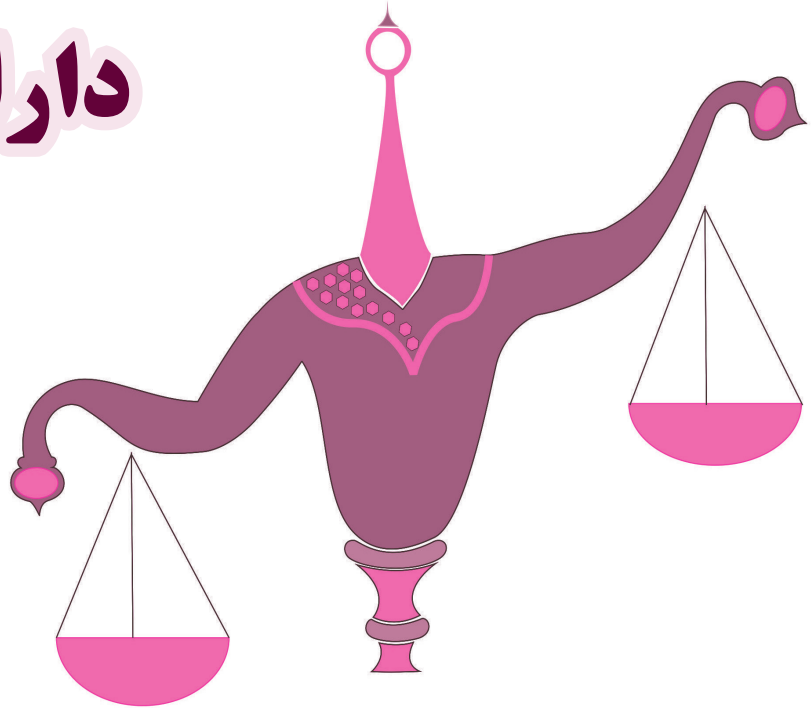


دارایی فکری



ترجمه: سعید سپهرم، محمدعلی عضدی

D. Dahl

دو منبع گرانبهای هر مالک **بنگاه اقتصادی کوچک**^۱، عبارت است از زمان و پول. به همین دلیل، بسیاری از مالکان بنگاه‌های مزبور از طرح بحث **دارایی فکری**^۲ می‌گریزند؛ چون این بحث، یاد وکلای دارای دستمزدهای هنگفت را در ذهن آنها تداعی می‌کند و با این استدلال که مسئله استخدام چنین وکلایی مشکل شرکتهای بزرگ است، اجتناب از پیش‌کشیده شدن چنین بحثی را توجیه می‌کنند. بالا گرفتن رقابت در فضای اینترنت و بازار جهانی، اهمیت درک صحیح مفهوم دارایی فکری از جانب مالکان بنگاه‌های اقتصادی کوچک، احساس می‌شود. اینک به بررسی برخی از کج‌اندیشیها در مورد دارایی فکری، می‌پردازیم.

صرف وقت و تلاش برای تضمین و تأمین حقوق مترتب بر داراییهای فکری نمی‌ارزد

دانیل لوبتزکی (Daniel Lubetzky)، مدیرعامل شرکتی به نام **کایند اسنکس (Kind Snacks)** مستقر در نیویورک با حضور شرکتش در نمایشگاه محصولات طبیعی در **آناهایم (Anaheim)** کالیفرنیا در ماه مارس، افق روشنی را در پیش رو می‌دید. با انتخاب یکی از محصولات او (نوعی شکلات مغزدار) به‌عنوان برترین محصول جدید در نمایشگاه برگزار شده در اکتبر سال قبل، این امید چندان هم نابه‌جا نبود. اما چندی نگذشت که آقای لوبتزکی متوجه بروز اشکالی شد. مدتها بود که او می‌شنید یکی از رقبایش دست به الگوبرداری از بسته‌بندی، شکل ظاهری و حس کلی که یکی از شکلاتهای مغزدار او در مصرف‌کننده برمی‌انگیزد، زده است. او خوش‌اقبال بود که پس از تأسیس شرکت، دست به ثبت و تأمین امنیت داراییهای فکری خود مانند **علامت تجاری**^۳، **نمای ظاهری**^۴ (شکل و شمایل محصول و حس کلی که در مصرف‌کننده برمی‌انگیزد) و **آدرسهای مرکز اطلاع‌رسانی اینترنتی**^۵ آن، زده بود. برخلاف **حق اختراع**^۶ که تضمین امنیت حقوق مترتب بر آن تا ۲۵۰۰۰ دلار هم می‌تواند خرج برداشته باشد، حقوق مربوط به علائم تجاری و آدرسهای مرکز اطلاع‌رسانی بدون نیاز به هرگونه کمک حقوقی یک وکیل، به‌نسبت به ارزانی قابل تأمین است. به این ترتیب، آقای لوبتزکی با مستندسازی لازم برای تضمین حقوق دارایی فکری خود، یک **اخطار نامه**^۷ برای شرکت متخلف ارسال کرد که مؤثر نیز واقع شد. آقای لوبتزکی که از قضا یک حقوقدان نیز هست، در این باره چنین اظهار کرد: «بسیاری از کارآفرینان فراموش می‌کنند که دارایی فکری تنها به حق امتیاز ثبت اختراعها منحصر نمی‌شود.»

شخص مالک این حق در دعوی حقوقی مطرح شده علیه شخص متجاوز به آن حق، به‌شمار نمی‌آید. ولی اگر ترتیب مستندسازی حقوق مترتب بر دارایی فکری به‌درستی داده شده باشد و شخص مالک این اموال به انجام هرگونه اقدام لازم برای دفاع از این حقوق متعهد باشد، از بخت مساعدی برای مبارزه‌ای منصفانه حتی در برابر و علیه شرکتهای بسیار بزرگتر از خود نیز برخوردار خواهد بود.

مورد شرکت آقای کوشر با ۲۰ کارمند در سان فرانسیسکو و متخصص در امور تأمین امنیت داده‌های رایانه‌ای، در اینجا ذکر مثال مناسبی است. این شرکت در سال ۲۰۰۴، تصمیم به طرح دعوی حقوقی علیه غول کارتهای اعتباری یعنی شرکت ویزا (Visa) گرفت و ثابت کرد که شرکت ویزا قصد تجاوز به حق اختراع کارتهای هوشمند این شرکت را داشته است؛ گرچه کوشر مؤسس این شرکت می‌دانست که طرح چنین دعوی حقوقی افزون بر لزوم ارائه مستندات تعلق مالکیت اختراع، مستلزم در اختیار داشتن منابع مالی درخور توجهی نیز می‌باشد. به همین دلیل در سال ۲۰۰۷، وی تصمیم به فروش بخش دیگری از کسب‌وکار خود یعنی حق اختراع فناوری حفاظت از لوحهای فشرده بلو-ری^۱ (Blu-ray Discs) در مقابل دزدان، به شرکت ماکرو ویژن (Macrovision) به بهای ۴۵ میلیون دلار گرفت. کوشر می‌گوید: "با به‌دست آوردن این پول، ما ناگهان بدل به آنچنان حریف قدری شدیم که طرف مقابل ما تصور آن را نیز نمی‌کرد. در نهایت، برنده این قمار نیز ما بودیم و بدون نیاز به طرح دعوا در دادگاه، بر سر اعطای مجوز استفاده از حق امتیاز اختراع فناوری مزبور به شرکت ویزا، به توافق رسیدیم."

آیا تملک حق اختراع و یا حق امتیاز ثبت علامت تجاری به معنای آسودگی خاطر از هرگونه خطر دست‌اندازی دیگران به این حقوق در سراسر جهان است؟

این امر به‌الگوی کسب‌وکار هر شرکت بستگی دارد. حقوق مترتب بر دارایی فکری که مشتمل بر آدرس مرکز اطلاع‌رسانی نیز هست، مختص هر کشور است و باید در هر کشور به‌طور جداگانه کسب شود. البته از این حقوق در برخی کشورها نسبت به کشورهای دیگر، بهتر پاسداری می‌شود که هزینه چنین پاسداشت و صیانتی نیز از کشوری به کشور دیگر، متفاوت است.

ثبت نام تجاری به معنای تأمین امنیت نام تجاری است

شاید این حرف باور درستی باشد؛ اما وضعیتی که برای تریسی دیسچین (Tracey Deschaine)، مالک رستورانی به نام دیکسی پیک نیک (Dixie Picnic) در اوشن سیتی نیوجرسی (Ocean City, N.J.) پیش آمد، می‌تواند این باور را نفی کند.

این خانم هنگام افتتاح رستوران خود در سال ۲۰۰۶، علامت تجاری مربوط به نام و لوگوی کسب‌وکار خود و محصول شاخص خود موسوم به آپکیکز (Upcakes) (نوعی کیک فنجانی شکل منجمد) را به ثبت رسانید. بنا به گفته او، مشکل اینجا بود که با وجود ثبت علامت تجاری از جانب او، فردی که فعالیتهای مرکز اطلاع‌رسانی اداره ثبت علائم تجاری و اختراعات امریکا را مورد پایش قرار می‌داد، متوجه درخواست ثبت علامت تجاری او شده، آن را رهگیری کرده و آدرس اینترنتی محصول شاخص او^۲ را پیش از وی به نام خود ثبت کرده بود. این خانم می‌گوید: "نمی‌دانستم با وجود تعلق مالکیت علامت تجاری به من، فرد دیگری می‌تواند آدرس اختصاصی مرکز اطلاع‌رسانی آن علامت را به نام خود ثبت کند. ای کاش قبل از ثبت علامت تجاری، برای خرید آدرس مرکز اطلاع‌رسانی آن برنامه‌ریزی می‌کردم."

آیا ثبت اختراع یک محصول، حق تولید آن را نیز به شخص مالک می‌دهد؟

در پاسخ باید گفت، چنین برداشتی مبتنی بر یک سوءتفاهم است. در واقع، ثبت اختراع عبارت از حق بازداشتن دیگران از تولید محصولی است که حق اختراع آن را پوشش می‌دهد. آقای کوشر (Kocher) یکی از مؤسسان شرکت کریپتوگرافی ریسرچ (Cryptography Research) (یک شرکت در حوزه فناوری پیشرفته)، معتقد است برخورداری از یک موضع مستحکم در قبال مالکیت دارایی فکری به معنای کسب اطمینان از پرداخت هزینه به‌کارگیری و استفاده از نوآوری و اختراع متعلق به هر فرد از جانب دیگران است؛ درست مانند لزوم پرداخت عوارض جاده‌ای برای حرکت در جاده.

اما حتی داشتن حق ثبت اختراع، مصونیت تضمین‌شده‌ای در برابر دست‌اندازی دیگران به این حق و نیز برد تضمین‌شده

توماس ادیسون (Thomas Edison) شهیر که نمونه بارزی از چنین مخترعانی است، دارنده بیش از ۱۰۰۰ حق اختراع بود که بسیاری از آنها را به صورت حق امتیاز به دیگر شرکتها، واگذار کرد. **مارک بلکسیل (Mark Blaxill)**، یکی از مؤسسان شرکت مشاوره در امور دارایی فکری^{۱۱} مستقر در بوستون، چنین می‌گوید: "ادیسون خالق و مؤسس اولین کارخانه ابداعاتی بشری بود."

نمونه امروزی تر چنین نهادی، شرکتی به نام **تری‌دنت دیزاین (Trident Design)** است که از سوی مخترعی به اسم **گریس هاگر (Chris Hawker)**، دارنده حق اختراع و اگذارکننده حق امتیاز طراحی وسیله‌ای به نام **پاوراسکوئید (PowerSquid)** (وسیله برقی اتصال همزمان چندین رایانه به نیروی برق)، تأسیس شد. شرکت آقای هاگر نیز مانند ادیسون اقدام به اختراع مجموعه‌ای از محصولات و حفاظت از حقوق مترتب بر دارایی فکری ناشی از این اختراعات و سپس واگذاری حق امتیاز آنها به دیگر شرکتها، می‌کند. پاوراسکوئید که حق امتیاز آن از جانب تری‌دنت دیزاین واگذار شده است، به وسیله یکی از شرکت‌های فرعی **فیلیپس الکترونیکس (Phillips Electronics)** تولید می‌شود. آقای هاگر می‌گوید: "کل الگوی کسب‌وکار ما استفاده از حقوق مترتب بر دارایی فکریمان است."



پانوشتها:

- 1- Small-business
- 2- Intellectual Property
- 3- Trademarks
- 4- Trade Dress
- 5- Website Addresses
- 6- Patent
- 7- Cease_and_Desist Letter
- 8- Upcakes.com
- ۹- لوح فشرده بلو-ری نام نوعی دیسک نوری است. در حال حاضر، از این نوع دیسک برای ذخیره فایل‌های ویدیویی با وضوح بسیار بالا استفاده می‌شود.
- 10- Patent Trolls
- 11- Intellectual Property Consulting Company

منبع:

Dahl D., **Intellectual Property**, The New York Times, <http://www.nytimes.com/2009/08/06/business/smallbusiness/06guide.html>, Aug. 2009

برای مثال، **گری جانسون (Gary Johnson)**، مدیر عامل شرکت **بلو اسپارک تکنالوجیز (Blue Spark Technologies)**، سازنده باتریهای تاشوی کوچک مورد استفاده در وسایلی مانند دستگاه‌های شناسایی علائم فرکانسهای رادیویی در اوهایی آمریکا، معتقد است: "گرانی هزینه ثبت حق اختراع در ژاپن، شهره خاص و عام است. افزون بر این، پرداخت هزینه سالانه حفظ حق امتیاز نیز برای کسب‌وکارهای کوچک چندان ساده نیست. بنابراین، باید فقط در کشورهایی به دنبال تأمین امنیت و تثبیت حقوق دارایی فکری بود که احتمال فروش یا تولید محصول مربوط به این اموال در آنها زیاد باشد؛ مانند آمریکا و چین. برنامه کاری هر شرکت، تعداد کشورهای مزبور را مشخص می‌سازد." برای تصمیم‌گیری درباره تعیین راهبرد بین‌المللی در مورد دارایی فکری، مشاوره با یک وکیل و انجام تجزیه و تحلیل فزونی منافع بر مخارج در خصوص حقوق مترتب بر دارایی فکری، ضروری است.

آنان که فقط به گردآوری انواع حق امتیاز می‌پردازند اما در عمل چیزی تولید نمی‌کنند را در اصطلاح زالوهای حق امتیاز می‌نامند؛ انگل‌هایی که از راه طرح دعاوی حقوقی علیه تولیدکنندگان واقعی، کسب درآمد می‌کنند

اصطلاح **زالوهای حق امتیاز**^{۱۰} در جریان دعاوی حقوقی طولانی بین **ان تی پی (NTP)** (یک شرکت سرمایه‌گذاری کوچک) و شرکت **آر آی ام (RIM)** سازنده نرم‌افزار و سخت‌افزار تلفن‌های همراه که برای عموم با نام تجاری **بلک‌بری (BlackBerry)** شناخته شده است، ابداع شد. کانون این دعاوی حقوقی عبارت بود از حق اختراع ابزار بیسیم ارسال نامه الکترونیکی متعلق به ان تی پی که آر آی ام در نهایت مجبور به پرداخت میلیونها دلار برای کسب حق امتیاز آن شد. اما آنچه که بیشتر مردم در این باره به خاطر سپردند، دعاوی حقوقی بود که در آن ان تی پی با وجود نداشتن استحقاق و به خاطر این که هیچ تلاشی برای تولید محصولی که حق امتیاز آن را داشت نکرده بود، توانسته بود از حقوق مترتب بر این حق امتیاز برخوردار شود.

ولی به یاد داشته باشیم که بسیاری از سرمایه‌گذاران، بدون تأسیس هیچ شرکتی، فقط به شراکت با کسانی بسنده کرده‌اند که حق اختراع خود را در معرض استفاده عموم قرار داده‌اند.