

مجله حقوق تطبیقی،
دوره ۲، شماره ۲،
پاییز و زمستان ۱۳۹۰،
صفحات ۹۱ تا ۱۱۳

نقش حقوق مالکیت فکری در کاهش قیمت تمام شده کالاها و خدمات

محسن صادقی*

استادیار مؤسسه حقوق تطبیقی دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۹۰/۱/۱۵ - تاریخ پذیرش: ۹۰/۳/۲۱

چکیده

سیاست اقتصادی کاهش قیمت تمام شده- به عنوان یک سیاست اقتصادی کارا جهت افزایش قدرت رقابتی محصولات داخلی در مواجهه با رقبای خارجی- اخیراً مورد توجه وزارت صنعت، معدن و تجارت ایران قرار گرفته است. هرچند در نگاه نخست چنین بنظر می آید که حمایت از اموال فکری نظیر ابداعات و اختراعات، باعث افزایش قیمت تمام شده محصولات می گردد اما با بررسی دقیق تر می توان دریافت که قوانین حمایت از حقوق مالکیت فکری می تواند از بسیاری جهات باعث کاهش قیمت تمام شده شود. از این رو اعضای کمیته کاهش قیمت تمام شده کشور بخصوص وزارت صنعت، معدن و تجارت ایران باید در بررسی عوامل موثر بر کاهش قیمت، به نقش مالکیت فکری و جایگاه آن در حقوق ایران توجه کافی نماید. از آنجا که تاکنون در ادبیات حقوقی ما، این موضوع مورد بررسی علمی و کاربردی قرار نگرفته است، لذا این مقاله می کوشد تا ضمن رفع نسبی این خلا تحقیقاتی، بدین پرسشها پاسخ دهد که حمایت از حقوق مالکیت فکری چگونه باعث کاهش قیمت تمام شده می شود؟ و اینکه آیا نظام مالکیت فکری ایران بگونه ای طراحی شده است که به کاهش قیمت تمام شده کمک کند؟ برای ارائه پاسخ بدین پرسشها، مطالب این نوشتار را در دو بخش بیان خواهیم کرد: در بخش نخست، میزان تاثیر مالکیت فکری در کاهش قیمت تمام شده را در مراحل زنجیره تامین همراه با مطالعه تطبیقی و در بخش دوم، جایگاه موضوع را در حقوق ایران نقد و بررسی کرده و در پایان، راهکارهای کاربردی را به قانونگذار و دست اندرکاران اجرایی کشور پیشنهاد خواهیم داد.

واژگان کلیدی: حقوق مالکیت فکری، کاهش قیمت تمام شده، تولید، توزیع، حقوق ایران.

مقدمه

کاهش قیمت تمام شده (Finished Cost Reduction (FCR))، به عنوان یک سیاست اقتصادی کارا و منطبق با رویه غالب کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، اخیراً مورد توجه و تأکید جدی وزارت صنعت، معدن و تجارت کشورمان (وزارت بازرگانی سابق)^۱ قرار گرفته است. منظور از سیاست کاهش قیمت تمام شده، تلاش کلیه ارکان زنجیره تامین (تولید کنندگان، توزیع کنندگان و مصرف کنندگان) با همکاری دستگاه‌های اجرایی و رسانه‌ها برای کاستن هزینه نهایی تولید و توزیع همراه با حفظ کیفیت محصول است که به ارتقاء توان رقابتی بنگاه‌ها در مواجهه با رقبای داخلی و خارجی کمک می‌کند (امینی، ۱۳۸۹، ص ۱۰). بر اساس این تعریف باید گفت که سیاست کاهش قیمت تمام شده را نباید با اقتصاد دستوری و سیاست کنترل قیمت (Policy Price Control) مخلوط کرد زیرا در سیاست اخیر، دولت به مداخله در اقتصاد پرداخته و با صدور دستورالعمل‌های خاص، از افزایش قیمت محصولات خودداری می‌ورزد در حالیکه در سیاست کاهش قیمت تمام شده، دولت با فراهم ساختن زیرساخت‌های لازم، این امکان را به بنگاه‌ها می‌دهد تا با توسل به استراتژی‌های بازرگانی ویژه و با هدف افزایش رقابت در بازار و جلب مشتری بیشتر و بالا بردن توان رقابت پذیری بنگاه در برابر رقبای داخلی و خارجی، هزینه نهایی تولید و توزیع محصول را کاهش دهند. بنابراین سیاست مزبور، نه تنها با اقتصاد بازار و اصول رقابت آزاد سازمان جهانی تجارت (WTO) مغایرت ندارد، بلکه کاملاً در راستای آن است زیرا در سیاست مورد بحث، دولت به جای مداخله در اقتصاد و انجام تجارت غیرمنصفانه و اتخاذ اقدامات مغایر اصول سازمان جهانی تجارت (صادقی، ۱۳۸۵، صص ۱۰ به بعد)، فضای بازار را به سمت رقابتی شدن پیش ببرند؛ هدفی که در اساسنامه سازمان جهانی تجارت بدان تصریح شده است.

اتخاذ سیاست کاهش قیمت تمام شده، برای اقتصاد کشور ما امری ضروری و حیاتی است و در صورت اجرای درست آن، اهداف زیر محقق می‌شود: ۱- با کاهش قیمت تمام شده محصولات و عرضه ارزاتر آنها به بازار، سطح رفاه مصرف کنندگان کشور از طریق کاهش نرخ تورم و افزایش قدرت خرید مردم ارتقا می‌یابد؛ ۲- با کاهش قیمت تمام شده و ارتقای کیفیت، قدرت رقابت‌پذیری محصولات داخلی با نمونه مشابه خارجی افزایش یافته و زمینه بقای تولید و توزیع کنندگان ایرانی در بازارهای داخلی و خارجی فراهم می‌شود بخصوص آنکه جهت‌گیری کشور برای عضویت دائم در سازمان جهانی تجارت و ضرورت کاهش تعرفه‌ها، بستر رقابتی تر شدن بازار را فراهم می‌سازد. ۳- اجرای درست این سیاست می‌تواند

^۱ در سال ۱۳۹۰ و در نتیجه سیاست کوچک سازی دولت، دو وزارتخانه بازرگانی و صنایع و معادن با یکدیگر ادغام شده و وزارت صنعت، معدن و تجارت را تشکیل دادند.

اثرات تورمی طرح هدفمند کردن یارانه‌ها را تعدیل کند و با سیاست مذکور در برنامه پنجم توسعه یعنی مهار تورم نیز سازگار است.

اما برای نیل به هدف کاهش قیمت تمام شده، مقدمه اصلی، رقابتی کردن اقتصاد ایران و نظارت بر اجرای درست سیاست خصوصی سازی است. اما در کنار عوامل اقتصادی، حسابداری و مدیریتی، نیازمند تمسک به ابزارهای حقوقی موثر نیز هستیم و حمایت از حقوق مالکیت فکری یکی از این ابزارهای حقوقی کارا به شمار می آید. می دانیم که حقوق مالکیت فکری، مجموعه قواعد و مقررات ناظر بر حمایت انحصاری از پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری و صاحبان ابداعات و اختراعات و ابتکارات صنعتی می باشد. این تعریف، خواننده تیزبین و نکته سنج را با این پرسشها مواجه می سازد که اگر حقوق مالکیت فکری، اعطای انحصار را به صاحبان اموال فکری تشویق می کند، چگونه می تواند به هدف اصلی سیاست کاهش قیمت تمام شده یعنی رقابتی شدن بازار کمک کند؟ وانگهی، حقوق مالکیت فکری، صاحبان برخی اموال فکری مثل اختراعات را به ثبت اموال خود در مراجع قانونی مانند اداره مالکیت صنعتی بر می انگیزاند و صاحبان این اموال، هزینه متقبل شده بابت ثبت را بر قیمت محصول می افزایند بنابراین چگونه از نقش مالکیت فکری در کاهش قیمت تمام شده سخن می گوئیم؟ برای مثال، مراجع ثبت برخی از کشورهای جهان برای صدور ورقه اختراع، هزینه‌ای بسیار بالا را از متقاضی ثبت دریافت می کنند برای مثال، ثبت یک اختراع در آلمان، مستلزم پرداخت مبلغی ۶۸۰۳ دلار از سوی متقاضی است و در هلند این مبلغ، بیش از ۶۰۶۰ دلار است (Lerner, 2010, pp.20 & 21)؛ طبیعتاً به لحاظ اقتصادی هر چه هزینه ثبت اختراع بالاتر باشد، احتمال افزایش قیمت محصول مبتنی بر اختراع هم بیشتر می گردد زیرا صاحب ورقه اختراع می کوشد تا هزینه متحمل شده را بر قیمت محصول می افزاید تا از این طریق، هزینه را جبران کند^۱.

استدلالات فوق هرچند تا حد زیادی درست و قابل دفاعند، با اینحال بهره کاملی از حقیقت ندارند زیرا حمایت از حقوق مالکیت فکری در برخی زمینه‌ها باعث کاهش قیمت تمام شده و افزایش فضای رقابتی در بازار می شود و این مقاله می کوشد برای رفع این خلا تحقیقاتی در این زمینه در ادبیات حقوقی و اقتصادی کشورمان، حوزه‌های اثرگذاری مالکیت فکری بر کاهش قیمت را تبیین نماید. نتایج کاربردی حاصل از این مقاله می تواند ۱- برای قانونگذار در اصلاح یا تکمیل مقررات راجع به مالکیت فکری، ۲- برای نهادهای عضو «کمیته تخصصی

^۱ اثر اقتصادی ثبت اختراع بر افزایش قیمت برخی کالاهای اساسی مانند داروها، با مخالفت‌های شدید گروه‌های حقوق بشری مواجه شده است و آنها برای دسترسی ارزانتر بیماران به دارو، خواستار استثنای دارو از اقسام قابل ثبت شده اند. علاقمندان برای مطالعه بیشتر در مورد این مخالفتها، می توانند به منبع زیر رجوع کنند: (صادقی، ۱۳۸۷).

کاهش قیمت تمام شده^۱ بخصوص مسئول این کمیته یعنی وزارت صنعت، معدن و تجارت در آشنایی بیشتر با نقش مالکیت فکری در کاهش قیمت تمام شده و ۳- برای بنگاههای کوچک و متوسط در آگاهی از نقش این اموال در کاستن از قیمت نهایی تولید و توزیع محصولات و افزایش قدرت رقابت پذیری خود در برابر رقبای سرسخت خارجی خصوصاً در فضای بعد از الحاق ایران به سازمان جهانی تجارت، موثر باشد.

بدین منظور مقاله حاضر، درصدد ارائه پاسخ به این سوالات است که چگونه حمایت از حقوق مالکیت فکری می تواند باعث کاهش قیمت تمام شده شود؟ نظام کنونی مالکیت فکری ایران تا چه حد ما را در رسیدن به این سیاست اقتصادی یاری می کند؟ بر این اساس، مطالب این نوشتار را در دو بخش بیان خواهیم کرد: در بخش نخست، ضمن ذکر عوامل موثر بر بالا بودن قیمت تمام شده محصولات، میزان تاثیر مالکیت فکری را بر کاهش قیمت تمام شده در مراحل زنجیره تامین (Supply Chain) بررسی کرده و در خلال مباحث، به تجربه حقوقی- اقتصادی آمریکا به عنوان یکی از پیشگامان سیاستگذاری مالکیت فکری و کاهش قیمت تمام شده و مالزی به عنوان یک کشور اسلامی در حال توسعه و موفق در این زمینه اشاره خواهیم کرد و در بخش دوم، جایگاه موضوع را در نظام حقوق مالکیت فکری ایران نقد و بررسی کرده و در پایان، راهکارهای کاربردی را به قانونگذار و دست اندرکاران اجرایی کشور پیشنهاد خواهیم داد. لازم به ذکر است که چون سیاست کاهش قیمت تمام شده، در دو سطح کلان (دولت) و خرد (بنگاههای کوچک و متوسط) مطرح است، لذا در این مقاله سعی شده است تا حد امکان در خلال مباحث، به هر دو سطح پرداخته شود.

^۱ کمیته تخصصی کاهش قیمت تمام شده، متشکل از دستگاه ها و نهادهای ذربط با مسئولیت وزارت صنعت، معدن و تجارت با هدف تدوین برنامه کاهش قیمت تمام شده کالاها و خدمات تشکیل شده است. اعضای اصلی این کمیته مطابق مصوبه مورخ ۸۹/۱/۲۸ کمیسیون اقتصاد هیئت دولت عبارتند از: وزارت خانه های صنعت، معدن و تجارت، امور اقتصادی و دارایی، جهاد کشاورزی، مسکن و شهرسازی، راه و ترابری، فناوری اطلاعات و ارتباطات، کشور، امور خارجه، معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهور، بانک مرکزی ج.ا.ایران، سازمان صدا و سیما ج.ا.ایران، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و نمایندگان بخش غیر دولتی. به موجب مصوبه مذکور، وزارت صنعت، معدن و تجارت موظف است با همکاری دستگاه ها و نهادهای مذکور، برنامه کاهش قیمت تمام شده کالاها و خدمات را مشتمل بر تعیین محورهای برنامه، دستگاه ها و نهادهای مسئول و همکار، زمان و منابع مالی مورد نیاز برای اجرای آنها را جهت تصویب به دبیرخانه کمیسیون اقتصاد هیئت دولت ارایه نماید. وزارت بازرگانی، کمیته تخصصی کاهش قیمت تمام شده را با حضور نمایندگان دستگاه های اجرایی، سازمانها، نهادهای دولتی فوق و سایر دستگاه های اجرایی و نهادهای غیر دولتی ذربط (حسب مورد) تشکیل داده و تمامی اعضا همکاری مجدانه در تهیه برنامه داشته باشند. ایجاد هماهنگی بین دستگاه های اجرایی و راهبردی اجرای برنامه، با کمیته تخصصی کاهش قیمت تمام شده خواهد بود (امینی، علیرضا، ۱۳۸۹، گزارشی اجمالی از نهضت کاهش قیمت تمام شده کالاها و خدمات، گزارش تهیه شده توسط گروه مطالعات و پژوهشهای مرکز مطالعات و بهبود بهره وری بازرگانی، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، خرداد ماه، ص ۱۸).

بخش نخست: تاثیر حمايت از حقوق مالکیت فکری بر کاهش قیمت تمام شده در مرحله توليد و توزيع محصول^۱

این بخش مقاله را به دو فصل تقسیم کرده، در فصل نخست، تاثیر مالکیت فکری را در مرحله توليد و در فصل دوم، تاثیر آن را در مرحله توزيع مورد بررسی تحلیلی-تطبیقی قرار می دهیم:

فصل نخست: تاثیر حقوق مالکیت فکری بر کاهش قیمت تمام شده در مرحله توليد محصول
مهمترین حوزه هایی که در آنها، حمايت از مالکیت فکری می تواند بر کاهش قیمت تمام شده مرحله توليد محصول موثر باشد عبارتند از: نقش مالکیت فکری در افزایش ابداعات؛ نقش مالکیت فکری در تسهیل تجاری سازی نوآوریها و تسهیل جذب سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری. بر این مبنا، در قالب سه بند هر یک را بررسی خواهیم کرد:

الف. نقش مالکیت فکری در افزایش ابداعات و کاهش قیمت تمام شده

حقوق مالکیت فکری به جهت افزایش دادن تعداد ابداعات و نوآوریها و تزریق آنها به بدنه توليد، در کاهش قیمت تمام شده محصول دخیل است. توضیح اینکه نظام حقوق مالکیت فکری و وجود قوانین حمايتی کارآمد و جامع، سبب افزایش انگیزه ابداع کنندگان می شود و هر چه حمايت از محصولات قوی تر باشد، انگیزه تشدید می شود (Fisher, 2010, p. 1)؛ زیرا اولاً: منابع در دسترس برای توليد محصولات ناکافی بوده و تشویق افراد به ابداع محصول جدید، مستلزم صرف منابع از جمله «هزینه- فرصت» (Opportunity-Cost) است یعنی وقتی منابع اقتصادی آزادانه به مقدار نامحدود در دسترس قرار ندارند و از طرف دیگر، نیازهای مردم بسازند ابداع کننده باید دست به انتخاب بزند و از قاعده «هزینه-فرصت» بهره گیرد یعنی زمانی به ابداع اقدام ورزد که بداند با صرف هزینه خصوصاً در زمینه تحقیق و توسعه، در وضعیت بهتری قرار می گیرد و در این حالت، با امنیت خاطر و اطمینان از حمايت قانونی در برابر تجاوز غیر، به ابداع و صرف هزینه دست می‌زند (Bethune, 2010, p. 1) در این راه، بهترین و ارزان ترین شیوه اعطای انگیزه، نظام حقوق مالکیت فکری است (Idris, 2003, p. 9). نظام حقوق مالکیت فکری باعث حذف برخی عوامل افزایش دهنده هزینه تمام شده محصول

^۱ زنجیره تامین عبارت است از رشته‌ای به هم پیوسته که از مرحله تامین مواد اولیه برای توليد محصول شروع شده و پس از ارتباط با حلقه توزيع، به حلقه پایانی یعنی حلقه مصرف ختم می‌شود؛ بنابراین، زنجیره تامین متشکل از سه رکن است. اثرات اعمال سیاست کاهش قیمت تمام شده را می‌توان در تمام مراحل مختلف زنجیره کالا و خدمات یعنی توليد، توزيع و مصرف متصور شد؛ با این حال، از آنجا که تاثیر این سیاست در مرحله مصرف، غیرمستقیم بوده و عمده ادبیات کاهش قیمت تمام شده نیز متمرکز بر بخش توليد و توزيع است، لذا در این مقاله، تنها به نقش مالکیت فکری در کاهش قیمت تمام شده توليد و توزيع می‌پردازیم.

(مانند هزینه ناشی از دستمزد کارگران زیاد، هزینه ناشی از تعطیلات مکرر در طول سال، هزینه های اتلاف بخشی از محصول و انرژی، هزینه های ذخیره و انبارداری غیرممتعارف و ...) می شود؛ حال اگر یک تولیدکننده خوشفکر، بر اساس انگیزش حاصل از وجود نظام مالکیت فکری، فرایند جدیدی را ابداع کند که طبق آن، نیاز به نیروی کار کمتر بوده و امکان تولید را حتی در ایام تعطیل رسمی فراهم می سازد و یا یکی از مستخدمان آن بنگاه، به اتکای نظام حمایتی مالکیت فکری، سیلوی جدیدی طراحی کند که هزینه نگهداری محصول و مصرف انرژی را به نصف کاهش داده و از فساد بخشی از محصول بکاهد، براحتی می توان تصور کرد که بنگاه مزبور می تواند با صرفه جویی در هزینه فوق، قیمت تمام شده محصولش را کاهش دهد و محصول را با قیمتی نازلتر و با همان کیفیت وارد بازار کند. این نتایج مثبت اقتصادی، سازمان جهانی مالکیت فکری (وایپو) را بر آن داشته است تا با وضع تسهیلات فنی و حقوقی قابل توجه، از هزینه های ثبت ابداعات نیز بکاهد تا علاوه بر تشویق افراد به ثبت و حمایت مالکیت فکری، مانع اثرگذاری هزینه ثبت بر قیمت تمام شده محصول شود (Uemura, 1999, pp. 180-188). یکی از مهمترین این تسهیلات، فراهم ساختن امکان تقدیم اظهارنامه و تقاضای ثبت الکترونیکی اختراعات و علائم تجاری است که در سایت وایپو (www.wipo.net) فراهم شده و ادارات ثبت اختراعات ژاپن و آمریکا نیز برای کاهش هزینه ثبت اختراع و در نتیجه، کمک به کاهش قیمت تمام شده محصولات مبتنی بر اختراع مزبور، این امکانات را در اختیار متقاضیان قرار داده است. تسهیل دیگر، وضع معاهدات بین المللی برای یکنواخت سازی ثبت ابداعات در کشورهای مختلف است. می دانیم که در حوزه حقوق مالکیت فکری، اصلی به نام اصل سرزمینی بودن (Territoriality Principle) جاری است که طبق آن، موضوعات مشمول حقوق مالکیت فکری تنها در سرزمینی حمایت می شوند که طبق مقررات آن سرزمین، قابلیت حمایت را داشته باشند بنابراین اختراع ثبت شده در آمریکا، لزوماً در آلمان حمایت نمی شود. نتیجه اقتصادی این اصل آن است که یک مخترع که اختراعش را در کشور الف به ثبت رسانیده و هزینه ای بابت تقدیم اظهارنامه و ثبت پرداخته است باید برای ثبت آن در هر کشوری که می خواهد اختراعش در آن حمایت شود، هزینه ای مجزا تادیه کند؛ لذا اگر یک شرکت بزرگ تجاری بخواهد محصولش را در سی کشور مختلف تجاری سازی کند مکلف است برای جلوگیری از نقض حق مالکیت فکری خود در این کشورها، سی اظهارنامه مجزا به زبانهای رایج در آن کشور با هزینه ثبت جداگانه پرداخت نماید. بی گمان این امر باعث می شود تا قیمت تمام شده محصول افزایش یافته و قدرت رقابت پذیری این شرکت در قیاس با سایر رقبا کاهش یابد. در این راستا وایپو اقدام به تهیه معاهدات بین المللی متنوع در زمینه ثبت بین المللی برخی مصادیق مالکیت فکری کرده است؛ برای مثال در حوزه اختراعات، معاهده همکاری در زمینه ثبت اختراع (Patent Cooperation Treaty (PCT)) تصویب شده که طبق آن، اختراع در

کشورهایی که عضو معاهده^۱ هستند و مدنظر متقاضی ثبت هستند، با قیمتی نازلتر ثبت می‌شوند و این امر، کاهش قیمت تمام شده محصول در بازارهای مختلف خواهد داشت.

ب. نقش مالکیت فکری در تسهیل تجاری سازی ابداعات و کاهش قیمت تمام شده:

در کنار مقوله حمایت از ثبت اختراعات، بحثی اقتصادی و مدیریتی تحت عنوان «تجاری سازی مالکیت فکری» (Commercialization of Intellectual Property) نیز رونق داشته است و در آن، سخن بر سر این است که چگونه می‌توان مخترعان را به تجاری سازی اختراعاتشان ترغیب کرد زیرا صرف ثبت یک اختراع، برای بهره‌مندی مصرف‌کنندگان جامعه از منافع آن، کافی نیست بلکه زمانی می‌توان از نتایج عمومی یک اختراع برای جامعه سخن گفت که آن اختراع، به تولید انبوه رسیده و به بازار عرضه شود. از این رو، بنابراین نقش حمایتی حقوق مالکیت فکری تنها به مرحله ثبت اختراع محدود نشده و در مرحله بهره‌برداری از منافع اختراع نیز ایفای نقش می‌کند. از مهمترین نقشهای حمایتی این نظام آن است که مخترعان و مبتکران بعد از ثبت اختراع دارای این اطمینان حقوقی باشند که در صورت نقض حق از سوی دیگران بتوانند علیه نقض‌کننده اقدامات حقوقی موثری را اتخاذ کنند. وجود مقررات روشن و جامع مالکیت فکری و پیش‌بینی تضمینات کارا برای حمایت از صاحبان اموال فکری دارای این حسن اقتصادی است که بسیاری از رقبا را از نقض حق منصرف ساخته و هزینه اقامه دعوی را بر صاحب حق تحمیل نمی‌کند؛ وانگهی در صورت نقض حق نیز ناقضین را با تنبیهات حقوقی و کیفری روبرو می‌سازد و مانع بهره‌برداری غیرمجاز رقبا از دسترنج فکری صاحب حق می‌شود. بی‌تردید وجود این نظام کارا باعث می‌گردد تا صاحبان اموال فکری با اطمینان خاطر بیشتری به تجاری سازی ابداعات خود مبادرت ورزند و طبیعتاً هر چه میزان تجاری سازی بیشتر باشد، میزان مداخله نوآوریها در تولید بنگاهها نیز افزایش یافته، قیمت تمام شده محصول کاهش یافته، بنگاههای رقیب نیز برای عقب‌نماندن از کورس رقابت و از دست ندادن مشتریان و بازار ناگزیر به استفاده از نوآوریهای پیشرفته‌تر در تولید برای ارتقای کیفیت و کاستن از قیمت نهایی تولید هستند و در نتیجه در این جریان، معیار کارایی پارتو (Pareto Efficiency)^۲ بخوبی محقق می‌شود که در آن، هم بنگاههای تولیدکننده صاحب اموال فکری و هم مصرف‌کنندگان در وضعیتی برتر از زمان قبل از تولید قرار می‌گیرند.

^۱ تعداد اعضای معاهده تا جون سال ۲۰۱۲، ۱۴۶ کشور است و ایران نیز برغم امضای معاهده و تصویب قانون الحاق

بدان در سال ۱۳۸۶، هنوز آن را اجرایی نساخته است. برای دیدن نام کشورهای عضو معاهده، ر.ک:

<http://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=6,2012>

برای دیدن متن کامل معاهده، ر.ک: <<http://www.wipo.int/pct/en/texts/articles/atoc.htm>>, 2012

^۲ منظور از معیار کارایی پارتو وضعیتی است که در آن، دیگر امکان تغییر وجود ندارد زیرا این تغییر، باعث بدتر شدن وضع یکی از طرفین می‌شود؛ به تعبیر ساده‌تر، اگر تغییر در وضعیت باعث بهتر شدن وضع یکی و بدتر

اما برای رسیدن به این وضعیت برتر اقتصادی، نظام حقوق مالکیت فکری باید در قالب قوانین و مقررات روشن و کاربردی و جامع، آثار و کارکردهای قراردادهای مختلف تجاری سازی اموال فکری و نیز سازمانهای متولی امر را برای صاحبان حق روشن کند. در این راستا می توان به تجربه کشور مالزی اشاره کرد. قانونگذار این کشور ابتدائاً دستورالعمل «سیاستگذاری تجاری سازی مالکیت فکری» (Intellectual Property Commercialization Policy) را به تصویب رسانید و در آن، بخوبی ابعاد حقوقی این پدیده تجاری را روشن ساخت و در مرحله دوم، برای تسهیل تجاری سازی ابداعات و کمک به کاهش قیمت تمام شده، کلیه وزارتخانه و دستگاههای تحقیقاتی دولتی و خصوصی را مکلف کرد تا مرکزی به نام «مرکز نوآوری و تجاری سازی» (Innovation & Commercialization Centre) را در بدنه خود راه اندازی کنند و برای یکنواخت سازی رویه آنها، آنها را ملزم به تبعیت از دستورالعمل فوق نمود و وزارت علوم، فناوری و نوآوری مالزی را نهاد نظارتی این مراکز تعیین کرد (Ministry of Science, Technology and Innovation Malaysia (MOSTI), 2009).

ج. تسهیل جذب سرمایه گذاری خارجی و انتقال فناوری

بی گمان یکی از شیوههای کاهش قیمت تمام شده در مرحله تولید، این است که قانونگذار با ایجاد بسترها و حمایتهای قانونی مناسب و کارا، سرمایه گذاران خارجی را به ورود سرمایه در بخش تولیدی و انتقال فناوریهای نوین ترغیب کند زیرا ورود فناوریهای جدید و موثر باعث می شود تا تولیدکنندگان با صرفه جویی در هزینه های ناشی از نیروی کار و کاستن از اتلاف منابع و انرژی، بهای تمام شده محصول را کاهش داده و محصولاتشان را با قیمت نازلتری به بازار عرضه کنند. (Primo Braga and Fink, 1998, p.172). به لحاظ اقتصادی، وجود قوانین حمایت از حقوق مالکیت فکری در یک کشور، باعث تسهیل سرمایه گذاری خارجی شده و از دو جهت در کاهش قیمت تمام شده تولید محصولات موثر است: ۱- این قوانین سرمایه گذاران خارجی کشورهای توسعه یافته خصوصاً شرکتهای فراملیتی (Trans-National Corporations (TNCs)) را در فضای اقتصاد دانش محور کنونی - که فناوریها بیش از پیش، بر تحقیق و توسعه (Research & Development (R&D)) و نوآوری متکی شده اند-را به انتقال فناوری به کشورهای در حال توسعه، تشویق می کند و این عامل، این زمینه را فراهم می سازد تا تولیدکنندگان کشورهای واردکننده، فناوری مزبور را در فرایند تولید دخیل کرده و در نتیجه، باعث کاهش قیمت تمام شده محصولات شوند. (International Trade Centre (ITC) &)

→ شدن وضع دیگری شود، آن نقطه از کارایی پارتو برخوردار نیست؛ پس در معیار کارایی پارتو، یا وضع هر دو طرف باید بهتر شود یا دست کم وضع یکی بهتر شده و وضع دیگری از وضع موجود، بدتر نشود و اگر هر نوع تغییر در اوضاع و عوامل، باعث بدتر شدن وضع دیگری شود آن وضع را نباید تغییر داد.

238 (Commonwealth Secretariat (CS), 1999, p. 1999). حتی برخی طرفداران مکتب «اقتصاد نهادگرا» (Constitutional Economics) نیز یکی از دلایل بالا بودن قیمت تمام شده محصولات را در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، نبودن نظام حمایت قوی از مالکیت سرمایه گذاران خارجی از جمله مالکیت فکری دانسته اند: (Buchanan, 1991, pp. 10 and seq) ۲-حمایت قانونگذار از مالکیت فکری و رعایت حقوق صاحبان اموال فکری از سوی بنگاههای کوچک و متوسط داخلی، هزینه انتقال فناوری و در نتیجه قیمت تمام شده محصول مبتنی بر فناوری وارد شده را کاهش خواهد داد زیرا کشورهای صاحب فناوری، با احساس خطر کمتری به این انتقال راضی می شوند و هزینه های مربوط به نقض احتمالی حقوق مالکیت فکری در کشور میزبان را حذف کرده و در نتیجه، فناوری مزبور با هزینه کمتری وارد کشور متقاضی می شود. از این رو، کسانی که بطور کلی مخالف حمایت کشورهای در حال توسعه از مالکیت فکری هستند (Boldrin & Levine, 2010, p. 1)، از این نکته غافل مانده اند که عدم حمایت از اموال فکری می تواند به این افزایش قیمت تمام شده منتهی گردد؛ بنابراین حمایت نکردن از این اموال، راهکاری مناسب برای کاهش قیمت تمام شده به شمار نمی آید.

فصل دوم: تاثیر حقوق مالکیت فکری بر کاهش قیمت تمام شده در مرحله توزیع محصول
مهمترین حوزه هایی که در آنها، حمایت از مالکیت فکری می تواند بر کاهش قیمت تمام شده در مرحله توزیع محصول موثر باشد، عبارتند از: الف) حمایت از شیوه های الکترونیکی توزیع و بازاریابی (E-Distribution and E-Marketing)؛ ب) حمایت از نامها و علائم تجاری (Trade Names and Trademarks) و نقش کاهش دهنده آنها؛ ج) حمایت از طرحهای صنعتی (Industrial Designs) و نقش کاهش دهنده آنها. بر این مبنا، در قالب سه بند، هر یک را بررسی خواهیم کرد:

الف. حمایت از شیوه های الکترونیکی توزیع و بازاریابی

تجربیات بسیاری از کشورها نشان می دهد که تجارت الکترونیکی یکی از ابزارهای کاملاً قابل اتکا و اثرگذار در کاهش قیمت تمام شده محسوب می شود و از این منظر، حقوق مالکیت فکری و تجارت الکترونیکی بر روی یکدیگر اثر متقابل خواهند داشت که در ادامه این بند، به ترتیب بدانها می پردازیم:

۱. تاثیر تجارت الکترونیکی بر مالکیت فکری از منظر کاهش قیمت تمام شده

یکی از بزرگترین عوامل افزایش هزینه های تمام شده محصولات، هزینه های توزیع و بازاریابی (از طرفی مثل تبلیغ تلویزیونی) است زیرا تولیدکنندگان و عرضه کنندگان محصول برای کسب سود،

علاوه بر قیمت تامین مواد اولیه، هزینه بازاریابی و توزیع آن در بازار و رسیدن کالا به دست مصرف کنندگان را نیز بر قیمت محصول می افزایند. این موضوع باعث شد تا کشورهای توسعه یافته برای کاهش هزینه بازاریابی و توزیع و نتیجتاً کاهش قیمت تمام شده محصول، به ابزار تجارت الکترونیکی متمسک شوند. استفاده از این ابزار نوین باعث شده است تا تاثیر هزینه های توزیع و حمل و نقل در قیمت تمام شده محصولات بنحو قابل توجهی کاهش یابد بطوری که مطابق آمار، سهم هزینه های حمل و نقل و توزیع و بازاریابی محصولات در کشورهای توسعه یافته، به ۹/۵ درصد کاهش یافته است در حالیکه این سهم هنوز در کشور ایران که در آن، نگاهها چندان از تجارت الکترونیکی بهره نمی گیرند، بطور متوسط ۳۰ درصد است (دودانگه، ۱۳۸۹، ص ۴). در این میان، کشور مالزی با بهره گیری از تجربیات کشورهای توسعه یافته، درصدد گسترش بازاریابی و توزیع الکترونیکی محصولات برآمد. از یکسو دولت در سطح کلان با تصویب قوانین لازم (IBS Contributor: Gladys Mirandah, Patrick) (Mirandah Law Office, 2007; Electronic Commerce Act 2006) به روشن سازی ابعاد حقوقی این پدیده نوین از جمله تامین امنیت حقوقی عملیات تجاری صورت گرفته در این محیط پرداخت (Zulhuda, 2009, pp.26 & 27) و با وضع چند آیین نامه، ضمن اعطای یارانه های توسعه، اینترنت ارزان قیمت در اختیار نگاهها قرار داد و با تامین اینترنت پرسرعت و برگزاری کلاسهای رایگان تجارت الکترونیکی برای نگاهها، آنها را به استفاده از تجارت الکترونیکی در فعالیتهای تجاری شان تشویق کرد؛ در سطح خرد نیز نگاههای کوچک و متوسط خود را ناگزیر به استفاده از تجارت الکترونیکی دانسته اند زیرا در غیر این صورت، در فضای رقابت آزاد و اقتصاد بازار قادر به کاهش قیمت تمام شده محصولاتشان نبوده و بخشی از بازار را به رقابای داخلی و خارجی واگذار می کنند (Ahmad Faisal Abidin, 2010, pp.591-605).

اما در کشورهای توسعه یافته ای نظیر آمریکا از ابزار حقوق مالکیت فکری، برای ترویج فرهنگ استفاده از تجارت الکترونیکی بهره گرفته شده است بدین ترتیب که قانونگذار این شیوه ها را به عنوان موضوعات قابل ثبت برسمیت شناخت و اداره ثبت اختراع این کشور، به نگاههایی که با نوآوری و ابتکارشان، شیوه های جدید بازاریابی، تبلیغات و توزیع و به تعبیر قانونگذار، شیوه های کسب و کار (Business Methods) را ابداع کنند، ورقه اختراع اعطا کرد و از شیوه ابداعی آنها برای مدت بیست سال، حمایت انحصاری نمود؛ همچنین قانونگذار این کشور در سال ۲۰۰۰ با تصویب «قانون بهبود ثبت اختراع شیوه های کسب و کار» Business Method Patent Improvement Act of 2000، ثبت این شیوه ها را تسهیل کرد. استدلال اقتصادی قانونگذار آمریکایی در حمایت قانونی از این شیوه ها آن بوده است که قابل حمایت دانستن این موضوعات به عنوان اختراع، زمینه را برای افزایش سرمایه گذاری در تکنولوژی های دیجیتالی جدید مهیا ساخته و موجب افزایش تجارت الکترونیکی می گردد؛ در نتیجه، نگاهها تمایل بیشتری به ابداع شیوه های جدید بازاریابی و تبلیغ و توزیع محصولات خواهند داشت و بتدریج این امر به کاهش قیمت تمام شده، جلب مشتری بیشتر از سوی نگاهها و رفاه بیشتر

مصرف کنندگان منتهی خواهد شد. این منطق اقتصادی باعث گردید تا اداره ثبت اختراعات اروپا (European Patent Office (EPO) و اداره ثبت اختراع ژاپن در برخی حوزه‌ها، بتدریج به حمایت از شیوه‌های ابتکاری در کسب و کار الکترونیکی گرایش پیدا کنند (Fisher and Zollinger, 2010, p. 1).

۲. تاثیر مالکیت فکری بر تجارت الکترونیکی از منظر کاهش قیمت تمام شده

از نگاه کاهش قیمت تمام شده توزیع محصول، حقوق مالکیت فکری نیز می‌تواند بر تجارت الکترونیکی اثر مثبت بگذارد بدین ترتیب که بسیاری از بنگاه‌های کوچک و متوسط، برای کاستن از هزینه بازاریابی و جلب مشتری، نام یا علامت تجاری خود را بر روی سایتهای اینترنتی قرار می‌دهد؛ با اینحال فضا و خطرات بالقوه محیط دیجیتالی گاه باعث می‌شود تا این اقدام از سوی بسیاری از بنگاهها، استقبال نشود. توضیح اینکه دسترسی یک میلیارد کاربر در سراسر جهان به شبکه اینترنتی باعث می‌شود تا خطر تقلید غیرمجاز از علامت تجاری، بیشتر از محیط فیزیکی باشد (صادقی، ۱۳۸۶، ص ۱)؛ همچنین تشخیص دادن ناقض حق با توجه به بدون مرز بودن این محیط، دشوارتر از محیط فیزیکی است؛ وانگهی بعد از تشخیص ناقض حق نیز این معضل حقوقی پابرجاست که دادگاه کدام کشور، صالح به رسیدگی به دعواست و این دادگاه، قانون کدام کشور را باید اعمال کند. در این حالت، نظام حقوق مالکیت فکری می‌تواند با ساختار و مقررات و آثار معینی که به همراه دارد، حقوق و تکالیف صاحبان اموال فکری در این محیط را روشن ساخته و ناامنی حقوقی این محیط را تقلیل دهد؛ از این روست که اغلب کشورهای توسعه یافته مانند آمریکا و کانادا و بسیاری از کشورهای در حال توسعه مانند مالزی، در کنار وضع مقررات خاص برای تجارت الکترونیکی و حقوق مالکیت فکری، مقررات ویژه‌ای نیز به بحث حمایت از اموال فکری در محیط دیجیتالی اختصاص داده‌اند.^۱

ب. حمایت از نامها و علائم تجاری و نقش کاهش دهنده آنها

بی‌تردید یکی از عوامل تعیین‌کننده قیمت تمام شده محصول، هزینه تبلیغات و بازاریابی آن است. در بند الف گفتیم که تجارت الکترونیکی می‌تواند باعث کاهش این هزینه‌ها شود با اینحال، تجارت الکترونیکی، یگانه ابزار محسوب نمی‌شود و بنگاهها می‌توانند با تمسک به نام و علامت تجاری نیز به این هدف اقتصادی برسند زیرا بنگاهی که از نام تجاری باسابقه و خوشنامی برخوردار است نیازمند پرداخت هزینه تبلیغ و جذب مشتری نیست همچنین حمایت قوانین مالکیت فکری از نام تجاری

^۱ تاثیر دیگر حقوق مالکیت فکری، کمک به گسترش پنجره واحد تجاری (Single Window) است زیرا در فرایند تاسیس این پنجره، نیاز به حمایت از پایگاه داده الکترونیکی و ... است که نظام حقوق مالکیت فکری ایران در این زمینه دارای قواعد روشنی نیست. برای دیدن توضیحات تفصیلی در مورد مفهوم و مزایای پنجره واحد تجاری و نقش مالکیت فکری در تاسیس آن، ر.ک: (صادقی، ۱۳۹۰، صص ۳۷۶-۴۱۳).

باعث می‌شود تا از استفاده غیرمجاز رقبا از نام تجاری بنگاههای موفق جلوگیری شود و در صورت نقض حق نیز، احتمال پیروزی در دعوی و جبران خسارت افزایش می‌یابد. این موضوع قانونگذار کسورهایمانند مالزی ((Trade Unions Act (1959)) را بر آن داشته است تا با ثبت و حمایت از نامهای تجاری، بنگاهها را از مزایای اقتصادی آن منتفع سازند. در مورد علامت تجاری نیز باید گفت، علامت تجاری به عنوان نشانی که کالا یا خدمت اشخاص اعم از اشخاص حقیقی یا حقوقی را از دیگر کالاها یا خدمات متمایز می‌سازد (ر.ک: ماده ۳۰ قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶)، برای بنگاهها دارای ارزش اقتصادی قابل توجهی است بگونه‌ای که ارزش علامت تجاری یک بنگاه ممکن است از کل اموال فیزیکی و مادی آن نهاد بیشتر باشد. یکی از کارکردهای مهم آن، تعیین استراتژی بازاریابی بنگاه در بازار می‌باشد زیرا علامت می‌تواند متمایزکننده محصولات یک شرکت از محصولات سایر شرکتهای رقیب باشد. این نقش موجب می‌گردد تا شرکتهای صاحب علامت، از آن به عنوان ابزاری تبلیغی استفاده کنند یعنی بدون پرداخت هزینه تبلیغ و بازاریابی، بتوانند از طریق درج علامت تجاری خود بر روی محصولشان، معرف کیفیت و مشخصات محصول و در نتیجه جذب کننده مشتری باشند.

ج. حمایت از طرحهای صنعتی و نقش کاهش‌دهنده آنها

یکی دیگر از ابزارهای موثر در کاهش قیمت تمام شده، استفاده بنگاهها از طرح صنعتی است. طرح صنعتی عبارت است از حالت تزئینی و زیبایی کالای مصرفی که می‌تواند به شکل، الگو یا رنگ کالا بستگی داشته باشد (ر.ک: ماده ۲۰ قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶). طرحهای صنعتی دارای فواید قابل توجهی برای تولید و توزیع‌کنندگان دارد زیرا آنها می‌توانند با ابداع طرحهای جدید و زیبا و متناسب با سلیقه مشتریان، اولاً: بدون پرداخت هزینه، محصول خود را تبلیغ کنند و در هزینه تبلیغ و بازاریابی صرفه جویی نمایند؛ ثانیاً: هزینه اتلاف بخشی از محصول نیز از دوش بنگاهها برداشته می‌شود زیرا گاه توزیع‌کنندگان محصولات ناگزیرند به دلیل اتلاف بخشی از محصول در موقع توزیع و حمل و نقل، هزینه اتلاف را بر قیمت تمام شده محصول بیفزایند در حالیکه قرار دادن محصول در یک بسته بندی مناسب می‌تواند هزینه حفظ و ذخیره و بسته بندی محصول را کاهش دهد. اما برای آنکه بنگاهها و طراحان صنعتی، دارای انگیزه کافی برای ابداع طرحهای جدید باشند و جلوی سوءاستفاده رقبا گرفته شود، نظام مالکیت فکری با وضع مقررات و آثار خاص مانند حمایت از طرحهای صنعتی جدید و اصیل، اعطای حق انحصاری به صاحبان آنها و وضع ضمانت اجراهای کارا برای نقض حقوق صاحبان حق، در کاهش قیمت تمام شده محصولات موثر است. از این رو، کنوانسیون پاریس در ماده ۵ خامس خود کلیه کشورهای عضو را متعهد ساخته است تا از این طرحها حمایت کنند و برای آنکه کشورها در حمایت از این طرحها آزادتر باشند، قالب حمایتی خاصی را الزامی نکرده است.

بخش دوم: نقد و بررسی نظام حقوق مالکیت فکری ایران از نگاه کاهش قیمت تمام شده بطور کلی در حقوق ایران، از دهه‌ها قبل قوانین و مقررات قابل توجهی در زمینه حمایت از حقوق مالکیت فکری وجود داشته به طوری که سابقه این حمایت در کشور ما از بسیاری کشورها بیشتر است؛ اما چرا قوانین مالکیت فکری ما نتوانسته‌اند نقش پررنگی در کاهش قیمت تمام شده محصولات بنگاهها داشته باشند؟ در این که قانونگذار ما در زمان تصویب قوانین قبل از انقلاب و حتی اکثر قوانین مالکیت فکری بعد از انقلاب، به سیاست کاهش قیمت تمام شده نظر نداشته است، تردیدی نیست زیرا این سیاست اقتصادی بتازگی مورد توجه سیاستگذاران اقتصادی ما قرار گرفته است؛ در مورد قوانین چند سال اخیر نیز احتمال عدم توجه به این سیاست وجود دارد با اینحال نقصها و ابهاماتی در قوانین و مقررات موجود نیز دیده می‌شود که سعی می‌کنیم بر اساس تقسیم بندی مندرج در بخش نخست مقاله، نظام حقوق مالکیت فکری ایران را از نگاه کاهش قیمت تمام شده در مرحله تولید و توزیع کالاها و خدمات نقد و بررسی کنیم:

فصل نخست: بررسی نظام حقوق مالکیت فکری ایران از نگاه کاهش قیمت تمام شده

در مرحله تولید محصول

در بخش نخست مقاله، تاثیر مالکیت فکری را بر کاهش قیمت تمام شده مرحله تولید را در سه بند ارزیابی کردیم حال وضعیت این موارد را در نظام حقوق مالکیت فکری ایران بررسی خواهیم کرد:

الف. بررسی نظام مالکیت فکری ایران از دید تاثیر آن بر افزایش ابداعات و کاهش قیمت تمام شده:

کشور ما از حیث برخورداری از قوانین حامی حقوق مالکیت فکری جز در چند زمینه محدود، از ساختار قانونی خوبی برخوردار است با اینحال، این قوانین به چند دلیل نتوانسته‌اند آنگونه که باید و شاید در افزایش ابداعات و تسهیل تجاری و در نهایت در کاهش قیمت تمام شده کارآمد و تاثیرگذار باشند که برای رعایت اختصار به دو مورد از مهمترین آنها اکتفا می‌شود:

۱. معضلات اجرایی قوانین مالکیت فکری

کمتر حقوقدانی است که صرف وجود قوانین را برای تضمین حقوق صاحبان حق مالکیت فکری کافی بداند. مشکل اجرا مشکلی است که سالهای سال است گریبان نظام حقوقی کشور را گرفته و از این رو هنوز این عقیده در میان صاحبان اموال فکری و برخی دست اندرکاران اجرایی و بسیاری از مردم وجود دارد که کشور ما از نبود قانون حمایت از مالکیت فکری رنج می‌برد؛ در حالی که گفتیم حقوق ما از حیث وجود قوانین با سابقه در این زمینه، جز یکی از کشورهای باسابقه در مورد حمایت از اموال فکری محسوب می‌شود. ریشه این تفکر نادرست به عدم گسترش فرهنگ آشناسازی مردم به نقش و جایگاه

این حقوق باز می‌گردد. البته در این میان، برای گسترش فرهنگ آشنایی با حقوق مالکیت فکری و احترام به صاحبان حق، اقداماتی چند صورت گرفته است اما هر یک به دلیل وجود برخی نارسایی‌های حقوقی و اداری، به نتیجه مطلوب نرسیده‌اند؛ از جمله آنکه سازمان ثبت اسناد و املاک کشور به عنوان متولی گسترش فرهنگ مالکیت فکری در کشور، سمینارهایی را در این زمینه برگزار کرده است با این حال تداخل وظایف این سازمان با برخی نهادهای اجرایی دیگر و انجام برخی اقدامات همپوشان ضمن اتلاف بخشی از منابع مالی، باعث سردرگمی صاحبان اموال فکری و خود دستگامها در مورد متولی این امر در کشور شده است. اقدام دیگر، تلاش برخی نهادهای خصوصی مانند موسسات و کالتی و مشاوره حقوقی برای ارائه مشاوره‌های تخصصی به صاحبان اموال مزبور بوده است با اینحال عدم تخصص بسیاری از وکلا و مشاوران این موسسات باعث سرخوردگی صاحبان حق گردیده است. در این بین، وجود آیین نامه و بخشنامه‌های حاوی تشریفات اداری سخت‌گیرانه و طولانی باعث شده است تا بسیاری از نهادهای دانشگاهی متقاضی برگزاری کلاسهای آموزشی مالکیت فکری نیز نتوانند مجوز لازم را برای تاسیس نهاد خود به دست آورند؛ برای مثال، برای ثبت چنین نهادی در اداره ثبت شرکتها، نیازمند اخذ مجوزهای متعدد از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سازمان ثبت و ... می‌باشد که موجب طولانی شدن فرایند تاسیس و ثبت این نهادها گردیده است. این مشکلات باعث شده است تا کشور ما از نظر برخورداری از فرهنگ احترام به مالکیت فکری، در وضعیت مناسبی قرار نداشته باشد. نتیجه این فقر فرهنگی این بوده است که بسیاری از مخترعان و مبتکران مان با وجود قوانین حامی اموال فکری در ایران ناآشنا بوده یا نسبت به اجرایی شدن این قوانین با دیده تردید می‌نگرند و حتی بسیاری از آنها حاضر به افشای اختراع خود و تجاری سازی آن نیستند و ترجیح می‌دهند آن را یا در سایر کشورها خصوصاً آمریکا به ثبت برسانند یا آن را به صورت سر تجاری، محرمانه باقی گذارند. از این روست که ایران با وجود برخورداری از این نیروی انسانی و صرف هزینه و زمان بسیار برای ابداعات و ابتکارات فراوان، نتوانسته است از مزایای آن در بازار بطور عملی استفاده کند؛ دست بنگاهها نیز برای استفاده از این ابداعات در کاهش قیمت تمام شده کوتاه بماند.

۲. نارسایی‌های موجود در زمینه ثبت الکترونیکی و بین‌المللی اموال فکری

گفتیم که سازمان جهانی مالکیت فکری برای کاستن از هزینه‌های ثبت اموال فکری در کشورهای مختلف، تسهیلات قابل توجهی نظیر فراهم کردن امکان ثبت الکترونیکی و تصویب معاهدات بین‌المللی نظیر معاهده همکاری در زمینه ثبت اختراع و موافقت‌نامه مادرید در زمینه ثبت بین‌المللی علامت تجاری را برای صاحبان حق فراهم کرده است تا به سهم خود، با کاستن از هزینه‌های تقدیم اظهارنامه و ثبت، به کاهش قیمت تمام شده محصول کمک کند. در این میان، کشور ما تاکنون قانون الحاق به معاهده همکاری در زمینه ثبت بین‌المللی اختراع

را تصویب نکرده است لذا امروزه مخترعان ما مجبورند تا برای ثبت بین‌المللی اختراع خود در هر کشور، هزینه ثبت مجزا بپردازند و این امر بر کاهش قیمت تمام‌شده اثر منفی می‌گذارد. در زمینه ثبت الکترونیکی ابداعات نیز هرچند آیین نامه اجرایی قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۷، سه ماده (مواد ۱۶۷ تا ۱۶۹) به این موضوع اختصاص داده و طی آن، مرجع ثبت مکلف شده است تا با تجهیز امکانات فنی نسبت به الکترونیکی کردن کلیه مراحل اعم از ثبت داخلی یا بین‌المللی اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم‌معمول دارد و سازمان ثبت اسناد نیز از مدت‌ها قبل در صدد راه‌اندازی ثبت الکترونیکی اختراعات و علائم تجاری در کشور بوده است، با اینحال این سیستم هنوز بطور کامل عملیاتی نشده و سازمان در این زمینه نتوانسته است نقش کاملی در کاهش هزینه‌های ثبت ابداعات ایفا نماید.

ب. نارسایی‌های نظام مالکیت فکری ایران از دید تسهیل تجاری سازی ابداعات و کاهش قیمت تمام‌شده

نقص قوانین مالکیت فکری در مورد قراردادهای رایج در تجاری سازی ابداعات از یکسو و نامشخص بودن وضع اجرایی قانون تجاری سازی ایران از سوی دیگر، از دیگر موانع موجود در ایران در راه کاهش قیمت تمام‌شده محسوب می‌شوند که در زیر بدانها می‌پردازیم:

۱. نقص قانونی در مورد قراردادهای مالکیت فکری موثر بر کاهش قیمت تمام‌شده

به‌طور کلی قراردادهای مالکیت فکری از حیث اثر، به سه دسته تقسیم می‌شوند: دسته اول) قراردادهای واگذاری (Assignment Contracts) که در آن، تمام حقوق مالکانه صاحب اموال فکری به منتقل‌الیه واگذار می‌گردد؛ دسته دوم) قراردادهای پروانه بهره‌برداری یا لایسنس (License) که در آن، مالکیت عین برای پدیدآورنده و مبتکر باقی می‌ماند و حق بهره‌برداری از منابع مال فکری به طرف قرارداد واگذار می‌شود. این نوع قراردادها رایج‌ترین نوع قرارداد در حوزه مالکیت فکری بوده و در کشور ما نیز بسیار شیوع دارند و دسته سوم) قراردادهای مدیریت جمعی (Collective Management) و ائتلاف فناوری (Technology Pool) که در آن، صاحبان مختلف اموال فکری، حقوق خود را در یک نهاد واحد، جمع می‌کنند تا متقاضیان استفاده از آن فناوری بتوانند بجای مراجعه به صاحبان مختلف اموال فکری، تنها به یک نهاد مراجعه کنند و با او قرارداد ببندند (Tritton, 2002, pp. 690 and seq; Bently and Sherman, 2004, p.267).

از مهمترین نقایص قانونی ما که بر کاهش قیمت تمام‌شده محصولات، اثر منفی گذارده است، نبود مقررات کافی و شفاف در مورد قراردادهای مالکیت فکری و آثار آنهاست بطوریکه در قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ و آیین‌نامه اجرایی این قانون مصوب ۱۳۸۷، حتی در مورد شایع‌ترین قراردادهای مالکیت فکری یعنی قراردادهای لایسنس و واگذاری

تنها در حد گذرا نامی از آنها برده است. این امر باعث ناآگاهی صاحبان اموال فکری ایرانی شده و از تمایل ایشان به انعقاد قرارداد با بنگاههای ایرانی، تزریق ابتکار و فناوری به بدنه تولید و در نتیجه، کاهش قیمت تمام شده کاسته است. در مقام توضیح بیشتر باید گفت: به لحاظ اقتصادی، قراردادهای لیسانس برای مخترعان و مبتکران مقرون به صرفه تر و سودآورتر است زیرا او با حفظ حق مالکیت خویش بر مال فکری، منافع آن را می تواند در طی زمان به بنگاههای مختلف واگذار کند با اینحال، مخترعان و مبتکران ایرانی - که در مسابقات بین المللی حائز رتبه های برتری شده - اند - به دلایلی که در بالا اشاره شد یعنی فقدان قوانین و مقررات کافی در مورد تبیین آثار و تفاوت این قراردادها از یکسو و کم بودن مراکز آموزشی و مشاوره‌ای قابل اتکا برای آنها، باعث بی اطلاعی ایشان از حقوقشان گردیده و در نتیجه، این افراد علاوه بر آنکه به سمت انعقاد قرارداد با بنگاههای خارجی سوق پیدا می کنند، بجای قرارداد لیسانس، به انعقاد قرارداد واگذاری کامل حقوقشان مبادرت می ورزند که این قراردادها به نفع بنگاههای خارجی است نه مخترعان و بنگاههای داخلی. در مورد قراردادهای ائتلاف فناوری و مدیریت جمعی نیز نظام حقوق مالکیت فکری ما دارای کاستی قابل توجهی است زیرا قوانین ما در این مورد، کاملاً ساکتند در حالی که امروزه قانونگذار بسیاری از کشورها از جمله اتحادیه اروپا مقررات ویژه ای در این زمینه تهیه کرده اند (Guibault and van Gompel, 2006, pp. 117-152).

۲. نامشخص بودن وضع اجرایی قانون تجاری سازی ابداعات

نظام حقوقی ایران تا سال ۱۳۸۹ فاقد قانونی خاص در مورد تجاری سازی اموال فکری بود. این خلا قانونی، از دو جهت، مانع تحقق سیاست کاهش قیمت تمام شده در کشورمان می شده است: نخست از منظر مخترعان و مبتکران که آنها را از تجاری سازی ابداعات و ورود آنها به بدنه تولید داخلی باز داشته و ایشان را به سمت انعقاد قرارداد با بنگاههای خارجی سوق می داد. دوم از منظر بنگاههای داخلی ما که وقتی بی رغبتی مخترعان و مبتکران ایرانی را در تجاری سازی ابداع و انعقاد قرارداد با آنها مشاهده می کردند، ناگزیر بودند تا با طرفهای خارجی قرارداد ببندند و با توجه به قیمت بالاتر این ابداعات، هزینه تمام شده محصول برای آنها بیشتر می شد و در نتیجه، قدرت رقابت پذیری آنها در صحنه بین المللی پایین تر می آمد. تا اینکه در سال ۱۳۸۹ قانونی به نام «قانون حمایت از شرکتهای و مؤسسات دانش بنیان و تجاری سازی نوآوریها و اختراعات» در ۱۴ ماده تصویب شد و در موادی چون ماده ۲ و ۵، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری را مسئول نظارت بر اجرای قانون و بنوعی تجاری سازی نمود. تصویب این قانون از این حیث که خلا حقوق ایران در داشتن قانون خاص تجاری سازی را مرتفع ساخته است بسیار قابل دفاع است با اینحال اولاً: این قانون دارای نقایص بسیاری چون عدم ارائه ضابطه مشخص در مورد معیار تسهیم منصفانه منافع میان مخترع و طرف قرارداد (بنگاههای

تولیدی) می باشد و ثانیاً: برخلاف تکلیف مقرر در ماده ۱۴ قانون مبنی بر لزوم تصویب آیین نامه اجرایی این قانون تا سه ماه از تاریخ تصویب، اما متن آیین نامه بسیار دیرتر آماده شده و تاکنون چندان عملیاتی نشده است لذا مخترعان و مبتکران و تولیدگران تاکنون نتوانسته اند از تصویب قانون در عمل برای کاهش قیمت تمام شده بهره مند شوند.

ج. تسهیل جذب سرمایه گذاری خارجی و انتقال فناوری

چنانکه دیدیم برخی مقررات مالکیت فکری ایران راجع به اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری با استانداردهای بین المللی سازگار هستند و این امر می تواند بسیاری از سرمایه گذاران خارجی را در به سرمایه گذاری در ایران و انتقال فناوری به کشور ترغیب کند اما اولاً: صرف وجود قوانین حمایت از مالکیت فکری و سرمایه گذاری خارجی برای ورود فناوری مناسب به بدنه تولید کشور کافی نیست همچنانکه از زمان تصویب قانون تشویق و حمایت سرمایه گذاری خارجی ایران مصوب ۱۳۸۰ و قانون ۱۳۸۶، روند قابل ملاحظه ای در سرمایه گذاری خارجی و جذب فناوری جدید در بدنه تولید کشور صورت نگرفته است؛ ثانیاً: بعد از برقراری نظام رقابتی کافی در اقتصاد کشور، نباید در وضع قوانین حمایت از اموال فکری آنقدر راه افراط را پیمود که باعث نادیده گرفتن سایر نیازهای توسعه ای کشور شود زیرا بررسیها نشان می دهد که چه بسا کشوری با وجود داشتن قوانین حمایتی از ابداعات فکری، به علت نابسامانی های اقتصادی و ناآرامی های سیاسی همچنان در جلب سرمایه خارجی ناتوان است؛ ثانیاً: برخی محققان وابسته به کشورهای توسعه یافته نیز در تحقیقات خود خاطر نشان ساخته اند که ادعای افزایش سرمایه گذاری خارجی و کاهش قیمت تمام شده در نتیجه تقویت معیارهای حمایت از مالکیتهای فکری، مبتنی بر هیچ پیش فرض نظری قابل اتکایی نیست (Winter, 1989, pp. 41-60) و (Primo Braga and Carsten Fink, 1998, p.165) مطالعه در برخی کشورهای در حال توسعه منتخب نیز این ادعا را ثابت می کند؛ برای مثال، تحقیقات در کشور تایلند نشان می دهد که با وجود اصلاح قانون ثبت اختراعات این کشور در سال ۱۹۹۲ و اعطای حمایت انحصاری بیست ساله به صاحبان ورقه اختراع، افزایشی در انتقال فناوری به این کشور و کاهش قیمت تمام شده حاصل نشده است (UNCTAD, 2003, p.96). همچنین به عنوان واقعیتی تلخ باید پذیرفت که جهان امروزی از منظر مالکیت فکری به دو منطقه تولیدکننده و مصرف کننده بدل شده و ساختار فعلی حقوق مالکیت فکری بیشتر به نفع کشورهای توسعه یافته و مولد فناوری است و در این حوزه کشورهای در حال توسعه، بازنده اند؛ بنابراین کشورهای در حال توسعه ضمن پذیرش اصل حمایت از مالکیت فکری و برخورداری از نتایج مثبت آن، باید نیازهای توسعه ای خود را نیز در نظر داشته و فراتر از حداقلهای ضروری حمایت، تعهدی مازاد را نپذیرند. همچنین برای اجرایی کردن مفاد مقدمه و ماده ۷ موافقت نامه تریپس در خصوص انتقال فناوری به کشورهای در حال توسعه، اقداماتی چون تشکیل گروههای همکاری در سازمان باید در دستور کار این دسته کشورهای ذینفع قرار گیرد زیرا هرگونه کوتاهی در

این زمینه، تبعات اقتصادی منفی خود بر کشورهای در حال توسعه و واردکننده فناوری را به مرور بیش از پیش نشان خواهد داد. بنابراین، حتی اگر حمایت از مالکیت فکری بتواند در جلب فناوری و کاهش قیمت تمام شده موثر باشد، باید میزان حمایت از این حقوق را بر اساس معیار هزینه-فایده سنجید یعنی هزینه های حاصل از حمایت شدید از حقوق مالکیت فکری از یکسو و منافع حاصل از این حمایت از جمله تاثیر مثبت در کاهش قیمت تمام شده را از سوی دیگر را در نظر گرفت.

فصل دوم: بررسی نظام حقوق مالکیت فکری ایران از نگاه کاهش قیمت تمام شده در مرحله توزیع محصول

در بخش نخست مقاله، تاثیر مالکیت فکری بر کاهش قیمت تمام شده در مرحله توزیع را در قالب حمایت از شیوه های الکترونیکی توزیع و بازاریابی؛ و حمایت از نامها، علائم تجاری و حمایت از طرحهای صنعتی بررسی کردیم. حال جایگاه این موارد را در حقوق ایران در قالب دو بند الف و ب، بررسی خواهیم کرد:

الف. حمایت از شیوه های الکترونیکی توزیع و بازاریابی

در حقوق ایران، بحث حمایت از مالکیت فکری در محیط الکترونیکی توسط قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲ مورد توجه قرار گرفت و قانونگذار ما نیز به تبعیت از رویه کشورهای در حال توسعه، شیوه های کسب و کار و شیوه های جدید توزیع و بازاریابی را مشمول حمایت انحصاری قرار نداده است که این اقدام قابل دفاع بنظر می رسد زیرا منافع حاصل از حمایت این شیوه و تاثیر آن بر کاهش قیمت تمام شده، به مراتب کمتر از هزینه های حمایت انحصاری از این شیوه هاست زیرا این شیوه ها بیشتر از سوی کشورهای توسعه یافته ابداع و به سایر کشورهای صادر می گردد و طبیعتاً پذیرش حمایت از این شیوه ها می تواند هزینه اقتصادی قابل توجهی به کشور خصوصاً پس از الحاق ایران به سازمان جهانی تجارت و ورود بنگاههای خارجی به بازار ایران، بار خواهد کرد. باید گفت که اقدام قانونگذار در عدم حمایت از شیوه های بازاریابی و توزیع الکترونیکی قابل دفاع بنظر می رسد؛ با اینحال این نقطه قوت نباید باعث نادیده گرفتن سایر کاستی های این قانون شود؛ کاستی هایی که موجب عدم رغبت بنگاههای داخلی به استفاده از تجارت الکترونیکی و مزایای غیرقابل انکار آن در کاهش قیمت تمام شده گردیده است. گفتیم که برای بنگاهها، وجود امنیت حقوقی فضای الکترونیکی بسیار حائز اهمیت است زیرا یک بنگاه باید با قوانین روشن در زمینه نحوه حمایت حقوقی از اموال فکری خود در محیط اینترنتی، نحوه پرداخت الکترونیکی، قواعد راجع به صلاحیت دادگاهها در دعاوی دیجیتال و ... روبرو باشد در غیر این صورت نبود قوانین شفاف در این مورد، از موانع گسترش تجارت الکترونیکی در یک کشور محسوب می شود. در این میان، وجود برخی نارساییهای حقوقی در قانون تجارت الکترونیکی کشورمان باعث شده است تا این قانون از سال ۱۳۸۲ تاکنون نتواند نقش قابل توجهی در گرایش بنگاهها به تجارت الکترونیکی و استفاده از این ابزار برای کاهش قیمت تمام شده ایفا کند زیرا در این قانون، بجای وضع قواعد ویژه حمایت از حقوق

مالکیت فکری در محیط دیجیتالی، به ارجاع موضوع به قوانین محیط فیزیکی اکتفا شده و تفاوت‌های خاص محیط دیجیتالی و واقعی نادیده گرفته شده است؛ همچنین نحوه تعیین دادگاه صالح و قانون حاکم بر دعوی الکترونیکی کاملاً به سکوت برگزار شده است؛ بعلاوه، نحوه پرداخت‌های الکترونیکی نیز مورد توجه نبوده است و طبیعتاً در چنین فضایی، نباید از بنگاه‌ها انتظار گرایش به این تجارت الکترونیکی و استقبال از خطرات بالقوه آن را داشت.

ب. حمایت از نامها، علائم تجاری و طرحهای صنعتی و نقش کاهش دهنده آنها

در حقوق ایران در خصوص حمایت از علائم تجاری تا مدتها قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰ لازم الاجرا بود و برغم وجود برخی نقایص و نارساییها، حاوی مقرراتی کلی در باب حمایت انحصاری از صاحب علامت تجاری بود با اینحال در زمینه ضمانت اجرای نقض علامت تجاری رویکرد قانونگذار ایراد داشت بدین ترتیب که هیچ ضمانت اجرای کیفی برای نقض کننده حق در نظر نگرفته بود. تا اینکه قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ ضمن تکمیل برخی نقایص قانون ۱۳۱۰، حمایت بیشتری از صاحبان علامت به عمل آورده است. اما در خصوص حمایت و ثبت نام تجاری، نقص بزرگ موجود این است که برغم نص قانون مزبور، متأسفانه در عمل و به دلیل نبود آیین نامه اجرایی در مورد ثبت نامهای تجاری، این نامها در ایران ثبت و حمایت نمی شوند مگر آنکه در قالب علامت تجاری به ثبت برسند و از آنجا که کارشناسان اداره مالکیت صنعتی ایران در برخی موارد، بعضی نامهای تجاری را در قالب علامت تجاری قابل ثبت نمی دانند، لذا صاحب نام تجاری نمی تواند از تاثیر اقتصادی نام تجاری بر کاهش قیمت تمام شده برخوردار گردد زیرا صاحب نام تجاری مجبور شده است تا هزینه ای را بابت تبلیغ و بازاریابی بپردازد و آن را بر قیمت تمام شده محصولش بیفزاید ضمن آنکه همواره نگران تقلید غیرمجاز سایر رقبا از آن نام تجاری باشد. در مورد طرحهای صنعتی نیز قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶، نظام خاصی برای حمایت از طراحان صنعتی مقرر گردید و مقررات نسبتاً مفصلی نیز بدان اختصاص یافته و مقنن در مواد ۲۰ تا ۲۹ و نیز چند ماده در بخش مقررات عمومی، از این طرحها حمایت کرده است؛ همچنین، اداره مالکیت صنعتی برای افزایش انگیزه طراحان و بنگاهها در افزایش طراحی و استفاده از طرحهای صنعتی، سخت گیری چندانی در ثبت این طرحها بخرج نمی دهد و عموم اظهارنامه های ثبت طرح را می پذیرد. وجود این مقررات و رویه ها، مناسب بنظر می رسد؛ لذا با استفاده از این قوانین و با اصلاح فرایند اجراء، می توان بر اثر مثبت حمایت از طرحهای صنعتی و علائم تجاری بر کاهش قیمت تمام شده امیدوار بود.

نتیجه و پیشنهادها

از آنچه در این مقاله بدان پرداختیم، این نتیجه حاصل می شود که سیاست کاهش قیمت تمام شده امروزه از سوی اکثر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه عضو سازمان جهانی تجارت تبعیت می-

شود لذا نه تنها مغایرتی با اصول این سازمان ندارد بلکه به دلیل آنکه باعث افزایش رقابت در بازار می-شود، با اهداف سازمان مزبور همخوانی کامل دارد. یکی از این ابزارهای مشروع برای رسیدن به هدف کاهش قیمت تمام شده، حمایت از حقوق مالکیت فکری است. در حال حاضر در کشور ما، مقررات خوبی در زمینه حمایت از اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری وضع شده که می توان از آنها به عنوان مقررات مادر در کاهش قیمت تمام شده بهره گرفت. با اینحال به دلایلی که در مقاله بتفصیل بدانها پرداخته شد، نارساییهایی هم در حقوق ایران دیده می شود که باعث شده است تا مقررات مالکیت فکری ایران نتوانند نقش قابل توجهی در کاهش قیمت تمام شده ایفا کنند. از این رو برای رفع این کاستیها، راهکارهای زیر در سطح کلان به دولت و در سطح خرد به بنگاهها پیشنهاد می گردد:

الف. در سطح کلان

۱- در خصوص اصلاح قوانین موجود و وضع قوانین جدید، قانونگذار ابتدا باید از وضع مصوبات مغایر و همپوشان در زمینه متولی مالکیت فکری در کشور خودداری کند زیرا نتیجه این امر این است که سازمانهای موجود هیچگاه با اطمینان از آینده، اقداماتی اساسی برای گسترش مالکیت فکری در کشور انجام نخواهند داد؛ برای رفع ابهام طرفین قراردادهای مالکیت فکری، به وضع مقررات تکمیلی در زمینه قراردادهای واگذاری، ليسانس و مدیریت جمعی بپردازد و آثار هریک را تبیین نماید خصوصاً آنکه قراردادهای ليسانس دارای اقسام و آثار حقوقی-اقتصادی بسیار متنوعی هستند زیرا مقررات فعلی به هیچ عنوان جوابگوی نیاز فعلی نیست؛ همچنین وضع و تصویب قانون خاص تجاری سازی بر اساس نظر کارشناسان حقوقی و اقتصادی امری ضروری است. بعلاوه، قانون تجارت الکترونیکی برای افزایش اطمینان بنگاهها نسبت به تامین امنیت حقوقی فضای دیجیتالی و ترغیب ایشان به استفاده از این ابزار، باید آسیب شناسی شده و مورد اصلاح جدی قرار گیرد از جمله در زمینه پرداختهای الکترونیکی، تعیین دادگاه صالح در دعاوی الکترونیکی و تعیین قانون حاکم بر دعوی در این دسته دعاوی، باید مقررات لازم به متن قانون اضافه شوند زیرا قانون در این زمینه کاملاً ساکت است.

۲- در حوزه آموزش و گسترش فرهنگ آشنایی صاحبان حق و مردم با اهمیت مالکیت فکری و نقش آن در کاهش قیمت تمام شده، اقدامات زیر پیشنهاد می شود: یک-سازمان ثبت اسناد و املاک کشور به عنوان متولی گسترش فرهنگ مالکیت فکری در ایران، باید کلاسهای آموزشی کافی با حضور کارشناسان این امر برای صاحبان اموال فکری در سراسر کشور برگزار کند تا این افراد با ابعاد قانونی و کاربردی حمایت از ابداعات و نحوه تجاری سازی آنها آشنا شوند؛ دو- تعداد مجوزها و تشریفات اداری برای تاسیس نهادهای آموزشی مالکیت فکری در کشور توسط بخش خصوصی کاسته شود؛ سه-از آنجا که سازمان صدا و سیما یکی از اعضای کمیته تخصصی کاهش قیمت تمام شده است، لذا با بهره گیری از صاحبان نظران حقوقی و اقتصادی، برنامه های آموزشی لازم برای تشریح رابطه مالکیت فکری و کاهش قیمت تمام شده تهیه گردد؛

۳- در حوزه اجرایی: اولاً: دستگاه دولتی و خصوصی تحقیقاتی ملزم شود تا بخشی راجع به تجاری سازی راه اندازی کرده و همگی آنها زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تابع رویه واحد و البته کم تشریفاتی باشند؛ ثانیاً: سازمان ثبت اسناد، با توجه به مواد صریح ۱۶۷ تا ۱۶۹ آیین نامه اجرایی قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۷، زیرساختهای لازم را برای امکان تقدیم اظهارنامه و ثبت الکترونیکی اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری فراهم کند؛ همچنین اجرایی کردن معاهده همکاری در زمینه ثبت اختراعات نیز می تواند از هزینه مخترعان در ثبت اختراع بکاهد و این امر می تواند باعث کاهش قیمت تمام شده محصول مشمول اختراع گردد؛ ثالثاً: سازمان ثبت، امکان ثبت نامهای تجاری را فراهم سازد زیرا ثبت و حمایت از این اموال فکری به دلایل مطرح در متن مقاله، هم باعث کاهش قیمت تمام شده می شود و هم با متن قانون ۱۳۸۶ سازگار است؛ رابعاً: دولت از طریق وزارت بازرگانی به عنوان متولی گسترش تجارت الکترونیکی در کشور، امکانات و تسهیلات لازم و ارزان قیمتی را در اختیار بنگاهها قرار دهد.

ب. در سطح خرد

۱- بنگاهها با ایجاد اتحادیه هایی، زمینه انعقاد قراردادهای مدیریت جمعی را برای بهره گیری ارزانتر از مالکیت فکری فراهم کنند.

۲- در قراردادهای میان بنگاهها و مخترعان، استفاده از مشاوران و متخصصان حقوقی می تواند در تنظیم قراردادی مبتنی بر وضعیت برنده-برنده موثر بوده و ضمن بهره مند سازی مخترعان داخلی از نتایج مادی ابتکارشان، بنگاهها را از ورود بسیاری از فناوریهای خارجی بی نیاز می کند.

منابع و مأخذ

الف. فارسی

۱. امینی، علیرضا (۱۳۸۹)، *گزارشی اجمالی از نهضت کاهش قیمت تمام شده کالاها و خدمات*، گزارش تهیه شده توسط گروه مطالعات و پژوهشهای مرکز مطالعات و بهبود بهره وری بازرگانی، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، خرداد ماه.
۲. دودانگه، محمود (۱۳۸۹)، *'برنامه کاهش قیمت تمام شده آماده شد'*، بولتن خبری نهضت کاهش قیمت تمام شده، شماره ۱، خرداد، ص ۲.
۳. صادقی، محسن (۱۳۸۵)، *آثار حقوقی الحاق ایران به WTO بر یارانه های صادراتی بخش صنعت*، تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
۴. صادقی، محسن (۱۳۸۷)، *حمایت از ابداعات دارویی و الحاق به سازمان تجارت جهانی*، تهران: نشر میزان.

۵. صادقی، محسن (۱۳۸۶)، *حمایت از حقوق مالکیت فکری در محیط اینترنتی*، تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
۶. صادقی، محسن (۱۳۹۰)، «نقش مالکیت فکری در تاسیس و کارایی پنجره واحد تجاری از نگاه حقوق و اقتصاد»، مجموعه مقالات تقدیمی به ابوالقاسم گرجی، جلد اول، چاپ دوم، تهران: انجمن آثار و مفاخر فرهنگی، صص ۳۷۶-۴۱۳.
۷. مدنی، یحیی (۱۳۷۴)، *نقش اداره مالکیت صنعتی و خدمات آن در صنعت بازرگانی*، سمینار ملی وایپو راجع به نقش سیستم مالکیت صنعتی در توسعه اقتصادی، تهران: ۲۰-۲۲ شهریور.

ب: غیرفارسی

8. Bently Lionel and Sherman Brade, (2004), *Intellectual Property*, 2 ed, Oxford: Oxford U.P.
9. Boldrin & Levine, (2010) *Against Intellectual Monopoly*, Available at:
10. <<http://www.dklevine.com/papers/ip.ch.9m1004.pdf>>.
11. 10 -Bethune John J. (2003), *The Economics of Intellectual Property*, July, pp. 3-11, Available at:
- <http://www.johnlocke.org/acrobat/policyReports/intellectual_property_2003.pdf>.
12. Buchanan James, (1991), *Constitutional Economics*, Basil Blakwell, Oxford,.
13. Cornish and Llewelyn, (2003), *Intellectual Property: Patents, Copyright, Trade Marks and Allied Rights*, London: Sweet & Maxwell.
14. Correa Carlos (2000), *Technology Transfer in the WTO Agreements*, Positive Agenda and Future Trade Negotiations, UNCTAD, N.Y: U.N.
15. **Electronic Commerce Act (2006)**, Available at:
16. <http://www.kpdnkk.gov.my/akta/akta_ECA_2006.pdf>.
17. Fisher William W. (2010), *Theories of Intellectual Property*, Available at:
18. cyber.law.harvard.edu/people/tfisher/iptheory.pdf.
19. Fisher William and Zollinger Geri, (2010), *Business Method Patents Online*, 22 June 2001, available at: <<http://cyber.law.harvard.edu/ilaw/BMP>>.
20. Gray Brian W. and Bouzalas Effie, (2001), *Industrial Design Rights; An International Perspective*, Kluwer Law International.
21. Guibault Lucie and van Gompel Stef, (2006), *Collective Management in the European Union*, in: Daniel Gervais (ed.), *Collective Management of Copyright and Related Rights*, (The Hague, Kluwer Law International.
22. IBLS Contributor: Gladys Mirandah, Patrick Mirandah Law Office, (2007), *Internet Law - The Future of E-commerce in Malaysia*; available at:
23. <http://www.ibls.com/internet_law_news_portal_view.aspx?s=latestnews&id=1917>.
24. Idris Kamil, (2003), *Intellectual Property; A Power Tool for Economic Growth*, 2th ed, Geneva: WIPO Publication.
25. International Trade Centre (ITC) & Commonwealth Secretariat (CS), (1999), *Business Guide to the World Trading System*, 2nd ed, (Geneva: ITC/CS,.
26. Lerner Josh, (2010), *150 Years of Patent Protection*, Available at: <http://wc.wusti.edu/workingpapers/lerner.pdf>.
27. Mansor Norudin, Faisal Ahmad Abidin Amri, (2010), "The Application of E-Commerce Among Malaysian Small Medium Enterprises", *European Journal of Scientific Research* Vol.41 No.4, pp. 591-605.
28. Ministry of Science, Technology and Innovation Malaysia (MOSTI) (2009), *Intellectual Property Commercialisation Policy for Research & Development (R&D) Projects Funded by the Government of Malaysia*, JUNE, Available at:

29. <www.mosti.gov.my/mosti/.../IP%20Commercialization%20Policy.pdf>, last visited: 70/10/2010.
30. Primo Braga Carlos A. (1995), Trade Related Intellectual Property Issues: the Uruguay Round Agreement and Its Economic Implications, World Bank Conference Paper, January,
31. Primo Braga Carlos A. and Fink Carsten, (1998), "The Relationship between Intellectual Property Rights and Foreign Direct Investment", *Duke Journal of Comparative & International Law*, Vol. 9, pp. 162-187.
32. Sebastian Eugene F. (2000), *E-Commerce in Singapore*, The Research Institute for Asia and the Pacific, University of Sydney RIAP Brief No. 1, <<http://riap.usyd.edu.au/>>.
33. Tritton Guy (2002), *Intellectual Property in Europe*, 2 ed, London: Sweet & Maxwell.
34. Uemura Shozo(1999), *WIPO PROGRAMS AND ACTIVITIES FOR THE REDUCTION OF PATENT COSTS*, CASRIP Publication Series: Streamlining Int'l Intellectual Property, No. 5.
35. UNCTAD (2003), *Intellectual Property Rights: Implications for Developments*, UNCTAD Publications.
36. Zuhluda Sonny, (2009), "The requirement of information availability in the E-Commerce Act 2006)", *E-Security Bulletin*, vol. 18. pp.26-27.
37. Winter Sidney (1989), "Patents in Complex Contexts: Incentives and Effectiveness", In: Weil V, Snapper JW (Eds.), *Owning Scientific and Technical Information*, Vol.41, (London: Rutgers University Press.
38. <http://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=6>, 2012.
39. <<http://www.wipo.int/pct/en/texts/articles/atoc.htm>>, 2012.
40. <<http://www.icc.upm.edu.my/index.php?language=bi>>,2010.
41. <<http://www.wipo.int/clea/en>>, 2010.