

تحقیق و توسعه

شماره گزارش: ۶/۹۲/۲

تاریخ تدوین: ۱۳۹۲/۱۱/۱۴

نگارندگان:

امیر هامونی

بهنام محسنی

حسین نظام دوست

بازار دارایی فکری

تجاری سازی از طریق بازار دارایی فکری فرا بورس ایران

به نام خدا

فهرست مطالب

۱. مقدمه	۳
۲. دارایی فکری	۴
۱.۲. بررسی دیدگاه‌های فلسفی - حقوقی مالکیت فکری	۴
۳. نظام حقوق مالکیت مؤلف	۷
۴. نظام حقوق مالکیت صنعتی - تجاری	۱۰
۵. بورس بین‌المللی دارایی فکری در آمریکا	۱۳
۶. دفتر جهانی مالکیت فکری	۱۶
۷. حقوق مالکیت فکری در سایر کشورها	۱۷
۸. بازار دارایی فکری فرابورس ایران	۱۸
۹. مزایای ایجاد بازار دارایی فکری	۱۹

۱. مقدمه

امروزه نقش اساسی حمایت از حقوق مالکیت فکری در ایجاد زمینه ابتکار و نوآوری و توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و رشد سرمایه گذاری و تجارت بین المللی برکسی پوشیده نیست. حقوق مالکیت فکری با دربرگرفتن حق استفاده انحصاری علائم تجاری، اختراعات، طرح‌های صنعتی، نام تجاری، مبدأ و نشان جغرافیایی کالا و ارقام جدید گیاهی، از ابتکار و نتیجه فکر و عمل نخبگان حاصل می شود. حقوق بهره برداری از این نوع مالکیت در برابر اشخاص ثالث از طریق ثبت این حقوق در محدوده جغرافیایی کشور یا کشورهای محل ثبت محافظت می گردد. از طرف دیگر، تجاری سازی نتایج تحقیق و دست آوردهای مفید برای بخش های مختلف تولید و خدمات، یکی از گام های مهم نظام نوآوری است که می توان آن را به صورت یک فرایند یا یک فعالیت در نظر گرفت. یافته های پژوهشی، علمی و اختراعات در ارتقای کیفیت زندگی بشر و توسعه سطح رفاه جامعه و تحولات اقتصادی و اجتماعی بین المللی نقش به سزایی ایفا می کنند، اما این یافته ها تا زمانی که جنبه کاربردی پیدا نکنند و به بازار عرضه نشوند و در دسترس متقاضیان قرار نگیرند از اهمیت لازم برخوردار نخواهند بود و نه تنها هزینه های تحقیق و تولید را جبران نخواهند کرد، بلکه بدون استفاده از جریان تولید انبوه و تبدیل به تکنولوژی مولد به دور می ماند.

در کشور ما، در صورتی که پشتیبانی و سرمایه گذاری مناسب صورت پذیرد، ایده های نو می توانند مبنای ایجاد یک کسب و کار جدید گردند. با مدیریت سرمایه و هدایت آن به سوی اختراعات و ایده ها در راستای تجاری سازی آنها می توان شاهد گسترش روز افزون کسب و کار بود. در این راستا بازار سرمایه می تواند بستر مناسبی جهت تعامل و همکاری صاحبان ایده و طرح و اختراع و بازار سرمایه را فراهم آورد. در بازار دارایی فکری، طراحان، مخترعان و ایده پردازان با ارائه طرح های خود می توانند از کمک سرمایه گذاران و مشارکت کنندگان منتفع شوند و از سوی دیگر سرمایه گذاران نیز می توانند نیازهای خود را از این طریق بر آورده نمایند. شرکت کنندگان در بازار دارایی فکری شامل شخصیت های حقیقی و حقوقی هستند که در زمینه های مختلفی همچون فناوری اطلاعات، صنعت خودرو، پزشکی، بیوتکنولوژی، نانو تکنولوژی و غیره فعالیت دارند.

همچنین با توجه به افزایش هزینه های تحقیق و توسعه در بنگاه های بزرگ اقتصادی دنیا و درج این هزینه ها به عنوان بخش مهمی از سرمایه فکری در مدل های رشد، توجه هر چه بیشتر به ایده های ناشی از فعالیت اندیشمندان، بدون هزینه های مادی هنگفت، به رشد و توسعه اقتصادی کشور کمک شایانی خواهد نمود. همچنین بازار سرمایه درصد جذب طرح ها، اختراعات و ایده های ثبت شده به عنوان سرمایه های فکری و عرضه آن به بنگاه های متناظر در یک سیستم نظام مند مذاکره و حراج است که موجبات رشد و توسعه بخش پژوهش و فناوری و متعاقباً، بخش تولید را در کشور فراهم آورد.

با گسترش رقابت در بازار صنایع مختلف دنیا، ابداع و حق ثبت اختراع به عنوان مالکیت دارایی فکری از اهمیت ویژه ای برای نوآوری در تولید و افزایش بهره‌وری در جهت دستیابی به موفقیت در کسب و کار برخوردار است. به عنوان مثال در حوزه فن آوری ارتباطات و اطلاعات، در سال های اخیر هزاران حق ثبت اختراع در قالب دارایی فکری یا شرکت دانش بنیان توسط شرکت های فعال در این صنعت خریداری شده و مالکیت آنها برای تجاری سازی و تولید به شرکت مادر منتقل گردیده است. نقل و انتقالات زیادی در زمینه فروش حق ثبت اختراع صنعت فن آوری اطلاعات در کشورهای مختلف به صورت محلی یا بین المللی صورت می پذیرد که از جمله این کشورها می توان به هند، آمریکا، کره جنوبی، چین، برزیل، آلمان، انگلستان و فنلاند نام برد.

۲. دارایی فکری^۱

امروزه تولید علم، نقش اساسی در اقتصاد و توسعه پایدار بر عهده دارد. از این رو دولت‌ها در این عرصه نقشی مهم ایفا می‌کنند، از یک سو باید محیط مناسبی با تضمین قدرتمند قانونی برای تولیدکنندگان علم و دانش (پدیدآورندگان آثار فکری) ایجاد کنند تا با اطمینان و ضمانت خاطر از عدم سرقت ایده شان بتوانند فعالیت کرده، و از نتایج تولید فکری خود منتفع شوند و به تولید و توسعه هر چه بیشتر دانش بپردازند. از سوی دیگر حمایت از آنان نباید به گونه‌ای باشد که فضا برای رشد علمی محدود شود، چراکه همواره پیشرفت در یک علم بر استفاده از آثار پدیدآورندگان قبلی استوار است. بنابراین به منظور نیل به این اهداف ابزار حقوقی ویژه‌ای نیاز است: «ابزارهای صنعت به معنای عامه حقوقی که برای حمایت از تراوشات فکری بشر در حوزه کلمه و علم و ادب و هنر نقش تعیین کننده و مهم دارد، حقوق مالکیت معنوی است.»^۲

اصطلاح مالکیت فکری معادل «Intellectual Property» می‌باشد. این عبارت به اموال غیر مادی، مالکیت معنوی، مالکیت ذهنی و مالکیت فکری ترجمه شده است. برخی از حقوق دانان اصطلاح «مالکیت‌های فکری» را مناسب تشخیص داده‌اند و معتقدند که کلمه معنوی در لغت مقابل مادی و بیرونی می‌باشد حال آنکه منشأ این حقوق فکر و اندیشه و تعقل انسان‌ها است.^۳ تعداد دیگری از حقوق دانان اصطلاح «حقوق مالکیت معنوی» را مناسب‌تر می‌دانند و معتقدند که همه موضوعات مالکیت‌های معنوی الزاماً در اثر فکر و اندیشه ایجاد نمی‌گردد، بلکه برخی از آنها تنها به لحاظ اینکه وجود مادی ندارند، در این مقوله جای می‌گیرند مانند سرقت فکلی^۴

بر این اساس برخی از حقوق دانان حقوق معنوی را چنین تعریف کرده‌اند: «صاحبان آن اختیار انتفاع انحصاری از فعالیت و حقوق معنوی حقوقی است که به فکر و ابتکار انسان را می‌دهد.»^۵ برخی دیگر از حقوق دانان در بیان ماهیت مالکیت فکری چنین گفته‌اند: «منظور از حقوق فکری حقوقی است که دارای ارزش اقتصادی است و موضوع آنها شیء مادی نیست موضوع این حقوق در واقع اثر فکری انسان است. این حقوق شامل حق مؤلف و هنرمند، حق مخترع، حق تاجر نسبت به نام تجاری و علائم صنعتی و تجارتي و حق سرقت فکلی است.»^۶

۱.۲. بررسی دیدگاه‌های فلسفی - حقوقی مالکیت فکری

صاحب نظران در معرفی مبانی فلسفی - حقوقی مالکیت فکری شیوه واحدی اتخاذ نکرده‌اند. مبانی اقتصادی، مبانی حقوق فطری، مبانی شخصیت، مبانی اخلاقی و مبانی قراردادی از رویکردهایی می‌باشد که در مورد مبانی فلسفی - حقوق مالکیت فکری اتخاذ شده است. بر این اساس در این قسمت از این پژوهش، به ذکر مهمترین نظریه‌هایی که درباره ماهیت حقوقی مالکیت فکری ارائه شده است اشاره خواهد شد.

۱. Intellectual Property

۲. حسینی، سید حسن؛ حقوق اختراعات، تهران، میزان، ۱۳۸۵، چاپ دوم ص ۱۵.

۳. حکمت نیا، محمود؛ مبانی مالکیت فکری، تهران، سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۸۷، چاپ دوم، ص ۲۹.

۴. حکمت نیا، محمود؛ مبانی مالکیت فکری، تهران، سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۸۷، چاپ دوم، ص ۲۹.

۵. کاتوزیان، ناصر؛ دوره مقدماتی حقوق مدنی اموال و مالکیت، تهران، انتشارات میزان، ۱۳۸۳، چاپ هشتم، ص ۲۳.

۶. صفایی، سیدحسین؛ مقالاتی درباره حقوق مدنی و حقوق تطبیقی، تهران، میزان، ۱۳۷۵، چاپ اول، ص ۶۸، مقاله «مالکیت ادبی و هنری و بررسی قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان» (مقاله چهارم).

۱.۱.۲. مالکیت فکری ناشی از کار و مربوط به حقوق کار است؛ (بر گرفته از مبنای حقوق طبیعی)

تعدادی از حقوقدانان، حقوق معنوی را در چهارچوب حقوق کار قرار داده و معتقدند که حق مولف و مخترع ناشی از کار آنان است و پدیدآورندگان آثار فکری شایسته دریافت مزد برای کار فکری خود هستند. بر اساس این دیدگاه هر جا مقررات خاصی برای این موضوعات فکری وجود نداشته باشد، مشمول مقررات عمومی حقوق کار خواهند بود.

بر این مبنا انتقادات زیادی شده است به طوری که امروزه طرفداران چندانی ندارد چرا که اثر فکری که نتیجه خلاقیت و ابتکار فکری پدیدآورنده آن است، قابل مقایسه با کار یک کارگر متخصص که فاقد هرگونه ابتکار و نوآوری است نمی‌باشد.^۱

۲.۱.۲. مالکیت فکری ناشی از شخصیت آفریننده اثر است؛

یکی از مبانی مهم و تاثیرگذار در حوزه مالکیت فکری (مخصوصاً برای توجیه حقوق اخلاقی و معنوی آفرینش‌های فکری مانند حق حرمت نام و حق حرمت اثر که بر اساس برخی از مبانی توجیه آنها ممکن نیست) مبنای شخصیت می‌باشد. در این دیدگاه محور اصلی «شخصیت پدیدآورنده» است به خلاف دیدگاه قبلی (دیدگاه حقوق کار) که نقش محوری را اثر و کار فکری بر عهده داشت. بر اساس این دیدگاه اثر فکری از شخصیت پدیدآورنده نشأت می‌گیرد، حال یا عین شخصیت پدیدآورنده اثر (بر اساس دیدگاه هگل) و یا لازمه شخصیت پدیدآورنده اثر (بر اساس دیدگاه کانت) می‌باشد.^۲

۳.۱.۲. حقوق مالکیت فکری نوعی مالکیت است؛

از مهمترین و پر مناقشه‌ترین نظریات پیرامون مالکیت فکری که امروزه نیز طرفداران زیادی دارد، این است که حق صاحب اثر فکری به عنوان نوعی مالکیت شناخته شود. از این رو حقوقدانان و شخصیت‌های بسیاری بر این مطلب تاکید کرده‌اند از جمله لامارتین گفته است که مالکیت ادبی «مقدس ترین نوع مالکیت» است. شاپلیه در گزارشی که در این باره تهیه کرده اعلام نموده است که مالکیت ادبی شخصی‌ترین و مشروع‌ترین نوع مالکیت است؛ چه اگر مالکیت عادی بر اشیا خارج از انسان تعلق می‌گیرد که آدمی آنها را تصرف می‌کند، مالکیت ادبی مربوط به فکر انسان است که با خود او متحد است. لوئی ناپلئون در سال ۱۸۴۴ در نامه‌ای می‌نویسد: «اثر فکری ملکی مانند زمین و خانه است و باید از همان حقوق برخوردار باشد.» اگر این نظریه پذیرفته شود، می‌توان از مقررات عمومی مالکیت (در صورت نبودن قانون خاص) در خصوص آفرینش‌های فکری استفاده کرد. اولین کسانی که بر موضوعات فکری کلمه مالکیت را اطلاق کردند نویسندگان و ادیبان بودند، که با استعمال و تکرار مالکیت در مورد حق مؤلف، اصطلاح مالکیت فکری و معنوی را در ادبیات حقوقی وارد کردند.

۴.۱.۲. حقوق مالکیت فکری از مبانی اخلاقی ناشی می‌شود؛

رابطه حقوق و اخلاق از مباحث فلسفه حقوق است. برخی همچون کانت بر جدایی حقوق و اخلاق تاکید ورزیده‌اند. در برابر این نظریه بسیاری همچون ژرژ ریبر بر نزدیکی حقوق و اخلاق تاکید دارند. با پذیرش نظریه دوم، با استفاده از برخی قواعد اخلاقی همچون قاعده دارا شدن ناعادلانه و برخی عناوین اخلاقی همچون رقابت غیر منصفانه، توهین، قرارداد و حق خلوت برای اثبات حقوق مالکیت فکری استفاده می‌شود. به عنوان مثال از قاعده دارا شدن ناعادلانه بدین نحو می‌توان حقوق مالکیت

^۱. صفایی، سیدحسین؛ پیشین، ص ۶۵.

^۲. حکمت نیا، محمود؛ پیشین ص ۲۸۳.

فکری را اثبات کرد: «در امور فکری پدیدآورنده با تلاش خود پدیده فکری را کشف یا خلق می‌کند و این پدیده می‌تواند دارای منافع اقتصادی زیادی باشد. اگر جامعه بدون پرداخت هزینه به پدیدآورنده ایده، از آن استفاده کند به صورت ناروا به دارایی خود افزوده است. این افزایش همراه با کاهش و زیان است، پس باید در قبال پدیدآورنده که آثار مالی اثر خود را از دست داده مسئولیتی تعیین شود. راه حل این است که با وضع نظام مالکیت فکری اساساً جلوی پیدایش چنین امری گرفته شود و قانون از منافع اقتصادی و معنوی پدیدآورنده دفاع کند.» به همین صورت می‌توان از برخی دیگر از عناوین اخلاقی استفاده کرد.

۵.۱.۲. مبنای قراردادی برای حقوق مالکیت فکری؛

برخی از مبنای قرارداد اجتماعی برای توجیه نظام مالکیت فکری استفاده نموده‌اند. به عنوان مثال استرلینگ می‌نویسد: «کپی میان پدیدآورنده اثر و اجتماع است. اجتماع زمینه‌ای را فراهم می‌کند که در آن هنرمندان مبتکر پرورش یابند در عوض نیز پدیدآورنده اثر خود را به اجتماع داده، در ازای آن پاداش دریافت می‌کند.» بنابراین نویسنده به منظور توجیه نظام مالکیت فکری، قراردادی اجتماعی و فرضی را میان پدیدآورنده اثر فکری و اجتماع ترسیم کرده است. از مبنای قرارداد خصوصی نیز برای توجیه نظام مالکیت فکری می‌توان استفاده نمود.^۱

۲.۲. حقوق مالکیت فکری و حقوق عمومی و خصوصی

حقوق خصوصی روابط خصوصی افراد و حقوق عمومی روابط دولت و سازمان‌های عمومی با مردم را تنظیم می‌کند. بنابراین حقوق مالکیت فکری از شعبه‌های حقوق خصوصی به شمار می‌آید. در مقدمه "موافقت نامه تریپس" نیز حقوق مالکیت فکری به عنوان حقی خصوصی تلقی شده است. این بدین معنا نیست که حقوق عمومی هیچ‌گونه اختلاطی با این حقوق ندارد، بلکه این شاخه از حقوق خصوصی نیز مانند بسیاری از شاخه‌های دیگر حقوق خصوصی از دخالت دولت مصون نمانده است. اعطای مجوزهای اجباری نمونه بارز ورود حقوق عمومی به این گرایش حقوق خصوصی است.

۳.۲. حقوق مالکیت فکری و حقوق مالی و غیر مالی

حقوق غیر مالی آن است که اجرای آن، نفعی که مستقیماً قابل تقویم به پول باشد، ایجاد نمی‌نماید. به عبارت دیگر موضوع این حقوق روابط غیر مالی اشخاص است، ارزش داد و ستد ندارند و به طور مستقیم قابل ارزیابی به پول و مبادله نیستند مالی قرار مانند حق زوجیت، ولایت و حضانت. حقوق مالی در مقابل حقوق غیر دارند مثل حق مالکیت و حق انتفاع. حقی که پدیدآورنده اثر فکری بر اثر خود دارد، هم جنبه مالی و هم جنبه غیر مالی دارد (حق مالی مثل حق تکثیر اثر ادبی یا تولید کالای اختراعی و حق غیر مالی مثل حق تمامیت اثر یا حق ولایت بر اثر^۲) به هر حال در وضعیت فعلی و با توجه به عرف معمول، در حقوق مالکیت فکری جنبه مالی رجحان دارد و از این حیث باید این قبیل حقوق را جزء حقوق مالی تلقی کرد.

^۱ حکمت نیا، محمود؛ پیشین، صص ۳۴۴-۳۳۱.

^۲ حق حرمت نام یا ولایت بر اثر یعنی نشر اثر بدون نام پدیدآورنده یا با نام دیگری ممنوع و قابل مجازات است. حق حرمت بر اثر یا حق تمامیت اثر یعنی هیچکس حق ندارد یک اثر ادبی و هنری را بدون موافقت پدیدآورنده تغییر داده یا تحریف کند.

۴.۲. حقوق مالکیت فکری و حقوق عینی و دینی

حق مالی یا حق عینی است یا حق دینی. حق عینی حقی است که شخص، بدون واسطه نسبت به مال خارجی پیدا می‌کند و کامل‌ترین آن حق مالکیت است. حق دینی حقی است که شخص نسبت به دیگری دارد و به موجب آن می‌تواند انجام دادن کاری را از او بخواهد. برخی معتقدند ماهیت حقوق فکری با هیچ یک از حقوق عینی و دینی به طور کامل قابل انطباق نیست و باید دسته سومی به نام حقوق مالکیت فکری را اضافه شود. در مقابل دسته دیگری از حقوق دانان با توسعه در مفهوم حق عینی، حقوق مالکیت فکری را حقی عینی می‌دانند.^۱

۵.۲. حقوق مالکیت فکری و اموال منقول و غیر منقول

در اینکه حقوق مالکیت فکری مال غیر منقول نیست اختلافی وجود ندارد. ولی برخی از حقوق دانان این قبیل حقوق را مشمول ماده ۲۰ قانون مدنی ندانسته و در «حکم اموال منقول» می‌دانند. برخی دیگر به استناد مفاد مواد ۲۱ به بعد قانون آیین دادرسی مدنی و روح ماده ۱۸ قانون مدنی این حقوق را «اموال منقول» می‌دانند.

۳. نظام حقوق مالکیت مؤلف

مقصود از مؤلف صرفاً نویسنده نیست، بلکه پدیدآورنده ای است که از راه دانش، هنر یا ذوق و سلیقه موادی را با هم ترکیب و اثری علمی، هنری و ادبی به وجود آورده است. حق مالکیت مؤلف، شامل دو بخش اصلی حقوق مادی و حقوق اخلاقی (معنوی) می‌شود.

۱.۳. آثار مورد حمایت

الف. آثار نوشته. عبارت است از کتاب، رساله، جزوه و نمایش نامه، شعر، اثر موسیقی (پیش از اجرا و بر روی صفحه کاغذ) و همچنین ترجمه، اقتباس و تلخیص.

ب. آثار سمعی و بصری؛

ج. آثار رادیویی و تلویزیونی (به طور اخص، گرچه مشمول بند قبلی نیز می‌شد)؛

د. اثر سینمایی؛

ه. اثر موسیقی و صوتی؛

و. اثر تجسمی مثل مجسمه سازی، سفالگری، خوشنویسی، عکاسی، گرافیک، معماری و صنایع دستی؛

ز. اثر فنی که جنبه ابداع و ابتکار داشته باشد. مثل نرم افزارهای رایانه ای.

^۱. میرحسینی، سید حسن؛ پیشین، صص ۳۵-۳۴

۲.۳. شرایط برخورداری آثار از حمایت قانون حقوق مؤلف

الف. اصالت^۱: اصالت و ابتکار غیر از نو و جدید بودن است، حتی اگر اثری متأخر از دیگری باشد، اما به طور جداگانه و مستقل تهیه شده باشد، با این که تشابه های زیادی بین آن ها برقرار باشد هر دو مورد حمایت قرار می گیرند. البته نو و بی سابقه بودن از شرایط حمایت از آثار اختراعی می باشد.

ب. مشروعیت: مبنای قانونگذار این است که از منافع و مصالح اجتماع حمایت کند و اگر اثری مخالف با نظم عمومی و عفت و اخلاق عمومی باشد، از لحاظ شرعی و حقوق مالیت ندارد.

ج. شرایط دیگری نیز در بعضی موارد برای برخورداری از حمایت قانونی ذکر شده است که بیش تر مربوط به مرحله اجرای این حقوق می شود تا این که ناشی از ماهیت و ذات این حقوق باشد. مثل اعلان مشخصات روی هر نسخه همراه با علامت ثبت و غیره.^۲

۳.۳. حقوق مادی اثر

ویژگی این حقوق، قابلیت انتقال اختیاری به غیر و محدودیت مدت آن هاست و شامل این بخش ها می شود:

الف. حق نشر و تکثیر: به موجب این حق، پدیدآورنده به طور انحصاری حق نشر و تکثیر اثر خود را دارد. نشر و تکثیر با توجه به انواع گوناگون آثار، متفاوت است و شامل ضبط مغناطیسی روی نوارهای کاست، صفحات موسیقی، نوارهای ویدئویی، چاپ و افست کتاب، گراور، عکاسی، کلیشه، قالب ریزی، انتقال بر روی سی دی های رایانه ای و میکرو فیلم و غیره می شود.

در حقوق انگلستان و امریکا تکیه اصلی حقوق مالکیت معنوی بر همین حق مادی است. ریشه این تفکر ناشی از این نگرش است که اساساً حق مؤلف از انتشار است نه از خلق آن.

کپی رایت^۳ در ترجمه، همان حق نشر و تکثیر است. اما در مفهوم واقعی، باید حق بهره برداری مادی ترجمه شود. گرچه اکنون با توسعه و تکامل مفهوم آن، تقریباً معادل حق مالکیت مؤلف تلقی می شود. اما حق مالکیت مؤلف به مجموعه ای متشکل از حقوق مادی و اخلاقی اطلاق می گردد و در کشورهایی مطرح می شود که به حقوق اخلاقی اهمیت می دهند.

ب. حق اجرا و عرضه و خواندن اثر برای عموم: بدین معنی که پدیدآورنده حق انحصاری اجرا و خواندن و عرضه آثار موسیقی و آثار نمایشی و مانند آن ها را دارد.

ج. حق ترجمه: یعنی هیچ کس بدون اجازه پدید آورنده حق ترجمه اثر را ندارد.

^۱.Originality

۲. حمید آیتی، حقوق آفرینش های فکری، تهران، نشر حقوقدان، ۱۳۷۵، ص ۸۰.

^۳.Copy Right

د. حق پخش اثر از طریق صدا و تصویر: پدیدآورنده حق انحصاری پخش صدای موسیقی یا تصویر آثار تجسمی و... را دارا می باشد.

ه. حق ضبط اثر و حق تهیه فیلم؛

و. حق تولید اثر سازگار یا حق تلفیق؛

ز. حق استفاده از پاداش و غیره.

به طور کلی، حقوق مادی محدودیتی ندارد؛ بدین معنی که هر انتفاع مادی برای اثر متصور باشد منحصر به پدیدآورنده است. چون پدید آورنده ذی حق و مالک اثر است.^۱

۴.۳. حقوق اخلاقی

این حقوق محدود به زمان و مکان نیست و غیرقابل انتقال به غیر است و شامل موارد ذیل می گردد:

الف. حق انتساب اثر به پدید آورنده: این حق از قدیم در بین شعرا به شدت مورد توجه بوده است. غیرقابل انتقال بودن این حق بدین معنی است که حتی اگر پدید آورنده موافقت کند، نمی توان نام شخص دیگری را روی اثر نهاد. البته، پدید آورنده حق دارد اثر را بی نام منتشر کند، اما نمی تواند به نام کسی دیگر منتشر کند. از سوی دیگر، این حق برای ورثه محفوظ است که از انتشار اثر بدون نام پدید آورنده جلوگیری کنند.

ب. حق حرمت و تمامیت اثر: یعنی حق اعتراض به هرگونه تغییر یا اقدامی که موجب لطمه به حسن شهرت پدید آورنده شود. به عبارت دیگر، فقط پدید آورنده حق دارد در اثر خود تغییراتی صورتی دهد و بدون اجازه وی هرگونه تغییر و تحریف ممنوع است. در جریان یک دعوا در فرانسه، دادگاه این امکان را به پدید آورنده داد تا مؤلف یک کتاب درسی را، که به بهانه بی طرفی، کلمات مذهبی را از قطعه های منتخب آثار او حذف کرده بود، محکوم کند.^۲

بدیهی است که این حق قابل واگذاری به غیر است. در بعضی موارد، منع هرگونه اصلاح و تغییر، مغایر هدف قانونگذار از حمایت حقوق ادبی و هنری است که به وسیله آن، راه را برای رشد و تعالی فرهنگ و تمدن بشری فراهم آورد. پس باید تنها تغییرات و اقداماتی ممنوع باشد که موجب لطمه به حسن شهرت و احترام صاحب اثر گردد.

ج. حق تصمیم گیری در مورد انتشار اثر: هیچ مقامی نمی تواند پدیدآورنده را مجبور به انتشار اثر خود نماید، حتی طلبکاران نیز نمی توانند به منظور استیفای دین خود، اقدام به توقیف نسخه خطی و انتشار آن نمایند. البته، اطلاق این حق نیز

^۱. امیر صادقی نشاط، حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم افزار کامپیوتری، تهران، سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۶، ص ۱۰۲

^۲. همان، ص ۱۴۰

قابل بحث است و باید مقید به مواردی باشد که موجب لطمه به حسن شهرت و احترام صاحب اثر گردد، در غیر این صورت، وجهی برای محرومیت جامعه از یک اثر علمی و ادبی نیست.

قلمرو حق مالکیت مؤلف

حقوق ادبی و هنری برای برقراری تعادل بین حقوق و منافع فردی با حقوق و منافع اجتماعی است. بنابراین، در برخی موارد، بهره مندی از اثر بدون اجازه مؤلف، مغایر با حق پدید آورنده محسوب نمی شود. از این موارد با عناوین: "استفاده آزاد" و "استفاده و رفتار منصفانه" در حقوق موضوعه یاد شده است. این موارد از کشوری به کشور دیگر متفاوت است، مثلاً در ایران استفاده مادی از اثر به منظور مقاصد علمی، آموزشی، فنی و تربیتی در حدود متعارف و نیز نسخه برداری برای استفاده شخصی مجاز شمرده شده است.

۴. نظام حقوق مالکیت صنعتی - تجاری

حقوق مالکیت تجاری و صنعتی حقوقی است که در پی توسعه صنعت و تجارت و در نتیجه سعی و ابتکار و کوشش تاجران و صاحبان صنایع و مخترعان حاصل می گردد.

۴.۱. انواع آثار مورد حمایت در نظام حق مالکیت صنعتی

۱. اختراع

اختراع اجمالاً عبارت است از ابداع یک محصول صنعتی جدید یا کشف هر وسیله نوین یا اعمال وسایل موجود به طریق جدید برای تحویل یک نتیجه یا محصول صنعتی و کشاورزی. این تعریف در هر کشوری تا حدودی تفاوت دارد و دایره آن، وسعت و ضیق پیدا می کند. به عبارت دیگر، قوانین کشورهای گوناگون، علی رغم مشابهتی که با هم دارند، در ضوابط تحقق اختراع کاملاً یکسان و یکنواخت نیستند. برای مثال، در ژاپن پدید آوردن یک ایده در سطحی بسیار پیشرفته را اختراع می دانند در حالی که، در امریکا چنین قیدی وجود ندارد و صرفاً نو بودن اثر ملاک است.

ضوابط تحقق اختراع

بررسی حقوق ملی کشورها در زمینه حق مخترع، از نظر متن قوانین و رویه های مستقر آن ها در این زمینه، نشان می دهد که تا آنجا که به ضوابط مربوط می شود همگی تقریباً مشابه هستند، ولی پیشرفت فن آوری موجب بروز اشکال در تطبیق آن ضوابط بر موارد جزئی و مصادیق می شود.

ضوابط تحقق اختراع از دیدگاه قانون عبارت است از:

الف. مفید بودن؛

ب. معمولی نبودن؛

ج. کاربرد صنعتی داشتن: این قید از موارد تفاوت بین موضوعات حق مخترع و حق مؤلف و امثال آن است. به موجب این قید، نظریات و اکتشافات علمی صرف اختراع محسوب نمی گردند. همچنین ایده، اختراع محسوب نمی شود و قابل حمایت نیست.

د. جدید و نو بودن: این ضابطه بیش تر جنبه شکلی دارد تا ماهوی. به عبارت دیگر، اگر اثری همه شرایط اختراع محسوب شدن را داشته باشد ولی مخترع پیش از ثبت کردن، آن را مورد بهره برداری قرار دهد، و پس از مدتی که احتمال فاش شدن اسرار فنی و پیدایش رقبای تجاری به وجود آید اقدام به ثبت اختراع نماید، قانون از چنین پدیده ای به عنوان اختراع حمایت نخواهد کرد. این نکته از موارد اختلاف اختراع محسوب شدن اثری در عرف و قانون است. غرض قانونگذار از حمایت از مخترعان، حمایت از جامعه و پیشرفت فن آوری نیز هست و لذا در ازای تحصیل اطلاعات فنی و در اختیار عموم قرار دادن آن ها، حق مخترع را اعطا می کند. اگر حق مزبور را منوط به ثبت فوری نکند، نقض غرض شده و چه بسا اطلاعات مزبور به دست رقبا بیفتد و روی آن سرمایه گذاری نمایند. از این رو، منع آنان از بهره برداری از سرمایه ایشان بی وجه خواهد بود. همچنین انتشار اختراع پیش از ثبت از طریق نوشته و سخنرانی و مانند آن ها نیز ممکن است بر حسب مقررات داخلی کشورها چنین اثری داشته باشد. به هر حال، به طور خلاصه می توان تازگی اختراع را در یکی از امور ذیل دانست:

۱. محصول جدید؛

۲. وسایل و طرق جدید؛

۳. کاربرد جدید؛

۴. الگوی مفید؛^۱

از لحاظ ابداع و ابتکار در سطحی پایین تر از اختراع قرار دارد و مدت حمایت قانونی آن نیز کم تر است.

۲. طرح، اشکال و ترسیمات صنعتی

شکل و ظاهر محصول صنعتی از این لحاظ که رغبت و حس زیبایی شناسی مشتریان را برمی انگیزد، مشخصه طرح صنعتی است. ممکن است در برخی موارد علاوه بر نکته مزبور، خاصیت و قابلیت کاربردی بودن یک محصول را نیز افزایش دهد. این طرح ها نتیجه ذوق و ابتکار افراد است و حد وسطی بین هنر و اختراع هستند. برای مثال، می توان از طرح مدل های مخصوص لباس، اشکال متنوع شیشه های عطر، شکل مخصوص شیشه های نوشابه، و نقش لاستیک های کارخانه های مختلف نام برد. شرط حمایت از طرح صنعتی این است که علاوه بر نو بودن، مخالف نظم یا اخلاق عمومی نیز نباشد.

^۱. Utility Model

۳. علایم و اسامی تجاری

علایم و اسامی تجاری یکی از مهم ترین اموری است که مورد حمایت حقوق مالکیت صنعتی و تجاری می باشد. نام و علامت تجاری مقبول، عنصری است که در طول زمان و با صرف هزینه های کلان و خطرپذیری های فراوان به دست آمده باشد. این عنصر گاهی چنان مقبولیت می یابد و در افکار و قضاوت اشخاص اثر می گذارد که حکم یک استاندارد را پیدا می کند، به نحوی که تولیدکنندگان دیگر مجبور می شوند محصولات خود را با مشخصات محصولات تولید کننده مزبور بسازند.

امور چهارگانه مزبور، یعنی اختراع، الگوی مفید، طرح صنعتی و علایم تجاری، معمولاً در صورتی مورد حمایت قانونی هستند و به آن ها امتیازاتی تعلق می گیرد که براساس تشریفات به ثبت رسیده باشند. از آن جایی که بحث ما، ماهوی است از پرداختن به آن خودداری می کنیم. بعضی از کشورها، از جمله امریکا، صرف استفاده تجاری از یک مارک جدید و مشخص را برای برخورداری از ضمانت های حقوقی کافی می دانند، حتی اگر قبلاً ثبتی صورت نگرفته باشد.

قانون ثبت اختراعات و علایم تجاری در سال ۱۳۸۶ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده است و مواد آن در تعریف، انواع و نحوه حفظ حقوق مالکیت معنوی طرح های صنعتی و علایم تجاری وضع شده و موجود است.

۴. مایه و پیشه تجاری

مقصود حقی است که تاجر در اثر کوشش و فعالیت خود به دست می آورد و برای خود شهرت کسب می نماید و تعدادی مشتری پیدا می کند. به طور کلی، مایه تجاری از دو عنصر مختلف تشکیل می شود: اول، عنصر معنوی؛ یعنی حقوقی است که تاجر نسبت به بعضی از امور دارد. مانند حقوق مربوط به سرقتی، اسم تجاری، تعداد مشتریان، مکان معین کسب و... دوم، عنصر مادی است که شامل اثاثیه و ابزار کار، ماشین آلات، مواد اولیه و مواد ساخته شده برای فروش و... می گردد.

در این جا بحث ما در مورد عنصر اول است.

۵. اطلاعات و اسرار تجاری

یعنی مجموعه برداشت ها، مفاهیم و تجربیات و اطلاعات حرفه ای و تمهیداتی که در ساخت محصول یا فعالیت تجاری دخیل است. این قید به موازات پیشرفت های علمی و فنی در برخی از کشورهای صنعتی از جمله امریکا، به سلسله حقوق مالکیت های صنعتی افزوده شده است.^۱

۲.۴. انواع حقوق اعطایی در نظام حق مالکیت صنعتی

حقوق مالکیت صنعتی نیز به دو بخش اصلی، حقوق اخلاقی (معنوی) و حقوق مادی تقسیم می شوند. نمونه حق اخلاقی، حق ثبت و ضبط نام مخترع به همراه اختراعش است. بدین معنی که اثر به وجود آمده همیشه همراه نام اوست و جامعه او را مخترع یا نوع آور می داند. این حق غیرقابل انتقال و دایمی است. حق مادی نیز بدین معنی است که مخترع به طور

^۱. نورالدین امامی، «حقوق مالکیت فکری»، فصلنامه رهنمون، مدرسه عالی شهیدمطهری، ش ۳ و ۲، پاییز و زمستان ۱۳۷۱.

انحصاری حق بهروری مادی از اختراع، نام و علامت تجاری و... را دارا می باشد. ویژگی قوق مادی قابلیت انتقال و موقت بودن است. برای مثال، دارنده امتیاز اختراع می تواند اجازه بهره برداری از اختراع را به دیگران بدهد یا اجازه بدهد که دیگران به نام شرکت او کالا تولید و عرضه کنند.

در قوانین، مواردی پیش بینی شده که به موجب آن اجازه بهره برداری مادی به سایر افراد نیز داده شده است؛ یعنی بین منافع فرد و منافع اجتماع جمع شده است. این امتیاز، که به آن امتیاز اجباری گویند، در ضمن آن ترتیبی داده شده است که مخترع نیز از منافع اقتصادی مربوط بهرمند گردد. امتیاز اجباری راه را برای اختراعات تکمیلی توسط دیگران هموار می سازد. علاوه بر این که، در مواردی که مخترع مهارت و تدبیر به کارگیری اختراع خود را نداشته باشد و به دلیل داشتن امتیاز اختراع، احتمال محروم ماندن جامعه از مواهب اختراع باشد، امتیاز اجباری امکان بهرمندی جامعه را فراهم می کند. همچنین ابطال ورقه اختراع توسط دادگاه، در صورت عدم استفاده از اختراع یکی از راه هایی است که مخترع را مجبور به بهره برداری از اختراع می کند.

در مواردی، با این که اختراع شرایط لازم را برای حمایت دارد، ولی قانون به علل خاص حمایت انحصاری از مخترعان را از ابتدا منع می کند. مثلاً، بعضی از قوانین قابلیت امتیاز برای ترکیبات دارویی و شفا دهنده را منع می کند. قصد قانون گذار تبیین این امر است که داروهایی که برای صحت و سلامتی عمومی ضروری هستند، نباید موضوع انحصار کسانی قرار گیرند که برای اولین بار فرمول شیمیایی آن ها را یافته اند.

۵. بورس بین المللی دارایی فکری در آمریکا^۱

بورس بین المللی معاملات دارایی فکری IPXI، اولین بازار مالی دارایی فکری که در زمینه اعطای گواهینامه و اجرای معاملات حق مالکیت دارایی فکری از اصولی استاندارد شده استفاده می نماید. محصول اولیه قابل معامله در این بورس، یک واحد «گواهی حق مالکیت دارایی فکری» یا ULR^۲ می باشد. این گواهی همچون یک برگ سهام معرف دارایی فکری است که بر اساس ارزش آن قیمت گذاری و پس از پذیرش در بورس، مورد معامله قرار می گیرد. فرآیند معامله، با تحلیل طراحی شده از ویژگی ها و ارزش دارایی فکری آغاز می شود و پس از آن ULR مورد نظر، در IPXI پذیرفته می گردد. قیمت واحدهای گواهی حق مالکیت دارایی فکری، از طریق مکانیزم عرضه و تقاضا در بازار مشخص می گردد.

در زمینه خرید و فروش دارایی فکری، IPXI آمریکا جزو تنها بازارهای معاملات دارایی فکری بوده است. در این بازار خریدار و فروشنده به صورت تک به تک برای مبادله دارایی فکری وارد مزایده می شوند.

بازار معاملات بین المللی و دارایی فکری (IPXI)، اولین بازار مالی است که بر مبادلات حق مالکیت فکری تمرکز کرده است. شرکت های بین المللی بزرگی همچون سونی، فیلیپس و فورد برای مشارکت به عنوان اعضای موسس، در آینده ای نزدیک قراردادهایی در این زمینه منعقد خواهد نمود.

^۱ Intellectual Property Exchange International (IPXI)

^۲ Unit License Right (ULR)

از بدو تاسیس این بازار مبادلات دارایی فکری در دسامبر ۲۰۱۱، ۲۷ سازمان به آن ملحق شده اند. این سازمان ها شامل نوآوری ها و اختراعات شرکت هایی با مالکیت دارایی های فکری مهم فعال در بازار تکنولوژی، ۳ بخش از آزمایشگاه های انرژی ملی، نهادهای تحقیقاتی دانشگاه های معتبر و یک مجمع از شرکت های حقوق مالکیت فکری پیشرو می باشند.

بازار IPXI شیوه استانداردسازی و لیسانس دهی به دارایی های فکری و معاملات آنها را با اجاره دادن به شرکت ها برای خرید و فروش واحدهای حق مالکیت دارایی فکری دگرگون ساخت. این «گواهی حق مالکیت دارایی فکری» می تواند همچون سهام مورد معامله قرار گیرد. به عنوان مثال، هر واحد «گواهی حق مالکیت دارایی فکری» می تواند برای یک بار استفاده در تولید یک محصول به شرکت دیگری واگذار شود. به عنوان مثال، اگر یک شرکت خودرویی، بخواهد تکنولوژی خریداری شده را در تولید ۵۰ هزار اتومبیل مورد استفاده قرار دهد، باید ۵۰ هزار واحد گواهی حق مالکیت دارایی فکری را به قیمت بازار خریدار نماید.

در واقع بازار دارایی فکری، رویکرد جدیدی برای گواهی دار کردن تکنولوژی های نوآورانه است که مشکلات مبادلات سنتی دارایی فکری به صورت مذاکرات خارج از بازار را ندارد و ریسک تبادل را کاهش می دهد. برای اولین بار، شرکت ها و بنگاه ها می توانند واحدهای گواهی حق استفاده از تکنولوژی را خرید و فروش کنند و با هزینه های معقول و سازمان یافته، به تکنولوژی مورد نظر خود دست یابند. جرارد. جی. پنکوک، رئیس هیات مدیره و مدیرعامل IPXI، می گوید: "شکل گیری این بازار، به طور اخص، برای شرکت های کوچک با بودجه متوسط، با ارائه شیوه ای ارزان و سریع برای دستیابی به مالکیت فکری، مفید خواهد بود."

مجموعه IPXI بر اساس دو اصل شفافیت و کارایی فعالیت می کند. هنگامی که یک گواهی حق دارایی فکری در عرضه اولیه قیمت گذاری شده IPXI بازار ثانویه برای خریداران و فروشندگان ULR فراهم می سازد تا از مبادله یا بازفروش آن، نقدینگی تامین نمایند.

قراردادهای ULR

قراردادهای ULR، یک حق ثبت اختراع خصوصی را به یک محصول قابل معامله و قابل استفاده تبدیل می کند. یک قرارداد ULR، معادل گواهی حق غیر انحصاری دارایی فکری است که بر یک مبنای غیر تبعیض آمیز و در یک قیمت مبتنی بر عرضه و تقاضای بازار و استاندارد شده عرضه می گردد. هر قرارداد بر اساس نوع تکنولوژی دارایی فکری آن در IPXI قیمت گذاری و به فروش می رسد. هر خریدار یک واحد می تواند آن را برای استفاده در تولید یک محصول استفاده کند. به محض گزارش استفاده از دارایی فکری به IPXI، این گواهی مصرف شده و منقضی می گردد. در صورت عدم استفاده از آن، خریدار می تواند در بازار ثانویه آن را به فروش برساند.

اهداف اولیه IPXI

مجموعه بورس بین المللی دارایی های فکری آمریکا، اهداف خود را اینگونه معرفی می کند:

- ایجاد شفافیت برای بازار معاملات دارایی فکری شامل کشف قیمت، شناسایی تکنولوژی به صورت قابل مقایسه و اطلاعات استاندارد شده. همچنین ایجاد شفافیت در روند ثبت گواهی مالکیت دارایی فکری.

- فراهم آوردن بازار ثانوی برای تکنولوژی هایی که به شرکت های عملیاتی اجازه آن را می دهد که ریسک افشا نوع آوری های خود را پوشش دهند و برای تجاری سازی آن سرمایه گذارانی یافت نمایند.
 - به منظور نیل به این اهداف، وظایف و مسؤولیت هایی در این مجموعه تعریف شده است. یکی از این مسؤولیت ها، وکیل و آزمایشگاه دارایی فکری می باشد. از جمله وظایف کلیدی این پست می توان به موارد زیر اشاره کرد:
 - تحلیل و بررسی سبد دارایی فکری شامل مجوز، اعتبار، قابل تجاری سازی بودن و دعوی قانونی.
 - نظارت به عنوان کارشناس دارایی فکری و مشاوره برای تهیه تحلیل های اعتبار و مجوز.
 - برنامه ریزی برای جلسات و مصاحبه با طرفین مبادله از جمله، صاحب اختراع، شرکت های دانش بنیان، دانشگاه ها، آزمایشگاه های ملی، هلدینگ های دارایی فکری، مخترعین، مشاوران و وکلای دیگر.
 - فراهم کردن مدارک و موادی که اعضای تیم و خریداران آتی ULR را از ارزش بالقوه دارایی فکری مورد معامله آگاه سازد.
 - شناسایی دارایی های فکری یا سبدي از دارایی فکری با ارزش که برای ارائه در بازار IPXI مناسب می باشند.
 - ارزش گذاری سایر دارایی های فکری و استاندارد سازی این دارایی ها در قالب واحدهای ULR.
- هم اکنون این بازار یکپارچه به عنوان یک بستر بین المللی برای واگذاری حق استفاده از دارایی های فکری در کل جهان شناخته شده است. همانطور که در جدول زیر مشاهده می شود، کشورهای مختلفی به ویژه کشورهای توسعه یافته و نوظهور برای تبادل حق ثبت اختراع در IPXI فعالیت می کنند.

آمار پوشش جهانی حق مالکیت دارایی فکری ارائه شده به IPXI¹



Country:										
Patents:	101	24	24	31	21	18	0	7	1	0
Applications:	53	53	53	42	46	28	24	18	4	4
Total:	154	82	78	73	87	46	24	25	5	4

¹ www.ipxi.com

۶. دفتر جهانی مالکیت فکری^۱

دفتر جهانی مالکیت فکری، یکی از آژانس‌های سازمان ملل متحد است که به امر استفاده از مالکیت فکری (اختراعات، کپی رایت، علائم تجاری و طرح‌های صنعتی و ...) به عنوان یک ابزار برای ایجاد انگیزه خلاقیت‌ها و آفرینش‌های فکری اختصاص داده شده است. این نهاد بین‌المللی سازمانی است که متولی توسعه و استفاده از سیستم مالکیت فکری در بین ملل مختلف از طریق:

۱. ارائه خدمات (خدماتی که بدست آوردن حمایت‌ها را در حوزه مختلف مالکیت فکری تسهیل نماید)
 ۲. پیشنهاد قوانین و مدل‌های حقوقی
 ۳. توسعه زیرساخت‌های شبکه‌ای و همکاری‌های تکنیکی
 ۴. ظرفیت‌سازی برای توسعه، از طریق استفاده از مکانیزم مالکیت فکری و تقویت رشد اقتصادی
- در این راستا، در ماده (۲) کنوانسیون تاسیس دفتر جهانی مالکیت فکری، مصادیق مالکیت فکری به شرح ذیل تعیین شده است:

۱. آثار ادبی و هنری
 ۲. نمایش‌های هنرمندان، صداهای ضبط شده^۲ و حقوق بنگاه‌های پخش (رادیو و تلویزیون)
 ۳. کشفیات علمی
 ۴. طرح‌های صنعتی
 ۵. علائم تجاری، علائم خدماتی و نام تجاری و عناوین (اسامی)
 ۶. سایر حقوق ناشی از تلاش‌های فکری در صنایع، علم، ادبیات یا زمینه‌های هنری
- بر طبق ماده (۳) این کنوانسیون، اهداف سازمان جهانی مالکیت فکری عبارتند از:
۱. پیشبرد حمایت مالکیت فکری در سراسر جهان از طریق همکاری در میان کشورها در صورت اقتضا با همکاری هر سازمان بین‌المللی دیگر
 ۲. تأمین همکاری‌های اداری و اطلاعاتی میان اتحادیه‌ها
- همچنین سازمان به منظور دستیابی به اهداف مندرج در ماده (۳) از طریق نهادهای مربوط و با حفظ صلاحیت هر یک از اتحادیه‌ها به شرح ذیل عمل می‌نماید:
۱. پیش‌بینی تدابیر مناسب برای تسهیل حمایت موثر از مالکیت فکری در سراسر جهان و هماهنگی قوانین ملی در این زمینه؛
 ۲. انجام وظایف اداری اتحادیه پاریس و اتحادیه‌های ویژه‌ای که در این رابطه تاسیس شده‌اند؛
 ۳. قبول یا شرکت در اجرای هر گونه موافقتنامه بین‌المللی که به منظور بالا بردن حمایت از مالکیت فکری تنظیم شده باشد؛
 ۴. تشویق به انعقاد قراردادهای بین‌المللی مربوط به ارتقای حمایت از مالکیت فکری؛
 ۵. پیشنهاد همکاری به کشورهایی که خواهان کمک‌های حقوقی - فنی در زمینه مالکیت فکری باشند؛

^۱ World's Intellectual Property Office

^۲ Phonograms

۶. جمع آوری و انتشار اطلاعات مربوط به حمایت از حق مالکیت فکری و همچنین توسعه مطالعات در این زمینه و مبادرت به چاپ نتایج بدست آمده؛

۷. ارائه خدماتی که حمایت بین المللی از حقوق مالکیت فکری را تسهیل می کند و در صورت اقتضاء اقدام به ثبت و انتشار اطلاعات مربوط به آن؛

همچنین دفتر جهانی مالکیت فکری می تواند از طریق استانداردهای بین المللی، مدل های حمایتی موثر را به کشورهای جهان پیشنهاد نماید و در گسترش و انتقال تکنولوژی در زمینه های امنیت غذایی، بهداشت عمومی، اختراعات سبز و غیره، اقدامات مناسبی در جهت تسهیل استفاده بشر از این اختراعات بعمل آورد.

۷. حقوق مالکیت فکری در سایر کشورها

در همه کشورهای درحال توسعه و توسعه یافته، ساز و کار ثبت و ضبط دارایی های فکری به صورت سازمان یافته ای وجود دارد. کنوانسیون های مختلفی برای حمایت از حقوق مالکیت فکری، پس از کنوانسیون پاریس، که سرآغاز تدوین مقررات بین المللی در این حوزه بود، تشکیل شد. در عرصه بین المللی، ایران در سال ۱۳۳۷ به کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی پیوست و در سال ۱۳۷۷ آخرین اصلاحات آن را پذیرفت، در سال ۱۳۸۰ اساسنامه سازمان جهانی مالکیت فکری را پذیرفت و عضو این سازمان شد. ایران، در سال ۱۳۸۲ به موافقت نامه و پروتکل مادرید در رابطه با ثبت بین المللی علائم تجاری و در سال ۱۳۸۳ موافقتنامه مادرید در مورد جلوگیری از نصب نشانه های منبع غیرواقعی یا گمراه کننده بر روی کالا و همچنین موافقت نامه لیسبون در مورد حمایت از اسامی مبدا و ثبت بین المللی آنها ملحق شد.

در کشورهایی نظیر هند، چین، ژاپن و انگلستان، کارگزاری های تخصصی در حقوق مالکیت فکری، اقدام به خرید و فروش گواهی حق مالکیت دارایی فکری می کنند. گزارش دفتر جهانی مالکیت فکری در سال ۲۰۱۱ نشان می دهد که چین با پشت سر گذاشتن آمریکا و ژاپن، بیشترین آمار ثبت و ضبط دارایی فکری را با نزدیک به ۵۰۰ هزار مورد ثبت شده در جهان به خود اختصاص داده است. دومین اقتصاد جهان با ابداع دارایی های فکری و ثبت و ضبط حقوق مالکیت آنها برای فروش در بازارهای تکنولوژی، دارو و اتومبیل داخلی و بین المللی توانسته است گزاره "ساخت چین" را به "طراحی شده در چین" تبدیل کند. دولت چین، جهت ایجاد انگیزه جهت حضور شرکت های بزرگ صنعتی، برای ثبت و ضبط و خرید و فروش دارایی های فکری معافیت مالیاتی تعیین نموده است.

به گزارش دفتر جهانی دارایی فکری در سال ۲۰۱۰، شرکت ZTE چین (دومین سازنده تجهیزات مخابراتی در این کشور) در تولید و ثبت دارایی های فکری در این سازمان مربوط، پس از شرکت پاناسونیک ژاپن در رده دوم جهانی قرار گرفت. امروزه شرکت های چینی با بهره گیری از نوآوری های بیشتر در فرآیند تولید، از شخصیت یک پیمانکار عمومی به برندهای تولیدی پرسود منطقه ای و بین المللی تبدیل شده اند.

در کشور ژاپن، شبکه پیشرفته مالکیت صنعتی تحت عنوان (ای.آی.پی.ان) وجود دارد که در حال حاضر ۳۷ کشور جهان در این شبکه عضویت دارند. از جمله فعالیت های این شبکه، تسهیل در امر ثبت اختراعات و ابداعات است. شبکه پیشرفته

مالکیت صنعتی شبکه‌ای است بر روی اینترنت که با استفاده از آن می‌توان به جز تسهیل در امر ثبت اختراعات، به ارزیابی ابتکارات و نوآوری‌ها در سطح بین‌المللی و معاملات آن پرداخت.

مطالعات متعددی بر این نکته تأکید می‌ورزند در اکثر کشورها، گواهی حق مالکیت دارایی فکری نقش مهمی در توسعه و تجاری سازی تکنولوژی ایفا می‌کند و با تشکیل یک بازار متداول، هزینه های مبادله را نیز به نسبت معاملات خارج از بازار به حداقل می‌رساند. بسیاری از مالکین دارایی های فکری استراتژیک علاقه چندانی به گواهی سازی مبتنی بر آنها ندارند، در حالی که یک بازار منظم و فعال می‌تواند بسیاری از این ابداعات را از حالت غیرفعال خارج کرده و با هزینه مبادله کمتری مورد خرید و فروش قرار دهد.^۱

۸. بازار دارایی فکری فرابورس ایران

بنا به نظر کمیته فقهی سازمان بورس و اوراق بهادار، واگذاری اوراق بهادار مبتنی بر دارایی فکری در قالب واگذاری قطعی و یا واگذاری مجوز بهره‌برداری از دارایی فکری در بازار فرابورس ایران امکان‌پذیر است. واگذاری و انتقال قطعی و همیشگی دارایی فکری می‌تواند در قالب قرارداد معاوضه یا مصالحه باشد. همچنین واگذاری مجوز بهره‌برداری از دارایی فکری برای مدت زمان معین یا برای تولید تیراژ یا مقدار معین می‌تواند در قالب قرارداد واگذاری مجوز بهره‌برداری، معاوضه یا مصالحه باشد.

در این زمینه نقل و انتقال و تأمین مالی دارایی فکری در بازار فرابورس، پس از موافقت کمیته عرضه، می‌تواند به روش‌های ذیل انجام شود:

۱. برگزاری حراج
۲. فرآیند مذاکره
۳. ثبت توافقی
۴. تأمین مالی جمعی
۵. حراج حضوری

فرابورس ایران دو رویه برای عرضه دارایی فکری در بازار دارایی فکری ارائه می‌دهد:

۱. معاملات دارایی فکری ثبت شده در قالب شرکت سهامی خاص از طریق عرضه سهام شرکت
۲. معاملات دارایی فکری ثبت شده در اداره مالکیت صنعتی به طور مستقیم
 - واگذاری حق بهره‌برداری از دارایی فکری به مدت معین
 - واگذاری حق بهره‌برداری از دارایی فکری با تیراژ معین

^۱ Rivette, K.G., Kline, D., ۲۰۰۰. "Discovering new value in intellectual property". Harvard Business Review ۷۸, ۵۴-۶۶ and Palomeras, N., ۲۰۰۳. "Sleeping patents: any reason to wake up?" IESE Research Papers No. D/۰۰۶.

- مشارکت در تجاری سازی دارایی فکری
- فروش قطعی و دائم دارایی فکری

در رویه اول معاملات دارایی فکری، پس از تشکیل یک شرکت سهامی خاص توسط مالک دارایی فکری، سهام این شرکت را (که اکنون یک دارایی فکری را به عنوان دارایی نامشهود در ترازنامه خود جای داده است) به صورت بلوکی در بازار سوم عرضه می نماید. در این روش بخشی از مالکیت شرکت به خریدار به عنوان سرمایه گذار در جهت تجاری سازی طرح یا اختراع منتقل شده و در واقع با این انتقال وی از حق بهره برداری از دارایی فکری برخوردار می گردد.

در روش دیگر، اوراق «دارایی فکری» که مبتنی بر "دارایی فکری ثبت شده" می باشد به صورت مستقیم و بدون قالب شرکتی و در قالب یک قرارداد مشخص با شرایط معین^۱، در بازار جدیدی موسوم به "بازار دارایی فکری فرابورس ایران" مورد عرضه به متقاضی قرار می گیرد.

۹. مزایای ایجاد بازار دارایی فکری

همانطور که در ابتدای تحقیق به اهمیت تجاری سازی نتایج تحقیقات اشاره شد، راه اندازی بازار دارایی فکری در این راستا، مزایای متعددی در حیطه های اقتصادی، علمی و اجتماعی دربردارد که در ادامه به برخی از آنها اشاره خواهد شد:

۱. توسعه تحقیق و پژوهش بر پایه نتیجه گیری های کاربردی در محیط علمی
۲. پیوند محیط دانشگاهی و پژوهشی با بخش های صنعتی و تولید توسط بازار سرمایه
۳. بها دادن به دست آوردهای مبتکرین و حمایت مالی برای تشویق به نوآوری
۴. افزایش بهره‌وری تولید با طرح های برآمده از تخصص دانش پژوهان
۵. حفاظت از حقوق مالکین دارایی فکری در محیط قانونمند و منظم بازار سرمایه با توثیق اوراق بهادار
۶. حمایت از حقوق خریدار با ارزیابی کارشناسی طرح و ایده و تعیین قیمت از مکانیزم پیشنهاد و درخواست
۷. گسترش فرهنگ فعالیت در بازار سرمایه و کمک به توسعه آن

^۱ از شرایط معین در این واگذاری می توان امکان انتقال حق به مدت مشخص، تیراژ مشخص، مشارکت در تجاری سازی و انتقال دائم اشاره کرد.