

Laws Governing Trademarks and Trade Secrets of Start-ups and the Consequences of Their Violation in Iranian Law

Marzieh Hajjatnia ¹, Nader Mardani ^{2*}, Hassan Mehrpour Mohammadabadi ³

1. PhD student of Private Law, Department of Private Law, United Arab Emirates Branch, Islamic Azad University, United Arab Emirates.

2. Associate Professor, Department of Public and International Law, Faculty of Law and Political Science, Shiraz University, Shiraz, Iran.

3. professor, Department of Private Law, Shahid Beheshti Faculty of Law, Tehran, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Article Type: Original Research

Pages:87-104

Article history:

Received: 26 Jun 2023

Edition: 12 Sep 2023

Accepted: 26 Oct 2023

Published online: 23 Mar 2024

Keywords:

Trademarks, Trade secrets, Start-ups, Violation, Performance Guarantee.

Corresponding Author:

Nader Mardani

Address:

Iran, Shiraz, Shiraz University, Department of Public and International Law, Faculty of Law and Political Science.

Orchid Code:

0000-0002-2241-6811

Tel:

071-37354500

Email:

drnadmardani@gmail.com

ABSTRACT

Background and Aim: The purpose of this article is to examine the laws governing the trademarks and trade secrets of start-ups and the consequences of their violation in Iranian law .

Materials and Methods: This paper is descriptive and analytical using library method .

Ethical Considerations: In this paper, the originality of the text, honesty, and trustworthiness are respected.

Results: the laws governing trademarks and trade secrets of startups include legal and criminal laws, and the consequences of violating them include civil guarantees including compensation for damages and criminal guarantees including fines, and in cases such as forgery, imprisonment. The important point is that the lack of any explicit protection of trademarks and trade secrets of start-ups should be noted in Iranian law. Despite the fact that trade secrets are one of the most important sub-branches of industrial property and its support is necessary in order to create a healthy competitive environment that leads to the development of start-ups, but the laws related to industrial property have neglected this important matter and have not made any reference to this matter .

Conclusion: Despite the fact that trade secrets are one of the most important sub-branches of industrial property and its support is necessary in order to create a healthy competitive environment that leads to the development of startups, but the laws related to industrial property have neglected this important matter and have not made any reference to this matter. In order to protect trademarks and trade secrets as important aspects of industrial property rights, it is necessary to establish more efficient and precise laws that are not ambiguous.

Cite this article as:

Hajjatnia M, Mardani N, Mehrpour Mohammadabadi H. *Laws Governing Trademarks and Trade Secrets of Start-ups and the Consequences of Their Violation in Iranian Law*. Economic Jurisprudence Studies. 2024.



فصلنامه مطالعات فقه اقتصادی، دوره ششم، شماره اول، بهار ۱۴۰۳

قوانین حاکم بر علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها و آثار نقض آن‌ها در فقه و حقوق ایران

مرضیه حاجات‌نیا^۱، نادر مردانی^{۲*}، حسن مهرپور محمدآبادی^۳

۱. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، گروه حقوق خصوصی، واحد امارات متحده عربی، دانشگاه آزاد اسلامی، امارات متحده عربی.

۲. دانشیار، گروه حقوق عمومی و بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

۳. استاد، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق شهید بهشتی، تهران، ایران.

چکیده

زمینه و هدف: هدف مقاله حاضر بررسی قوانین حاکم بر علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها و آثار مترتب بر نقض آن‌ها در حقوق ایران است.

مواد و روش‌ها: روش تحقیق در مقاله حاضر توصیفی تحلیلی است. مواد و داده‌ها نیز کیفی است و از فیش برداری در گردآوری مطالب و داده‌ها استفاده شده است.

ملاحظات اخلاقی: در این مقاله، اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

یافته‌ها: در فقه می‌توان با توسل به قواعدی چون لاضرر قائل به حمایت از علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها بود. قوانین حاکم بر علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها شامل قوانین حقوق و کیفری بوده و آثار مترتب بر نقض آن‌ها، ضمانت مدنی شامل جبران خسارت و ضمانت کیفری شامل جزای نقدی و در مواردی چون جعل، شامل حبس می‌شود. نکته مهم این است که باید به فقدان هرگونه حمایت صریحی از علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها در حقوق ایران اشاره کرد. علیرغم اینکه اسرار تجاری جزء مهم‌ترین زیر شاخه‌های مالکیت صنعتی می‌باشد و حمایت از آن در جهت ایجاد فضای رقابتی سالم که منجر به توسعه استارت‌آپ‌ها گردد ضروری است، اما قوانین مربوط به مالکیت صنعتی از این امر مهم غافل مانده و هیچ‌گونه اشاره‌ای به این مورد نداشته‌اند.

نتیجه: علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها براساس سایر قوانین کلی در زمینه حمایت از مالکیت معنوی و یا قوانین کیفری چون قانون مجازات اسلامی یا قوانین مسئولیت-مدنی مورد حمایت قرار می‌گیرد. ضروری است در راستای حمایت از علائم و اسرار تجاری به عنوان ابعاد مهم حقوق مالکیت صنعتی قوانین کارآمد و دقیق‌تری که فاقد ابهام باشد، وضع گردد.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۸۷-۱۰۴

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۰۵

تاریخ اصلاح: ۱۴۰۲/۰۶/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۰۴

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۱/۰۴

واژگان کلیدی:

علائم تجاری، اسرار تجاری، استارت‌آپ‌ها، نقض، ضمانت اجرا.

نویسنده مسئول:

نادر مردانی

آدرس پستی:

ایران، شیراز، دانشگاه شیراز، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، گروه حقوق عمومی و بین‌الملل.

تلفن:

۳۷۳۵۴۵۰۰۰۰۷۱

کد ارکید:

0000-0002-2241-6811

پست الکترونیک:

drnadmardani@gmail.com

۱. مقدمه

استارت‌آپ‌ها منبع با ارزش دانش نوآوری به حساب می‌آیند. امروز استارت‌آپ‌ها به منبع اصلی نوآوری تبدیل شده‌اند، چرا که آنها، فناوری‌های نوظهور را در جهت سبک جدید ارائه خدمات یا اختراع محصولات و مدل‌های جدید کسب و کار به کار می‌گیرند. اکوسیستم استارت‌آپی شامل دولت، قوانین و مقررات، نهادها و مراجع علمی، شتاب‌دهنده‌ها، صندوق‌ها و بانک‌ها و شرکت‌های تأمین مالی یا شرکت‌هایی که به سرمایه‌گذاری خطرپذیر روی می‌آورند و حتی فرهنگ مردم می‌باشد. در واقع، اثرگذاران بر این زیست بوم متعدد و متکثر هستند فلذا در صورتی که استارت‌آپ‌ها بدون شناخت و آگاهی نسبت به چالش‌ها و موضوعاتی که رابطه مستقیم با رشد آنها دارد عمل کنند ممکن است دیر یا زود برخلاف یک شروع شکوهمندانه پایان حیات خود در زیست‌بوم استارت‌آپی را تجربه کنند. یکی از مهم‌ترین موضوعاتی که استارت‌آپ‌ها در طی دوران کاری خود مستمراً با آن مواجه می‌گردند بحث حقوق مالکیت فکری است. در حالت کلی، ارزش یک کسب‌وکار نوپا، بیشتر مبتنی بر موارد ناملموس است؛ دارایی‌هایی چون علائم تجاری و اسرار تجاری. برخلاف سایر روش‌های حمایت از مالکیت معنوی اسرار تجاری محدودیت زمانی نداشته و تا ابد می‌تواند به صورت یک راز حفظ شود. فعالیت بر روی فناوری‌های نوین و نوظهور، در کنار نقش پررنگ دانش در فعالیت‌های استارت‌آپی، موجب شده تا حفاظت از دارایی‌های فکری و اسرار تجاری به مهم‌ترین اولویت برای استارت‌آپ‌ها بدل شود. به عبارتی استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش بنیان اصولاً حول محور یک ایده، خلاقیت یا نوآوری شکل می‌گیرند که نقش اصلی در رونق و

اعتبار آنها ایفا می‌کند و به عبارتی می‌توان گفت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان به دارایی‌های معنوی خود وابسته هستند. همین وابستگی اهمیت مدیریت صحیح مالکیت فکری این دارایی‌ها را در اکوسیستم استارت‌آپی بیش از پیش آشکار می‌سازد. موضوع حفاظت از دارایی‌های معنوی استارت‌آپ در هنگام تعامل و همکاری با سایر اعضای اکوسیستم استارت‌آپی اعم از شتاب‌دهنده، سرمایه‌گذار، نهاد‌های و مراجع علمی و سایر استارت‌آپ‌ها حائز اهمیت بسیار است. اصولاً، موفقیت یک استارت‌آپ بدون استفاده از مزایا و فرصت‌های ارائه‌شده توسط اکوسیستم استارت‌آپی تقریباً غیرممکن به نظر می‌رسد، بنابراین، می‌باید با انتخاب استراتژی هوشمندانه و از طریق مدیریت بهینه، استارت‌آپ به بهترین نحو ممکن از دارایی‌های معنوی خود در تعامل با دیگر بازیگران اکوسیستم استارت‌آپی حفاظت نماید. در چنین شرایطی این سؤال مطرح می‌شود که قوانین حاکم بر علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها و آثار مترتب بر نقض آنها در حقوق ایران چیست؟ در خصوص اسرار آپ‌ها، پژوهش‌های متعددی انجام شده است: زهرا شمس در مقاله‌ای به بررسی حفاظت از مالکیت فکری استارت‌آپ‌ها از منظر حقوقی پرداخته است. بر اساس نتایج مقاله مورد اشاره، بسیاری از اسرار آپ‌ها از اصل ضروری توجه به مالکیت فکری غفلت می‌کنند؛ غفلتی که شاید منجر به خسارت‌های مادی و معنوی کلان و یا شکست کسب و کار شود. لذا امروزه داشتن درکی عمیق از مالکیت فکری و اتخاذ راهبرد مالکیت فکری متناسب با آن، برای ایجاد یک کسب و کار پایدار و رسیدن به بازدهی حداکثری، ضروری به نظر می‌رسد (شمس، ۱۴۰۰: ۸-۱). همچنین مهدی نصراللهی، محمدرضا فتحی و فریبا شش پری، در مقاله‌ای، عوامل مؤثر بر

۲. مواد و روش‌ها

روش تحقیق در مقاله حاضر توصیفی تحلیلی است. مواد و داده‌ها نیز کیفی است و از فیش برداری در گردآوری مطالب و داده‌ها استفاده شده است.

۳. ملاحظات اخلاقی

در این مقاله، اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

۴. یافته‌ها

در فقه می‌توان با توسل به قواعدی چون لاضرر قائل به حمایت از علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها بود. قوانین حاکم بر علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها شامل قوانین حقوق و کیفری بوده و آثار مترتب بر نقض آن‌ها، ضمانت مدنی شامل جبران خسارت و ضمانت کیفری شامل جزای نقدی و در مواردی چون جعل، شامل حبس می‌شود. نکته مهم این است که باید به فقدان هرگونه حمایت صریحی از علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها در حقوق ایران اشاره کرد. علیرغم اینکه اسرار تجاری جزء مهم‌ترین زیر شاخه‌های مالکیت صنعتی می‌باشد و حمایت از آن در جهت ایجاد فضای رقابتی سالم که منجر به توسعه استارت‌آپ‌ها گردد ضروری است، اما قوانین مربوط به مالکیت صنعتی از این امر مهم غافل مانده و هیچ‌گونه اشاره‌ای به این مورد نداشته‌اند.

۵. بحث

در این قسمت مبانی نظری پژوهش مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

انتخاب استراتژی همکاری بین برندها (شرکت‌های نهادینه شده) و استارت‌آپ‌ها با مطالعه موردی استارت‌آپ‌های پارک علم و فن‌آوری قزوین را بررسی کرده‌اند. مطابق نتایج مقاله مورد اشاره میزان تطابق اهداف برند با اهداف استارت‌آپ، زمان تاسیس استارت‌آپ و تنوع ایده‌های نوآورانه بر انتخاب استراتژی همکاری تاثیر دارد. نیاز استارت‌آپ به کانال جدید برای توزیع محصولات، نیاز استارت‌آپ به ورود به بازارهای جدید و احساس نیاز مدیران استارت‌آپ به افزایش اعتبار شرکت‌شان بر انتخاب استراتژی حمایت تاثیر دارد. همچنین قدرت مالی برند، نیاز مالی برند، نیاز مالی استارت‌آپ، اهمیت دسترسی به منابع شرکت و اهمیت دسترسی به استعدادهای استارت‌آپ بر انتخاب استراتژی سرمایه‌گذاری تاثیر دارد. علاوه بر این ریسک پذیری مدیران، ارزش (قیمت) استارت‌آپ و شکاف (خلاء) نوآوری بر انتخاب استراتژی بلعیدن تاثیر دارد (نصراللهی و فتحی و شش‌پری، ۱۳۹۸: ۷۲-۶۳). اما در مقاله حاضر تلاش شده به بررسی این مهم پرداخته شود که برای حفاظت از علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها چه قوانینی حاکم است و ضمانت اجرای نقض اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها چیست؟ نوآوری مقاله پیش‌رو در همین نکته نهفته است. به منظور بررسی سؤال مورد اشاره ابتدا قوانین حاکم بر علائم تجاری و آثار مترتب بر نقض آن در حقوق ایران بررسی می‌شود، سپس از قوانین حاکم بر اسرار تجاری و آثار مترتب بر نقض آن در حقوق ایران بحث می‌شود.

۵-۱. قوانین حاکم بر علائم تجاری و آثار

مترتب بر نقض آن در حقوق ایران

در تعریف علامت تجاری گفته شده: «عبارت از هر نشانی است که کالاهای یک بنگاه اقتصادی را مشخص می‌کند و آن‌ها را از کالاهای رقبایش متمایز می‌سازد» (WIPO, 2015: 18). علائم تجاری در تمامی کسب‌وکارها از اهمیت بالایی برخوردار است. اما اهمیت این موضوع در کسب‌وکارهای نوپا یا همان استارت‌آپ‌ها بسیار ملموس‌تر است. این کسب و کارها چون در ابتدای راه تشکیل یا توسعه‌ی خود هستند و همچنین با توجه به اینکه بودجه‌های عظیم تبلیغاتی ندارند، بیشتر به تمرکز بر روی این مسئله نیاز دارند. در بند الف ماده ۳۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری این گونه تعریف شده است: «علامت یعنی هر نشانه قابل رؤیتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد». علامت تجاری عبارت است از هر نشانه تمایزبخشی که کالا یا خدمات مشخصی را که به وسیله اشخاص یا شرکت‌های تولیدی، تجاری، خدماتی ارائه می‌گردد معرفی و از کالا و خدمات اشخاص و شرکت‌های مشابه متمایز می‌گرداند. عناصر تشکیل‌دهنده یک علامت تجاری را در جدید و تازه‌بودن، ظاهر و آشکاربودن، همراه‌کننده نبودن خلاصه کرد. در این قسمت در دو بخش جداگانه قوانین مدنی و کیفری حاکم بر علائم تجاری و آثار مترتب بر نقض آن در حقوق ایران بررسی می‌شود.

۵-۱-۱. قوانین مدنی حاکم بر علائم تجاری و

آثار مترتب بر نقض آن

یکی از قوانین حاکم بر علائم تجاری ضرورت رعایت و عدم سوء استفاده از آن و جبران خسارت در صورت نقض آن است. شخص دارنده‌ی علامت-

تجاری ثبت‌شده در صورت نقض علامتش حق خواهد داشت علاوه بر درخواست جلوگیری از استفاده‌ی علامت توسط شخص نقض‌کننده خسارت واردشده به خود را نیز مطالبه نماید (کاتوزیان، ۱۳۸۶: ۲۴۵). گرچه دارنده‌ی علامت تجاری، اساساً چنین حقی را در صورت نقض علامتش دارد، اما با توجه به اینکه، اثبات خسارت در دعوای نقض علامت تجاری خیلی مشکل است عملاً چنین دعوایی مطرح نمی‌شود (ورمزیار، ۱۳۸۱: ۱۵۸). «خسارت مادی و زیان به‌خسارتی گفته می‌شود که به اعیان، منافع و حقوق اموال وارد می‌شود و قابل تقویم و تبدیل به پول است» (امامی، ۱۳۹۰، ج ۲: ۳۹۸). در حقوق مالکیت فکری نیز می‌توان همین تعریف را در باب خسارت مادی ارائه نمود.

در زمینه‌ی خسارت قابل مطالبه در صورت نقض مالکیت صنعتی در ماده ۴۹ قانون ۱۳۱۰ آمده بود: «در مورد خسارت‌هایی که خواه از مجرای حقوقی و خواه از مجرای جزایی در دعوی مربوط به اختراعات و علامت‌های تجاری مطالبه می‌شود شامل ضررهای وارده و منافعی خواهد بود که طرف از آن محروم شده است». این ماده در نوع خود از مقررات مترقی بوده چرا که قانون‌گذار صراحتاً مطالبه خسارت حاصل از منافع از دست رفته را شناسایی کرده بود. همچنین از عبارت ضررهای وارده گرچه عنوان کلی است ولی این حسن را داشت که دادگاه در پرتو آن قادر بود به هر نوع ضرر در جهت جبران خسارت دارنده‌ی حق حکم دهد (صادقی، ۱۳۸۸: ۲۳۱).

در قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ اشاره‌ای به منافع از دست رفته و محاسبه آن نشده است و صرفاً به «جبران خسارت» تصریح گردیده که می‌توان از این عبارت

در نتیجه‌ی نقض مدنظر کارشناس قرار گیرد» (تقوی‌مند، ۱۳۹۲: ۹۷-۹۹).

در بررسی منافع، لازم است که خواهان مبالغ حاصل از فروش خوانده را اثبات نماید، در مقابل خوانده باید اثبات نماید که تمامی مؤلفه‌های هزینه‌ای و یا تخفیفانی را که شامل حالش می‌شود را اثبات نماید. در بررسی خسارات، دادگاه می‌تواند با توجه به شرایط حاکم بر پرونده برای هر مبلغی که بالاتر از مبلغ خسارات واقعی و حداکثر تا سه برابر این مقادیر، به قضاوت وارده شود. چنانچه دادگاه دریابد که مقادیر تادیه شده براساس منافع ناکافی و یا بیشتر است، دادگاه می‌تواند حسب صلاحدید خود برای این مقادیر و به‌گونه‌ای که به نظر وی برای مالک علامت تجاری مناسب است مطابق شرایط حاکم بر پرونده نسبت به صدور آراء اقدام نماید. مقادیر مذکور در شرایط فوق به عنوان خسارات قانونی در نظر گرفته می‌شود، نه به عنوان جریمه دادگاه در موارد خاصی می‌تواند به تأدیه هزینه‌های دادرسی معقولی به شخص برنده در دادگاه رأی دهد.

تقاضای ابطال علامت از دیگر آثار نقض علائم تجاری استارت‌آپ‌هاست. «صاحب علامتی که علامت تجاری او مورد تعرض قرار گرفته است علاوه بر اینکه می‌تواند تقاضای ابطال علامت معارض بنماید حق دارد نسبت به مطالبه خسارت وارده به خود و هراقدام تأمینی دیگر که لازم باشد، اقدام کند» (بهرامی، ۱۳۹۵: ۲۸). برابر مواد ۱۲۴ و ۱۲۵ «آیین نامه اجرایی از حقوق مسلم پیش‌بینی شده برای صاحب علامت تجاری یا ذینفع درعلایم مشهور، اعتراض به علایم تجاری ثبت شده یا در جریان ثبت می‌باشد. بدین معنا که معترض می‌تواند اعتراض خود را به صورت مکتوب به اداره مالکیت صنعتی تسلیم نماید در این ضرورت،

استنباط کرد که قانون‌گذار دست قاضی را در تعیین نوع خسارت باز گذاشته تا در هر مورد به خسارت متناسب با آن حکم دهد. نکته دیگری که از مواد ۶۰ و ۶۱ این قانون استنباط می‌شود این است که جبران خسارت در مورد انواع مالکیت‌های صنعتی یعنی - اختراعات، طرح‌های صنعتی و علامت‌های تجاری، مشترک و یکسان است و می‌توان خسارت‌های مادی و معنوی را مطالبه نمود (امامی، ۱۳۹۰، ج ۲: ۴۰۲).

می‌توان قاعده لاضرر را از مبانی فقهی جبران خسارت نقض انواع مالکیت‌های صنعتی یعنی اختراعات، طرح‌های صنعتی و علامت‌های تجاری مورد تاکید در قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ قلمداد کرد. قاعده لاضرر قاعده فقهی برگرفته از متن حدیث نبوی «لا ضرر و لا ضرار فی الاسلام» که بر نفی ضرر و زیان زدن به خود و دیگران در دین اسلام و حرمت آن دلالت می‌کند. اگرچه در تفسیر قاعده لاضرر اختلاف نظر وجود دارد ولی قاعده مزبور را چه به معنی نفی حکم ضروری (انصاری، ۱۴۱۴، ۳۷۳؛ انصاری، ۱۳۷۵، ۳۷۴؛ توحیدی، ۱۳۶۸، ج ۳، ۴۰۴)، نهی از اضرار (اصفهانی، ۱۴۱۰، ۲۵)، و یا نقی ضرر غیر متدارک (نراقی، ۱۴۰۸، ۱۸). بگیریم تصرف در چنین حقوقی جابز نبوده و مستلزم اجازه از صاحبان آن‌ها است.

«در حقوق ایران ابتدا کارشناس متخصص در این امر باید بررسی کند که قبل از نقض دارنده‌ی حق چه میزان فروش داشته و بعد از وقوع نقض چه میزان از فروش او کاسته شده است. بدیهی است تفاوت حاصله می‌تواند گویای میزان منافع ازدست‌رفته باشد. قابل توجه است که در این محاسبه باید تغییرات عرضه و تقاضا و سایر تغییرات مؤثر و همچنین هزینه‌های تحمیل‌شده به مالک اثر

از دیگر آثار مرتب برنقض علائم تجاری استارت‌آپ‌ها، امحاء علامت تجاری با معدوم ساختن کالاها است. می‌توان مستفاد از قسمت اخیر ماده ۶۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری یعنی عبارت «دادگاه می‌تواند...تصمیم دیگری جهت احقاق حق اتخاذ نماید»، جهت درخواست معدوم کردن محصولات ناقض حق، امحاء و خارج کردن آن‌ها از مجازی تجاری استفاده نمود. این نوع ضمانت اجرا در ایران به دلیل عدم وجود احکام روشن و جامع در این خصوص با ایرادات جدی مواجه است (بابایی، ۱۳۹۳: ۱۵۸).

همچنین می‌توان به انتشار حکم در مطبوعات به عنوان یکی دیگر از آثار مرتب برنقض علائم تجاری استارت‌آپ‌ها اشاره کرد (میرحسینی، ۱۳۹۰: ۴۹۱). اثر این ضمانت اجرا این است که مصرف‌کننده با اطلاع از حکم صادره به نقض‌کننده بودن علامت-تجاری خوانده پی می‌برد و این امر می‌تواند تا حدودی مانع از خرید کالاهای نقض‌کننده موجود در بازار شود یا به هر حال باعث علم و آگاهی مصرف‌کنندگان به تمایز این کالاها با کالاهای تحت علامت خواهان گردد.

۵-۱-۳. قوانین کیفری حاکم بر علائم تجاری

و آثار مترتب بر نقض آن

مطابق ماده ۶۱ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری متخلفینی که با علم و عمد حقوق دارندگان علائم تجاری را نقض نموده باشند به پرداخت مجازات مندرج محکوم خواهد شد. مطابق با ماده ۳۱ و ۴۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری حقوق ناشی از علامت منوط به ثبت علامت تجاری است و استفاده از یک علامت تجاری به کسی تعلق دارد که آن علامت را مطابق مقررات به ثبت رسانده باشد. با وجود این، مطابق بند(ه) ماده ۳۲ قانون ثبت-

عملیات ثبت علامت متوقف می‌شود و مراتب ظرف ۱۰ روز به متقاضی ثبت ابلاغ می‌گردد تا در صورت تمایل پاسخ مکتوب خود را ظرف ۲۰ روز به-مرجع ثبت تسلیم نماید. عدم پاسخ متقاضی به ابلاغ در مهلت مقرر، به منزله تمکین وی خواهد بود. به هر تقدیر در صورت اقامه دعوا از سوی معترض در دادگاه عمومی تهران، عملیات ثبت علامت، متوقف و پس از صدور حکم نهایی بر طبق آن عمل خواهد شد به طوری که اگر اعتراض معترض وارد تشخیص داده شود دادگاه حکم بر ابطال تقاضای ثبت متقاضی صادر می‌نماید و گرنه ادامه عملیات ثبت علامت به نام متقاضی ثبت، انجام می‌شود» (کریمی، ۱۳۸۹: ۱۷۹).

در باب رضایت زیان دیده باید گفت وی همیشه بعد از ورود خسارت می‌تواند ذمه عامل زیان را ابراء کند و این موضوع از قلمرو بحث خارج است. بحث ما در باب رضایت زیان دیده قبل از ورود ضرر توسط عامل زیان می‌باشد و باید به این نکته توجه داشت که عامل زیان نمی‌تواند به استناد رضایت زیان دیده عمداً به اموال وی خسارت وارد کند. به عبارت دیگر رضایت زیان دیده اعمال عمدی عامل زیان را توجیه نمی‌کند. همچنین مواردی که شخصی حق خود را اعمال می‌نماید، چنانچه از حق خود سوء استفاده نکند و از اعمال حق وی به مالکین آثار فکری زیان برسد وی مسئولیتی ندارد و در صورتی که شخصی به حکم قانون سبب ورود زیان شود مسئول جبران-خسارت‌های مالکین آثار فکری نمی‌باشد؛ به طور مثال بعضی مواقع با اجازه دولت نسخه‌های یک اثر ادبی خلاف اخلاق که منتشر شده از بازار جمع‌آوری می‌شود، اگرچه این عمل موجب ورود زیان به مالک آن اثر می‌شود اما چون با اجازه مقام صالح صورت گرفته است، زیان دیده نمی‌تواند مطالبه خسارت کند.

مجموع، ماده ۵۲۹ از همان قانون مقرر می‌دارد: «هرکس... علامت یکی از...تجارخانه‌ها را با علم به جعل استفاده نماید، علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از سه ماه تا دو سال محکوم می‌شود.».

برای تحقق جعل علائم تجاری لازم است نکات زیر ملحوظ خاطر باشد: ۱. جعل علائم تجاری مستلزم ثبت آن نخواهد بود؛ زیرا در مواد ۵۲۵ و ۵۲۹ ق.م.ا. به خلاف بزه نقض حقوق مالکیت صنعتی (۶۱ ق.ث.ا.ط.ع.) به این لزوم تصریحی نرفته است. اما در مقام ایجاد ضابطه می‌توان گفت که فقط جعل علائم تجاری معروف قابل تعقیب خواهند بود. ۲. در جعل علائم تجاری لازم است طبق ضابطه موجود در سایر اقسام جعل امکان مشتبه شدن و عدم تشخیص عرفی علامت تجاری مجعول از اصیل وجود داشته باشد. ب) استعمال غیرمجاز علائم تجاری: مطابق ماده ۵۳۰ ق.م.ا. چنانچه استفاده‌کننده بدون ارتکاب جعل، صرفاً پس از تحصیل، آن را به‌نحو غیرمجازی مورد استفاده قرار دهد مورد تعقیب کیفری قرار خواهد گرفت. ج) مطابق دیدگاه غالب دکتین حقوق-کیفری، قید عبارت «هر نوع وسیله تقلبی دیگر در ماده ۱ قانون تشدید مجازات مرتکبین ارتشاء و اختلاس و کلاهبرداری مصوب ۱۳۶۴ مؤید این نکته است که استفاده از هرگونه وسیله‌ای که عرفاً متقلبانه محسوب می‌شود، می‌تواند موجب تحقق عنصر مادی جرم کلاهبرداری شود.

در آراء متفاوتی از دیوان عالی کشور نیز مغرور نمودن دیگری از طریق امور تقلبی و نیز امیدوار نمودن و فریب دادن دیگری از طریق امور غیرواقعی از عناصر مادی جرم کلاهبرداری دانسته شده است. با تحقق هر یک از جرائم مشمول «قانون مجازات-اسلامی» و «قانون تشدید مجازات مرتکبین ارتشاء و اختلاس و کلاهبرداری» به نوعی بزه موضوع ماده

اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری «علائم معروف» قابل حمایت دانسته شده‌اند؛ لیکن این حمایت را می‌بایست حمایتی ناقص پنداشت؛ چرا که مطابق ماده ۴۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری، پیش شرط بهره‌مندی از حقوق مربوط به علائم تجاری و به خصوص حقوق جزایی مندرج در ماده قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری، ثبت علائم تجاری است. سوءنیت (علم و عمد) ناقض حقوق دارنده علامت تجاری نیز ضروری است.

در بخش تعزیرات قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۶۲، در قالب مواد ۱۲۲ و ۱۲۳ و ۱۲۴، مجازات‌هایی برای متجاوزین به علائم تجاری در نظر گرفته شده بود. در سال ۱۳۷۵ با تصویب بخش تعزیرات و مجازات‌های باز دارنده به حمایت‌های پیشین پایان داده شد. لازم است که در شرایط کنونی در پی نصوصی دیگر برای حمایت کیفری از نقض علائم تجاری در این قانون بود.

به طور کلی جرائمی که در قانون تعزیرات و مجازات‌های بازدارنده مصوب ۱۳۷۵، درمورد علائم تجاری متصور می‌گردد را می‌توان بدین شرح برشمرد: (۱) جعل و استفاده از علامت تجاری مجعول (۲) استعمال غیرمجاز علائم تجاری (۳) کلاهبرداری.

که به ترتیب به شرح هرکدام از آن‌ها پرداخته می‌شود: الف) جعل علامت تجاری و استفاده از آن: در ماده ۵۲۵ ق.م.ا. چنین می‌خوانیم: «هرکس اشیاء زیر را جعل کند یا با علم به جعل و تزویر مورد استعمال کند... علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از یک تا ده سال محکوم خواهد شد: ۱- ... و ۲. مهر یا تمبر یا علامت یکی از شرکت‌ها یا مؤسسات یا ادارات دولتی یا نهادهای انقلاب اسلامی» در مورد استفاده از علامت تجاری

حداکثر هر دو جرم را در نظر گرفته و هرکدام که شدیدتر باشد، مورد حکم قرار می‌گیرد. به عبارتی فقط یک مجازات حداکثر برای مرتکب صادر می‌شود.

ب) اگر فعل مرتکب جعل علامت تجاری و استفاده از آن در راستای ارتکاب کلاهبرداری باشد، در این حالت جرم جعل مصداق می‌یابد و ضمن‌اعمال مجازات مقرر در ماده ۵۲۵ قانون مجازات اسلامی در مورد جعل، در مورد استفاده از علامت مجعول و کلاهبرداری، نیز با توجه به اینکه جرائم ارتكابی بیش از سه جرم نیست فقط یک مجازات حداکثر برای مرتکب در نظر گرفته می‌شود که با توجه به اشد بودن مجازات کلاهبرداری، حداکثر مجازات مقرر برای کلاهبرداری برای مرتکب جرم صادر می‌شود.

ج) در مورد تحصیل غیرمجاز علامت تجاری و استفاده از آن در راستای کلاهبرداری نیز از باب تعدد معنوی و با توجه به اشد بودن مجازات کلاهبرداری، مجازات مقرر برای کلاهبرداری در مورد مرتکب اعمال خواهد شد.

اما در مورد اینکه اگر فردی قبل از ثبت علامت تجاری توسط صاحب و استفاده‌کننده آن، علامت مزبور را ثبت کند، آیا عنوان مجرمانه‌ای بر این عمل بار می‌شود یا خیر، یا بیان دیگر آیا این عمل را می‌توان سرقت علامت تجاری دانست یا خیر، قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری در این مورد ساکت بوده و متعرض امری نشده است. ضمن اینکه نمی‌توان علامت تجاری را به معنای واقعی کلمه مال دانست و ثبت آن توسط فرد دیگر را ربایش قلمداد کرده و در نتیجه عمل مزبور را سرقت دانست. «اما به نظر می‌رسد که استفاده‌کننده مقدم، حق اعتراض داشته و با اثبات سابقه استفاده خویش از علامت مزبور، صدور حکم ابطال

۶۱ ق.ث.ا.ط.ع. نیز مصداق می‌یابد. به بیان دیگر فعلی واحد دو جرم را پدید آورده، در این گونه موارد می‌بایست به حکم ماده ۴۶ قانون مجازات اسلامی، مجازات اشد اعمال شود. با توجه به اینکه مجازات مقرر در ماده ۶۱ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری در مقایسه با مجازات مقرر در «قانون مجازات اسلامی» و «قانون تشدید مجازات مرتکبین ارتشاء و اختلاس و کلاهبرداری» از شدت کمتری برخوردار است، لذا در این موارد باید با توجه به قوانین مذکور اقدام به صدور مجازات نمود. البته در حالتی که نقض حقوق مربوط به علامت تجاری قابل مجازات با قوانین اخیرالذکر نباشد، باز شاید بتوان با استناد به قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری اقدام به جرم‌انگاری عمل ناقض حقوق مربوط به علامت تجاری و در نتیجه مجازات مرتکب آن نمود.

برای مثال چنانچه شخصی صرفاً با ملهم شدن از یک علامت تجاری برای محصول خویش موجبات گمراهی مصرف‌کننده را فراهم آورد، هرچند نمی‌توان با استناد به جعل و کلاهبرداری وی را تحت تعقیب قرار داد، اما می‌توان به وسیله جرم مندرج در قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری وی را متخلف محسوب نمود.

الف) اگر فعل مجرمانه جعل علامت تجاری و استفاده از آن باشد، بر طبق قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲ عمل وی مشمول تعدد بوده ولی از آنجا که جرائم ارتكابی بیش از دو جرم نمی‌باشد،

زیر باشد: «۱- نام اینترنتی با نام دامنه با علامت با علائم تجاری، یکسان و مشابه باشد.

۲- نشانی اینترنتی باعث فریب و گمراهی افراد نسبت به اصالت کالا یا خدمات منظور نظر آنان گردد و یا آنان را دچار اشتباه کند. یعنی تصور علمی برای مصرف‌کنندگان کالای اصلی و یا خدمات اصلی به وجود آورد به نحوی که مشتریان به تصور کالای اصلی یا خدمات اصلی به کالا یا خدمات بدلی روی آورند و به سمت این نوع کالا و خدمات کشیده شوند. ۳- صاحب نشانی اینترنتی بانام کامپیوتری کالا یا خدماتی مشابه کالای اصلی با خدمات اصلی و ایجاد شبهه در ذهن مصرف‌کنندگان، از این اقدام سود ببرد».

در حقوق ایران علائم تجاری و صنعتی، به موجب ماده ۱ قانون سابق ثبت علائم تجاری و صنعتی مصوب اول تیرماه ۱۳۱۰ چنین تعریف شده بود: «علامت تجاری عبارت از قسم علامتی است، اعم از نقش، تصویر، رقم، حرف، عبارت، مهر، لفاف و غیر آن که برای امتیاز و تشخیص محصول صنعتی، تجارتی یا فلاحتی اختیار می‌شود ممکن است یک علامت تجارتی برای تشخیص محصول جماعتی از زارعین یا ارباب صنعت یا تجار و یا محصول یک شهر و یا یک ناحیه از مملکت اختیار شود.

تبصره داشتن علامت تجارتی اختیاری است مگر در مواردی که دولت آن را الزامی قرار دهد». این تعریف شامل علائم تجارتی، صنعتی، فلاحتی فردی و علامت صنعتی یا تجارتی و یا زراعتی جمعی یا محلی و یا منطقه‌ای در ایران بود ولی علائم خدماتی را در بر نمی‌گرفت و حال آنکه امروزه علائم خدماتی نیز از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است که قانون سابق آن را نادیده گرفته بود. به همین دلیل و به دلایل دیگر، قانون مذکور با تصویب قانون آزمایشی ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم

سند ثبت علامت تجاری معترضاً عنه را خواستار شود؛ چراکه ثبت علامت تجاری که قبلاً مورد استفاده بوده، از مصادیق رقابت مکارانه تجاری محسوب می‌شود. در نتیجه در صورت اعتراض استفاده‌کننده، دادگاه‌ها مکلفاند مطابق با اصول کلی حقوقی (منع رقابت مکارانه) و معاهدات بین‌المللی که دولت ایران به آن پیوسته به اعتراض رسیدگی و در صورت ثبوت ادعا حکم مقتضی صادر نمایند» (اسلامی، ۱۳۸۸: ۵۶-۵۴).

سوء استفاده از نام و نشانی‌های اینترنتی از دیگر موارد کیفری مرتبط با علائم تجاری در استارت‌آپ‌هاست. در حقوق ایران برای مبارزه با سوء استفاده‌کنندگان از نام و نشانی‌های اینترنتی در موردی کاملاً خاص و استثنایی اجرای کیفری در نظر گرفته شده است. بر اساس ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲: «به منظور حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تشویق رقابت‌های مشروع در بیشتر مبادلات الکترونیکی، استفاده از علائم تجاری به صورت نام دامنه و یا هر نوع نمایش برخط علائم تجاری که موجب فریب یا مشتبه شدن طرف به اصالت کالا و خدمات شود، ممنوع و متخلف به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید». مطابق ماده ۷۶ همین قانون: «متخلفان از ماده ۶۶ این قانون به یک تا ۳ سال حبس و جزای نقدی از بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یک صد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم خواهند شد».

با توجه به مفاد مواد ۶۶، ۷۶ قانون تجارت الکترونیکی مذکور، سوء استفاده از علائم تجاری به صورت نام دامنه یا استعمال علائم تجاری دیگران به شکل نشانی اینترنتی از طرف دیگری، در صورتی جرم و متخلف مجازات می‌شود که دارای شرایط

تجاری مصوب ۱۳۸۷/۱۱/۳ صریحاً منسوخ گردید (امامی، ۱۳۹۶: ۲۳۸).

فصل سوم قانون جدید به علائم فردی، علائم جمعی و نام‌های تجاری اختصاص دارد. مطابق بندهای الف و ب ماده ۳۰ قانون اخیرالتصویب در زمینه علائم تجاری، صنعتی و خدماتی: «الف) علامت یعنی هر نشان قابل رؤیتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد. ب) علامت جمعی، یعنی هر نشان قابل رؤیتی که با عنوان علامت جمعی در اظهارنامه ثبت، معرفی شود و بتواند مبدأ و یا هرگونه خصوصیات دیگر مانند کیفیت کالا یا خدمات اشخاص حقیقی و حقوقی را که از این نشان تحت نظارت مالک علامت جمعی استفاده می‌کنند متمایز سازد».

این علائم به اشکال گوناگون ممکن است وجود پیدا کنند. به طور مثال علائم می‌تواند از کلمات، شبه کلمات، نام‌های خانوادگی، نام محلی و جغرافیایی، نام مستعار، حروف، اعداد، واژه‌های اختصاری، علائم صوتی، اصوات، جملات موزیکال، علائم شکلی مثل طرح‌ها، اتیکت‌ها، مهرها، حاشیه‌ها، لفاف‌ها، هولوگرام‌ها، لوگوها، تصاویر ترکیبی، فرم‌ها، التقاط و اختلاط رنگ‌ها در ارتباط و متناسب با تولیدات، علی‌الخصوص در عرضه خدمات، به وجود آید.

۵-۲. قوانین حاکم بر اسرار تجاری

اسرار تجاری در قلمرو فعالیت‌های تجاری و اقتصادی، نهادی است جدید که سابقه‌ی طولانی چندانی ندارد ولی در حال حاضر به علت رقابت‌های غیرقانونی یا نامشروع در صحنه فعالیت‌های اقتصادی و آثار ناگوار ناشی از این اقدامات، در اکثر کشورهای جهان، خصوصاً در کشورهای صنعتی، به منظور حمایت از صاحبان حرف و صنایع و حمایت

از فعالان اموراتصادی و تجاری؛ اسرار ساخت و اسرار تجاری؛ مورد توجه خاص قرار گرفته است و همانند سایر اموال غیرمادی و مالکیت صنعتی دارای ارزش و اعتبار قانونی شده است (امامی، ۱۳۹۶: ۷۸). هر کسب و کار با یک ایده شروع می‌شود اما فهم این موضوع مهم است که ایده مورد حمایت قانونی قرار نمی‌گیرد، بلکه چگونگی اظهار و اعلام آن است که موجب ایجاد حمایت قانونی می‌گردد. حمایت قانونی از ایده منوط به ایجاد آن ایده در یکی از قالب‌های شناخته‌شده مالکیت معنوی است (رضوی، ۱۴۰۱: ۶). در کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ) با توجه به اینکه اغلب فعالیت کسب و کار براساس ایده‌ای است نوآورانه و خلاقانه که به شکلی جدید یا مؤثرتر به نیازهای جامعه‌ی هدف و مشتریان پاسخ می‌دهد و همین امر نیز از دلایل مهم در رشد سریع این نوع کسب‌وکار محسوب می‌گردد؛ بسیار حیاتی است تا از ایده و اطلاعات مرتبط با این ایده و هر آنچه موجب موفقیت کسب‌وکار و مزیت رقابتی در برابر سایر رقبا است به طور قانونی، مؤثر و بازدارنده حفاظت نمود تا از سوءاستفاده رقبا از این اطلاعات جهت اختلال در پیشرفت کسب‌وکار نوپا یا بهره‌برداری رقبا از این اطلاعات جهت تغییر استراتژی‌های تجاری خود، جلوگیری نمود.

۵-۲-۱. قوانین مدنی حاکم بر اسرار تجاری

اگر شخص ثالث به طریقی (قانونی یا غیرقانونی) به اسرار تجاری دست یابند، در فرض اطلاع وی از سرتجاری بودن موارد دریافت شده، به شرط عدم عمومیت یافتن اطلاعات، می‌توان او را ملزم به عدم افشا و استفاده از آن اسرار نمود و در صورت تخلف ثالث از این امر، وی مسئول جبران خسارت خواهد بود. اما در فرضی که شخص ثالثی در اثر اشتباه دیگری از اسرار تجاری آگاه شود یا بر اثر بی

همواره ممکن است مورد تجاوز و دستبرد از سوی افرادی قرار گیرد که منافع خود را در استفاده آسان از نتایج تلاش‌های فکری دیگران می‌بینند. اگرچه صاحبان اسرار تجاری می‌توانند با پیشگیری و اعمال ضمانت اجراهای مدنی از حقوق خود دفاع کنند؛ ولی تهدید به ضمانت اجراهای مدنی برای جلوگیری از نقض محرمانگی اسرار تجاری کافی نبوده و بازدارندگی مناسب را نخواهد داشت.

«اسرار تجاری به دلیل تخصصی و فنی بودن، حمایت کیفی ویژه‌ای را همراه با اعمال سازوکارهای مناسب می‌طلبند؛ یعنی حمایت از اسرار تجاری نیازمند به کارگیری یک سیاست جنایی افتراقی یا به زبان حقوقی، شاخه‌ای جدید و فنی از حقوق کیفی تحت‌عنوان حقوق کیفی مالکیت صنعتی می‌باشد» (نجفی ابرند آبادی، ۱۳۸۴، ج ۲: ۲۷۲-۲۰۵). در حقوق ایران متأسفانه به رغم اینکه با تصویب «قانون تجارت الکترونیکی» در سال ۱۳۸۲ حمایت کیفی از اسرار تجاری در فضای مجازی هرچند به صورت ناقص صورت پذیرفت؛ ولی حمایت کیفی از اسرار تجاری در فضای واقعی همچنان به دست فراموشی سپرده شد و جز برخی قوانین که آن‌هم به صورت کلی و مبهم بدان پرداخته‌اند، قوانین دیگری مشاهده نمی‌شود.

با توجه به قوانین موجود در حقوق ایران، متأسفانه در حال حاضر نمی‌توان مقرر قانونی قابل اتکائی یافت که به نحو قاعده‌مند و صریح به مقابله با جرائم علیه اسرار تجاری در فضای واقعی بپردازد. بنابراین می‌توان اذعان کرد که قوانین کیفی ایران در این زمینه دارای نقص بوده و باید هرچه زودتر راهکارهای کیفی برای مقابله با جرائم علیه اسرار تجاری همانند سایر شاخه های گوناگون

احتیاطی دیگران به اطلاعات دست یابد، درحالی‌که ثالث از وصف پوشیدگی اطلاعات آگاهی ندارد، نمی‌توان تعهدی بروی بار نمود و در صورت برملا کردن اسرار، مسئولیتی متوجه چنین شخصی نیست، اما اگر ثالث به هر نحو از محرمانگی اطلاعات آگاه شود، دیگر نمی‌تواند از اطلاعات استفاده کرده یا آن‌ها را افشا کند (رهبری، ۱۳۹۸: ۹۱).

اگر اسرار تجاری مورد دستبرد قرار گرفته باشد و مسئولان استارت آپ، اقدام به افشای آن اسرار نکرده باشند و این اسرار به وسیله‌ی شخص دیگری افشاء شده باشد برای جبران خسارت ۳ حالت می‌توان متصور بود: حالت نخست: اگر صاحب اسرار در حفاظت آن کوتاهی کرده باشد و کارکنان موسسه در مخفی نگاه داشتن اسرار مسامحه نکرده باشند، در این زمینه کارکنان موسسه مسئولیتی ندارند. حالت دوم: در صورت مسامحه یا بی‌احتیاطی کارکنان موسسه و به سرقت رفتن اسرار، مسئولیت ورود زیان برعهده‌ی کارکنانی است که در انجام وظیفه کوتاهی کرده باشند. حالت سوم: ممکن است که صاحب اسرار و کارکنان برای حفاظت از اسرار تجاری اقدامات لازم را به عمل آورده باشند ولی از طریق سرقت یا جاسوسی اسرار فاش گردد، در این حالت متضرر می‌تواند طبق قاعده‌ی لاضرر، با اقامه دعوی، خسارات وارده را از زیان زنده مطالبه کند (بابایی، ۱۳۹۳: ۱۵۹).

۵-۲-۲. قوانین کیفی حاکم بر اسرار تجاری

«اسرار تجاری که عده‌ای آن را به‌رازی که باعث امتیازی بالقوه یا بالفعل برای دارنده آن در امر تجارت محسوب می‌شود یا هرچیزی که دارنده و مالک آن را با اقدام متعارف به‌عنوان یک راز حفظ می‌کند تعریف کرده‌اند» (Gesmer, 2009: 2). دارای ارزش اقتصادی فراوانی می‌باشد؛ از این رو،

مالکیت صنعتی مورد پیش‌بینی قرار گرفته و نقص موجود در قوانین برطرف شود. اما تا زمانی که این خلاء قانونی پر نشده، به طور ناقص می‌توان از مفاد قانون دیگر برای حمایت از اسرار تجاری در سطح کشور بهره جست.

نظر به اینکه غالب استارت‌آپ‌ها، تمام یا بخشی از فعالیت خویش را در فضای مجازی انجام می‌دهند بنابراین احتمال افشای اسرار تجاری الکترونیکی استارت‌آپ‌ها نیز وجود دارد. قانون‌گذار در ماده ۶۵ قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲ به تعریف اسرار تجاری الکترونیک پرداخته است: «اسرار تجاری الکترونیکی داده پیمایی است که شامل اطلاعات، فرمول‌ها، الگوها، نرم‌افزارها و برنامه‌ها، ابزار و روش‌ها، تکنیک‌ها، فرایندها، تألیفات منتشر نشده، روش‌های انجام تجارت و دادوستد، فنون، نقشه‌ها و فراگردها، اطلاعات مالی، فهرست مشتریان، طرح‌های تجاری و امثال این‌ها است، که به طور مستقل دارای ارزش اقتصادی بوده و در دسترس عموم قرار ندارد و تلاش‌های معقولانه‌ای برای حفظ و حراست از آن‌ها انجام شده است» و طبق ماده ۶۴ قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲، تحصیل غیرقانونی و یا افشای آن‌ها را جرم دانسته است. مطابق ماده ۶۴ قانون تجارت الکترونیک: «به منظور حمایت از رقابت‌های مشروع و عادلانه در بستر مبادلات الکترونیکی، تحصیل غیرقانونی اسرار تجاری و اقتصادی بنگاه‌ها و مؤسسات برای خود و یا افشای آن برای اشخاص ثالث در محیط الکترونیکی جرم محسوب و مرتکب به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید.» همچنین بر طبق ماده ۷۵ این قانون: «متخلفین از ماده (۶۴) این قانون و هرکس در بستر مبادلات الکترونیکی به منظور رقابت، منفعت و یا ورود خسارت به بنگاه‌های تجاری، صنعتی، اقتصادی

و خدماتی، با نقض حقوق قراردادهای استخدام مبنی بر عدم افشای اسرار شغلی و یا دستیابی - غیرمجاز، اسرار تجاری آنان را برای خود تحصیل نموده و یا برای اشخاص ثالث افشا نماید به حبس از شش ماه تا دو سال و نیم، و جزای نقدی معادل پنجاه میلیون (۵۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم خواهد شد.» همان‌طور که مشاهده می‌شود این قانون برای عمل کسانی که در بستر مبادلات الکترونیکی به طور غیرقانونی اسرار تجاری و اقتصادی بنگاه‌ها و مؤسسات را برای خود تحصیل کرده یا آن را برای اشخاص ثالث افشا نمایند، عنوان مجرمانه داده و فرد مذکور را مجرم به حساب می‌آورد. البته در مورد این ماده عده‌ای معتقدند که این قانون برای هر نوع استفاده از فناوری‌های الکترونیکی در تبادل اطلاعات است که یکی از مصادیق آن استفاده در حوزه تجارت الکترونیکی است (پورسید، ۱۳۸۶: ۶۰-۴۹). اما در مقابل عده‌ای نیز معتقدند که تحقق جرائم مندرج در این قانون منحصراً در بستر مبادلات مالی رایانه‌ای می‌تواند صورت گیرد (جاویدنیا، ۱۳۸۶: ۱۸۰-۱۲۵). با توجه به اینکه مقنن نیز در متن ماده عباراتی نظیر بنگاه اقتصادی و اسرار تجاری و اقتصادی را به کار برده که بیشتر دال بر مالی بودن این مبادلات می‌شود، بنابراین باید نظر افرادی را تأیید کرد که تحقق جرائم را فقط در بستر مبادلات مالی رایانه‌ای ممکن می‌دانند. البته آنچه که در این ماده مورد حمایت قرار داده شده است، اسرار تجاری متعلق به بنگاه‌ها و مؤسسات است، پس هیچ شخصی اعم از تاجر یا غیرتاجر بدون اینکه بنگاه یا مؤسسه‌ای را برای فعالیت خویش اختصاص داده باشد؛ نمی‌تواند خواستار حمایت قانونی از اسرار خویش در قالب این ماده باشد. همچنین اسرار می‌بایست تجاری و اقتصادی باشند و اسرار دیگر نمی‌تواند مورد حمایت این

مقررات باشد. بنابراین با تحقق شرایط فوق‌الذکر، فردی که اسرار تجاری و اقتصادی متعلق به یک استارت‌آپ را به طور غیرقانونی تحصیل یا افشا نماید مجرم محسوب شده و مطابق ماده ۷۵ این قانون به حبس از شش‌ماه تا دو سال و نیم و جزای نقدی معادل پنجاه میلیون ریال محکوم خواهد شد. ایرادی که در مورد میزان مجازات مقرر در این ماده می‌توان بیان داشت، علاوه بر عدم تناسب مجازات مقرر با شدت جرم ارتكابی در فرضی که عمل مجرمانه زیان‌هنگفتی را برای فرد صاحب اسرار تجاری وارد می‌آورد، تعیین جزای نقدی به صورت ثابت می‌باشد؛ بدین نحو که عمل مجرمانه با هر شدتی که صورت گرفته و با هر درجه‌زیانی که برای فرد به بار می‌آورد، علاوه بر میزان حبسی که تعیین میزان آن به اختیار قاضی دادگاه واگذار شده و می‌تواند از شش‌ماه تا دو سال و نیم میزان حبس مقرر در ماده، هر میزانی که صلاح تشخیص می‌دهد، برای مرتکب در نظر بگیرد و جزای نقدی معادل پنجاه میلیون ریال می‌باشد که در این مورد دست قاضی در تعیین میزان جزای نقدی مناسب با عمل ارتكابی بسته بوده و فقط همین میزان را باید در حکم خود برای مرتکب جرم در نظر بگیرد. همچنین با توجه به متن قانون باید مجازات حبس و جزای نقدی توأمأ صادر شده و به اصطلاح مجازات حبس و جزای نقدی مقرر در این ماده یک مجازات محسوب شده و قاضی نمی‌تواند فقط یکی از مجازات‌های حبس یا جزای نقدی را برای مرتکب صادر نماید.

یکی دیگر از قوانینی که به استناد آن می‌توان به-مقابله با نقض حقوق اسرار تجاری پرداخت، قانون جرائم رایانه‌ای می‌باشد. در این قانون انتشار یا در دسترس دیگران قرار دادن اسرار متعلق به دیگری مورد جرم‌انگاری قرار گرفته و برای آن مجازات

نیز تعیین شده است. ماده ۱۷ این قانون مقرر می‌دارد: «هرکس به وسیله سیستم‌های رایانه‌ای یا مخابراتی صوت یا تصویر یا فیلم خصوصی یا خانوادگی یا اسرار دیگری را بدون رضایت او منتشر کند یا در دسترس دیگران قرار دهد به نحوی که منجر به ضرر یا عرفاً موجب هتک حیثیت او شود، به حبس از نودویک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج تا چهل میلیون ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد». عمل فرد مرتکب در این ماده افشای صوت یا تصویر یا فیلم خانوادگی و خصوصی یا اسرار متعلق به فرد یا در دسترس قراردادن این اسرار بدون رضایت صاحب آن، آن هم با استفاده از سیستم‌های رایانه‌ای یا مخابراتی است. به عبارتی این ماده هم به بیان موارد مورد حمایت پرداخته و وسیله ارتكاب جرم را به طور انحصاری مشخص کرده و مواردی که این صوت یا تصویر یا اسرار بدون استفاده از سیستم‌های رایانه‌ای یا مخابراتی مورد تجاوز قرار گیرد را از شمول این ماده خارج ساخته است. با توجه به اینکه در این ماده پس از بیان مصادیقی از اعمالی- که می‌تواند جرم محسوب شود، از عبارت اسرار دیگری استفاده شده است، لذا می‌توان اسرار تجاری را نیز مشمول حمایت خاص این ماده قرارداد، مخصوصاً که افشای اسرار تجاری در مقایسه با سایر اسرار می‌تواند ضرر محسوس‌تری را برای فرد به دنبال داشته باشد. بنابراین در صورتی که فردی بدون رضایت صاحب اسرار تجاری، اسرار وی را منتشر کند یا در دسترس دیگران قرار دهد و این اقدام وی منجر به ورود ضرر به صاحب اسرار شود، بر طبق ماده ۱۷ قانون فوق‌الذکر مجرم محسوب شده و به تحمل مجازات مقرر در این ماده محکوم خواهد شد.

گونه‌ای توصیف نموده و برای مال بودن ویژگی‌هایی را بر شمرده‌اند. در فقه شافعی در تعریف مال آمده است: «مال چیزی است که با آن انتفاع حاصل می‌شود و آن چیز یا عین است یا منافع» (الزحیلی، ۱۹۸۹، ۱۶۹). در حقیقت مذهب شافعی مال را اعم از عین و منفعت می‌داند (ایروانی، ۱۳۷۴، ۲۲۱). بر این اساس مال چیزی است که ملک بر آن مترتب است و مالک نسبت به آن سیطره دارد. پذیرش حمایت از اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها در فقه در راستای حمایت از تولید و توسعه اقتصادی قابل تبیین است.

۶. نتیجه‌گیری

در مقاله حاضر به بررسی این سؤال پرداخته شد که قوانین حاکم بر علائم و اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها و آثار مترتب بر نقض آن‌ها در حقوق ایران چیست؟ علیرغم اینکه حمایت از شاخه‌های گوناگون حقوق مالکیت صنعتی مورد نظر قانونگذار قرار گرفته و برای جلوگیری از تجاوز به حقوق افراد در این زمینه ضمانت اجراهای کیفری خاصی متناسب با هر شاخه در نظر گرفته شده، اما با توجه به گسترش روز افزون این شاخه حقوقی و تجاوزهایی که در این زمینه به حقوق صاحبان حق صورت می‌گیرد که در برخی موارد زیان هنگفتی برای فرد و به تبع آن برای جامعه به دنبال دارد، نیاز به تصویب قوانینی کارآمدتر که بتواند سدّ محکمی در برابر متجاوزین بوده و در پیشگیری از وقوع جرائم نیز مفید واقع شود، احساس می‌شود. نتایج نشان داد قوانین حاکم بر علائم تجاری و همچنین اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها و آثار مترتب بر نقض آن‌ها در دو بعد حقوق و کیفری قابل بررسی است. از منظر حقوقی، در قوانین راجع به مالکیت فکری در ایران، خسارت ناشی از منافع از دست رفته و نحوه ارزیابی آن اشاره‌ای نشده و صرفاً جبران خسارت

در نهایت باید متذکر چند نکته اساسی در مورد حمایت از حقوق مالکیت صنعتی شد. اول این که علیرغم این که حمایت از شاخه‌های گوناگون حقوق مالکیت صنعتی مورد نظر قانونگذار قرار گرفته و برای جلوگیری از تجاوز به حقوق افراد در این زمینه ضمانت‌اجراهای کیفری خاصی متناسب با هر شاخه در نظر گرفته شده، اما با توجه به گسترش روز افزون این شاخه حقوقی و تجاوزهایی که در این زمینه به حقوق صاحبان حق صورت می‌گیرد که در برخی موارد زیان هنگفتی برای فرد و به تبع آن برای جامعه به دنبال دارد، نیاز به تصویب قوانینی کارآمدتر که بتواند سدّ محکمی در برابر متجاوزین بوده و در پیشگیری از وقوع جرائم نیز مفید واقع شود، احساس می‌شود. دوماً همان طور که قبلاً نیز اشاره شد، ضمانت‌اجراهای کیفری در نظر گرفته شده در قوانین برای مقابله با اعمال تجاوزکارانه‌ای که در این شاخه حقوقی صورت می‌گیرد، در مواردی بسیار ناچیز بوده و باید با تعیین مجازات‌های مناسب در این زمینه گام محکمی در تناسب میزان مجازات با شدت عمل ارتكابی مجرم برداشت. نکته سوم اینکه باید با تصویب یک قانون جامع و واحد که در بردارنده تمامی حمایت‌های ممکن از مالکیت صنعتی بوده و با پیش‌بینی تمامی اعمال-تجاوزکارانه و مجازات خاص هر مورد، جلوی بسیاری از سردرگمی‌های قضات در تعیین قانونی که برای مقابله با جرم ارتكابی باید بدان رجوع کنند، گرفته شود.

از منظر فقهی باید گفت که بیشتر فقهای اهل سنت بر این باورند که منافع نیز مال به حساب می‌آید و مسئله مالکیت معنوی در فقه اهل سنت باید از بعد مال بررسی شود تا ابعاد و زوایای آن روشن شود. هر یک از مذاهب اهل سنت مال را به

پیش‌بینی شده است. مطابق قانون ثبت اختراعات مصوب ۱۳۸۶ نقض هر یک از حقوق متعلق به - اختراع، طرح صنعتی و علامت تجاری موجب ورود خسارت می‌گردد و اشاره مقنن به لزوم جبران خسارت امری بدیهی است و در صورت عدم تصریح مقنن نیز با اشاره به اصول کلی حقوقی این خسارت‌ها قابل مطالبه می‌باشد. بهتر بود قانون‌گذار وضعیت مطالبه عدم‌النفع را نیز مشخص می‌کرد و صاحبان حقوق در مورد مطالبه عدم‌النفع و منافی که در اثر تجاوز به حقوقشان از آن محروم شده‌اند دچار سردرگمی نمی‌شدند. در ماده ۴۹ قانون ۱۳۱۰ منافع از دست رفته قید گردیده بود ولی نحوه‌ی ارزیابی آن ذکر نشده بود. اگرچه ماده ۴۹ قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰ خسارت عدم‌النفع را تجویز نمود ولی باین‌حال این ماده اثر اجرایی ندارد چرا که طبق ماده ۶۶ قانون ثبت اختراعات ۱۳۸۶ نسخ شده است، لذا این ماده فاقد اعتبار می‌باشد. قانونی که در این خصوص مورد استناد واقع می‌شود قانون ثبت اختراعات طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ است که باید گفت به نسبت شاخه‌های گوناگون مالکیت صنعتی تنها مواردی را به طور عام اشاره کرده که هرکدام در جای خود نیاز به توضیح و تفسیر دارند. لذا بعضاً تشخیص موضع حمایت مقنن دشوار و تعمیم آن شاید موجب عدم ملاحظه‌ی مجری واقع گردد. در خصوص قوانین - حاکم بر اسرار تجاری استارت‌آپ‌ها در حقوق ایران نیز نتایج بیانگر این امر است که در قوانین ایران، صراحتاً حمایتی از اسرار تجاری به عمل نیامده است و جبران خسارت نقض حقوق اسرار تجاری از طرق قوانین عام مسئولیت‌مدنی نیز می‌تواند هم‌زمان بر باشد و هم‌گانه اثبات آن سخت و پیچیده باشد، لازم است هم بنیان‌گذاران و مدیران استارت‌آپ از

ابتدا نسبت به انعقاد قراردادهایی با موضوع حمایت از اسرار تجاری خود و قراردادان ضمانت‌اجراهای قوی و بازدارنده در این زمینه به صورت کامل از اسرار تجاری خویش حفاظت نمایند. مزیت دیگر این عمل آن است که سبب می‌شود آن استارت‌آپ در نگاه مشتریان و سرمایه‌گذاران نیز بسیار حرفه‌ای‌تر نمود پیدا کند و اشخاص با خیالی آسوده‌تر اقدام به سرمایه‌گذاری در آن استارت‌آپ نمایند یا از محصولات و خدماتش بهره‌مند شوند. از میان روش‌های حمایت قراردادی از اسرار تجاری، به نظر می‌رسد مطلوب‌ترین روش، انعقاد قرارداد عدم‌افشاء باشد چرا که هم دارای محدودیت کمتری نسبت به سایر قراردادهاست و می‌توان طرف مقابل را ملزم به عدم افشاء اطلاعات در همه قلمروهای جغرافیایی نمود و هم مصادیق بیشتری از اسرار تجاری را مشمول می‌شود، البته باز هم باید تأکید نمود حتماً در این نوع قراردادها لازم است تا ضمانت‌اجراهای بسیار قوی و بازدارنده تعیین شود تا بدین طریق هم بتوان جای خلاء ضمانت‌اجراهای کیفری در افشای اسرار تجاری غیرالکترونیکی را پر کرد و به میزان کافی برای طرف مقابل قرارداد، بازدارندگی ایجاد نمود تا اسرار تجاری را افشاء نکند و هم بتوان از طریق ضمانت اجرای قوی، در فرض افشای اسرار تجاری توسط طرف مقابل قرارداد، خسارت‌های ناشی از افشای اسرار تجاری به صورت کامل یا حداقل بخش زیادی از آن، جبران گردد چراکه غالباً ضمانت‌اجراهای قانونی ممکن است به میزان کافی بازدارنده نباشند و یا به مقدار کافی و مطلوب خسارت‌وارده را جبران نکنند اما ضمانت اجرای قراردادی می‌تواند حسب توافق طرفین این دو خصیصه را دارا باشد.

۷. سهم نویسندگان

کلیه نویسندگان به صورت برابر در تهیه و تدوین پژوهش حاضر مشارکت داشته‌اند.

۸. تضاد منافع

در این پژوهش هیچگونه تضاد منافی وجود ندارد.

منابع

فارسی

- کریمی، محمد حسین، علائم تجاری در حقوق ایران، چاپ اول، تهران: انتشارات مجد، ۱۳۸۹.
 - میرحسینی، سیدحسن، حقوق علائم تجاری، چاپ اول، تهران: نشر میزان، ۱۳۹۰.
 - نجفی ابرندآبادی، علی حسین، سیاست جنایی (گزیده مقالات آموزشی برای ارتقای دانش دست‌اندر کاران مبارزه با مواد مخدر)، جلد دوم، چاپ چهارم، تهران: انتشارات سلسبیل، ۱۳۸۴.
 - نصراللهی، مهدی؛ فتحی، محمدرضا؛ شش‌پری، فریبا، «بررسی عوامل مؤثر بر انتخاب استراتژی همکاری بین برندها (شرکت‌های نهادینه شده) و استارت‌آپ‌ها (مطالعه موردی استارت‌آپ‌های پارک علم و فن آوری قزوین)»، توسعه تکنولوژی صنعتی، ۱۷(۳۵): ۱۳۹۸.
 - ورمزیار، محمد، «بررسی علائم تجاری در معاهدات بین‌المللی با تأکید بر موافقت‌نامه TRIPS»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق خصوصی دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۱.
- عربی:**
- اصفهانی، شیخ الشریعه، مسأله لاضرر، قم، دفتر نشر اسلامی، ۱۴۱۰.
 - انصاری، شیخ مرتضی، رسائل، قم، انتشارات اسماعیلیان، ۱۴۱۴.
 - انصاری، شیخ مرتضی، مکاسب، یک جلدی، تیریز، نشر اطلاعات، ۱۳۷۵.
 - الزحیلی، وهبه، الفقه الاسلامی فی اسلوبه الجدید، جلد سوم، دمشق، دار الفکر، ۱۹۸۹.
 - نراقی، ملأ احمد، عوائد الایام، قم، انتشارات بصیرتی، ۱۴۰۸.
- لاتین**
- Gesmer, Lee. T(2009), Protection of Trade Secrets in the Computer Industry; aa: www.Gesmer.com,p;2.
 - WIPO Intellectual Property Handbook Policy(2015), Law and Use. Chapter 2: Fields of Intellectual Property Protection WIPO;18.
- اسلامی، شیرزاد، «افشا و سرقت علامت تجاری آثار حقوقی استفاده از یک علامت قبل از ثبت آن»، فصلنامه قضاوت، ۱(۵۷): ۱۳۸۸.
 - امامی، اسدالله، حقوق مالکیت صنعتی، چاپ دوم، تهران: انتشارات میزان، ۱۳۹۶.
 - امامی، سید حسن، حقوق مالکیت معنوی، جلد دوم، چاپ اول، تهران: نشر اسلامیه، ۱۳۹۰.
 - ایروانی، محمدرضا، «حق ابتکار در فقه اسلامی مقارن»، فصلنامه مفید، شماره چهارم، ۱۳۷۴.
 - بابایی، المیرا، علامت تجاری و ضمانت اجرای مدنی، چاپ اول، تهران: انتشارات مجد، ۱۳۹۳.
 - بهرامی، علی، «ضمانت اجرای تعرض به حقوق برند در ایران و امریکا»، پایان‌نامه درجه کارشناسی ارشد حقوق خصوصی دانشکده حقوق واحد تهران مرکز، ۱۳۹۵.
 - پورسید، بهزاد، «قانون تجارت الکترونیک و نوآوری‌های آن»، فصلنامه حقوقی دادگستری، ۱۷(۵۹): ۱۳۸۶.
 - تقوی‌مندی، فهیمه، «مسئولیت مدنی ناشی از نقض حقوق مالکیت فکری با مطالعه تطبیقی»، پایان‌نامه درجه کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۹۲.
 - جاویدنیا، جواد، «نقد و بررسی جرائم مندرج در قانون تجارت الکترونیک»، فصلنامه حقوقی دادگستری، ۷۱(۵۹): ۱۳۸۶.
 - رضوی، سیدمهدی، «اسرار تجاری درحقوق استارت-آپ‌ها»، هفتمین همایش بین‌المللی فقه و حقوق وکالت و علوم اجتماعی تهران، ۱۴۰۱.
 - رهبری، ابراهیم، حقوق اسرار تجاری، چاپ نهم، تهران: انتشارات سمت، ۱۳۹۸.
 - شمس، زهرا، «حفاظت از مالکیت فکری استارت‌آپ‌ها از منظر حقوقی»، دومین همایش ملی مدیریت نوین و کسب‌وکارهای نوپا تهران، ۱۴۰۰.
 - صادقی، حسین، مسئولیت مدنی در ارتباطات الکترونیکی، چاپ اول، تهران: نشر میزان، ۱۳۸۸.
 - کاتوزیان، ناصر، الزام‌های خارج از قرارداد، جلد اول، چاپ هشتم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۶.

