دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی نیشابور

مالکیت فکری چیست؟

مالکیت فکری، به ابداعات و دستاوردهای ذهنی اشاره دارد . اختراعات، آثار ادبی و هنری، نمادها، نام و تصاویر مورد استفاده در تجارت و به‌طور خلاصه، تمامی دارایی‌های نامشهودی که با استفاده از قدرت فکر و ذهن انسان پدید آمده است را می‌توان در قالب دارایی‌های فکری تعریف نمود . مالکیت فکری، بنا به تقسیم‌بندی سازمان جهانی مالکیت فکری (WIPO)، به دو دسته اصلی تقسیم می‌شود:

- مالکیت صنعتی، شامل پتنت‌ها، نشان‌ها و علائم تجاری، طراحی‌های صنعتی و نشانه‌های جغرافیایی؛
- کپی‌رایت، شامل آثار ادبی (مانند رمان، شعر و نمایشنامه)، فیلم، موسیقی، آثار هنری (مانند نقشه‌ها، نقاشی‌ها، عکس‌ها و مجسمه‌ها) و همچنین طراحی‌های معماری. (حقوق مرتبط با کپی‌رایت که اصطلاحاً «Related Rights» نامیده می‌شود، شامل حق اجرای هنرمندان بابت عملکردشان در اجرای آثار فوق، حق پخش در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و مواردی از این قبیل می‌باشد).

با این تعریف، مشخص می‌شود که مالکیت فکری نیز، مانند سایر انواع مالکیت، دارای قابلیت ارزش‌افزایی است . اما چگونه می‌توان به منافع و مزایای دارایی‌های فکری دست یافت، از آن‌ها محافظت نمود و حتی آن‌ها را به دیگران انتقال داد؟ اینجاست که مفهوم حقوق مالکیت فکری یا «Intellectual Property Rights-IPR»، به کمک ما می‌آید.

حقوق مالکیت فکری، مشابه با هر حق مالکیت دیگری، به صاحبانش، اعم از مخترع یا صاحب‌امتیاز یک پتنت، مالک یک نشان تجاری، نویسنده یا شاعر یک اثر ادبی و یا مالک یک طرح صنعتی متمایز، کمک می‌کند تا از نتایج و منافع کار خود و سرمایه‌گذاری‌های انجام گرفته در راستای خلق و توسعه آن، بهره‌مند شده و مانع از سوءاستفاده‌های احتمالی دیگران شوند . گفتنی است که این موارد، در ماده ۲۷ اعلامیه جهانی حقوق بشر نیز، مبنی بر حق استفاده و محافظت از منافع مادی و معنوی تولیدات علمی، ادبی و هنری، به رسمیت شناخته شده است.

امروزه، مالکیت فکری به صورت گسترده‌ای در حوزه‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد . منافع حاصل از کاربردهای سیستم مالکیت فکری، به قدری واضح و آشکار است که نمی‌توان جهانی عاری از این مفهوم را متصور شد . به عنوان مثال، صنعت چند ده میلیارد دلاری ضبط، چاپ و نشر صنایع نرم‌افزاری را در نظر بگیرید که میلیون‌ها نفر در سرتاسر جهان، از آن استفاده می‌کنند؛ بدون کپی‌رایت به‌عنوان یکی از گونه‌های مالکیت فکری، هیچ‌کدام از این‌ها وجود خارجی نداشت. اگر مالکیت فکری نبود، مخترعین و نوآوران، انگیزه‌ای برای تولید محصولات بهتر و کارآمدتر نداشتند و نسل‌های جدید گوشی‌های

1 / 4

Phoca PDF

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی نیشابور

هوشمند، لباس‌های انعطاف‌پذیر و ...، در دسترس بشر قرار نمی‌گرفت. بدون علائم تجاری و به رسمیت شناخته شدن آن‌ها توسط سیستم‌های حقوقی، هیچ راهی برای خرید محصولات اورجینال و اصلی وجود نداشت، جعل و تقلب در محصولات به راحتی اتفاق می‌افتاد و بازار پر از نمونه‌های فیک و تقلبی بود که با نمونه‌های اصلی، قابل تفکیک نبودند. تمامی این مثال‌ها، حاکی از جایگاه ویژه مالکیت فکری، در زندگی فعلی بشر می‌باشند.

اهمیت ترویج و اشاعه مالکیت فکری

مالکیت فکری برای کسب‌وکارهای امروزی، همچون اکسیژن موجود در هوا برای انسان است. ادامه حیات کسب‌وکارها، منوط به دارایی‌های فکری و حفاظت از آن‌ها بوده و در نتیجه، رفاه و پیشرفت بشریت نیز، به شکل غیرقابل انکاری، وابسته به حقوق مالکیت فکری است. صاحب‌نظران و متخصصین حوزه مالکیت فکری، برای اهمیت ترویج و اشاعه این مهم، چند دلیل کلیدی را ذکر می‌کنند:

پیشرفت جوامع و رفاه عمومی، منوط به توانمندی و قابلیت خلق و توسعه ابداعات فناورانه و آثار فرهنگی است که ارتباط مستقیمی با مالکیت فکری دارد. حمایت و حفاظت قانونی از آثار و ابداعات جدید، موجب افزایش سرمایه‌گذاری‌ها با هدف نوآوری بیشتر می‌شود. ارتقاء و حمایت از مالکیت فکری، موجب رشد اقتصادی، ایجاد شغل، شکل‌گیری صنایع جدید و افزایش کیفیت زندگی می‌گردد.

یک سیستم مالکیت فکری کارآمد و عادلانه، به کشورها کمک می‌کند تا از پتانسیل دارایی‌های فکری، به‌عنوان کاتالیزوری برای توسعه اقتصادی، رفاه اجتماعی و ارتقاء فرهنگی، بهره‌مند شوند. سیستم مالکیت فکری، به تعادل میان منافع نوآوران و منافع عمومی کمک نموده و محیطی را فراهم می‌سازد که خلاقیت و نوآوری، به یک ارزش عمومی در جامعه تبدیل شود.

انواع مالکیت فکری

بنا بر منابع و مراجع مالکیت فکری، مانند سازمان جهانی مالکیت فکری، دفتر ثبت اختراعات و علائم تجاری آمریکا و متن معاهدات و کنوانسیون‌های بین‌المللی، حقوق مالکیت فکری را می‌توان در چند دسته متمایز جای داد. هر یک از این طبقات، به نوع خاصی از دارایی‌های فکری اشاره داشته و از ویژگی‌های منحصربه‌فردی برخوردار است.

الف) پتنت یا گواهی ثبت اختراع:

پتنت، یک حق انحصاری برای بهره‌برداری از اختراع است که می‌تواند شامل محصول، فرآیند، یا راهکار فنی جدیدی باشد که مشکلی را مرتفع می‌کند. این

2 / 4

Phoca PDF

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی نیشابور

حق انحصاری، به مدت محدود (معمولاً ۲۰ سال)، به مخترع یا صاحب‌امتیاز آن اعطا شده و بر اساس آن، می‌توان از ساخت، بهره‌برداری و فروش اختراع از سوی افراد و شرکت‌های دیگر، جلوگیری نمود. در ازای این حق انحصاری، مخترع یا صاحب‌امتیاز پتنت، ملزم به افشای کامل اختراع خود بوده، به‌نحوی که یک فرد ماهر در حوزه مرتبط با موضوع اختراع، بتواند آن را بازآفرینی کند. اختراعات، برای ثبت در سیستم پتنت، می‌بایست واجد شرایط خاصی باشند که به آن‌ها، اصطلاحاً الزامات یا شرایط ثبت اختراع می‌گویند.

ب) علائم یا نشان‌های تجاری :

یک علامت تجاری، نشانه‌ای متمایز برای شناسایی محصولات و خدمات یک فرد یا شرکت خاص است. در واقع، به کمک علائم تجاری، کاربران می‌توانند محصولات مورد نظرشان را، از گونه‌های مشابه موجود در بازار، تشخیص دهند. یک نشان تجاری، می‌تواند شامل یک شکل، علامت، ترکیبی از حروف و حتی رنگ یا بویی خاص باشد.

ج) طراحی‌های صنعتی :

طراحی‌های صنعتی، به جنبه‌های زیبایی‌شناختی یک شیء اشاره داشته و مجموعه‌ای از ویژگی‌های سه‌بعدی (مانند شکل) و دو بعدی (مانند الگوها، خطوط و یا رنگ‌ها) را در بر می‌گیرد. طراحی صنعتی را می‌توان یکی از عوامل کلیدی برای جلب‌توجه مخاطب دانست که وی را ترغیب می‌کند تا یک محصول را نسبت به محصول دیگر ترجیح داده و از آن، استفاده بیشتری نماید. همین عامل، موجب شده تا از این نوع مالکیت صنعتی، در طیف وسیعی از صنایع و محصولات صنعتی و تزئینی، مانند تجهیزات پزشکی، ساعت و جواهرات، تجهیزات الکترونیکی و ادوات کشاورزی استفاده شود.

د) کپی‌رایت :

کپی‌رایت، با هدف حفاظت از آثار ادبی و هنری، اعم از انواع کتاب، فیلم و موسیقی، تابلوهای نقاشی و ... توسعه یافته است. این نوع از دارایی‌های فکری، برای برخورداری از حقوق مرتبط و حفاظت از آن‌ها، نیازی به ثبت ندارند.

ه) نشانه‌های جغرافیایی :

یک نشانه جغرافیایی، برای کالاها و محصولات خاصی استفاده می‌شود که در یک جغرافیای خاص و با کیفیت مشخصی تولید شده‌اند که مرتبط با آن ناحیه است. به‌طور معمول، یک نشانه جغرافیایی، از نام محل و مبدأ محصول تشکیل شده است. به عنوان مثال، می‌توان به انواع محصولات کشاورزی مانند روغن زیتون توسکانی (منطقه‌ای در ایتالیا)، پسته رفسنجان و ... اشاره نمود که آب‌وهوا

3 / 4

Phoca PDF

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی نیشابور

و یا خاک یک منطقه خاص، موجب ایجاد ویژگی‌های کیفی منحصربه‌فردی در آن محصولات شده است.

و) اسرار تجاری :

یک راز تجاری، یک فرمول، فرآیند، طراحی، ابزار و یا حتی الگوی جمع‌آوری داده‌های اطلاعاتی است که در مقایسه با رقبا، می‌تواند یک مزیت رقابتی برای کسب‌وکار به دنبال داشته باشد . شرکت یا بنگاه اقتصادی، از این راز تجاری محافظت نموده و اجازه نمی‌دهد تا مشتریان و رقبا به آن دست یابند . از مزایای این نوع از مالکیت فکری در مقایسه با گونه‌هایی مانند پتنت، می‌توان به عدم محدودیت‌های زمانی مرتبط با آن‌ها اشاره نمود . البته باید توجه داشت که هیچ‌گونه حمایت و حفاظت رسمی و قانونی از اسرار تجاری وجود نداشته و ریسک بالای افشای اطلاعات، بر عهده خود کسب‌وکار خواهد بود . یکی از بهترین مثال‌ها برای اسرار تجاری، فرمولاسیون تولید کوکاکولا است که همچون یک راز تجاری بسیار ارزشمند، برای سال‌های متمادی از سوی دارندگان آن حفاظت شده است.

مالکیت فکری و معاهدات بین‌المللی

در دهه‌های اخیر، مالکیت فکری به موضوعی کلیدی در اقتصاد و سایر حوزه‌های زندگی بشر بدل شده است. با افزایش ارتباطات بین جوامع مختلف و جهانی شدن کسب‌وکارها، مجموعه‌ای از معاهدات و کنوانسیون‌های بین‌المللی در زمینه محافظت از دارایی‌های فکری ایجاد شده که از مهم‌ترین آن‌ها، می‌توان به کنوانسیون پاریس برای حفاظت از مالکیت صنعتی (۱۸۸۳ میلادی)، کنوانسیون برن برای حفاظت از آثار ادبی و هنری (۱۸۸۶ میلادی)، موافقت‌نامه مادرید برای محافظت از علائم و نشان‌های تجاری (۱۸۹۱ میلادی)، موافقت‌نامه لاهه برای حفاظت از طراحی‌های صنعتی (۱۹۲۵ میلادی) و موافقت‌نامه جنبه‌های تجاری حقوق مالکیت فکری «TRIPS» ، اشاره نمود .

4 / 4

Phoca PDF