

ارتباط مالکیت فکری با شرکت‌های دانش‌بنیان

ترجمه و تالیف: حسن علم‌خواه، موسسه دارایی‌های فکری و فناوری مدرس

جواد شجاع، موسسه دارایی‌های فکری و فناوری مدرس

چکیده:

یکی از زیرساخت‌های که می‌تواند ضامن موفقیت اقتصادی و فناوری شرکت‌ها به‌خصوص شرکت‌های دانش‌بنیان در عصر دانایی‌محوری باشد، توجه به «حقوق مالکیت فکری» است. شرکت‌ها با بهره‌گیری از نظام حقوقی مالکیت فکری، قادر خواهند بود تا چتر حقوقی کارآمدی برای فرایند خلق ایده تا صادرات فناوری و تجاری‌سازی خودشان فراهم آورند. به اعتقاد گردآورندگان غالب داشته‌های شرکت‌های دانش‌بنیان از جنس دارایی‌های فکری است و «مدیریت و حفاظت حقوقی از دارایی‌های فکری» امری اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. از سوی دیگر، برای وارد شدن به عرصه اقتصاد جهانی باید ادبیات خاص دنیای تجارت که یکی از مباحث کلیدی آن «Intellectual Property Law» یا همان حقوق مالکیت فکری است، را دانست. بطور خلاصه و در یک جمله می‌توان بیان داشت که: «ندانستن مباحث حقوق مالکیت فکری برای شرکت‌های دانش‌بنیان یک تهدید جدی و دانستن آنها به‌عنوان یک فرصت بزرگ خواهد بود». لذا در این مقاله ضرورت‌ها و منافع ثبت و عواقب عدم توجه به ثبت اختراع آورده شده است. در شماره آتی نشریه در صدد هستیم تا «چگونگی افزایش ارزش بازار شرکت‌های دانش‌بنیان با بهره‌گیری از مالکیت فکری» تشریح نماییم.

واژگان کلیدی: مالکیت فکری، خلق ثروت، شرکت‌های دانش‌بنیان.

۱- مقدمه

مالکیت فکری^۱، به‌عنوان یکی از دارایی‌های با ارزش شرکت‌های دانش‌بنیان، در سال‌های اخیر بسیار مورد توجه قرار گرفته است. به نحوی که روز به روز بر ارزش دارایی‌های فکری شرکت‌ها افزوده می‌شود. بر اساس مراجع معتبر، دارایی‌های فکری به دو دسته کلی مالکیت صنعتی (اختراع، علامت تجاری، طرح‌های صنعتی، نشان مبدا جغرافیایی و غیره) و مالکیت ادبی-هنری (کپی‌رایت و حقوق مرتبط) قابل تقسیم هستند. در مالکیت ادبی-هنری نیازی به تشریفات ثبت نیست و به محض بوجود آمدن، اثر مورد حمایت قانون قرار می‌گیرد، ولی در مالکیت صنعتی طی شدن تشریفات ثبت لازم است. به عبارت دیگر زمانی شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند نسبت به اختراع و علامت تجاری خود اظهار مالکیت نمایند که آنرا در اداره مالکیت صنعتی کشور مربوطه به ثبت رسانده باشند. در این مقاله ضرورت‌ها و منافع ثبت و عواقب عدم توجه به ثبت اختراع آورده شده است.

۲- ارتباط مصادیق مالکیت فکری با نوع کسب‌وکار

^۱ Intellectual Property

مالکیت فکری همانند خلاقیت و قوه ابتکار بشری در زندگی روزمره ما به طور ویژه‌ای نمود پیدا کرده است. هر محصول یا خدماتی که ما در زندگی روزانه استفاده می‌کنیم نتیجه زنجیره به هم پیوسته‌ای از نوآوری‌های کوچک و بزرگ از قبیل تغییر در شکل‌ها یا بهبود عملکرد یک محصول و روشی است که امروز انجام می‌دهد. برای درک بهتر، دستگاه نام آشنای نانو سکوپ ایرانی که چندی است با برند «NAMA» و توسط شرکت دانش بنیان «نانوسیستم پارس» طراحی و تولید شده است را در نظر بگیرید. با توجه به ماهیت دستگاه، این شرکت می‌تواند از حمایت‌های قانونی ذیل برخوردار شود^۲:

- **حق اختراع (پتنت)^۳**: نحوه عملکرد و مکانیزم کار دستگاه و تلاش‌های افراد دیگری که این محصول را بهبود بخشیده‌اند همه توسط حقوق مالکیت فکری مورد حمایت قرار گرفته‌اند.
- **علامت تجاری^۴**: نام و نشان (برند) شرکت و حتی خود دستگاه نانو سکوپ می‌تواند توسط حقوق علامت تجاری تحت حمایت قانونی قرار گیرد.
- **طرح صنعتی^۵**: شکل ظاهری دستگاه که صرفاً جنبه زیبایی‌شناختی دارد نیز باعث جذب مشتری خواهد شد.
- **کپی‌رایت^۶**: نرم‌افزارهای موجود می‌تواند از حقوق مربوط به حمایت آثار ادبی و هنری بهره‌مند شود.

جدول ۱- شناسایی مصادیق مالکیت فکری در یک دستگاه پخش CD

اجزای دستگاه	روش حفاظت
بخش‌های مختلف فنی یک دستگاه پخش سی دی	قانون حق اختراع
شکل ظاهری (طرح سه بعدی) و طراحی‌های گرافیکی	قانون طرح صنعتی
لگو، برند و یا هر علامت و نشان متمایزکننده دیگر	قانون علامت تجاری
موسیقی‌هایی که توسط دستگاه پخش می‌شود	قانون کپی‌رایت

صرف‌نظر از این‌که شرکت شما چه محصولی را تولید و یا این‌که چه خدماتی را ارائه می‌دهد، به‌طور هم‌زمان هم می‌تواند خالق دارایی‌های فکری و هم استفاده‌کننده از آن‌ها باشد. در این شرایط برای این‌که بتوانید از مالکیت فکری به‌وجود آمده

^۲ - همچنین با توجه به بعد صادراتی این دستگاه، انتظار می‌رود این شرکت علاوه بر ثبت اختراع در کشورهای هدف، علامت تجاری (برند) و نیز طرح‌های صنعتی جدید خود را در کشورهای با هدف بازار صادراتی به ثبت برساند، تا احتمال سوء استفاده از حقوق مالکیت فکری محصول، به حداقل برسد.

^۳ - Patent

^۴ - Trade Mark

^۵ - Industrial design

^۶ - Copyright

حداکثر استفاده را ببرید، باید اقدامات حمایتی، مدیریتی و اجرایی مناسبی را به کار بگیرید. در صورتی که شما از آثار فکری متعلق به دیگران در کار خود استفاده می‌کنید، برای پرهیز از اختلافات حقوقی پرهزینه‌ای که در آینده ممکن است به وجود آید، باید زمینه خرید مالکیت فکری یا تحصیل حقوق استفاده از آن را از طریق لیسانس مهیا سازید.

معمولا هر شرکت دانش‌بنیان یک «نام تجاری» و یک یا تعداد بیشتری «علامت تجاری» دارد و باید از آن‌ها حمایت حقوقی مناسبی به عمل آورد. مقایسه برخی ویژگی‌های مهم نام تجاری و علامت تجاری در جدول ۲ ارائه شده است. برخی شرکت‌های دانش‌بنیان اطلاعات محرمانه تجاری و فنی ارزشمندی از جمله فهرست مشتریان را در اختیار دارند که از آن‌ها در تاکتیک‌های فروش محصولات استفاده می‌نمایند و این اطلاعات در قالب «اسرار تجاری» محافظت می‌شود و یا شرکت‌هایی طرح‌های جدید هنری خلق نموده‌اند و برای حمایت از تولید، انتشار و افشای آن از حقوق «کپی‌رایت» کمک گرفته‌اند. برخی دیگر نیز ممکن است محصول، اختراع یا خدماتی را بهبود داده باشند. در تمامی موارد ذکر شده، یک شرکت دانش‌بنیان باید بررسی کند که چگونه می‌تواند از مالکیت فکری حداکثر بهره و استفاده را ببرد.

جدول ۲- مقایسه «نام تجاری» و «علامت تجاری»

علامت تجاری	نام تجاری	
اداره کل مالکیت صنعتی	اداره کل ثبت شرکت‌ها	محل ثبت
محدودیتی در تعداد تقاضا ندارد	هر شرکت فقط یک تقاضا	تعداد
حقیقی یا حقوقی	حقوقی	نوع شخصیت
سیلوسپت	شرکت کیفیت، تولید، تکاپو (کیتوتک)	مثال

بنابراین به یاد داشته باشید که مالکیت فکری اغلب می‌تواند در زمینه‌های توسعه تجاری و استراتژی‌های رقابتی به شرکت شما کمک کند: از طراحی تا توسعه محصول، از تحویل خدمات تا بازاریابی و از خلق منابع مالی تا صادرات و گسترش کسب‌وکار شما به خارج از کشور از طریق قرارداد لیسانس^۷ و فرانچیز^۸.

۳- تبدیل اختراع به یک دارایی منفعت‌ساز در شرکت‌های دانش‌بنیان

ایده‌های «نوآور و خلاق»^۹ اساس کسب‌وکار شرکت‌های خیلی موفق هستند. با این وجود ایده‌های^{۱۰} خام از ارزش اقتصادی کمی برخوردارند. برای این که شرکت شما قادر باشد ایده‌ها را به محصولات و خدمات نوآورانه تبدیل و از آن تحصیل سود

۷ - Licensing

۸ - Franchising

نماید، نیازمند توسعه و تجاری‌سازی موفق آن‌ها است. برای تبدیل ایده‌های نوآورانه و اختراعات به محصولات رقابتی، مدیریت و حفاظت مالکیت فکری (به‌طور خاص گواهی‌نامه‌های اختراع) حیاتی است، چراکه باعث افزایش قابل توجه حاشیه‌های سود شرکت شما خواهد شد.

هم‌چنین شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند با استفاده از اعطای گواهی‌نامه‌های اختراعات و فروش آن‌ها از طریق قراردادهای لیسانس (حق امتیاز) به شرکت‌های دیگر که توانایی و ظرفیت لازم برای تجاری‌سازی آن‌ها را دارند، سود ببرند. چنین کاری علاوه بر این‌که موجب کاهش هزینه‌های جاری شرکت‌های دانش‌بنیان می‌شود، می‌تواند بدون سرمایه‌گذاری کلان برای تجاری‌سازی، موجب کسب درآمد شود، مانند کسب درآمد حاصل از فروش اختراع یا اختراعات کارکنان شرکت شما به شخص سوم.

۴- منافع ثبت اختراع برای شرکت‌های دانش‌بنیان

الف) تحصیل حق انحصاری:

گواهی‌نامه ثبت اختراع، برای شرکت و اشخاص، حقوق انحصاری فراهم می‌کند. با به‌دست آوردن گواهی‌نامه‌های ثبت اختراع، معمولاً شرکت شما اجازه استفاده و بهره‌برداری انحصاری از اختراع را برای یک دوره ۲۰ ساله از تاریخ ثبت اظهارنامه اختراع کسب می‌نماید.

ب) تحکیم جایگاه شرکت در بازار:

به‌واسطه این حقوق انحصاری، شرکت قادر خواهد بود تا دیگران را از استفاده غیرمجاز تجاری اختراع خودش بازدارد. از این طریق رقابت کم‌تر می‌شود و شرکت خودش را به‌عنوان تنها بازیگر برتر در بازار مطرح می‌کند.

ج) بازگشت سریع‌تر سرمایه‌گذاری‌ها:

با سرمایه‌گذاری مناسب و صرف زمان در توسعه محصولات نوآورانه، شرکت قادر خواهد بود تا زیر چتر حقوق انحصاری این محصولات، آن‌ها را تجاری‌سازی نماید و سرمایه هزینه شده را بازگرداند.

د) فرصت لیسانس‌دهی یا فروش اختراع:

در صورتی که شرکت تمایلی به بهره‌برداری تجاری از گواهی‌نامه ثبت اختراع خود نداشته باشد، می‌تواند آن‌را به‌صورت کامل بفروشد و یا لیسانس حق بهره‌برداری تجاری آن را به شرکت دیگری واگذار نماید و از طریق آن برای شرکت خود درآمدزایی نماید.

ه) افزایش قدرت چانه‌زنی:

اگر شرکت شما در تلاش است تا حق انحصاری اختراعات ثبت شده دیگران را از طریق قرارداد لیسانس بدست آورد، سبب دارایی‌های فکری شرکت (اختراعات ثبت شده به نام شرکت شما) می‌تواند قدرت چانه‌زنی شرکت را در مذاکرات تجاری افزایش

دهد. بر این اساس است که تعداد گواهی‌نامه‌های ثبت اختراع شرکت در فرایند مذاکره از طریق یک موافقت‌نامه ليسانس متقابل^{۱۱}، می‌تواند منفعت قابل توجهی را برای شرکت به ارمغان آورد، همچنین حقوق ثبت اختراع می‌تواند میان شرکت شما و دیگر شرکت‌ها تبادل شود.

(و) تصویر مثبت برای شرکت:

شرکای تجاری، سرمایه‌گذاران و سهام‌داران ممکن است دارایی‌های فکری شرکت (تعداد اختراعات ثبت شده) را دلیلی بر بالا بودن سطح توانمندی‌ها و ظرفیت‌های تخصصی و فناورانه شرکت دانش‌بنیان مورد توجه قرار دهند که خود می‌تواند برای جذب سرمایه‌گذاری‌ها و تامین مالی بیشتر، یافتن شرکای تجاری و افزایش ارزش بازار شرکت دانش‌بنیان مفید باشد.

لازم به ذکر است که در بسیاری از موارد، جایی که شرکت صرفاً کالاهای موجود خود را بهبود داده است و بهبودهای انجام شده ابداعی نبوده و قابلیت ثبت به‌عنوان یک اختراع را ندارند، در این صورت حقوق مدل‌های کاربردی^{۱۲} می‌تواند به‌عنوان یک جایگزین مناسب برای ثبت اختراع باشد^{۱۳}. در مواردی نیز ممکن است شرکت تصمیم بگیرد نوآوری‌های شرکت را به‌عنوان اسرار تجاری محافظت نماید و از ثبت اختراع آن خودداری نماید که در این صورت لازم است شرکت اقدامات مناسبی را برای حفظ اطلاعات محرمانه اتخاذ نماید.

۵- عواقب عدم توجه به ثبت اختراع توسط شرکت‌های دانش‌بنیان

(الف) احتمال ثبت اختراع توسط اشخاص دیگر:

در اکثر کشورها به استثنای ایالات متحده آمریکا، اولین شخص یا شرکتی که برای ثبت یک اختراع اقدام قانونی نماید، حق تقدم بر ثبت اختراع را خواهد یافت. این بدین معنی است که اگر شما اختراع خود یا اختراع کارمندان شرکت خود را ثبت نکنید، هر شخص دیگری - کسی که امکان دارد اختراعی مشابه یا معادل اختراع شما را بعداً توسعه داده باشد - می‌تواند آن را ثبت نماید و به‌طور قانونی شرکت را از بازار محصولات این اختراع محروم نماید و فعالیت‌های توسعه‌ای شرکت را با مشکل مواجه نماید (فعالیت شما را محدود نماید) تا جایی که از نظر قانونی شرکت مجبور شود برای استفاده مجاز از این اختراع، مبلغ ليسانس را به آن فرد یا شرکت پرداخت نماید.

(ب) سرقت مزیت اختراع توسط رقیب:

اگر محصولی از شرکت شما در بازار رقابتی موفق شود، بسیاری از شرکت‌های رقیب را وسوسه خواهد نمود تا محصولی مشابه محصول شما را بدون اجازه شما تولید کنند و از آن به‌صورت غیرقانونی استفاده نمایند. شرکت‌های بزرگ‌تر ممکن است

۱۱ - Cross Licensing Arrangement

۱۲ - Utiliry Model

۱۳- در قانون مالکیت فکری ایران، حمایت از مدل‌های کاربردی (مدل‌های مصرفی یا اختراعات کوچک) پیش‌بینی نشده است و غالباً مدل‌های کاربردی تحت عنوان اختراع در کشور ثبت می‌شود.

این مزیت اقتصادی شما را با جایگزین کردن محصول ارزان‌تر و کامل‌تر به بازار عرضه نمایند، این موضوع می‌تواند بازار و سهم شرکت شما را به‌طور قابل توجهی کاهش دهد. حتی شرکت‌های رقیب خیلی کوچک هم می‌توانند محصول مشابه محصول شرکت شما را تولید کنند که غالباً با قیمت پایین‌تر، آن‌را به‌فروش می‌رسانند، به‌طوری‌که بازار موجود جبران هزینه‌های تحقیق و توسعه‌ای شما را نمی‌دهد.

ج) کاهش احتمال لیسانس‌دهی و واگذاری امتیاز:

بدون حقوق مالکیت فکری، امکان انتقال فناوری اگر ناممکن نباشد بسیار مشکل خواهد بود. انتقال فناوری متضمن مالکیت حقوقی یک فناوری است که می‌تواند به تنهایی و به‌طور موثری از طریق حمایت از حقوق مالکیت فکری مناسب به‌دست آید. از این گذشته هرکجا که مذاکراتی برای انتقال فناوری معینی مطرح شود، بدون حمایت مالکیت فکری در فناوری مورد بحث، طرفین معامله برای آشکارسازی اختراع خودشان اعتماد کافی نخواهند داشت. بنابراین برای به‌دست آوردن فناوری از طریق لیسانس، حمایت از مالکیت فکری (به‌خصوص حمایت از ثبت اختراع)، ضروری خواهد بود.

جمع‌بندی

اصلی‌ترین دارایی‌های شرکت‌های متکی بر فناوری یا شرکت‌های دانش‌بنیان، مقوله «فناوری» یا به عبارت کامل‌تر «مالکیت فکری» است. لذا انتظار می‌رود این‌گونه شرکت‌ها علاوه بر مدیریت شرکت‌داری، مدیریت دارایی‌های فکری را نیز در سبد توانمندی‌های خود بگنجانند، چراکه در صورت سودآوری شرکت، احتمال آن وجود دارد که دارایی‌های فکری «محافظت نشده» مورد سوء استفاده فرصت‌طلبان قرار گیرد. از این‌رو برای پیشگیری از سرقت و نیز تبدیل فرصت به نقاط قوت شایسته است که شرکت‌ها به «مدیریت دارایی‌های فکری» بیش از پیش واقف باشند.

منابع

۱- علم‌خواه حسن، شجاع جواد، کتاب راهنمای مدیریت مالکیت فکری برای کسب و کارهای دانش بنیان، چاپ دوم، ناشر موسسه دارایی‌های فکری و فناوری مدرس، ۱۳۹۰.

۲- “Intellectual Property For Business”, WIPO, ۲۰۰۸.

۳- www.wipo.int

۴- www.IranPatent.ir