

Exceptions and the system of compensation for damages resulting from infringement of the rights of the trademark owner

Mohammad Karami¹, Seyyed Mehdi Mirdadashikari^{*2}, Ali Rostamifar³

Received: 19/1/2025 Accepted: 19/9/2025

Abstract:

Trademarks are one of the most important examples of intellectual property rights protected by the legislator. Trademark infringement means that the infringer performs actions that cause similar goods or services to deceive the consumer. In some cases, these actions may not be considered infringement and, as a result, may not be subject to the system of compensation for damages resulting from trademark infringement protected by the legislator. This importance has led to the creation of special examples in trademark infringement, including exceptions and methods of compensation. This research, which was compiled using a descriptive analysis method, showed that in the system of compensation for damages resulting from trademark infringement in Iranian law and international documents, two types of security or temporary and precautionary measures are used, which themselves have different judicial procedures. However, issuing an order for compensation for damages resulting from trademark infringement requires the courts to comply with certain conditions, which practically limits the courts to provide judicial protection in order to combat trademark infringement. These limitations will include specific methods of compensation for damages as well as exceptions to the violation and, consequently, compensation for damages resulting from it (such as those provided for in the TRIPS Agreement).

Keywords: Trademarks, infringement, registration, compensation, intellectual property, similar goods; similar services.

1. PhD Student in Private Law, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran
karami.mohammad1350@gmail.com

2. Department of Law, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran (Corresponding Author) . email: sm.mirdadashi1351@iau.ac.ir

3. Department of Law, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran
arq119@yahoo.com

استثنائات و نظام جبران خسارت ناشی از نقض حقوق دارنده علامت تجاری

محمد کرمی^۱، سید مهدی میرداداشی کاری^{۲*}، علی رستمی فر^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۶/۲۸

چکیده

علائم تجاری به عنوان یکی از مهمترین مصادیق حقوق مالکیت فکری مورد حمایت قانونگذار است. نقض علامت به این معناست که ناقض، اعمالی را انجام دهد که کالا یا خدمات مشابه، موجب اغفال مصرف کننده قرار گیرد. در برخی موارد، این اعمال ممکن است نقض تلقی نگردد و در نتیجه مشمول نظام جبران خسارت ناشی از نقض علامت مورد حمایت قانونگذار قرار نگیرد. این اهمیت سبب ایجاد مصادیق ویژه در نقض علائم، اعم از استثناء و شیوه جبران خسارت شده است. این پژوهش که به روش توصیفی تحلیلی گردآوری شده است نشان داد در نظام جبران خسارت ناشی از نقض علامت تجاری در حقوق ایران و اسناد بین المللی به دو گونه اقدامات تأمینی یا موقت و احتیاطی عمل می شود که خود، دارای رویه های قضایی مختلفی می باشد. با وجود این، صدور حکم به جبران خسارت ناشی از نقض علامت تجاری رعایت شرایطی توسط دادگاهها الزامی می باشد که عملاً دادگاه ها را جهت حمایت های قضایی در راستای مقابله با نقض علامت محدود می کند. از جمله این محدودیتها شیوه های خاص جبران خسارت و نیز استثنائات وارده به نقض و در نتیجه، جبران خسارت ناشی از آن خواهد بود (مانند آنچه که در موافقت نامه تریپس پیش بینی شده است).

واژگان کلیدی: علائم تجاری، نقض، ثبت، جبران خسارت، مالکیت فکری، کالا، خدمات مشابه.

۱. دانشجوی دکترای حقوق خصوصی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران
karami.mohammad1350@gmail.com

۲. دکترا، دانشیار، گروه حقوق، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران (نویسنده مسئول)
sm.mirdadashi1351@iau.ac.ir

۳. دکترا، استادیار، گروه حقوق، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران
arq119@yahoo.com

در دنیای کنونی که اغلب دارایی های مادی از حالت فیزیکی به شکل ناملموس درآمده اند، «تولید علم»^۱ نقش اساسی را در علم اقتصاد، حقوق اموال و حمایت از این دارایی ها را بر عهده دارد^۲ از این رو، قانونگذاران ملی و بین المللی و نیز دولت ها در عرصه صیانت از این اموال به جهت ماهیت خاص آنها نقشی مهم و غیرقابل انکار ایفا خواهند کرد؛ نهادهای حمایتی، از یک سو باید فضای مناسبی ایجاد کنند تا تولیدکنندگان علم و دانش (پدیدآورندگان آثار فکری) بتوانند با اطمینان خاطر از تضمین دارایی های خویش بتوانند فعالیت کنند و از نتایج تولیدات فکری خود منتفع شده، به توسعه هر چه بیشتر دانش بپردازند و از دیگر سو، حمایت از آن ها نباید بگونه ای تفسیر شود که فضا برای رشد علمی محدود شود، زیرا همواره پیشرفت و توسعه فناوری در یک قلمروی علمی مشخص، بر استفاده از آثار پدیدآورندگان پیشین استوار است. در واقع، این تولیدات علمی باید جنبه نوآوری داشته باشند، زیرا یکی از شرایط اساسی در حمایت از آثار فکری، ابتکار، نوآوری و جدیدبودن اثر تولید شده است. بنابراین، به منظور رسیدن به این اهداف، ابزار حقوقی ویژه ای نیاز است؛ ابزاری که برای حمایت از تراوشات فکری بشر در حوزه های صنعت به معنای عام واژه، نقش تعیین کننده و بنیادین داشته باشد که محل بحث «حقوق مالکیت معنوی»^۳ است^۴.

بدین سان مقررات مختلفی در ایران در مورد ثبت، ساماندهی، حمایت و تضمین حقوق مالکیت فکری اشخاص تدوین و تصویب شده است؛ از جمله مهم ترین این مقررات، قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰ و آیین نامه اصلاحی آن مصوب ۱۳۳۸ است که به حق مخترع و مالکیت فکری در حوزه صنعت و تجارت می پردازند. همچنین سند بین المللی معروف به «اتحادیه پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی و تجارتي و کشاورزی»^۵ است که دولت وقت ایران در سال ۱۳۳۷ شمسی به آن ملحق گردیده، از دیگر اسناد بین المللی ایران در این زمینه است.

1-Production of Science.

2- Intellectual Property Rights.

3-Paris Union for the Protection of Industrial Property and Trade and Agriculture.

۴. (فخاری، ۱۳۹۹: ۲۴۹)

۵. (نظام الملکی و مؤذن زادگان، ۱۳۹۷: ۲۳۵)

در زمینه حقوق مؤلف و هنرمندان نیز قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ و آیین نامه اجرایی آن مصوب ۱۳۵۰ در کنار «قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی» مصوب ۱۳۵۲ از منابع قانونی در حقوق ایران در این زمینه است. با این حال از مهم ترین قوانینی که در سال های اخیر به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده است قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجارتي مصوب ۱۳۸۶ و «قانون حمایت از نشانه های جغرافیایی» مصوب ۱۳۸۳ است. واضح است که منظور از وضع هر یک از این مقررات، حمایت از اموال فکری اشخاص است؛ بنحوی که هرگونه نقض حقوق مربوط به آنها، بنحو مؤثری پاسخ داده شود. البته نباید از نظرها چنان دور پنداشت که هر یک از مقررات مذکور، حمایت از مالکیت فکری (علائم تجاری) را منوط به شرایطی کرده است که نوآوری و ابداع علمی / فکری اثر از جمله مهمترین و در عین حال، کلیدی ترین شرط ثبت اثر (علامت تجاری) خواهد بود. با وجود این که هدف اساسی حمایت از حقوق مربوط به مالکیت فکری خصوصاً علائم و نشان های تجاری، تقویت خلاقیت فناوری و نوآوری علمی است که معمولاً منافع اقتصادی حاصل از آن، سود سرشاری برای صاحبان این نشان ها به ارمغان می آورد، ولی سوءاستفاده های تجاری ناشی از نقض این نشان ها می تواند زیان های انبوهی نیز به واسطه نقض حقوق مزبور از طریق عدم وجود قوانین مؤثر، کارآمد و حمایت کننده به جامعه تحمیل نماید^۱ شاید به این خاطر است که همواره نویسندگان و صاحب نظران اعتقاد دارند «مالکیت معنوی برای هر تجارت و کسب و کاری یک دارایی نامشهود، اما ارزشمند است که باید از آن محافظت شود تا مزیت رقابتی کسب و کار در بازار افزایش یابد»^۲ در واقع امر، اموال فکری و در رأس آنها علائم تجاری (خصوصاً در ارائه خدمات و تولید کالا و محصولات تجاری شده) به ارائه دهندگان خدمات و تولیدکنندگان کالا کمک می کنند تا با استفاده از آنها کالا و خدمات خود را در بازارهای داخلی و بین المللی بسهولت به عموم کاربران معرفی نموده و یا از سایر محصولات یا خدمات مشابه در بازار قابل تمایز و شناسایی گردند^۳

با این وجود، به نظر می رسد مصادیق نقض حقوق مربوط به اموال فکری مربوط به علائم تجاری در قوانین مربوط به حقوق اموال در ایران به روشنی تعیین نشده و

۱. (میرشمسی؛ جلائیان دهقانی و تیموری، ۱۳۹۳: ۷۲ و احمدیان، ۱۴۰۰: ۷۲۸)

۲. (حمید: ۱۴۰۰: ۱۸۵)

۳. (محمودی، ۱۳۹۱: ۱۰۴)

اگر این ویژگی‌ها و مصداق‌های نقض حق ذکر می‌شد، این رویکرد به طور مشخص می‌توانست به دادرسان دادگاه‌ها در پرونده‌هایی که حکایت از نقض مالکیت فکری مربوط به این دارایی‌ها باشد، کمک مؤثری نماید تا ضمن اینکه وظایف قضایی خود را برای شناخت بهتر و دقیق‌تر جرائم مرتبط با نقض حقوق مربوط به اموال فکری بهتر انجام نمایند. همچنین نسبت به پیمایش کیفی و ویژگی‌های مورد نظر آن‌ها، در زمینه‌های ایمنی داده‌ها، سلامت و کیفیت کالاها و خدمات، و از طرفی تبیین نقض حقوق مربوط به علائم تجاری توانمند سازند^۱ بگونه‌ای که این توانمندسازی قادر باشد کمک مؤثری در حمایت از حقوق اشخاص در حوزه مالکیت فکری ایفا نماید. از این رو، ضرورت ایجاب می‌نماید تا ضمانت اجراهای قوی، بازدارنده و گسترده‌تری وجود داشته باشند که از نقض حقوق دیگران جلوگیری نموده و از سوی دیگر مصادیق نقض در قانون تصریح و تبیین شود تا با استناد به اصل قانونی بودن جرم تصمیمات سلیقه‌ای اعمال نگردد. ضمانت اجراهایی که بنحو مؤثر، ضمن حمایت حداکثری از حقوق معنوی دارنده (صاحبان) علائم تجاری، هرگونه نقض این حقوق را بنحو کافی و وافی، در حکم قضایی بطور کامل جبران شده تلقی گردد. بنابراین همواره این پرسش مطرح می‌باشد که دادگاه‌ها (با امعان نظر در قوانین و مقررات موضوعه) چگونه خواهند توانست کلیه حقوق مربوط به اشخاص را در حوزه مالکیت فکری و مشخصاً حقوق علائم تجاری، اعم از حقوق مادی و معنوی جبران نمایند؛ بنحوی که هیچ‌گونه خسارت جبران نشده‌ای در این میان، باقی نماند (با لحاظ ارزش ویژه علائم تجاری خصوصاً برندها) البته از سازوکارهای قانونی نمی‌توان بسادگی گذشت، زیرا بدون هیچ‌گونه تردیدی بدون وجود نص معتبر قانون، دست دادرسان دادگاه‌ها در صدور حکم به جبران خسارت و مقابله قضایی با اشخاص نقض کننده حقوق معنوی دیگران با تعذر مواجه است. بنابراین، این نقیصه ابتدا می‌بایست توسط قانونگذار با وضع و تصویب قوانین و مقررات رفع گردد، سپس دادگاه‌ها به استناد آن، در واکنش به هرگونه نقض علائم تجاری و حقوق مربوط به آن، حکم به جبران خسارات وارده دهند. همچنین، در برخی موارد حمایت از علائم تجاری با توجه به استثنائات وارده به موضع نقض که مورد شناسایی برخی اسناد بین‌المللی قرار نگرفته است، در عمل سبب شده است که برخی موارد نقض بی پاسخ مانده و حقوق مالکانه اشخاص نسبت به علائم نقض شده با حمایت کافی تضمین نگردد.

اول: مفهوم و انواع علائم تجاری

۱-۱: مفهوم علامت تجاری

در خصوص تعریف «علامت تجاری» تقریباً میان نویسندگان اتفاق نظر وجود دارد که علامت تجاری، نوعی نشان جهت متمایز کردن محصولات و خدمات یک تولید کننده و یا ارائه دهنده خدمات می باشد^۱ ماده ۱ قانون ثبت علائم و اختراعات ۱۳۱۰ «علامت تجاری» را هرگونه نشان اعم از طرح، نقش، تصویر، رقم، حرف، عبارت، مهر یا لفاف می داند که برای تمییز و تشخیص محصول صنعتی، تجاری و کشاورزی استفاده می گردد. با وجود این، با تأسی از اسناد بین المللی باید دیگر مصادیق علائم تجاری مانند صدا، بو و رایحه را نیز داخل در این قلمرو برشمرد^۲ بنابراین، باید چنین پنداشت که علامت تجاری «هرگونه نشانه برای تمییز یا تشخیص کالاها یا خدمات ارائه شده توسط شرکت ها یا تولیدکنندگان است بگونه ای که این علائم از نمونه های مشابه دیگر قابل تمایز باشد».

۲-۱: انواع علائم تجاری

اصولاً «علائم تجاری» برای بازکاوی منبع محصولات و خدمات در جامعه بکار می رود، بدینسان علائم تجاری امروزه از معمولی ترین نشان های قابل تصدیق توسط برخی قوانین خارجی پیشگام در حمایت از مالکیت فکری از جمله قانون علائم تجاری کشورهای ایالات متحده آمریکا، کانادا و انگلستان است. از این رو، می توان در تقسیم بندی علائم به سه نوع علامت تجاری عمده اشاره نمود: ۱- علامت مربوط به خدمات، ۲- علامت جمعی، و ۳- علامت تصدیقی.

به طور کلی علامت خدمت یا ارائه خدمات برای معرفی خدمات خاص استفاده می شود و از آن ها نیز به عنوان علامت تجاری جهت مبادلات فیزیکی بهره برداری می شود. البته حمایت از علائم تجاری در بازارهای مبادلات کالا و ارائه خدمات می تواند در قالب گروه ها و گونه های مختلف از جمله روش ها و ابزارهای ارتباطی، شامل حروف، واژگان، نام ها، اختصارات، مخفف ها، امضاء، طرح، لفاف، عبارات،

۱. (حمید: ۱۴۰۰: ۱۸۵)

۲. (شمس، ۱۳۸۲: ۳۶)

شعارها، عناوین، سمبل‌ها، اعداد، لوگو، ابزار، علامت یا ویژگی‌های شخصیتی، تصاویر، برجسب‌ها، شکل‌ها، بسته‌ها و اشکال مختلف کالاها و حتی طرح‌های ساختمان‌ها، پیش‌بینی شود^۱ با وجود این، به سبب گستردگی و در عین حال برخی ابداع و نوآوری‌ها در زمینه مالکیت صنعتی، امروزه علامت تجاری می‌تواند نام یک برند، تجارت لباس علامت خدمات، علامت تصدیقی یا علامت جمعی باشد^۲

در قوانین مربوط به حقوق مالکیت فکری بسیاری از کشورها، خصوصاً کشورهای پیشگام در حمایت از مالکیت صنعتی، علائم تجاری را در قالب کلمات، نام‌ها، حروف، اعداد و یا ترکیبی از آن‌ها پذیرفته شده است، با این وجود در همه عناوین ارائه شده در این زمینه، این موضوع تصریح گردیده که اینگونه علائم باید قابلیت تمایز بخشی و تشخیص یک کالا یا محصول مشخص از اشباه و نظایر آن در بازارهای عرضه و تقاضا را داشته باشند. بر این اساس، علائم تجاری از اشکال مختلفی قابلیت تقسیم‌بندی خواهند داشت؛ مثلاً گفته شده است که علائم تجاری می‌توانند در نماد علائم صنعتی باشند (این محصولات می‌تواند یک کالا تمام شده یا ناتمام باشد، هر چند که یک کالای تجاری ممکن است طی فرآیندهای مختلف تکوین، چندین نشان و یا علامت متعلق به سازندگان گوناگون را به همراه داشته باشد).

با امان نظر در قوانین و مقررات مرتبط با علائم تجاری بوضوح می‌توان دریافت که طبقه‌بندی کلی علائم تجاری به دوگونه علائم مرئی و علائم نامرئی صورت می‌گیرد. در نوع نخست که مطابق بند الف ماده ۳۰ قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری نشان قابل رؤیت نامیده شده‌اند (با لحاظ موافقتنامه مادرید در خصوص ثبت بین‌المللی علائم) «کلمه»، «حرف و عدد»، «رنگ»، «تصویر و نقش»، «علامت سه بعدی»^۳ و «علامت جمعی»^۴ جای خواهند گرفت و در خصوص گونه دوم باید چنین پنداشت که چنین علائمی مطابق حقوق ایران قابل ثبت و در نتیجه قابل حمایت قانونی نخواهند بود زیرا مطابق ماده ۳۰ از قانون مرقوم قابل رؤیت بودن علامت شرط ثبت آن است، در حالی که طبق بند ۴ ماده ۹ موافقتنامه مادرید و پروتکل آن علائم صوتی نیز قابل ثبت و در نتیجه حمایت قانونی خواهند بود.

۱. (وطن دوست، ۱۳۹۹: ۲۲۳)

۲. (امینی و خدادادی، ۱۳۹۷: ۱۶-۱۵)

۳. (ماده ۵ کنوانسیون پاریس و ردیف ۸ از بند ۴ ماده ۹ موافقتنامه مادرید و پروتکل الحاقی آن)

۴. (بند ۱ ماده ۷ مکرر کنوانسیون پاریس راجع به علامت جمعی)

دوم: حقوق انحصاری مالک علامت تجاری

حقوق انحصاری عموماً در برخی از نظام های حقوقی برای مالکان علائم تجاری ثبت شده و بعضاً حتی صاحبان علائم تجاری ثبت نشده تحت شرایطی حق انحصاری و ممانعت از بهره برداری برای اشخاص ثالث ایجاد نموده و آنها را به کسب موافقت از آنان برای استفاده تجاری از علائم یکسان یا مشابه برای کالاها یا خدمات یکسان و یا مشابه ملزم می نمایند (همان). از آنجائیکه احتمال سردرگمی در استفاده از علائم یکسان برای کالاها و خدمات مشابه مفروض می باشد^۱، بدیهی است استفاده از اینگونه علائم نباید منجر به سردرگمی مصرف کنندگان کالاها یا خدمات شود این موضوع در موافقتنامه تریپس با بیان روشن مورد تأیید قرار گرفته و ضمن آنکه تصریح شده که این حقوق انحصاری به هیچ یک از حقوق مکتسبه قبل لطمه وارد نخواهد کرد. همچنین، به حق تقدّم در استعمال آن بدون ثبت و همچنین حقوق اشخاص ثالث نیز اشاره نموده است^۲ البته باید بیان داشت که این حقوق (حقوق انحصاری یا منحصر) برای صاحبان / دارندگان علائم تجاری، در کشورهای مختلف یکسان نیست و بر حسب قوانین و مقررات داخلی و الحاق به کنوانسیون های بین المللی حمایتی (مانند کنوانسیون برن و پاریس) متغیرند. جهت روشن شدن موضوع حقوق مربوطه را در ذیل خواهیم آورد.

۲-۱: حق بهره برداری انحصاری

اصولاً حقوق مربوط به مالکیت فکری یکی از مصادیق مهم حقوق انحصاری دارنده علامت تجاری ثبت شده نسبت به حق استفاده از علامت و کالاها یا خدماتی است که علامت مذکور به منظور نشان سازی آن محصولات یا خدمات قبلاً به تأیید رسیده است^۳ این حق حمایت ناشی از ثبت علامت بوده که به صاحب آن تعلق می گیرد که با حصر ماهیت، مفهوم می یابد و همواره شکلی از انحصار در همه دسته های این حقوق به چشم می خورد^۴ در خصوص علائم تجاری نیز حقوق انحصاری

۱. (Rt, Hon. Sie Robin Jacob Daniel, and Lindsay, ۲۰۰۴: ۱۰۳-۱۰۶).

۳. (امیری، ۱۳۸۸: ۸۷)

۴. (باقری و بابایی، ۱۳۹۰: ۸۷)

۵. (حمید، پیشین: ۱۹۱)

تخصیص یافته به دارنده آن در بکارگیری و استفاده انحصاری به نفع مالک علامت، و نیز امکان تصرف مالکانه در این حق خلاصه می شود و سایر حقوق همگی فرع بر این حق می باشند. در واقع، استفاده انحصاری از حقوق مربوط به این اموال، به معنای ایجاد حق برای دارنده علامت و منع اشخاص دیگر در بهره برداری های غیرقانونی می باشد. در ماده ۳۱ قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری حقوق انحصاری را به فردی می دهد که علامت را بر اساس مقررات به ثبت، رسانیده باشد. همچنین در ماده ۴۰ این قانون مقرر می دارد که حق بهره برداری از علامت برای صاحب علامت تجاری بوده و استعمال آن توسط دیگران را مشروط به موافقت مالک آن می داند^۱ مستفاد از این دو حکم قانونی، واضح است که حمایت های انحصاری از علامت تجاری از دیدگاه قانونگذار ایرانی، در این مورد منع می کند. همچنین، در این راستا صرفاً حق انحصاری را برای دارنده حقوق چنین علامت تجاری به رسمیت می شناسد.^۲

۲-۲: حق منع استفاده دیگران

حق انحصاری علاوه بر جنبه های مثبتی که برای آن قبلاً مطرح شد، دارای جنبه های منفی نیز می باشد. این موضوع بدان معناست که مالک علامت تجاری ثبت شده می تواند استفاده دیگران از علامت تجاری ثبت شده را مانع شود. به عبارت دیگر، استفاده از علامت تجاری ثبت شده توسط اشخاص ثالث صرفاً با تأمین و اخذ رضایت کتبی از مالک علامت یا قائم مقام قانونی وی امکانپذیر است و چنانچه شخص ثالث بدون اخذ رضایت از صاحب علامت، آن را مورد بهره برداری قرار دهد، اقدام وی دارای «وصف مجرمانه» است^۳ همچنین، بنابر مفهوم ماده ۶ مکرر موافقتنامه پاریس و بند «ه» از ماده ۳۲ قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری سال ۱۳۸۶ در خصوص حمایت های انحصاری از علامت تجاری اینگونه استنباط نمود که قانونگذار به جای حمایت ایجابی از روش های حمایتی سلبی سود جسته و با منع ثبت علامت مشابه حق انحصاری را صرفاً به دارنده آن علامت اختصاص داده است، یعنی از طرفی دیگران را از ثبت علامت مشابه جلوگیری نموده و از سوی دیگر نسبت به بهره برداری و استفاده آنها بدون اجازه صاحب علامت منع کرده است^۴

۱. (اصلانی، ۱۳۸۹: ۵۷)

۲. (حمید، حقوق حمایتی و انحصاری مالکان علائم تجاری، ۱۴۰۰: ۴)

۳. (میرحسینی، ۱۳۹۰: ۳۳۹)

۴. (صادقیان، پیشین: ۴۳)

سوم: اعمال ناقض حقوق دارنده علائم تجاری و استثنائات آن

کسب حقوق مالکیت معنوی در صورتی که بطور مؤثر از حیث اجرای مورد حمایت قرار نگیرند دارای ارزش اقتصادی کمتری است. به عبارت دیگر، اعتبار و ارزش سیستم حقوق مالکیت معنوی تا حد قابل توجهی به قابلیت اجرای آن بستگی دارد. ساز و کار مناسب اجرایی برای حقوق مالکیت معنوی در واقع، مؤثر ترین وسیله و ابزار برای جلوگیری از نقض حقوق یاد شده است و می تواند حقوق صاحبان حق، اجتماع و عموم را که از نظام مالکیت معنوی و منابع آن بهره مند می شوند را تضمین و تأمین نماید^۱ این اعمال و استثنائات آنها را می توان چنین بر شمرد:

۳-۱: اعمال ناقض حقوق دارنده علائم تجاری

بجهت جلوگیری از نقض حقوق صاحبان علائم تجاری نیاز به ساز و کارهای حقوق و عوامل بازدارنده می باشد، چرا که برخی از مردم به حقوق دیگران احترام نمی گذارند که این موضوع خود دلایل و علل مختلف را بدنبال دارد. از جمله علل نقض حقوق دیگران می توان به حرص، طمع، نیاز، عدم آگاهی و سوءنیت اشاره نمود که دامنه این بی احترامی ها و نقض حقوق دیگران اغلب بسیار متنوع و گسترده می باشد.

در حقوق بین الملل، قبل از موافقتنامه تریپس معاهده بین الملل دیگری درخصوص تبیین اجرای حقوق مالکیت وجود نداشت و تدابیر اجرائی و قضائی برای تضمین مؤثر حقوق مالکیت معنوی به قوانین ملی کشورها محوّل شده بود. البته تریپس صرفاً در صدد آن است که هماهنگی لازم را بین دیدگاههای مختلف حقوق از قبیل حقوق عرفی و یا حقوق نوشته برقرار کند. اما بعنوان یک تعهد بین المللی به کشورهای عضو تکلیف کرده که برای تضمین اجرای حقوق مالکیت معنوی ساز و کارهای اجرایی مؤثری را در دسترس صاحبان حق قرار دهند تا بتوانند در هنگام مواجهه با هر اقدام نقض کننده، از حقوق مسلم خود دفاع نمایند^۲

۱. (همان: ۴۴۵)

۲. (همان: ۴۴۷)

۳-۲: مصادیق نقض فیزیکی علامت تجاری

نقض حقوق مالکیت معنوی در برخی از حوزه ها از جمله در حوزه های دارویی، بخش هایی از صنعت هواپیمایی و خودرو سازی اثر تعیین کننده و سهمی در سلامت و امنیت عمومی دارد. متأسفانه موارد نقض در این حوزه ها رو به افزایش است. به طوری که حدود پنج تا هفت درصد تجارت جهانی را محصولات تقلبی و ناقض مالکیت فکری تشکیل می دهند. همچنین، سازمان بهداشت جهانی حدود شش درصد از تولیدات دارویی موجود در بازار را نیز تقلبی اعلام کرده است^۱ با توجه به اهمیت و نقش بسزای حقوق مالکیت معنوی و تأثیر مهم و تعیین کننده ای که نقض آن بر سلامت جامعه و امنیت عمومی دارد، ضرورت ایجاد می نماید تا راهکارهای اجرایی مؤثر تری برای جلوگیری و ادامه نقض در قوانین ملی کشورها پیش بینی و تصویب گردد تا اینکه بتواند صاحبان حقوق مالکیت فکری تولیدکنندگان و بازرگانان را حمایت نموده و همچنین حقوق مصرف کنندگان را تضمین نماید.

اقتضای حقوق انحصاری قابل حمایت مالک(ان) علائم تجاری این است که دیگران را از هرگونه عملی که متضمن نقض یا تضعیف این حقوق بوده و یا موجب اشتباه سازی مصرف کنندگان کالا یا خدمات شده و منجر به رقابت مکارانه شود، منع نماید. به عبارت دیگر برای شناسایی اعمال نقض حق کافی است که کسی با نادیده گرفتن حقوق ناشی از ثبت علامت، حقوق دارنده آن را نقض نمایند. در اینجا برای این قبیل از اعمال ممنوع یعنی استعمال علامت به نحو غیر مجاز شرایطی وجود دارد که برخی از آنها را به شرح ذیل می باشند:

- ۱- استعمال علامت بر اساس ثبت نباشد، ۲- استعمال علامت بصورت واقعی باشد، ۳- استعمال علامت براساس رضایت دارنده حق نباشد، ۴- استعمال علامت بصورت تجاری، ۵- استعمال علامت بمنظور معرفی کالا یا خدمات باشد. از سوی دیگر برخی اعمال ممنوع و ناقض حق وجود دارند که قانونگذار تحت شرایطی آن

را در قالب استثنائات یا «استفاده منصفانه»^۱ و یا «استفاده غیرمجاز قابل قبول»^۲ تلقی نموده است. این استثنائات بصورت صریح در تریپس هم پذیرفت شده و اصولاً اینگونه علائم بصورت منصفانه و با حُسن نیت و از طریق کاملاً توصیفی و برای اطلاع رسانی مورد استفاده قرار می گیرند. البته این نکته را باید یاد آور شویم که نباید این گونه استفاده از حدودی که برای شناساندن شخص مؤسسه یا کالا و خدمات لازم است فراتر رود^۳ بدیهی است که اینگونه استثنائات دارای ویژگی های منحصر بفردی نیستند تا به جهت آن فقط در دنیای واقعی اعمال شوند، لذا اعمال آنها در فضای مجازی نیز قابل تصور خواهد بود. برخی از این استثنائات بدین شرح می باشند: ۱- استفاده غیر تجاری، ۲- استفاده از علامت ثبت شده توسط دارنده علامت مشهور، ۳- استفاده از یک علامت برای انتقاد از کالاهای تولیدی تحت پوشش یک علامت تجاری. از طرفی با توجه به قوانین و مقررات کشورها در موضوع حمایت از علائم تجاری که معمولاً در رابطه با نقض حقوق مربوط به این علائم می توان چنین پنداشت که تقریباً در همه کشورها از الگوی یکسانی پیروی می کنند، هر چند ممکن است برخی کشورها به دلیل عضویت در مقررات بین المللی از رویه هایی پیروی کرده اند که در راستای حمایت حداکثری از حقوق معنوی مربوط به این دارایی ها بهره بگیرند مانند کشورهای آلمان، انگلستان، فرانسه، اسپانیا و هلند که معمولاً از رویکردهای سختگیرانه ای نسبت به نقض حقوق معنوی مربوط به علائم تجاری پیروی کرده اند.

۳-۳: استثنائات وارده

حقوق انحصاری صاحب علامت تجاری بنا به مصالحی از قبیل کوتاهی در استعمال، منافع عمومی و با توجه به قوانین مالکیت صنعتی و قانون رقابت کشورها محدود گردیده است. کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی

1- Fair Use.

2- Acceptable Unauthorized Use.

۳. (اصلانی، ۱۳۸۸: ۶۲ و ۶۳)

اگر چه به بعضی از این محدودیت ها اشاره کرده است، لیکن در رابطه با استثنائات حقوق انحصاری به طور کلی مقرر ای ندارد، لیکن در موافقتنامه تریپس استثنائات محدودی را در خصوص حقوق انحصاری بیان نموده است. با توجه به مفاد فوق می توان شرایطی را که باید در اعمال محدودیت ها مورد لحاظ قرار داد، بدین شرح می باشند: ۱- استثنائات باید محدود باشند، ۲- استثنائات مغایرتی با استفاده معمولی از علامت ثبت شده نداشته باشد، ۳- استثنائات نباید به منافع مشروع مالک علامت تجاری ثبت شده لطمه وارد نماید^۱

چهارم: شیوه جبران خسارت ناشی از نقض علامت تجاری

مطابق اصل کلی نظام جبران خسارت در دارایی های نامشهود مانند نشان های تجاری، مهمترین ضمانت اجرای حقوقی الزام ناقض علامت به جبران کلیه خسارات وارده به صاحب علامت تجاری نقض شده می باشد. برای روشن شدن این موضوع در ذیل ابتدا به انواع خسارات ناشی از نقض علائم و سپس به شیوه جبران آن خواهیم پرداخت.

۴-۱: انواع خسارات ناشی از نقض علائم تجاری در حقوق ایران

خسارات ناشی از نقض حقوق معنوی مربوط به علائم تجاری را به طور کلی می توان در قالب ضررهای قابل مطالبه مادی و معنوی (مطابق قواعد عمومی مسئولیت) و نیز ضررهای مستقیم (بلاواسطه) و عدم النفع (تفویت منافع) تقسیم بندی نمود^۲

الف: خسارات مادی و معنوی

۱) خسارت یا ضرر مادی، گونه ای از خسارت تلقی می شود که به اعیان، منافع و حقوق مربوط به اموال وارد می آید و به عبارت دیگر زبانی است که به طور معمول قابل تقویم به پول باشد.

۲) خسارت معنوی، زبانی است که قابل ارزیابی به پول نبوده و صدمات و لطمات روحی و روانی را به آبرو، حیثیت، شخصیت، اعتبار تجاری و شغلی اشخاص وارد

۱. (میرحسینی، ۱۳۸۷: ۲۴۷ و ۲۴۸)

۲. (احسنی افروز، ۱۳۹۱: ۲۴۶ به بعد).

می‌نماید^۱ مطابق این دیدگاه «خسارت معنوی» اینگونه تعبیر می‌شود: «خسارت معنوی ضرری است که مربوط به آبرو، حیثیت و شرافت اشخاص یا بستگان آنها شود که در برخی از مواد قانونی (مانند قانون مسئولیت مدنی) خسارت معنوی را تقویم و میزان آن را معین کرده است»^۲ یکی از تعاریف کامل و جامعی که کلیه ویژگی‌های خسارات معنوی را با وضوح بیشتری تشریح نموده بدین شرح می‌باشد: «خسارات معنوی عبارت است از کسر شأن یا حیثیت یا اعتبار اشخاص یا صدمات روحی و روانی وارده، به دیگر سان، «خسارات معنوی» خساراتی است که به اعتبار، آوازه، آبروی شغلی و خانوادگی، حیثیت، شهرت، و در برخی موارد به عواطف و احساسات افراد وارد شده و همچنین تعرض به حقوق غیرمالی افراد، حتی مصادیقی مانند عواطف، آسیب یا لطمه زدن به احساسات دوستی، خانوادگی و مذهبی و نیز دردها، تألمات و رنجی‌هایی که در نتیجه واقعه‌ای به افراد عارض می‌شود که امروزه می‌تواند مجوز مطالبه اینگونه زیان‌ها باشد و اکنون در کشورهای پیشگام در مالکیت فکری، جبران خسارت معنوی پذیرفته شده است»^۳

از این تعاریف، چنین به به ذهن متبادر می‌شود که خسارات معنوی عبارت از هرگونه ضرر و زبانی است که به یک حق معنوی وارد می‌شود و این حق نیز حقی جدای از حق عینی و حق دینی است که نه به عین و نه به دین تعلق می‌گیرد، بلکه مزیتی قانونی و غیرمادی مانند حق صاحب علامت تجاری بر علامت ثبت شده خود می‌باشد.^۴

ب) خسارات مستقیم و عدم النفع

۱) در برخی موارد نیز خسارات به دلیل از بین رفتن مال موجود مطرح می‌شود که به آن ضرر مستقیم نیز اطلاق می‌شود.

۲) گاه نیز خسارت وارده ابه حقوق مربوط به اموال فکری از طریق عدم دست یافتن مالک حق به منافعی بوده که امکان جلب آن را به موقع نداشته (قابل انتظار بودن به دست آوردن منفعت) که چنین عوایدی با عنوان زیان قابل تصور و یا

۱. (جهانبخش، ۱۳۸۸: ۷۹)

۲. (جعفری لنگرودی، ۱۳۸۷: ۲۶۲)

۳. (صفایی، ۱۳۵۵: ۲۴۰)

۴. (حمید، حقوق علائم تجاری و مالکیت معنوی، پیشین: ۲۴۴؛ میرشکاری و آزادبخت، ۱۴۰۱: ۳۷-۳۹ و نیک فرجام،

۱۳۹۲: ۱۰۸-۱۰۵)

«عدم‌النفع» نامیده می شود^۱ می‌توان گفت که خسارت عدم‌النفع مربوط به ضرر و خسارت به منافعی اطلاق می گردد که بر اساس سیر طبیعی امور و به طور متعارف برای خواهان (مالک علامت تجاری) ایجاد می‌گردید، اما به دلیل رفتار ناپسند و عمل وارد کننده زیان (مانند نقض حقوق معنوی مربوط به صاحب علامت تجاری) آن نفع یا منفعت به خواهان (مالک) نرسیده است^۲ در واقع در چنین رویکردی عمده خسارات وارده به صاحبان علائم تجاری، بنا به شرایط و ماهیت خاص آنها و نیز حقوق معنوی مربوط به چنین دارایی هایی، خسارت عدم‌النفع خواهد بود زیرا به طور معمول مالک(ان) علائم تجاری می‌توانستند آنها را به موقع تحصیل نمایند.

نقض حقوق مادی و معنوی مربوط به علائم تجاری علاوه بر اینکه ممکن است منافع ممکن‌الحصول مالک آن را از بین برد، اصولاً سبب بی‌اعتمادی مشتریان و مصرف کنندگان کالا یا خدمات نسبت به علامت تجاری نقض شده یا مورد سوءاستفاده قرار گرفته شده، و همچنین لطمه زدن به شهرت بازاری علامت و علاوه بر این موجب بروز خسارات معنوی خواهد شد^۳ بنابراین در رویه قضایی ایران گروه دوم از این تقسیم‌بندی‌ها، با تردید و گاه با اختلاف‌نظرهای بسیار مواجه است. این رویکرد در حالی ارائه می گردد که با توجه به ماهیت خاص علائم تجاری و اینکه آنها از جمله دارایی های نامشهود می باشند و عنصر غیرملموس حاکم بر آنها به طور مشخص دارای ارزشی مادی و اقتصادی است، عمده زیان هایی که بردارنده حقوق اینگونه علائم وارد می‌شود، عدم‌النفع (فقدان عنصر تحصیل منفعت در ازای ارزش بازاری) و زیان وارده بر اعتبار و شهرت تجاری مالکان آنها می‌باشد^۴ در این راستا، قانون‌گذار ایرانی در ماده ۴۹ قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری مصوب سال ۱۳۱۰ بصورت تلویحی خسارات ناشی از عدم‌النفع یا عدم تحصیل منفعت ناشی از نقض علامت تجاری در رابطه با هرگونه نقض حق، از علائم را بیان کرده بود. علاوه بر این، طبق ماده ۱۸۱ از آیین‌نامه قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری مصوب سال ۱۳۸۷ نیز تلویحاً به زیان های ناشی از عدم‌النفع در خصوص علائم تجاری اشاره شده است. نمونه آشکار خسارتی که ممکن است از طریق نقض

۱. (ره پیک، ۱۳۸۷: ۴۲ و ۵۲)

۲. (David M, ۱۹۸۰: ۱۸۳)

۳. (اسفندیاری، ۱۴۰۰: ۲۴-۲۱)

۴. (حمید، پیشین: ۲۴۷)

علائم تجاری متعلق به دیگران به مالکان علائم وارد شود، معمولاً از دست دادن بازار عرضه (محصولات) و فروش کالاها یا ارائه خدمات در جامعه است که این موضوع در واقع همان «عدم‌النفع» و عدم تحصیل عواید حاصله است. بنابراین، در صورت نقض علامت تجاری یا گمراه کردن دیگران با بهره‌گیری از سوءاستفاده و فریب مصرف‌کنندگان کالاها (محصولات) یا خدمات ارائه شده، از طریق ارائه کالاها یا مشابه و تقلبی، بگونه‌ای که سطح عرضه و فروش کالاها یا خدمات سیر نزولی (کاهش) پیدا کرده و در نتیجه، مالک علامت که می‌توانست منافع و سود قابل توجهی کسب کند، از آن منافع و مزایای مالی محروم شوند نقض مالکیت فکری صورت گرفته است^۱ بدیهی است در صورتی که فردی حقوق صاحب یک علامت تجاری سوءاستفاده نموده و از طریق تقلب و یا عرضه کالاها یا مشابه بر شهرت تجاری و آبروی وی لطمه وارد نماید، سبب می‌شود تا مالک آن علامت از منافع احتمالی و یا بعضاً قطعی خود بازمانده و مسلماً ضرر و زیان قابل ملاحظه‌ای را بواسطه از دست دادن بازار و کاهش فروش متحمل گردد.

ج) خسارات معنوی

یکی از عمده‌ترین خساراتی که بردارنده حقوق معنوی مربوط به علائم تجاری وارد می‌شود، لطمه به ارزش مالی، اعتبار و شهرت تجاری اشخاص است که آن را از مصادیق خسارت معنوی برشمرده شده است. لذا در صورتی که صاحب یک علامت بخواهد در اثبات ورود ضرر و خسارات حتمی ناشی از عدم فروش و یا به تعبیری عدم‌النفع اقامه دعوا کند، می‌تواند از طریق ارائه دلایل قانونی شامل حوالجات و فاکتورها فروش قبلی و کنونی خود را مقایسه و از دادگاه صالح مطالبه خسارت معنوی ناشی از نقض علامت نماید. از این رو، دادگاه نیز مستندات و مدارک ارائه شده را دقیقاً بررسی نموده و خوانده را نسبت به جبران خسارت خواهان محکوم خواهد کرد.

۱. (جهانیخس، ۱۳۸۸: ۹۱)

بدینسان، تصریح قانونگذار ایرانی به جبران زیان ها و ضررهای ناشی از عدم النفع در سوءاستفاده از علائم تجاری متعلق به دیگران، دادگاه های ایران در برخورد با این پدیده مجرمانه برخلاف بسیاری از کشورهای پیشگام در واکنش با نقض علائم تجاری دیگران از جمله انگلستان، کانادا و ایالات متحده آمریکا محتاط و به دور از سختگیری عمل نموده و با وجود تصریح قانون در خصوص جبران اینگونه خسارات، از صدور احکام قاطع و کافی در چنین مواردی خودداری نموده و صرفاً به صدور رأی نسبی دایر بر ابطال علامت تجاری نقض شده یا مورد سوءاستفاده قرار گرفته اکتفاء می کنند^۱ این بدان خاطر است که در قوانین مدنی ایران ماده صریحی که خسارت معنوی را قابل مطالبه بداند، وجود ندارد، لیکن کمبودهای قانون مدنی در مورد راه های جبران خسارات معنوی تا حد زیادی توسط قانون مسئولیت مدنی برطرف شده است. اهمیت این قانون ناشی از آن است که به لزوم جبران خسارت معنوی به طرق مادی و غیرمادی نیز تصریح شده است^۲.

همچنین، در ماده ۳ این قانون، پس از اشاره به جبران خسارت مادی یا معنوی زیان دیده که در ماده (۲) ذکر شده، اختیار تعیین میزان و نحوه جبران خسارت را به دادگاه محوّل نموده است. از طرفی در مواد ۹ و ۱۰ قانون فوق در خصوص تجاوز به اعتبارات شخصی افراد و لطمه به حقوق غیرمادی آنها، جبران خسارت مادی و معنوی مقرر شده است که می توان آن را به موارد تجاوز و نقض حقوق علائم نیز تسری داد^۳ از این رو، بنا بر ظاهر اصل و مواد قانونی مذکور مؤید نظریه «امکان مطالبه زیان در خسارت معنوی می باشد، اما در عین حال، دلایل و قرائن در مقابل دلایل استظهاری مزبور مورد عنایت قرار گرفته که این عمل بر طبق آنها را دشوار می نماید» این دلایل و قرائن مربوط به نظریات تفسیری شورای نگهبان در مورد زیان های معنوی است که به طور نمونه در ماده ۳۰ طرح قانون مطبوعات، مصوب ۱۴ آبان ۱۳۶۴ اظهار شده است.

در تبصره ۱ از ماده ۳۰ از قانون مرقوم که طرح دعوای خسارات معنوی مجاز و

۱. (همان: ۹۱ و ۹۲)

۲. (پروین، ۱۳۸۱: ۸۸) (ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی مؤید این دیدگاه می باشد)

۳. (اصل ۱۷۱ ق.ا نیز بر لزوم جبران کلیه خسارات مادی و معنوی دارد)

دادگاه حقوقی نیز مکلف به رسیدگی آن شده است، ارزیابی زیان معنوی به مال و امور مادی را مغایر با موازین شرعی دانسته و البته رفع هتک حرمت اشخاص و توهین که به اشخاص شده به طریق متناسب با آن در صورت مطالبه شخص ذیحق مشروط شده است^۱ در خصوص زیان های معنوی ناشی از نقض یا هرگونه سوءاستفاده غیرقانونی از علائم متعلق به دیگری نیز باید گفت که اینگونه خسارات طبق ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی و نیز ماده ۴۹ قانون ثبت علائم و اختراعات سابق^۲ قابل مطالبه نبوده است. در حالی که مطابق ماده ۸ قانون مسئولیت مدنی «کسی که در اثر تصدیقات یا انتشارات خلاف واقع به حیثیت و اعتبار و موقعیت دیگری زیان وارد آورد، مسئول جبران آن است» بنابراین، هر شخصی که در اثر انتشار متن یا تصویر یا سایر وسایل مغایر با نشان های تصدیق شده، مشتریان وی کاسته و یا شهرت تجاری وی خدشه دار شود، می تواند توقیف عملیات متقلبانه را درخواست و در مورد اثبات تقصیر ناشی از زیان وارده، از ناقض حق فکری، مطالبه خسارت نماید» براین اساس، عبارت «ضررهای وارده» و «خسارات» مطلق بوده و علاوه بر زیان های مادی، شامل زیان های معنوی نیز می گردد.

در این زمینه ماده ۶۰ قانون ثبت علائم و اختراعات دادگاه ها را اختیار داده است تا در جبران زیان های وارده یا هر اقدامی که جهت جبران حق تضییع شده لازم است، انجام داده و از آنجا که خسارت به صورت کلی بیان شده، می بایست به رویه دادگاه ها توجه نمود که آیا خسارت معنوی را شامل ضررهای وارده به شخص زیان دیده می دانند یا خیر^۳ اما باید گفت که هرگاه مالک علامت تجاری، در اثر نقض معنوی خویش، دچار زیان و خسارت مادی و معنوی (عدم النفع یا از بین رفتن شهرت تجاری) شده باشد و حصول وی به حقوق از دست رفته اثبات گردد، به صرف احراز این موضوع توسط دادگاه، باید تمامی خسارات و ضررهای مادی و معنوی وی جبران گردد.

۱. (همان: ۹۰)

۲. (مصوب ۱۳۱۰)

۳. (جهانبخش، پیشین: ۹۷ و ۹۸)

همچنین طبق موضوع ماده ۱۸۱ آیین نامه اجرایی این قانون که جبران خسارات وارده به مالکان علائم تجاری را شامل همه انواع ضررهای وارده دانسته و آنها را قابل مطالبه اعلان نموده است. هر چند که پیشتر در برخی دیگر از قوانین مانند ماده ۹ قانون آیین دادرسی کیفری سال ۱۳۹۰ به خسارات معنوی و مطالبه آنها اشاره شده بود، اما در رویکرد جدید قانونگذار ایرانی طبق ماده ۹ قانون مصوب ۱۳۹۲ به موضوع این خسارات نپرداخته و از طرف فقهای شورای نگهبان نیز چنین خسارتی را غیرشرعی قلمداد نموده اند. علاوه بر این، در قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری کنونی^۱ و آیین نامه اجرایی آن به ضررها و زیان های معنوی و یا خسارت ناشی از لطمه به حیثیت و شهرت تجاری اشخاص اشاره ای نشده است. بنابراین، به نظر می رسد که پذیرش چنین زیان هایی در دعاوی ناشی از نقض حقوق مربوط به علائم تجاری در رویه قضایی ایران امکان پذیر نیست و مالک علامت تجاری نمی تواند از حیث لطمه و خسارات وارده، به اعتبار و حیثیت تجاری خود مبادرت به مطالبه خسارت از شخص یا اشخاص ناقض حق نماید.

(د) عدم النفع

عدم النفع در در کنار دیگر انواع ضررها توسط مالک علامت تجاری نقض شده قابلیت مطالبه و درخواست از دادگاه ها خواهد داشت، مشروط بر اینکه این منافع صدق عنوان ماده ۵۱۵ قانون آیین دادرسی مدنی و ۹ قانون آیین دادرسی کیفری باشد. در هر دوی این مواد قانونگذار عدم النفع را زمانی قابل مطالبه دانسته است که صدق اتلاف یا ممکن الحصول بوده و بر اثر بزه به مدعی خصوصی یا در واقع همان شخصی که مدعی نقض علامت تجاری خود شده است وارد آمده باشد. در این حالت با توجه به تلف منفعت قطعی و مسلم الورد چنین شخصی می تواند از

باب ورود ضرر علیه وارد کننده زیان دعوای مسئولیت و الزام به جبران خسارات ناشی از آن مطرح نماید.

برخی از نویسندگان داخلی بر این عقیده هستند که ضررهای ناشی از عدم النفع عرفاً ضررهای قابل مطالبه محسوب می شوند، منوط به اینکه مقتضی آنها موجود باشد^۱ برخی دیگر نیز در صحت این نظر گفته است خسارت ناشی از فوت منفعت علی الاطلاق قابل جبران می باشد و از این حیث نمی توان چنین پنداشت که این خسارات ظنی و غیرمحمول است بلکه صدق زیان می کنند^۲ البته نظر مخالف نیز در این بین وجود دارد که خسارت عدم النفع را قابل مطالبه نمی داند^۳ این عده باستناد ماده ۷۱۳ قانون سابق آیین دادرسی مدنی که مورد پذیرش قانونگذار کنونی^۴ قرار گرفته نشده چنین استدلال کرده اند که این نظر توسط برخی دیگر از نویسندگان دارای ایراد پنداشته شده است زیرا عدم النفع، خود، عدم حصول منفعت ناشی از مال تلقی می شود^۵.

۴-۲: شیوه های جبران خسارت

هرگاه نقض حقوق انحصاری مالک علامت تجاری ثبت شده منجر به ورود خسارت به صاحب علامت شود یا از این حیث حقوق وی تهدید شده باشد، مالک علامت تجاری حق دارد تا نسبت به استیفای حقوق خود اقامه دعوی حقوقی و مطالبه خسارت نماید.

الف) محاسبه منافع

در قوانین ملی برخی کشورهای پیشگام در حمایت از مالکیت معنوی خصوصاً طرحها و علائم مربوط به مالکیت صنعتی، اضافه بر جبران خسارات ناشی از نقض علامت تجاری یا سوءاستفاده از آن (به طور غیرقانونی) ضمانت اجراهای دیگری که بصورت جایگزین که در موارد خاص قابلیت اعمال دارد، پیشبینی شده است. این شیوه جایگزین که به عنوان ضمانت اجراهای تنبیهی و تکمیلی، برخلاف شیوه

۱. (باریکلو، ۱۳۸۷: ۳۷۸ و کاتوزیان، ۱۳۸۶: ۲۵۴)

۲. (شهیدی، ۱۳۸۹: ۲۵۶)

۳. (زراعت، ۱۳۸۷: ۵۹)

۴. (۱۳۷۹)

۵. (جهانبخش، پیشین: ۹۱ و ۹۲)

جبران مدنی خسارت که قاعده کلی محسوب می شود، صرفاً در موارد مشخص و بنا به تشخیص مقام قضایی می تواند استفاده شود، اما امکان اعمال جبران خسارت و محاسبه منافع در ردیف یکدیگر وجود ندارد و در این فرض، خواهان دعوای نقض باید یکی از این دو شیوه را انتخاب نماید^۱ بنابر این، در شیوه محاسبه منافع از دست رفته، به جای اینکه به ضرر وارده به مالک علامت توجه شود، به منافع توجه خواهد شد که ناقض حق (خوانده) در اثر استعمال ناشی از نقض، تحصیل کرده است.

با این وصف، شیوه محاسبه منافع اصولاً برای خواهان دعوای نقض که منافع خود را از دست داده است، معمولاً مؤثرتر است، زیرا در برخی دعوای حقوقی، منافع کسب شده ناشی از نقض علامت، توسط خوانده دعوای نقض از ضررها و عدم النفع مالک علامت بیشتر خواهد بود^۲ بنابر این، شیوه محاسبه منافع از دست رفته اعم از آنکه مربوط به محصولات تجاری یا خدمات قابل ارائه باشد، مبتنی بر اصل کلی «جلوگیری از دارا شدن ناعادلانه» یا «منع هرگونه افزایش دارایی بصروت غیرمنصفانه» تلقی می گردد که در حقوق غرب دارای طرفداران بسیار است. البته در این شیوه جبران خسارت، فقط «منافع واقعی» به دست آمده از سوی خوانده دعوای نقض علامت تجاری مورد محاسبه و ملاک تعیین خسارت وارده به خواهان قرار خواهد گرفت^۳.

ب) محاسبه منافع بر اساس لیسانس

از دیگر سازوکارهای محاسبه منافع در نقض علامت تجاری رویکردی است که مطابق آن از نظریه ای پیروی می شود که بیان می دارد خوانده دعوای نقض علامت پس از نقض علامت تجاری متعلق به دیگران نباید در موقعیت بمراتب مساعدتری نسبت به وضعیت اشخاصی باشد که با مالک علامت تجاری ثبت شده اگر قرارداد اجازه بهره برداری و استفاده مشروع دارند قرار داشته باشد. در واقع این نظریه بر این عنوان تکیه دارد مالک علامت تجاری در هر حال مستحق منافع و مزایایی است که هرگاه تمایل داشته باشد می توان از نتایج مالکیت معنوی

۱. (ورمزیار، ۱۳۸۱: ۶۹)

۲. (میرحسینی، پیشین: ۴۸۶)

۳. (ورمزیار، همان)

خویش کسب درآمد نماید و این درآمد نیز باید بگونه ای باشد اشخاص برای نتایج حاصل از آن باید مبلغی به عنوان لیسانس یا حق الامتیاز به وی پرداخت نمایند. برخی از نویسندگان حقوقی داخلی بر این دیدگاه صحه گذاشته اند که دادگاه ها در نظام جبران خسارت ناشی از نقض علامت تجاری باید مبنای محاسبه خویش را براساس لیسانس یا حق الامتیاز بگذارند^۱ که البته این نظریه در حقوق داخلی برخی کشورها از جمله ایتالیا و آلمان با بیش و کم اختلافاتی در شیوه محاسبه منافع از دست رفته مورد استقبال و پذیرش قرار گرفته است.

ج) خسارت معنوی

خسارت معنوی وارد به دارایی های نامشهود اشخاص از جمله علائم تجاری از موضوعات بسیار مهم نظام های حقوقی مختلف و رویه عملی دادگاه ها در محاسبه زیان های وارده به مالکان چنین حقوقی شمرده می شود. در برخی نظام های حقوقی مانند ایران برای این شیوه دو گونه ضمانت اجرا پیش بینی شده است؛ مدنی و کیفری. در ضمانت اجرای مدنی مطابق ماده ۶۰ قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری و در گونه دوم مطابق ماده ۹ قانون آیین دادرسی کیفری با لحاظ ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی می توان به پذیرش هر دو شیوه رأی داد. همچنین مطابق برخی مواد از قانون مجازات اسلامی بخش تعزیرات هرگونه تقلب، جعل علامت، دسیسه و استفاده غیرقانونی از شهرت و مرغوبیت کالای دیگران جرم انگاری شده و برای آن مجازات در نظر گرفته شده است^۲ در اسناد بین المللی نیز ماده ۶۱ موافقتنامه تریپس به حمایت کیفری از جعل علامت تجاری برخورد کرده و از کشورهای عضو طلب کرده است که جعل علامت تجاری را در قوانین داخلی خود پیش بینی و برای آن مجازات در نظر گرفته شود.

۱. (میرحسینی، پیشین: ۴۸۷)

۲. (مواد ۵۲۲، ۵۲۳ و ۵۲۹)

د) وجه التزام یا خسارت ناشی از قرارداد

مطابق قواعد عمومی قراردادهای، «وجه التزام» خسارتی است که طرفین قرارداد پیش از وقوع زیان ناشی از عدم ایفاء یا اجرای مفاد قرارداد یا تأخیر در ایفاء تعهدات ناشی از آن به موجب قوانین یا توافق خصوصی ملزم به پرداخت آن می شوند^۱ این مفهوم با نص صریح ماده ۲۳۰ قانون مدنی ایران سازگار است؛ اما بر مبنای قرارداد پایه، متعهدله می تواند بدون اینکه بخواهد ضرر را اثبات نماید از طریق جبران خسارت ناشی از نقض حقوق علامت تجاری، مطالبه خسارت نماید^۲ در واقع، این شیوه جبران خسارت در فرضی جاری است که از پیش بینی واردکننده زیان و زیان دیده از پیش از ورود زیان، رابطه قراردادی وجود داشته باشد که در آن، برای نقض علامت یا سوءاستفاده از آن برخلاف مفاد قرارداد و توافق قبلی، وجه التزام تعیین شده باشد. چنین توافقی معمولاً «قرارداد لیسانس» یا «مجوز بهره برداری» از علامت تجاری تلقی می گردد و گاه نیز در قالب سایر قراردادهای قابلیت تنظیم و توافق خواهد داشت^۳.

۴-۳: ممانعت از استمرار تجاوز به حق ورود خسارت در آینده

گاه ممکن است صلاح مالک علامت تجاری قبل و حین رسیدگی دادگاه چنین باشد که به طور موقت دستوری صادر گردد که از قلمروی خسارت کاسته یا حداقل استمرار زیان مدیریت شود. در این حالت ممانعت از استمرار تجاوز یا تعدی به حق ورود خسارت در آینده مورد توجه قرار خواهد گرفت که شامل چند اقدام اساسی می باشد. در ذیل این گفتار به این موارد خواهیم پرداخت.

الف) - تقاضای ابطال علائم تجاری

تقاضای ابطال علامت تجاری نقض شده یا مورد سوءاستفاده قرار گرفته، از جمله اقدامات تأمینی یا احتیاطی است که در موارد خاص دادگاه ها آن را بکار می گیرند. در حقوق ایران، نظام حمایت از مالکیت صنعتی بگونه ای است که در همه دعاوی مربوط به نقض علامت تجاری اعم از حقوقی یا کیفری، تقاضای ابطال علامت از سوی مالک نشان قابل طرح است. مطابق مقررات جاری کشور، ابطال علامت تحت

۱. (جعفری لنگرودی، ۱۳۸۷: ۱۸)

۲. (صفایی، ۱۳۸۴: ۲۰۹)

۳. (مانند اجاره اموال فکری یا استفاده از حقوق ناشی از آن ها)

شرایط خاص و پس از اثبات موضوع در دادگاه نسبت به ابطال گواهی نامه اختراع، طرح صنعتی و علامت تجاری که مورد سوءاستفاده یا نقض قرار گرفته است اقدام می شود.

مطابق ماده ۴۱ قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری، هر ذینفعی که ادعای سوءاستفاده از علامت تجاری خود را داشته باشد، می تواند از دادگاه صلاحیتدار تقاضای ابطال علامت تجاری را درخواست نماید. در این حالت، شخص ذینفع باید اثبات نماید مفاد بند (الف) مواد ۳۰ و ماده ۳۲ این قانون رعایت نشده است. این ادعا بر اساس ماده ۳۰ قانون مزبور، ناظر به تعریف و مشخصات علامت، علامت جمعی و نام تجاری و عدم رعایت قواعد مقرر (از جمله ثبت علامت) خواهد بود^۱ بنابراین، مالک علامتی که مورد سوءاستفاده واقع شده، علاوه بر تقاضای ابطال علامت معارض، این حق را هم دارد تا نسبت به مطالبه زیان وارده، هر اقدام احتیاطی دیگر که لازم باشد (اقدامات احتیاطی و تأمینی) را درخواست نماید. باید اضافه کرد در فرضی که متقاضی ثبت علامت با ایراد نقض همان علامت در دادگاه مواجه شود، دادگاه با پذیرش جهات نقض می تواند دستور به ابطال علامت دهد؛ هرگاه این ادعا مورد پذیرش قرار نگیرد و علامت در حال ثبت باشد، عملیات اداری ثبت ادامه پیدا خواهد کرد.^۲

ب) منع استعمال علائم تجاری نقض کننده

دادگاه ها می توانند با درخواست خواهان دعوی نقض نسبت به دستور یا صدور حکم مبنی بر منع استعمال از علامت اقدام نمایند. با امعان نظر به ماده ۴۴ «موافقت نامه تریپس» در خصوص علائم تجاری، دادگاه های ملی از این اختیار قانونی برخوردار خواهند بود که به یک طرف دعوا دستور دهند که نقض مالکیت فکری دیگران متوقف شود، از جمله اینکه از ورود آن دسته از محصولات وارداتی به بازارهای مصرف تجاری داخلی واقع در قلمرو قضایی خود که مستلزم نقض یک حق مربوط به مالکیت فکری اشخاص است ممانعت بعمل آورند^۳

۱. (امیری، ۱۳۸۸: ۱۸۷ و ۱۸۸)

۲. (کریمی، ۱۳۸۹: ۱۷۸)

۳. (اسفندیاری، پیشین: ۲۲-۲۱)

بدیسنان، بلافاصله پس از ترخیص چنین کالاهایی از گمرکات کشور جلوگیری به عمل آورند. اما باید چنین پنداشت که اعضای این موافقتنامه الزامی ندارند که این اختیار را در خصوص کالا یا محصول مورد حمایتی اعطاء نمایند که شخص قبل از اینکه بداند یا دلایل معقولی داشته باشد که بداند معامله آن متضمن یک حق مالکیت معنوی است، آن را تحصیل یا سفارش داده است^۱ بنابراین واگذاری چنین اختیاری به مراجع قضایی قابل دفاع خواهد بود زیرا مالک علامت تجاری ثبت شده دارای حقوق انحصاری و قائم به شخص است و طبیعتاً اشخاص ثالث تنها در صورتی می‌توانند از یک علامت ثبت شده، استفاده نمایند که با اجازه مالک آن باشد.

بنابراین چنانچه اشخاص ثالث بدون اجازه یا مجوز قانونی از مالک علامت تجاری از حقوق معنوی وی استفاده کنند، وی در چارچوب قوانین و مقررات مربوطه و توسل به مراجع ذیصلاح قضایی از این اختیار برخوردار است که مانع استفاده اشخاص ثالث از علامت تجاری متعلق به خود گردد. بدیهی است که هر نوع استفاده و استعمال غیرقانونی و ناروای شخص ثالث از علامت تجاری ثبت شده که از مصادیق حقوق انحصاری مالک علامت تجاری تلقی کرده و نقض حق باشد، می‌تواند مشمول حکم دادگاه در جبران زیان از این حیث باشد^۲

ج) امحاء علائم تجاری نقض شده یا معدوم کردن کالاها

به منظور عدم استعمال از علائم نقض شده، دادگاهها از این اختیار برخوردارند که دستوری دایر بر امحاء یا معدوم کردن کالاهای غیرمجاز را صادر نمایند^۳ این کالاها در واقع مصداق نمونه های تقلبی هستند که در تشابه با نمونه اصلی، موجب ورود زیان آشکار به مالک علامت ثبت شده می‌باشند. طبق ماده ۴۶ «موافقت نامه تریپس» در خصوص نقض علائم تجاری، کالاها و محصولات که دارای علامت غیرمجاز هستند به صرف امحاء کردن و پاک کردن علامت غیرقانونی از روی آنها، نمی‌توانند (بجز موارد استثناء) به مبادی تجاری وارد شوند. بنابراین، واضح است که هدف از اتخاذ چنین سیاستی جلوگیری از استمرار نقض حقوق مربوط به مالکیت

۱. (میرحسینی، پیشین: ۴۸۲ و ۴۸۳)

۲. (حمید، پیشین: ۲۵۷)

۳. (میرحسینی، پیشین: ۴۸۹)

فکری اشخاص است که پیش از آن توسط افراد سودجو نقض شده و بناست که این استمرار و استفاده غیرمجاز از میان برود.

د) انتشار آگهی در مطبوعات

در زمینه موضوع ضمانت اجراء نشر آگهی در مطبوعات، در قوانین ملی برخی از کشورها موادی دیده می شود و اثر ضمانت اجرای مذکور اینست که مصرف کنندگان کالاها و خدمات تقلبی با اطلاع از آرای صادره از دادگاه ها بر نقض کننده بودن علامت تجاری خوانده پی می برند و این امر می تواند تا حدودی مانع از خرید کالاهای نقض کننده موجود در بازار بشود و یا به هر حال باعث علم و آگاهی مصرف کنندگان به تمایز این کالاها با کالاهای تحت علامت خواهان گردد^۱ بنابراین از مواردی که می تواند تا حد زیاد خسارات وارده به شهرت، حیثیت و اعتبار علامت نقض شده را جبران کند، انتشار حکم مبنی بر ناقض بودن یک علامت خاص در تعارض با علامت اصیل است که با تنویر اذهان مصرف کنندگان می توان تا حدود زیادی از زیان بیشتر، یعنی عدم فروش و یا به تعبیری عدم النفع برای مالک علامت تجاری جلوگیری نمود. بر اساس تبصره ماده ۱۹ قانون ثبت علائم و اختراعات سابق^۲ «مفاد حکم قطعی باید به هزینه محکوم در روزنامه رسمی وزارت دادگستری و یکی از روزنامه های تهران منتشر می شود. همچنین محکوم له می تواند مخارج ضربدر را در جزء خسارات از محکوم علیه مطالبه نماید». با توجه به تفاوت های موجود بین قرار و حکم^۳ و نیز کمیسیون های مشورتی آیین دادرسی مدنی اداره حقوق دادگستری بخش حقوقی دادگستری، حکم بیان شده درباره قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری، صرفاً در مورد احکام قابل اجراء بوده، لیکن در مورد قرارهای صادره قابل اجراء نخواهد بود^۴ در حال حاضر ماده ۱۴۹ آیین نامه اجرائی قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری در خصوص انتشار آگهی ابطال علامت را بدین نحو تصریح نموده است؛ آگهی مربوط به ابطال بر اساس مفاد رأی دادگاه با درج این موارد منتشر خواهد شد: ۱- ذکر علامت تجاری، شماره و تاریخ ثبت آن در اداره ثبت شرکتها و مالکیت صنعتی، ۲- اشاره به ابطال قسمتی از علامت تجاری یا اینکه علامت موصوف به طور کامل یا در ارتباط با بعضی از محصولات، کالاها و یا خدمات سابقاً

۱. (میرحسینی، پیشین: ۴۹۱)

۲. (مصوب سال ۱۳۱۰)

۳. (ماده ۲۹۹ ق.آ.د.م)

۴. (جهانبخش، پیشین: ۱۱۰)

ابطال شده است و ۳- اعلام عدم اعتبار گواهی نامه‌ای که به موجب رأی نهایی مرجع قضایی ذیصلاح باطل شده است^۱

نتیجه گیری

نقض علامت تجاری و صدور حکم به پرداخت خسارت ناشی از آن، همواره از مهم ترین مصادیق دعاوی مربوط به مالکیت فکری شمرده می شود. این موضوع زمانی با اهمیت جلوه خواهد کرد که در برخی نظام های حقوقی نسبت به حمایت از دارایی های نامشهود توسط قانونگذاران ملی پیش شرط هایی در نظر گرفته شده است. در ایران، پیش شرط حمایت از «علائم تجاری»، ثبت و نیز قابل رؤیت بودن آنهاست. در حالی که در بیشتر اسناد بین المللی مرتبط با مالکیت فکری هیچ یک از این موارد از شروط حمایت از علامت در قبال نقض آن نخواهد بود. این در حالی است که در بسیاری موارد که علامت تجاری نوعی برند محسوب می گردد، علامت مزبور دارای اعتبار و ارزش مالی بسیاری است؛ زیرا، به طور معمول این برندها می باشند که موجب افزایش یا کاهش شهرت تجاری و نیز ارتقای سطح عرضه کالا و خدمات در بازار و کسب و کارها می شود. بنابراین، واضح است که هر چه علامت موصوف دارای اعتبار و حمایت بیشتر از سوی قانونگذاران ملی و بین المللی باشند، می توانند به عنوان یک شاخص اطمینان بخش برای تولیدکننده یا عرضه کننده خدمات و نیز اعتمادبخشی بین شرکت ها و تولیدکنندگان و مصرف کنندگان آن کالاها یا خدمات تعریف گردد. در ایران مواد ۳۴ و ۴۰ قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و مالکیت صنعتی به خوبی نتوانسته اند حمایت های قابل وصفی از مالکان علائم تجاری مبذول دارند، در حالی که در مقررات بین المللی این حمایت ها بنحو مطلوب و مؤثرتری مورد تصریح قرار گرفته اند که چنین رویکردی سبب خواهد شد دارندگان علائم تجاری در حقوق بین الملل از اطمینان خاطر بیشتری در راستای حمایت از دارایی های نامشهود برخوردار باشند، اما در رویه همسان در ایران به نظر می رسد دادگاه ها در مواردی که علائم تجاری دیگران نقض می شود از قدرت کافی برای مقابله با این پدیده را در اختیار نداشته باشند؛ از یک سو نارسایی و ضعف قوانین حمایتی و از سویی نیز استثنائات وارده به نقض علامت.

۱. (حمید، پیشین: ۲۶۰)

بنابراین پیشنهاد می گردد که قانونگذار ملی ما با پیروی از اسناد بین المللی پیشگام در حمایت از علائم تجاری در قبال نقض و کاستن از مصادیق استثنائات وارده بر نقض علامت، از رویکردی استقبال نماید که جنبه های حمایتی بیشتری برای مالکان علائم تجاری در نظر خواهد گرفت.

چکیده مبسوط

زمینه و هدف: علائم تجاری به عنوان یکی از مهمترین مصادیق حقوق مالکیت فکری مورد حمایت قانونگذار است. نقض علامت به این معناست که ناقض، اعمالی را انجام دهد که کالا یا خدمات مشابه، موجب اغفال مصرف کننده قرار گیرد. در برخی موارد، این اعمال ممکن است نقض تلقی نگردد و در نتیجه مشمول نظام جبران خسارت ناشی از نقض علامت مورد حمایت قانونگذار قرار نگیرد. این اهمیت سبب ایجاد مصادیق ویژه در نقض علائم، اعم از استثناء و شیوه جبران خسارت شده است. به این منظور، شیوه و کیفیت جبران خسارت در نقض علائم تجاری با توجه به ارزش دارای هایی فکری در رسیدگی های قضایی از اهمیت خاصی برخوردار است. در نظام جبران خسارات ناشی از نقض علامت تجاری به طور معمول اسناد بین المللی به دو گونه اقدامات تأمینی یا موقت و احتیاطی عمل می شود که خود، دارای رویکردهای قضایی مختلف می باشد. با وجود این، صدور حکم به جبران خسارت ناشی از نقض علامت تجاری مستلزم رعایت شرایطی توسط دادگاهها می باشد که عملاً اختیار دادگاهها را در حمایت قضایی برای مقابله با نقض علامت را محدود می کند از جمله این محدودیت ها شیوه های خاص جبران خسارت و نیز استثنائات وارده بر نقض و در نتیجه، جبران خسارت ناشی از آن خواهد بود (مانند آنچه که در موافقت نامه تریپس مقرر شده است)

روش: این پژوهش به روش توصیفی - تحلیلی و با اتکاء به منابع کتابخانه ای گردآوری شده است.

یافته ها و نتایج: یافته ها و نتایج مطالعه پژوهش پیش رو نشان داد برخی از اعمال ناقض علائم تجاری دارای عناوین خاص و بعضاً در حقوق ما نامأنوس بوده و در برخی موارد ممکن است دادگاهها در موضوع جبران خسارت ناشی از نقض علامت با مشکل مواجه گردند. همچنین استثنائات وارده به نقض و جبران خسارت ممکن است در قوانین و مقررات داخلی کشورها و اسناد بین المللی متفاوت باشد. در حقوق ایران قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و مالکیت صنعتی به خوبی نتوانسته است حمایت مؤثری از مالکان علائم تجاری مبدول دارد، در حالی که در مقررات بین المللی این حمایت بنحو مطلوب و مؤثرتری مورد تصریح قرار گرفته که چنین رویکردی سبب خواهد شد دارندگان علائم تجاری در حقوق بین الملل از اطمینان خاطر بیشتری در راستای حمایت از دارایی نامشهود خود برخوردار باشند، اما در رویه همسان در ایران به نظر می رسد دادگاهها در مواردی که علائم تجاری دیگران نقض می شود از قدرت کافی برای مقابله با این پدیده در اختیار نداشته باشند که این خود، سبب می شود استثنائات نقض علائم تجاری با نارسایی های بسیار در حمایت به دلیل ضعف قانون مواجه گردد.

واژگان کلیدی: علائم تجاری، نقض، ثبت، جبران خسارت، مالکیت فکری، کالا؛ خدمات مشابه.

Extended Abstract

Field and Aims: Trademarks are one of the most important examples of intellectual property rights protected by the legislator. Trademark infringement means that the infringer performs actions that deceive the consumer with similar goods or services. In some cases, these actions may not be considered infringement and, as a result, may not be covered by the system of compensation for trademark infringement protected by the legislator. This importance has led to the creation of special examples in trademark infringement, including exceptions and methods of compensation. For this purpose, the method and quality of compensation for trademark infringement is of particular importance in judicial proceedings, considering the value of intellectual property. In the system of compensation for trademark infringement, international documents usually apply two types of security or temporary and precautionary measures, which themselves have different judicial approaches. However, awarding damages for trademark infringement requires courts to comply with conditions that effectively limit the courts' discretion to provide judicial protection against trademark infringement, including specific methods of compensation as well as exceptions to infringement and, consequently, compensation for damages (such as those provided for in the TRIPS Agreement).

Method: This research was compiled using a descriptive analytical method and a library method.

Findings and Conclusion: The findings and results of the present research study showed that some trademark infringement acts have specific titles and are sometimes unfamiliar in our law, and in some cases, courts may face difficulties in the issue of compensation for trademark infringement. Also, exceptions to infringement and compensation may differ in domestic laws and regulations of countries and international documents. In Iranian law, the Patents, Industrial Designs, and Industrial Property Law has not been able to provide effective protection for trademark owners, while in international regulations this protection has been specified in a more desirable and effective manner. Such an approach will cause trademark owners in

international law to have more confidence in protecting their intangible assets. However, in the same procedure in Iran, it seems that the courts do not have sufficient power to deal with this phenomenon in cases where other people's trademarks are infringed, which in turn causes trademark infringement exceptions to face many shortcomings in protection due to the weakness of the law.

Keywords: Trademarks, infringement, registration, compensation, intellectual property, similar goods; similar services.

منابع

الف. کتاب ها

۱. اصلانی، حمیدرضا (۱۳۸۸). حقوق مالکیت در فضای سایبر، تهران، نشر میزان.
۲. امیری، حسینعلی (۱۳۸۸). اجرای حقوق مالکیت صنعتی در مقررات سازمان جهانی تجارت و حقوق ایران، تهران، نشر میزان.
۳. باریکلو، علیرضا (۱۳۸۷). مسئولیت مدنی، چاپ دوم، تهران، نشر بنیاد حقوقی میزان.
۴. پروین، فرهاد (۱۳۸۱). خسارات معنوی در حقوق ایران، تهران، انتشارات ققنوس.
۵. جعفری لنگرودی، محمدجعفر (۱۳۸۷). مبسوط در ترمینولوژی حقوق، جلد سوم، تهران، انتشارات گنج دانش.
۶. حمید، عبدالسلام و حمید، کامل (۱۴۰۰). حقوق علائم تجاری و مالکیت معنوی، اهواز، انتشارات آشناگر اندیشه.

۷. زراعت، عباس (۱۳۸۷). خسارت عدم النفع، تهران، نشر خط سوم.

۸. شمس، عبدالحمید (۱۳۸۲). حقوق مالکیت بر علائم تجاری و صنعتی، تهران، انتشارات سمت.

۹. شهیدی، مهدی (۱۳۸۹). آثار قراردادها و تعهدات، تهران، انتشارات حقوقی مجد.

۱۰. صفایی، سیدحسین (۱۳۸۴). دوره مقدماتی حقوق مدنی، قواعد عمومی قراردادها، جلد دوم، چاپ سوم، تهران، نشر میزان.

۱۱. کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۶). الزام های خارج از قرارداد (ضمان قهری) مسئولیت مدنی، چاپ هفتم، تهران، نشر دانشگاه تهران.

۱۲. کریمی، محمدحسین (۱۳۸۹). علائم تجاری در حقوق ایران، تهران، انتشارات مجد.

۱۳. میرحسینی، سیدحسن (۱۳۸۵). مقدمه ای بر حقوق مالکیت معنوی، چاپ دوم، تهران، نشر میزان.

۱۴. میرحسینی، سیدحسن (۱۳۹۵). حقوق علائم تجاری، تهران، نشر میزان.

۱۵. ره پیک، حسن (۱۳۸۷). حقوق مسئولیت مدنی و جبران ها، تهران، انتشارات خرسندی.

ب. مقالات

۱۶. احمدیان، علی (۱۴۰۰). نقش حمایت از مالکیت فکری در توسعه اقتصادی با رویکرد قانون ایران، فصلنامه بین المللی قانون یار، دوره چهاردهم، شماره شانزدهم، ۷۴۰-۷۲۷.

۱۷. احسنی افروز، محمد (۱۳۹۱). ملاک ها و ضوابط ارزیابی خسارات ناشی از نقض حقوق مالکیت فکری در حقوق داخلی و برخی معاهدات و قوانین خارجی،

فصلنامه علمی پژوهشی حقوق پزشکی، شماره (جلد) ۶، ۲۴۳-۲۷۰.

۱۸. اسفندیاری، تهمینه (۱۴۰۰). جلوه های نقض حقوق صاحبان علائم تجاری (با تأکید بر رویه قضایی)، فصلنامه داخلی کانون وکلای دادگستری، شماره ۲۱،

۱۹. باقری، محمود و بابایی، زهرا (۱۳۹۰). حمایت از علائم تجاری در برابر رقابت غیرمنصفانه، فصلنامه حقوق خصوصی، دوره ۸، شماره ۲ (پیاپی ۱۹)، ۸۵-۱۰۱.

۲۰. حمید، کامل و حمید، عبدالسلام. (۱۶ دی ۱۴۰۰). مصادیق نقض فیزیکی علامت تجاری، اولین کنفرانس حقوق، حقوق بین الملل، علوم سیاسی و علوم انسانی، اتریش، وین، شناسه مقاله: LIPSHCONF۰۱_۰۵۳

۲۱. حمید، کامل و حمید، عبدالسلام. (۳۰ دی ۱۴۰۰). حقوق حمایتی و انحصاری مالکان علائم تجاری، نهمین کنفرانس بین المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در فقه، حقوق و علوم انسانی، تهران، شناسه مقاله: ARSCS۰۹_۰۲۵

۲۲. فخاری، فهیمه (۱۳۹۹). بررسی تطبیقی حق تمامیت اثر در حقوق داخلی و بین المللی، فصلنامه قانون یار، شماره ۱۳، ۲۴۹-۲۷۲.

۲۳. محمودی، اصغر (۱۳۹۱). ماهیت حقوق مالکیت فکری و جایگاه آنها در حقوق ایران، دوفصلنامه علمی پژوهشی دانش حقوق مدنی، شماره دوم، ۹۴-۱۰۷.

۲۴. میرشکاری، عباس و آزادبخت، شبیر (۱۴۰۱). قابلیت مطالبه زیان معنوی از سوی شرکتهای تجاری، فصلنامه علمی دیدگاههای حقوق قضایی، دوره ۲۷، شماره ۹۷، ۳۷-۵۸.

۲۵. میرشمسی، محمدهادی؛ جلائیان دهقانی، حسام و تیموری، حسام (۱۳۹۳). ایده و حمایت از آن در حقوق مالکیت فکری، فصلنامه علمی پژوهشی حقوق اسلامی، دوره ۱۱، شماره ۴۰، ۷۱-۱۰۴.

۲۶. نظام الملکی، جعفر و مؤذن زادگان، حسنعلی (پاییز و زمستان ۱۳۹۷). جرم نقض حقوق ناشی از ثبت علائم تجاری در حقوق ایران با نگاهی به موافقت نامه

تریپس، پژوهشنامه حقوق کیفری، سال نهم، شماره دوم (پیاپی ۱۸)، صص ۲۳۳-۴۴-۱۹، ۲۵۸.

۲۷. نیک فرجام، زهره (۱۳۹۲). جبران خسارت معنوی در فقه و حقوق، فصلنامه مبانی فقهی حقوق اسلامی، سال ششم، شماره یازدهم، ۱۰۵-۱۲۷.

۲۸. وطن دوست، ایمان (۱۳۹۹). نقش و جایگاه اداره مالکیت صنعتی در حمایت از علائم تجاری، فصلنامه تحقیقات حقوق قضایی، شماره ۲، ۲۱۷-۲۳۸.

پ. پژوهش های دانشگاهی

۲۹. تقی زاده، تورج (۱۳۸۹). بررسی تطبیقی ضمانت اجرای علائم تجاری، رساله دکترای حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.

۳۰. جهانبخش، کیانوش (۱۳۸۸). ضمانت اجرای نقض حقوق علائم تجاری در ایران و انگلستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته حقوق خصوصی، دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی تهران.

۳۱. صادقیان، امراله (۱۳۹۱). ضمانت اجرای نقض علائم تجاری در حقوق ایران و نظام بین المللی حقوق مالکیت فکری، پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد، رشته حقوق مالکیت فکری، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی.

۳۲. ورمزیار، محمد (۱۳۸۱). حقوق علائم تجاری با لحاظ موافقتنامه تریپس، پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

۳۳. وصالی محمود، رضا (۱۳۷۹). تجزیه و تحلیل مقررات مربوط به علامت تجاری در حقوق ایران و تطبیقی، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

۳۴. امینی، منصور و خدادادی، محمدحسن (۱۳۹۷). شناخت علامت تأییدی و انواع آن در قیاس با سایر علایم و نشان های تجاری»، نشریه حقوق خصوصی، دوره ۱۵، شماره ۱، ۱-۱۹.