باشد. در چنین مواردی، تحقیقات مقدماتی در محل وقوع یا کشف جرم یا دستگیری متهم به عمل می‌آید و پرونده پس از تکمیل تحقیقات برای رسیدگی به محاکم تهران ارجاع می‌شود.

#### ۴-۱-۲- چه خساراتی قابل مطالبه است؟

طبق ماده ۴۹ قانون فوق الذکر، خساراتی که خواه از مجرای حقوقی و خواه از مجرای جزایی در دعاوی مربوط به اختراعات و علائم تجاری مطالبه می‌شود شامل ضررهای وارده و نیز منافعی خواهد بود که طرف از آن محروم شده است. بر اساس مواد ۵۱۵، ۵۲۰ قانون آئین دادرسی دادگاههای عمومی و انقلاب در امور مدنی پرداخت خسارت منوط به اثبات ورود خسارت است، اعم از اینکه عمد وجود داشته یا نداشته باشد. به عبارت دیگر دادگاه در صورتی حکم به جبران خسارات خواهد داد که مدعی خسارت ثابت کند ضرر به او وارد شده و این ضرر بی واسطه ناشی از استفاده غیر مجاز از علامت تجاری بوده است طبق این مواد، ضرر ممکن است فوت شدن منفعتی باشد که در صورت عدم استفاده غیر مجاز از علامت تجاری می‌توانست حاصل شود. با این حال آنچه که محاکم ایران بر آن عمل می‌کنند، قواعد اتلاف و تسبیب در قانون مدنی می‌باشد و لذا حکم به پرداخت خسارت، صرفاً خسارات محقق و مستقیم را شامل می‌شود و از این حیث دامنه ماده ۴۹ قانون ثبت علائم و اختراعات در زمینه ضرر ناشی از عدم النفع محدود می‌شود.

#### ۴-۱-۳- دستور موقت

طبق مواد ۶۳ و ۶۴ آئین نامه اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات، در دعاوی اقامه شده راجع به حقوق حاصل از ثبت علامت تجاری یا حق اختراع، معترض می‌تواند در هر موقع از مراجع قضایی که موضوع در آنجا مطرح است، صدور دستور موقت برای عدم ساخت، فروش یا ورود اجناس تقلبی، تقلیدی یا توقیف آنها را تقاضا کند و مراجع قضایی مزبور موظفند نسبت به تقاضای وی موافقت نمایند. مطابق ماده ۶۵ آئین نامه فوق الاشاره، معترض بایستی ظرف ۱۰ روز پس از تامین یا توقیف

مذکور، دعوی اصلی خود را اقامه کند، در غیر این صورت تامین یا توقیف انجام شده باطل می‌گردد و معترض مسئول خسارات طرف دیگر خواهد بود.

#### ۲-۴- جبران کیفری

جبران کیفری، در کنار جبران مدنی در رسیدگی به موارد نقض حقوق مالکیت صنعتی در قانون ثبت علائم و اختراعات پیش‌بینی شده و هر دو می‌تواند در یکی از شعب دادگاههای عمومی تهران به عمل آید. بدیهی است رجوع اولیه به محاکم حقوقی، حق طرح دعوی کیفری را ساقط می‌کند، مگر ابتدا دعوی کیفری طرح و سپس مطالبه خسارت شود. در قانون ثبت علائم و اختراعات هیچ‌گونه مجازات از پیش تعیین شده‌ای برای موارد تقلب یا سرقت حق مالکیت صنعتی وجود ندارد، لذا دادگاه رسیدگی کننده خود در این زمینه با توجه به شدت جرم و با استفاده از سایر مقررات جزایی تصمیم خواهد گرفت. در قانون مجازات سابق، علاوه بر ماده ۲۴۹ (که مربوط به مجازات کسانی است که به حقوق انحصاری افراد تجاوز می‌کنند، خصوصاً بند الف آن که مربوط به جعل علامت و استفاده از علائم تجارتي مجعول و غیره است) مجازاتی برای دسیسه و تقلب در کسب و تجارت وجود داشت که در ماده ۲۴۴ همان قانون تحت عنوان رقابت مکارانه مندرج بود. با توجه به مجازاتهای پیش‌بینی شده در دو ماده فوق‌الذکر دیگر احتیاجی به تعیین مجازات در خود قانون ثبت علائم و اختراعات وجود نداشت، لیکن در قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵/۳/۲ مجازاتی برای دسیسه و تقلب در کسب و تجارت پیش‌بینی نشده است و با توجه به اصل قانونی بودن جرم و مجازات هر چند تعقیب کیفری و مسئولیت جزائی افرادی که حق مالکیت صنعتی را مورد سرقت قرار داده یا به شبیه سازی و جعل یا تقلید از آن می‌پردازند در قانون ثبت علائم و اختراعات اشاره شده، اما به علت عدم پیش‌بینی مجازات در قانون مجازات اسلامی به نظر می‌رسد که نمی‌توان برای مرتکبین آن مجازاتی تعیین کرد. از این روی شایسته است که مقنن در این خصوص با اصلاح قانون ثبت علائم و اختراعات، مجازات مرتکبین به

سرقت یا تقلب در حقوق مالکیت صنعتی را تعیین نماید.<sup>۱</sup>

## نتیجه

حمایت از علائم تجاری و تنظیم قواعد آن بخشی از حقوق مالکیت صنعتی است که خود به همراه حقوق آفرینش‌های فکری Copyright Law و حقوق مربوط به رقابت ناعادلانه Unfair Competition Law اجزای تشکیل دهنده حقوق مالکیت معنوی را تشکیل می‌دهند. نقش موثر مالکیت معنوی در تجارت جهانی و سهم چشمگیر آن در رقابت بین‌المللی و افزایش قدرت چانه‌زنی دولتها توجه جامعه جهانی را به حمایت شدیدتر از دارندگان حقوق مالکیت معنوی (که همان صاحبان تکنولوژی هستند) جلب کرده است. نظام حمایتی از حقوق مالکیت معنوی در حقوق ملی کشورها بازتابی است از درجه حمایت بین‌المللی از این حقوق که معمولاً به شکل معاهدات بین‌المللی تجلی می‌یابد. نظام بین‌المللی حمایت از حقوق مالکیت معنوی با تصویب دو کنوانسیون ۱۸۸۳ پاریس و ۱۸۸۶ برن در قرن نوزدهم شروع شد. بعدها با ایجاد سازمان جهانی حقوق مالکیت معنوی (WIPO) این تلاشها شدت گرفت و در سالهای اخیر، موضوع حمایت از حقوق مالکیت معنوی در دستور کار گات قرار گرفت که نهایتاً پس از کشمکش‌های فراوان منجر به تصویب مجموعه مقررات مستقل و ضمیمه سند اصلی گات در دور اروگوئه گردید. این مقررات که مکمل کنوانسیونهای پاریس و برن است به سند تریپز TRIPS مرسوم است. ایران یکی از اعضای کنوانسیون پاریس است، اما تاکنون به کنوانسیون برن و سازمان تجارت جهانی نپیوسته است.

۱- با تصویب قانون مجازات اسلامی در ۱۳۷۵/۳/۲ خصوصاً کتاب پنجم آن تحت عنوان «تعزیرات و مجازاتهای بازدارنده» این قانون جانشین قانون تعزیرات اسلامی سابق شد. در قانون تعزیرات سابق مواد ۱۲۱ الی ۱۲۵ می‌توانست خلاء موجود در زمینه تعیین مجازات برای مرتکبین به سرقت یا تقلب در حقوق مالکیت صنعتی را پر نماید و تا حدودی جانشین مواد ۲۴۴، ۲۴۹ قانون مجازات عمومی سابق شود ولی با تصویب قانون مجازات اسلامی این مواد حذف گردید. با این حال برخی از حقوقدانان با استناد به ماده ۷۲۹ قانون مذکور که مقرر نموده «کلیه قوانین مغایر با این قانون از جمله قانون مجازات عمومی مصوب ۱۳۰۴ و اصلاحات و الحاقات بعدی آن ملغی است» استدلال می‌کنند که مواد ۱۲۱ الی ۱۲۵ قانون تعزیرات سابق به قوت و اعتبار خود باقی است و مغایر با قانون مجازات اسلامی نمی‌باشد در مقابل برخی دیگر اینچنین استدلال می‌کنند که با توجه به اصل قانونی بودن جرم و مجازات چنانچه مقنن نظر به مجازات این دسته از افراد داشت مواد ۱۲۱ الی ۱۲۵ را در قانون مجازات جدید مسکوت نمی‌گذاشت.

هر چند پیوستن ایران به مقررات کنوانسیون پاریس به سال ۱۳۳۸ قطعی شد، اما سابقه وضع مقررات در خصوص حقوق مالکیت صنعتی به سال ۱۳۰۴ باز می‌گردد. بعدها و به سال ۱۳۱۰ قانون ثبت علائم و اختراعات در سه فصل و ۵۱ ماده به تصویب رسید و قانون سال ۱۳۰۴ نسخ گردید و هم اکنون نیز آن قانون معتبر و لازم الاجرا می‌باشد. بنابراین، مقررات معتبر کنونی در حقوق ایران در خصوص علائم تجاری، همان قانون ثبت علائم و اختراعات سال ۱۳۱۰ و مقررات کنوانسیون پاریس می‌باشند.

بررسی مواد قانون ثبت علائم و اختراعات به ما نشان داد که این مقررات با آنکه نزدیک به هفتاد سال از عمر آن می‌گذرد، می‌تواند وسیله‌ای نسبتاً مناسب در جهت حمایت از حقوق دارندگان مالکیت معنوی باشد و کمبودهای آن نیز تا حدودی توسط مقررات مؤخر التصویب یعنی قانون الحاق دولت ایران به عهدنامه پاریس و اصلاحات بعدی آن جبران گردیده لکن، پیشرفت جوامع و گستردگی فن‌آوری و ظهور زمینه‌های جدید در عرصه حقوق مالکیت معنوی و همچنین نیاز شدیدتر به حمایت بیشتر از حقوق دارندگان مالکیت معنوی ما را بر این باور رهنمون می‌سازد که مقررات فوق‌الذکر باید با بررسی دقیق و کارشناسانه و با در نظر گرفتن سایر قوانین همچنین استانداردهای تعیین شده توسط مقررات تربیز مورد بازبینی و تجدید نظر قرار گیرد. به عنوان مثال با آنکه جبران کیفری در کنار جبران خسارات مدنی در رسیدگی به موارد نقض حقوق مالکیت صنعتی در قانون پیش‌بینی شده و هر دو می‌توانند در یکی از شعب دادگاههای عام به عمل آید، لیکن هیچ‌گونه مجازات از پیش تعیین شده‌ای برای موارد تقلب یا سرقت حق مالکیت صنعتی در قانون فوق‌الذکر مقرر نشده است. این نقض در قانون مجازات سابق در مواد ۲۴۴ و ۲۴۹ جبران گردیده بود، لیکن در قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵ چنین مجازات و عنوان مجرمانه‌ای پیش‌بینی نشده است.

## فهرست منابع

### A. BOOKS

- 1- Blakeney, Michael, Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights: A Concise Guide to the TRIPs Agreement, London, Sweet & Maxwell, 1996.
- 2- Brooke, Michael Z & John M. Skilbeck, Licensing, England Gower Publishing Limited, 1994
- 3- Cornish, W.R., Cases and Materials on Intellectual Property, London, Sweet & Maxwell, Third Edition, 1996.
- 4- Cornish, W.R, Intellectual Property, London, Sweet & Maxwell, Second Edition, Third Indian Reprint, 1995.
- 5- Korah, Valentine, Cases and Materials on E.C. Competition Law, London, Sweet & Maxwell, 1996.
- 6- Nair. K.R.G & Ashok, Kumar. (ed), Intellectual Property Rights, New Delhi, Allied Publishers Limited, 1994.
- 7- Sangal, P.S. & K, Ponnuswami. (ed), Intellectual Property Law, New Delhi, R.K. Naroola, 1994.
- 8- Turcon, Remi J, Foreign Direct Investment in the United States, London, Sweet & Maxwell, 1993.

### B. UNITED NATIONS PUBLICATIONS & INTERNATIONAL CONVENTIONS AND TREATIES

- 9- GATT, Agreement in Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, Including Trade in Counterfeit Goods' 33 International Legal

Material 1994.

- 10- UNCTAD, Proceedings of the Seminar on Technology Selection Acquisition and Negotiation, UNCTAD/ITP/TEC/22, 1991.
- 11- WIPO, Background Reading Material on Intellectual Property, No. 659(E), 1988.
- 12- WIPO, Working Group of the Model Law for Developing Countries on Inventions and Know-how, WG/ML/INV/VII/1, 1977.

#### C. ARTICLES

- 13- Bilzi, Carol J., "Towards an Intellectual Property Agreement in the GATT: View from the Private Sector", (1989) 19 Georgia Journal of International and Comparative Law.
- 14- Daniel Jr, Al. J., "Intellectual Property in the Uruguay Round the Dunkel Draft and a Comparison of United States Intellectual Property Rights, Remedies and Border Measures", (1993) 25 Journal of International Law and Politics.

ب: منابع فارسی

- ۱۵- برنادی، آلبرت، «دو موضوع قابل بحث»، مجله کانون وکلای دادگستری، شماره ۱۲۲.
- ۱۶- دوستی، نصرت‌اله، راهنمای ثبت شرکتهای تجاری، تهران، نشر حقوقدان، چاپ اول، تابستان ۱۳۷۶.
- ۱۷- لاهیجی، عبدالکریم، «دعوی عدم استفاده از علامت تجاری»، مجله کانون وکلای دادگستری شماره ۱۲۴.